

COLLANA DI STUDI DI MANAGEMENT
ECONOMIA E DIRITTO DELLE IMPRESE

IO

Direttore scientifico

Paola PANICCIA

Comitato direttivo

Roberto CAFFERATA

Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Marco FAZZINI

Università Europea di Roma

Hans HINTERHUBER

Universität Innsbruck

Pietro MASI

Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Consiglio scientifico

Dermot BRESLIN

Sheffield University Management School

Giovanna DOSSENA

Università degli Studi di Bergamo

Giancarlo FERRERO

Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”

Vincenzo FORMISANO

(ANA 3742)

Giuseppe LOMBARDO

Università degli Studi di Genova

Paolo PARINI

Università degli Studi di Genova

Harald PECHLANER

Katholische Universität Eichstätt–Ingolstadt

Adriano PROPERSI

Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Luigi PUDDU

Università degli Studi di Torino

Jean–Pierre VAN DER REST

Universiteit Leiden

COLLANA DI STUDI DI MANAGEMENT
ECONOMIA E DIRITTO DELLE IMPRESE



ad honorem della professoressa Isabella Marchini

La collana si inserisce nel quadro fortemente evolutivo degli studi di Economia aziendale e delle relazioni degli studi aziendalistici con quelli di altre discipline, soprattutto di matrice giuridica. La collana si propone di valutare scientificamente e pubblicare, sulla base del referaggio anonimo di autorevoli studiosi, opere che aspirino ad avere cinque fondamentali caratteristiche — in vario modo richiamate dai documenti ufficiali pubblicati dall'Aidea e dalle Società scientifiche operanti nell'ambiente universitario del Paese — sintetizzabili nel modo seguente: contenuto di monografia organicamente strutturata; originalità del pensiero; rigore metodologico; potenziale impatto positivo sulla comunità degli studiosi di Economia aziendale e di diritto delle imprese anche a livello della reciproca interazione degli studi economici con quelli giuridici; innovatività, nel senso dell'apprezzabile contributo dato al progresso della ricerca teorica e/o empirica in sede universitaria.

La collana si avvale dell'inserimento nella produzione di una casa editrice a diffusione nazionale — e più di recente internazionale — dalla consolidata storia editoriale a servizio della comunità scientifica italiana.

Collana accreditata dall'Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA).

Classificazione Decimale Dewey

— 658 (23.) GESTIONE IN GENERALE

Thema

— Soggetto: KJM. Management e tecniche gestionali

— Qualificatori: Qualificatore: 3MR. XXI secolo, 2000-2100

FRANCESCO LONGARINI

SOSTENIBILITÀ DI MERCATO E CRITERI ESG: EVOLUZIONI E PROSPETTIVE

**ANALISI DELL'IMPATTO
DELLA SOSTENIBILITÀ
SULLE DECISIONI D'IMPRESA**





ISBN
979-12-218-2762-0

PRIMA EDIZIONE
ROMA 27 LUGLIO 2026

INDICE

9	Cenni introduttivi
15	Capitolo I Evoluzione storica del concetto di Economia Sostenibile 1.1. Origini dell'economia sostenibile in Italia: il contributo della Chiesa cattolica, 15 – 1.2. L'impresa sostenibile e il rapporto con il contesto ambientale, 17 – 1.3. Interpretazioni del ruolo dell'impresa nel sistema economico, 18 – 1.4. La comunicazione delle performance come avvio del bilancio integrato, 22 – 1.5. Bilancio d'esercizio e nota integrativa: aspetti di approfondimento, 24 – 1.6. La standardizzazione delle informazioni non finanziarie: le linee guida GRI, 26.
29	Capitolo II Evoluzione dei principi Environmental, Social e Governance (ESG) 2.1. Significato e definizione dell'acronimo ESG, 29 – 2.2. Evoluzione dei criteri ESG, 30 – 2.3. Metodologie di selezione dei criteri ESG, 34 – 2.4. La matrice di materialità come primo strumento di analisi, 38 – 2.5. Parametri per la valutazione di una supply chain sostenibile, 41 – 2.6. Evoluzione degli indici di riferimento per la tutela dei processi della supply chain, 46 – 2.7. La cooperazione tra competitor nella gestione sostenibile delle supply chain, 48 – 2.8. Evoluzione del concetto di finanza sostenibile, 51 – 2.9. L'integrazione della finanza sostenibile nel paradigma ESG, 52 – 2.10. La Net-Zero Asset Owner Alliance: investitori e asset holder per la decarbonizzazione, 56 – 2.11. La transizione energetica come variabile economica, 59 – 2.12. Il valore dell'intangibilità: il capitale intangibile nell'impresa, 60 – 2.13. Finanza sostenibile: Principle for responsible investment, 66 – 2.14. ESG rewarding e imprese virtuose: il caso ENI e i prodotti tailor made, 67 – 2.15. Greenwashing: pratiche aziendali e falsa sostenibilità, 71 – 2.16. Forme di greenwashing e quadro normativo di riferimento, 75.

79 Capitolo III

Ruolo degli stakeholder nell'evoluzione del mercato sostenibile

3.1 La figura dello stakeholder nell'impresa, 79 – 3.2. Evoluzione del concetto di stakeholder, 81 – 3.3. Visione ampia del ruolo di stakeholder, 83 – 3.4. Visione ristretta del ruolo di stakeholder, 84 – 3.5. Caratteristiche e attributi degli stakeholder, 84 – 3.6. Classificazione degli stakeholder e proposta di una nuova categoria, 86 – 3.7. Spunti concreti: I casi GameStop e AstraZeneca, 89.

95 Capitolo IV

Misurazione dei parametri Environmental, Social e Governance e necessità di regolamentazione

4.1. Introduzione al tema, 95 – 4.2. La letteratura accademica di riferimento, 97 – 4.3. L'esigenza di un indice comune per la misurazione dei parametri ESG, 99 – 4.4. Analisi e approfondimento degli indici di riferimento esistenti, 101 – 4.5. Modalità di raccolta e organizzazione dei dati della matrice proposta, 106 – 4.6. Proposta di un indice di riferimento condiviso, 107 – 4.7. Considerazioni conclusive, 124.

127 Capitolo V

Intelligenza artificiale e analisi dei Big Data

5.1. Analisi dei dati e applicazioni operative, 127 – 5.2. L'impatto dell'intelligenza artificiale sulla matrice di rendicontazione – Dimensione ambientale, 130 – 5.3. L'impatto dell'intelligenza artificiale sulla matrice di rendicontazione – Dimensione sociale, 133 – 5.4. L'impatto dell'intelligenza artificiale sulla matrice di rendicontazione – Dimensione governance, 136 – 5.5. Cenni conclusivi, 140.

141 Capitolo VI

Indice di sostenibilità: sviluppo di un modello matematico normalizzato

6.1. Introduzione al tema, 141 – 6.2. Approfondimenti scientifici, 142 – 6.3. Rendicontazione e razionalizzazione dei dati, 144 – 6.4. Indice di normalizzazione ed elementi di calcolo, 148 – 6.5. Risultati empirici, 151 – 6.6. Considerazioni finali, 154.

157 *Conclusioni*

163 *Bibliografia*

CENNI INTRODUTTIVI

Negli ultimi decenni, le innovazioni tecnologiche ed i cambiamenti geopolitici avvenuti nelle economie industrializzate hanno creato un terreno fertile per una rinnovata prospettiva nel modo in cui le imprese operano.

In questo scenario contemporaneo, le dinamiche di un mercato sempre più globale (Brondoni, 2014) e l'importanza che gli stakeholders determinano per l'azienda (Freeman 1984, Carrol *et al.*, 1989) hanno fatto sì che le imprese non possano più concentrarsi esclusivamente sul fattore economico senza considerare gli impatti sociali e ambientali delle proprie attività (Risso, 2012).

Sebbene il profitto rimanga cruciale per la sopravvivenza aziendale, la responsabilità sociale ha guadagnato una notevole importanza nel novero delle decisioni strategiche d'impresa.

Tali percorsi decisionali, infatti, non influenzano solo il rendimento economico, ma hanno anche ripercussioni concrete e tangibili sull'ambiente fisico e sociale di riferimento.

Incoraggiare e promuovere comportamenti aziendali socialmente responsabili è essenziale per il raggiungimento di uno sviluppo sostenibile a livello macroeconomico, poiché la stessa sostenibilità è intrinseca al funzionamento delle imprese all'interno del sistema economico nazionale e sovranazionale.

Partendo da questo assunto, l'elaborato si suddivide in sei capitoli, i quali riflettono un metodo di ricerca che ha come obiettivo principale

l'esame del quadro concettuale e normativo in relazione alla sostenibilità d'impresa, alle sue metriche di misurazione ed alla successiva integrazione all'interno delle dinamiche del processo decisionale aziendale.

L'ambizioso compito di questo studio risiede nel fornire una cornice concettuale del fenomeno in esame che sia da un lato congruente con la sua complessità, e dall'altro che consenta anche di individuare aspetti significativi per l'indagine successivamente svolta, focalizzata sia sulla correlazione tra il ruolo della sostenibilità e le ripercussioni che la stessa ha sulle attività dell'impresa, sia sulla necessità di stabilire un metodo di rendicontazione univoco ed universalmente accettato per il report delle attività aziendali in relazione alle metriche ESG (Environmental, Social, Governance).

La vastità del tema trattato, e la eterogeneità della letteratura presente, giustifica l'approccio sia ricostruttivo sia interpretativo del presente lavoro.

Il primo capitolo si focalizza sul fornire una panoramica della correlazione tra la nascita del concetto di impresa e l'evoluzione del paradigma di economia sostenibile.

In prima battuta viene affrontato il dualismo tra le diverse visioni del ruolo dell'impresa, partendo da una concezione economico-finanziaria basata principalmente sulla massimizzazione del valore economico, per arrivare alla visione antropocentrica, che ha come obiettivo cardine la crescita del singolo individuo e della comunità di cui lo stesso è parte.

La prima parte viene conclusa con una disamina inerente allo sviluppo dell'attenzione globale in relazione alle dinamiche relative all'ambiente fisico e sociale di riferimento per l'impresa, che ha determinato una richiesta da parte delle autorità preposte di una rendicontazione non solo dei risultati economico finanziari, ma anche delle conseguenze che le strategie aziendali determinano sulla società civile e sull'ambiente circostante.

Con il secondo capitolo vengono affrontate le variabili centrali dell'elaborato, ovvero le metriche ESG (Environmental, Social e Governance) e l'evoluzione del loro significato ed utilizzo all'interno del processo di *decision making* aziendale.

In dottrina, lo sviluppo dei criteri ESG riflette una maggiore consapevolezza da parte delle aziende di queste direttive nel novero della

gestione aziendale, con l'obiettivo di favorire la sostenibilità complessiva, considerando l'impatto a lungo termine delle attività aziendali sugli stakeholder e sull'ambiente di riferimento.

L'eterogeneità della letteratura presente determina come la sostenibilità, concertata come la somma di tutte quelle attività aziendali ad impatto limitato sull'ambiente circostante, presenta profili di riflessione teorica ancora aperti, in particolare circa il ruolo che essa assume nei singoli processi interni e nelle sue relazioni con i relativi obiettivi e criteri decisionali.

Questa sezione dell'elaborato si conclude con una duplice disamina delle applicazioni delle variabili ESG in relazione ad un concetto di finanza sostenibile, nella sua declinazione del Principle for Responsible Investment e, di contro, con un'analisi del fenomeno del Greenwashing.

Mediante tale fenomeno, il virtuosismo delle pratiche ESG viene bilanciato da una serie di attività che, seppur strettamente collegate, vanno in senso opposto.

La parte finale di questo capitolo evidenzia come si sono sviluppate, da parte di enti, aziende o istituzioni, rendicontazioni sulle proprie attività che vengono descritte come sostenibili, ma che in realtà trascendono dai parametri volti alla salvaguardia dell'ambiente fisico e sociale circostante.

La terza parte dell'elaborato si focalizza sul ruolo degli stakeholder all'interno delle dinamiche aziendali, ed il successivo sviluppo delle strategie d'impresa in relazione al variare della loro importanza percepita.

Da una prima definizione generalistica del termine (Stanford, 1963) si è nel corso del tempo andata a sviluppare una dottrina che ha visto il concetto di stakeholder diventare una delle variabili fondamentali del concetto stesso di organizzazione.

La letteratura a riguardo propone numerose definizioni e ruoli per i portatori di interesse dell'impresa, motivo per il quale al fine di approfondire adeguatamente il loro percorso evolutivo, non solo per autori del calibro di Freeman (1984 e seguenti) ma anche per i principali pensatori della tematica, non si può trascendere da un'analisi della duplice visione in termini ampi o ristretti del loro ruolo all'interno del processo decisionale aziendale.

La differenza principale tra questi postulati risiede nel loro approccio alla definizione degli stakeholder e nel modo in cui si considerano gli interessi di questi attori nei confronti dell'organizzazione.

Nella visione ampia, gli stakeholder sono considerati come tutti coloro che possono, in un determinato tempo, essere influenzati o influenzare l'azienda.

In questa prospettiva, si riconosce che il successo a lungo termine dell'organizzazione dipende dalla soddisfazione e dal supporto di questa vasta gamma di interessi.

Di contro, nella visione ristretta, l'attenzione è maggiormente concentrata sugli stakeholder direttamente coinvolti o interessati negli affari aziendali.

Questa prospettiva tende ad enfatizzare il concetto di massimizzazione del valore per gli azionisti, il quale diventa obiettivo principale dell'impresa, con una considerazione limitata per gli altri gruppi di interesse.

Inoltre, mentre la visione ampia riconosce e cerca di gestire le complesse relazioni tra l'organizzazione e i suoi stakeholder, la visione ristretta si focalizza principalmente sul profitto e sulla minimizzazione dei costi aziendali, a discapito degli altri interessi delle parti coinvolte.

Il quarto capitolo, considerata la rilevanza che la sostenibilità ha assunto nelle dinamiche evolutive dell'impresa, avvia una riflessione teorica su una questione che appare di particolare ed attuale importanza, ovvero affronta l'evoluzione che i criteri ESG hanno avuto all'interno del processo di management d'impresa, e la loro necessaria e puntuale rendicontazione.

Lo sviluppo di queste metriche è un processo in continua crescita volto ad incoraggiare le organizzazioni, gli stakeholder e gli investitori a considerare fattori non solo finanziari, ma anche ambientali, sociali e di governance nel novero delle loro decisioni aziendali.

In questa parte dell'elaborato si evidenzia come, nel corso del tempo, con l'aumentare della consapevolezza e dell'interesse per l'importanza di questi criteri, iniziò a divenire evidente la necessità di stabilire un punto di riferimento per la misurazione delle prestazioni aziendali all'interno di talune aree di riferimento.

Ad oggi non vi sono molte ricerche accademiche che hanno focalizzato l'analisi sulla quantità, la qualità e le performance ESG.

Di conseguenza le metodologie, i risultati e i relativi punteggi si sono rivelati contraddittori e poco integrati con tutte le prospettive

degli stakeholders (Xie *et al.*, 2019; Aureli *et al.*, 2020, Linnenluecke, M.K., 2022).

La presenza di un benchmark è quindi divenuto fondamentale al fine di poter porre in essere un confronto tra le aziende, con l'obiettivo di valutare i loro risultati e il loro progresso nel miglioramento delle prestazioni ESG nel corso del tempo.

Lo studio proposto in questo capitolo evidenzia la necessità di un sistema di misurazione delle performance ESG secondo un approccio condiviso e significativo; in particolare, viene prospettato uno strumento operativo per catalogare le performance ESG favorendo la contestualizzazione delle stesse a seconda dell'azienda di riferimento.

La finalità di questa parte della ricerca risiede quindi nell'elaborare un benchmark quanto più possibile utile a standardizzare gli esiti della sostenibilità aziendale, al fine di avere un potenziale indice di riferimento per il confronto dei risultati di imprese operanti anche in settori diversi e con caratteristiche non necessariamente analoghe.

A tal proposito, viene proposta una matrice di sostenibilità volta a fornire al mercato un potenziale parametro di riferimento congruo e concreto, basata sull'ottenimento di risultati facilmente verificabili data la loro natura analitica.

La struttura della matrice prevede infatti che su 15 aree di rendicontazione, 12 siano oggetto di risultati numerici, e solamente 3 aree constino di rendicontazione sintetica e non analitica, in modo da fornire una situazione facilmente comparabile tra le aziende presenti sul mercato.

In tale contesto, l'ambizioso scopo di questo studio si propone di introdurre nuove prospettive, oltre a metodologie innovative e contributi originali, che possano ampliare e arricchire il dibattito accademico sul tema.

Il quintocapitolo offre un'analisi approfondita sull'impatto previsto dell'intelligenza artificiale sul processo decisionale aziendale, focalizzandosi sulle performance relative alle variabili di sostenibilità, in particolare sulle metriche ESG.

A riguardo, visto lo sviluppo tecnologico ancora in atto da parte dell'IA, la letteratura accademica non si basa su studi ed approcci consolidati, bensì su teorie e postulati che solo in parte possono essere ad oggi verificati empiricamente.

A tal proposito, l'obiettivo di questo capitolo risiede nella definizione delle modalità con cui l'intelligenza artificiale può essere determinante per l'analisi dei dati e delle variabili relativi alla sostenibilità.

Nello specifico, questa parte dell'elaborato delinea le modalità in cui l'IA può interagire con la matrice di rendicontazione proposta nel capitolo precedente, al fine di proporre dei risultati finali basati anche su un'analisi e rendicontazione di grandi quantità di dati.

L'IA, infatti, può utilizzare algoritmi di *machine learning* per esaminare dati storici e identificare modelli, tendenze o comportamenti futuri utili agli scopi aziendali in relazione alla sostenibilità.

A suffragio di questa tipologia di analisi risiede la possibilità di apprendimento automatico attraverso il quale le nuove tecnologie acquisiscono dai dati senza essere esplicitamente programmate, ma riconoscendo determinate tipologie di modelli, e al contempo adattandosi a nuove classi di informazioni disponibili (Bengio, Courville & Godfellow, 2016).

Il sesto ed ultimo capitolo intende elaborare e presentare alla comunità scientifica un indice di rendicontazione basato sulla normalizzazione dei dati relativi alla sostenibilità delle imprese oggetto di analisi. Tale approccio mira a ricondurre i risultati ottenuti all'interno di un intervallo compreso tra zero e uno, al fine di garantire la costruzione di un indicatore analitico chiaro, standardizzato e facilmente confrontabile tra realtà aziendali differenti.

CAPITOLO I

EVOLUZIONE STORICA DEL CONCETTO DI ECONOMIA SOSTENIBILE

1.1. Origini dell'economia sostenibile in Italia: il contributo della Chiesa cattolica

Una forte influenza sull'evoluzione del concetto aziendale in Italia è ascrivibile alla influenza della Chiesa cattolica, che già dal 1891 interveniva concretamente nel campo sociale con le prime encicliche.

Il primo documento che esprime organicamente la dottrina sociale della Chiesa è l'enciclica *Rerum Novarum* (1891) di Papa Leone XIII, che ebbe una forte influenza e sostenne la nascita del movimento cooperativo in molte aree dell'Italia.

La prima enciclica sociale sostiene che il principio ispiratore di tutta la questione sociale deve necessariamente essere l'inalienabile dignità della persona umana, principio che chiede la garanzia di un quello che viene inquadrato come “giusto salario” ovvero una remunerazione congrua a permettere il corretto sostentamento della persona e della sua famiglia (Beghini 1981).

Dopo gli anni del primo Novecento, che videro la nascita e lo sviluppo delle principali industrie italiane, ma allo stesso tempo anche una guerra mondiale e il sorgere di nuove tensioni, non solo economiche ma anche sociali, il Papa Pio XI nel 1931 emana la sua enciclica sociale *Quadragesimo Anno*, che afferma: «Alla libertà del mercato è subentrata l'egemonia economica; alla bramosia del lucro è seguita la sfrenata

cupidigia del predominio; e tutta l'economia è così divenuta orribilmente dura, inesorabile, crudele».

Successivamente Papa Giovanni XXIII, con l'enciclica sociale *Mater et Magistra* sottolinea la necessità derivante dall'accentuarsi del distacco fra proprietà dei beni e responsabilità direttive nelle maggiori organizzazioni economiche.

A tal proposito, risultano necessari meccanismi di controllo per garantire che gli obiettivi perseguiti dai dirigenti delle grandi aziende, soprattutto di quelle che hanno maggior incidenza in tutta la vita economica di una comunità politica, non siano in contrasto con le esigenze di quello che deve necessariamente essere definito come bene comune.

L'enciclica *Centesimus Annus*, emanata da Papa Giovanni Paolo II nel 1991, nel centesimo anniversario della *Rerum Novarum*, ricorda che

un'azienda produce profitto quando i fattori produttivi sono stati adeguatamente ricompensati ed i corrispettivi bisogni umani debitamente soddisfatti. Scopo dell'impresa, infatti, non è semplicemente la produzione del profitto, bensì l'esistenza stessa dell'impresa come comunità di uomini che, in diverso modo, perseguono il soddisfacimento dei loro dell'intera società (Conferenza episcopale italiana 1998).

Nel 2009 l'enciclica *Caritas in Veritate*, di papa Benedetto XVI, ancora una volta ribadisce:

La gestione dell'impresa non può tenere conto degli interessi dei soli proprietari della stessa, ma deve anche farsi carico di tutte le altre categorie di soggetti che contribuiscono alla vita dell'impresa: i lavoratori, i clienti, i fornitori dei vari fattori di produzione, la comunità di riferimento.

Prosegue l'enciclica:

Bisogna evitare che il motivo per l'impiego delle risorse finanziarie sia speculativo e ceda alla tentazione di ricercare solo profitto di breve termine, e non anche la sostenibilità dell'impresa a lungo termine, il suo puntuale servizio all'economia reale e l'attenzione alla promozione,

in modo adeguato ed opportuno, di iniziative economiche anche nei Paesi bisognosi di sviluppo. Non c'è nemmeno motivo di negare che la delocalizzazione, quando comporta investimenti e formazione, possa fare del bene alle popolazioni del Paese che la ospita. Il lavoro e la conoscenza tecnica sono un bisogno universale.

A tal proposito però, non è lecito delocalizzare solo per godere di particolari condizioni di favore o, peggio, per sfruttamento, senza apportare alla società locale un vero contributo per la nascita di un robusto sistema produttivo e sociale, fattore imprescindibile di sviluppo stabili (Malnati 2009).

Un'attenzione alle ricadute dell'attività delle aziende sull'ambiente economico, sociale e naturale è il forte richiamo lanciato dall'enciclica *Laudato Si, Lettera enciclica sulla cura della casa comune* di Papa Francesco del 2015, la quale affronta il tema della tutela dell'ambiente, come casa comune di tutta la famiglia umana.

Nello specifico: «L'ecologia umana è inseparabile dalla nozione di “bene comune”, un principio che svolge un ruolo centrale e unificante nell'etica sociale».

Come si può leggere nelle righe sopra citate, è indubbio il connubio espresso nelle varie encicliche, tra la ricerca del profitto da una parte, e la necessaria redistribuzione di parte dello stesso nell'ambiente circostante dove l'impresa opera; dove per ambiente si deve necessariamente intendere lo scenario naturale e sociale che fa da contorno all'attività economica dell'impresa.

1.2. L'impresa sostenibile e il rapporto con il contesto ambientale

Un'impresa sostenibile è un'azienda che integra la responsabilità ambientale, sociale ed economica all'interno del suo processo produttivo e commerciale. In termini economici, si può affermare che un'impresa sostenibile si impegna a creare valore non solo per sé stessa, ma anche per l'ambiente e la società in generale.

In termini ambientali, un'impresa sostenibile adotta pratiche e processi che riducono al minimo l'impatto negativo sull'ambiente,

includendo l'implementazione di politiche di riduzione dei rifiuti, l'uso di energie rinnovabili, l'adozione di tecnologie a bassa emissione di carbonio (Cramer, 2011).

Nel lungo periodo tale impresa tenderà all'implementazione del proprio piano di efficienza energetica, con l'obiettivo di emissioni zero, al fine di non depauperare l'ambiente fisico circostante. Dal punto di vista commerciale, un'impresa sostenibile pone in essere scelte di approvvigionamento responsabili, preferendo fornitori che rispettano gli standard ambientali e promuovendo la produzione sostenibile, anche se ciò potrebbe comportare un aumento dei costi all'interno della supply chain. Dal punto di vista sociale, tale impresa si impegna a creare un ambiente di lavoro equo e inclusivo per i propri dipendenti, promuovendo la diversità, le pari opportunità e il benessere dei dipendenti. In aggiunta, si farà parte diligente per coinvolgere attivamente la comunità in cui opera, collaborando con organizzazioni locali, sostenendo progetti sociali e contribuendo al miglioramento delle condizioni di vita delle persone coinvolte (Camilleri, 2017).

Sul fronte economico, un'impresa sostenibile adotta una visione a lungo termine e considera l'impatto delle proprie azioni sugli stakeholder. Cerca un equilibrio tra il profitto e il benessere sociale, cercando modelli di business che creino valore condiviso. Questo necessariamente include l'integrazione di criteri ambientali, sociali e di governance nella pianificazione strategica e nella gestione aziendale (Porter & Kramer, 2011).

In sintesi, un'impresa sostenibile cerca di soddisfare le esigenze delle generazioni presenti senza compromettere la possibilità delle generazioni future di fare altrettanto, si impegna a ridurre l'impatto ambientale, promuovere l'equità sociale e persegue una gestione economica sostenibile attraverso un processo di governance responsabile⁽¹⁾.

1.3. Interpretazioni del ruolo dell'impresa nel sistema economico

Le definizioni di impresa sono correlabili anche all'ambiente di riferimento e possono essere ricomprese in due macro ambiti, il primo dei

(1) Sul punto si veda anche: BRONDONI S.M., *Network Culture, Performance & Corporate Responsibility*, Symphonya. Emerging Issues in Management (1), 2003, pagg. 8-24.

quali privilegia una visione economico-finanziaria centrica, mentre il secondo una visione antropocentrica.

Tale diversità di visione è validamente presente all'interno di un insieme di argomentazioni e impostazioni che comprendono un ventaglio di aree, tra cui il significato di successo aziendale, il modello culturale, il potere e la ricchezza.

Una visione puramente economico-finanziaria definisce il successo all'interno dei termini di prosperità materiale, dando la preferenza al potere economico e alla legge di mercato.

Gli effetti di tale impostazione a livello globale risultano nella centralizzazione del potere, con la diretta conseguenza che il processo di globalizzazione si concentra sulla creazione di ricchezza esclusivamente per una parte degli operatori.

La visione economico-finanziaria dell'impresa pone quindi l'accento sull'aspetto finanziario e sulla massimizzazione del valore economico come obiettivo principale dell'impresa.

In questa prospettiva, l'impresa è vista come un'organizzazione che opera per generare profitti e creare valore per gli azionisti, il cui obiettivo principale è quello di generare ricchezza attraverso l'efficienza operativa, l'ottimizzazione dei costi, l'aumento delle entrate e la gestione prudente delle risorse finanziarie.

La visione economico-finanziaria si basa sul presupposto che l'impresa è sostenibile e crea valore quando raggiunge una redditività adeguata, offrendo al contempo un rendimento agli investitori. Ciò può comportare l'adozione di strategie di crescita, di espansione del mercato, il raggiungimento di un vantaggio competitivo al fine di ottenere risultati finanziari positivi nel lungo periodo (Iandolo 2022).

Questa visione riconosce l'importanza della sostenibilità finanziaria per l'impresa, poiché senza una gestione finanziaria efficace ed efficiente, l'impresa potrebbe non essere in grado di sopravvivere e prosperare nel medio-lungo periodo.

Va notato che la visione economico-finanziaria non esclude necessariamente la responsabilità sociale e ambientale, ma tende a considerarle come aspetti secondari o complementari all'obiettivo principale di massimizzare il valore economico. Tuttavia, molte aziende al giorno d'oggi cercano di bilanciare la visione economico-finanziaria con la

responsabilità sociale e ambientale, cercando di creare valore sostenibile per tutte le parti interessate, compresi gli azionisti, i dipendenti, i clienti e la società civile nel suo complesso.

Nel solco di tale impostazione rientra la proposta dal Premio Nobel per l'Economia M. Friedman, il quale osserva: «La sola responsabilità sociale di fare impresa è quella di aumentare i profitti, all'interno delle regole del gioco, che significa l'impegno in un sistema competitivo aperto e libero, senza inganni e frodi» (Friedman 1970).

Di contro, la visione antropocentrica individua come obiettivo principale la crescita del singolo individuo, privilegiando e supportando il modello culturale che riconosce il concetto di valore nella diversificazione e nel pluralismo delle idee.

La visione antropocentrica dell'impresa pone quindi l'uomo al centro dell'organizzazione e delle sue attività. In questa prospettiva, l'obiettivo principale dell'impresa è quello di soddisfare i bisogni e le esigenze degli individui e della società in generale, generando al contempo un profitto (Mustilli 2018).

Nella visione antropocentrica l'impresa è vista come uno strumento per la creazione di benessere umano, sia attraverso l'offerta di prodotti e servizi che soddisfano i bisogni delle persone, sia attraverso la creazione di posti di lavoro e l'apporto di valore tangibile all'economia. Questa visione considera l'impresa come un'entità sociale che nasce per soddisfare i bisogni umani e che deve operare in modo responsabile e sostenibile, tenendo conto dell'impatto delle sue attività sulle persone e sull'ambiente circostante. Allo stesso tempo però la massimizzazione del profitto è ancora vista come un obiettivo primario dell'impresa, anche se viene equilibrata con la responsabilità sociale e ambientale (Campanella 2018).

In generale, la visione antropocentrica dell'impresa riflette l'idea che l'impresa non è un'entità isolata, ma un elemento della società, e come tale deve operare in armonia con le esigenze e i valori della comunità in cui insiste.

Un contributo fondamentale a tale visione di impresa lo ha fornito Jack Welch, storico CEO della General Electric, il quale individua il ruolo dell'impresa sottolineando: