

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA

FACOLTÀ DI SCIENZE POLITICHE

Corso di laurea magistrale in

COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA

**ANALISI COMPARATA DEI METODI DI RATING SOCIALE
PER LA VALUTAZIONE DELLA
RESPONSABILITÀ SOCIALE DI IMPRESA**

Tesi di laurea in

COMUNICAZIONE E POLITICHE AMBIENTALI

Relatore Prof: Cesare Zanasi

Correlatrice Prof. Debora Mantovani

Presentata da: Linda Cavallari

Appello

quarto

Anno accademico

2015-2016

INDICE

Abstract	pag. 5
Introduzione	pag. 6
Capitolo 1 – La comunicazione della RSI in un’ottica di marketing	pag. 10
1.1 Sei <i>best practices</i> consolidate per comunicare la RSI	pag. 13
1.2 Definizioni di RSI nel corso degli anni e principali scuole di pensiero	pag. 28
1.3 Iniziative mondiali ed europee	pag. 39
1.4 Normative e standard di comportamento	pag. 44
1.5 RSI e soft law	pag. 48
Capitolo 2 – Il Bilancio Sociale e la comunicazione con gli stakeholder	pag. 51
2.1 Il Bilancio Sociale, uno strumento di comunicazione sociale d’impresa	pag. 51
2.2 Cenni storici	pag. 52
2.3 Caratteristiche del Bilancio Sociale	pag. 54
2.4 I modelli di redazione del Bilancio Sociale	pag. 56
2.5 Due modelli a confronto: GBS e GRI	pag. 57
2.6 Obiettivi e limiti del Bilancio Sociale	pag. 63
Capitolo 3 – Il rating sociale come metodo di valutazione della RSI e della sostenibilità	pag. 64
3.1 Le novità introdotte dal Comitato di Basilea e la diffusione del rating sociale	pag. 65
3.2 Il ruolo degli istituti di rating	pag. 70
3.3 Motivazioni degli investitori ad usare rating sociali	pag. 72
3.4 Processo di selezione delle imprese sostenibili e socialmente responsabili	pag. 74
3.5 Tipologia di istituti di rating sociale	pag. 77
3.6 Analisi dei principali istituti di rating nell’ambito dell’investimento socialmente responsabile	pag. 80
3.6.1 Sustainalytics.....	pag. 81

3.6.2 Inrate	pag. 83
3.6.3 RSI Hub	pag. 85
3.6.4 MSCI ESG Ratings	pag. 86
3.6.5 Oekom Research AG	pag. 89
3.6.6 Ethibel (Vigeo-Eiris)	pag. 90
3.6.7 Asset4 ESG (Thomson Reuters)	pag. 92
3.6.8 Dow Jones Sustainability Indices	pag. 93
3.7 Altri strumenti per la valutazione della reputazione	pag. 95
3.7.1 Global RepTrak (Reputation Institute)	pag. 95
3.7.2 Global 100 (Corporate Knights)	pag. 97
3.8 Confronto tra i dieci istituti analizzati di propria elaborazione e osservazione sui dati ottenuti	pag. 98
Conclusioni	pag. 101
Bibliografia	pag. 103
Sitografia.....	pag. 107

INDICE DELLE TABELLE E DELLE FIGURE

Figura 1 - Modello di trasformazione per la selezione delle imprese sostenibili e socialmente responsabili.....	p. 75
Tabella 1 – Motivazioni degli investitori ad usare rating sociali.....	p. 73
Tabella 2 – Diversificazione dei criteri di esclusione.....	p. 76
Tabella 3 – Classificazione per gradi operata da Inrate	p. 84
Tabella 4 – 37 problematiche chiave valutate da MSCI ESG Ratings	p. 87
Tabella 5 – Categorie ambientali e sociali di MSCI ESG Ratings	p. 88
Tabella 6 – Confronto tra gli 8 istituti di rating analizzati nell’elaborato	p. 98

ABSTRACT

Nella società contemporanea e nella moderna economia aziendale le imprese devono ricercare un equilibrio tale da ottimizzare i risultati finanziari e reddituali e nello stesso tempo far sì che gli investimenti effettuati abbiano positivo impatto a livello ambientale e sociale. Le imprese devono pertanto misurarsi con la responsabilità sociale, che negli ultimi anni ha assunto una crescente rilevanza per imprenditori e manager.

Fino a qualche decennio fa la responsabilità sociale dell'impresa e, in ultima analisi il suo fine, era quello di creare valore per i propri azionisti. In questi ultimi anni tale concezione si è evoluta in senso più ampio e molti ritengono pertanto che l'impresa debba perseguire obiettivi finalizzati allo sviluppo del valore economico delle risorse possedute, ma anche accollarsi la responsabilità degli effetti determinati dallo svolgimento dell'attività nel sistema sociale di riferimento, prendendo in considerazione gli interessi di tutti gli stakeholder.

Quali le motivazioni di questa evoluzione? Senza dubbio hanno contribuito diverse situazioni ed un insieme di fattori, quali ad esempio disastri ambientali di straordinaria gravità, il costante accentuarsi del degrado ambientale, non ultimi anche scandali finanziari, ma soprattutto la crescente consapevolezza del ruolo che l'impresa svolge in ambito sociale quale responsabile cardine del processo di creazione di ricchezza.

Alla luce dei progressi riscontrati finora nel mondo corporate, il lavoro andrà ad analizzare il principale mezzo di comunicazione utilizzato dalle imprese ai fini di essere più trasparenti per quanto riguarda le performance in campo ambientale e sociale, ovvero il Bilancio Sociale, ancor oggi purtroppo solo parzialmente diffuso, per poi specificare come le più importanti agenzie di rating sociale operanti a livello mondiale si basino su questi report e altra documentazione messa a disposizione pubblicamente per elaborare le valutazioni in termini di punteggio assegnato alle società prese in considerazione. A seguito del confronto con le varie metodologie esistenti, si proporrà un modello finale che andrà a migliorare quelli già esistenti, ampliandone i criteri da tenere in considerazione e suggerendo spunti per la ricerca futura.

BIBLIOGRAFIA E RIVISTE

Ackerman, R. W.; Bauer, R. A.

1979 *Corporate Social Responsiveness*, Harvard University Press, Cambridge

Barnett, M. L.

2007 "Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to Corporate Social Responsibility", *Academy of Management Review*, vol. 32, n. 3, p. 794-816.

Beda, A.; Bodo, R.

2006 *La responsabilità sociale di impresa. Strumenti e strategie per uno sviluppo sostenibile dell'economia*, Il Sole 24 ore, Milano.

Bowen, H.

1983 *Social Responsibilities of the Businessman*, Harper, New York, 1983

Capecchi, V.

2005 *La responsabilità sociale dell'impresa*, Carocci, Roma.

Caramazza, M.

2006 *Management e responsabilità sociale : pratiche, strategie e valori socialmente responsabili nel mondo dell'impresa*, Il Sole 24 Ore, Milano.

Carroll, A.

1979 "The Pyramid of Corporate Social Responsibility", *Business Horizon*, vol. 34, p. 39-48.

Cassandro, P. E.

1989 "Sul cosiddetto bilancio sociale dell'impresa", *Rivista Italiana di ragioneria e di Economia Aziendale*, n. 7/8

Chatterij, A. K. et al.

2009 "How Well Do Social Ratings Actually Measure Corporate Social Responsibility?" *Journal of Economics and Management Strategy*, vol. 18, n. 1, p. 130.

Commissione delle Comunità Europee

2001 "Green Paper", *Comunicazione della Comunità Europea*, p. 366

[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_it.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_it.pdf)

Commissione Europea

2014 European Competitiveness Report 2014 "Helping firms grow" – *Sito Web della Commissione Europea*

http://ec.europa.eu/growth/industry/competitiveness/reports/eu-competitiveness-report_it

D'Anselmi, P.

2008 *Il barbiere di Stalin: critica del lavoro (ir)responsabile*, Università Bocconi, Milano.

Derber, C.

2003 *People before profits: The new globalization in an age of terror, big money and economic crisis*, Martin's Press, New York

Di Giandomenico, M.E.

2008 *Il bilancio sociale e il modulo aziendale etico*, Giuffrè Editore, Milano.

Ferrari, L. *et al.*

2008 *Oltre la CSR: l'impresa del Duemila verso la Stakeholder Vision*, Isedi, Novara, 2009.

Fondazione SEJF

2013 "Ecco le dodici più gravi sciagure ambientali", *La Stampa - Tuttogreen*

<http://www.lastampa.it/2013/08/05/scienza/ambiente/focus/ecco-le-dodici-pi-gravi-sciagure-ambientali-yacwN3iJ9Px0PrXmJaB6NK/pagina.html>

Frederick W.C.

1994 "From RSI to CSR", *Business & Society*, vol.33, n. 2

Freeman, R. E.

1984 *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman, Boston.

Freeman, R. E. *et al.*

2004 "Stakeholder Theory and The Corporate Objective Revisited", *Organization Science*, vol. 15, n. 3, p. 364-369.

Frey, M. e Iraldo, F.

2008 *Il management dell'ambiente e della sostenibilità oltre i confini aziendali: dalle strategie d'impresa alla governance nei sistemi produttivi territoriali*, FrancoAngeli, Milano.

Gallino, L.

2005 *L'Impresa Irresponsabile*, Einaudi, Torino.

2006 "L'irresponsabilità dei manager e il nuovo modello d'impresa", *Cultura e Impresa Rivista Online*, n. 4

<http://www.cultureimpresa.it/04-2006/italian/pdf/primo01.pdf>

Global Reporting Initiative

2011 Linee Guida per il Reporting di Sostenibilità – *Sito Web Global Reporting Initiative (GRI)*

<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Italian-G3.1-Final.pdf>

Gordon Fitch, H.

1976 "Achieving Corporate Social Responsibility", *Academy of Management Review*, vol. 1 n. 1, p. 38-46.

Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale

2007 "Il Bilancio Sociale", *Documento di ricerca n. 3*, p. 35, Giuffrè, Milano

<http://www.gruppobilanciosociale.org/>

Hardin, G.

1968 "The Tragedy of the Commons", *Science*, vol. 162

Hinna, L. (a cura di)

2002 *Il Bilancio Sociale*, Il Sole 24 Ore, Milano, 2002.

Inrate

2013 Inrate Sustainability Guide

<http://www.inrate.com/Inrate/media/Documents/Studies/InrateSustainabilityGuide2013.pdf>

Kotler, P. *et al.*

2002 *Social Marketing: Improving the Quality of Life*, Sage Publications, Thousand Oaks CA.

Kotler, P.; Lee, N.

2008 *Marketing e responsabilità sociale d'impresa: come fare il massimo per la propria azienda e per la comunità sposando una causa*, Il Sole 24 Ore, Milano.

Kotler, P.

2011 "Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative", *Journal of Marketing*, vol. 75, p. 132-135.

Kotler P; Zaltman, G.

1971 "Social Marketing: An Approach to Planned Change", *Journal of marketing*, vol. 35, p. 3-12.

Mannucci, F. *et al.*

2006 *La responsabilità sociale delle imprese*, EMI, Bologna.

Margolis, J. *et al.*

2007, "Does It Pay to be Good? A Meta-Analysis and Redirection of Research on the Relationship Between Corporate Social and Financial Performance", *Harvard Business School*, Boston, p. 20-24.

Matacena, A.

1984 *Impresa e ambiente: il bilancio sociale*, Clueb, Bologna.

Matten, D.; Moon, J.

2008 "Implicit and explicit CSR: a conceptual framework for a comparative understanding of Corporate Social Responsibility", *Academy of Management Review*, vol. 33, n. 2, p. 404-424.

Milton, F.

1970 "The Social Responsibility of Business is to increase its Profits", *The New York Times Magazine*, edizione 13 settembre.

MSCI ESG Research

2015 "ESG Ratings Methodology"

https://www.msci.com/eqb/methodology/meth_docs/Executive_Summary_MSCI_ESG_Ratings_Methodology.pdf

Najah, A. *et al.*

2013 "Corporate Social Responsibility and Credit Ratings", *J Business Ethics*, vol. 117, p. 679-694.

Owen, R.

1971 *Per una nuova concezione della società e altri scritti*, Laterza, Bari.

Papa Giovanni Paolo II

1991 Lettera Enciclica del Centesimus Annus – *Sito Web Vaticano*

http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/it/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_01051991_centesimus-annus.html

Perrini, F.; Tencati, A.

2008 *Corporate Social Responsibility*, Egea, Milano.

Perulli, A. (a cura di)

2007 *L'impresa responsabile. Diritti sociali e corporate social responsibility*, Halley Editrice, Milano.

Porter, M. E.; Kramer, M. R.

2007 "Strategia e Società. Il punto d'incontro tra il vantaggio competitivo e la Corporate Social Responsibility", *Harvard Business Review Italia*, 1-2, p. 13.

Pounds, W.

1969 "The process of Problem Finding", *Industrial Management Review*, vol. 11, n. 1, p 11-19.

Sacconi, L.

2004 "Responsabilità sociale come governance allargata d'impresa: un'interpretazione basata sulla teoria del contratto sociale e della reputazione", *Serie Etica, Diritto ed Economia - Liuc Papers*, n. 143.

2005, *Guida critica alla responsabilità sociale e al governo d'impresa*, Bancaria Editrice, Roma.

Schäfer H. et al.

2006 "Who is Who in Corporate Social Responsibility Rating?", *Bertelsmann Foundation*, p. 19

Sinha, P. et al.

2002 *The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Profitability of Hospitality Firms: Do Firms That Do Good Also Do Well?*, Cornell School of Hospitality Management.

Smith, C.

1994 "The New Corporate Philanthropy", *Harvard Business Review*, vol. 72, n. 3, p. 105-114.

Sustainalytics

2016 Jantzi Social Index Methodology

<http://marketing.sustainalytics.com/acton/attachment/5105/f-08d2/1/-/-/-/-/jantzi%20social%20index%20methodology.pdf>

Suter T. A.

2004 *Cause-Related Marketing: Current Issues And Future Research Directions*, Arkansas.

Wartick S. L.; Cochran P. L.

1985 "The evolution of Corporate Social Performance", *Academy of Management Review*, n. 10

Wood D. J.,

1991 "Corporate Social Performance Revisited", *Academy of Management Review*, n. 16

Zadek, S.

2001 *The civil corporation: the new economy of corporate citizenship*, Earthscan, London.

Zamagni, S.

2006 "Microfinanza come strumento di civilizzazione dell'economia", *Dai Monti di pietà al microcredito oggi: atti*, p. 83-98.

Zucaro, R.

2013 "Adriano Olivetti, Una lezione a quanti oggi parlano di Responsabilità sociale d'impresa solo perché di moda", *Storie di lavoro e imprese*, Bollettino ADAPT vol. 2.

http://www.bollettinoadapt.it/old/files/document/23415zucaro_2013_38.pdf

SITOGRAFIA

American Marketing Association, <https://www.ama.org>

Arista Responsible Investment Research Standard, <http://www.aristastandard.org>

Banca d'Italia - Eurosystem, www.bancaditalia.it

Branding Institute CRM, <http://www.branding-institute.com/rated-rankings/global-100-most-sustainable-corporations-in-the-world>

Business for Social Responsibility, <https://www.bsr.org/>

Camera di Commercio, Standard e linee guida per il Bilancio Sociale, <http://www.bilanciosociale.cameradicommercio.it/P42A100C97S1/Gli-standard-e-le-Linee-guida.htm>

Camera di Commercio Rimini, www.rn.camcom.it

Consorzio Promos Ricerche, <http://www.promosricerche.org>

Corporate Knights - The magazine for Clean Capitalism, <http://www.corporateknights.com/reports/global-100/>

CSR Europe - The European Business Network for Corporate Social Responsibility, <http://www.csreurope.org/history>

CSR Hub, <https://www.csrhub.com>

Environmental Leader, <https://www.environmentalleader.com/>

Forum Ethibel, <http://forumethibel.org/>

Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG), <http://www.forum-ng.org/en/fng-sustainability-profile/project.html>

Inrate, <http://inrate.com/>

International Labour Organization (ILO), <http://www.ilo.org>

Kpmg, <https://home.kpmg.com/it/it/home.html>

MSCI ESG Ratings, www.msci.com

North American Industry Classification System (NAICS), <https://www.census.gov/eos/www/naics/>

Novethic – The French expert for RI, <http://www.novethic.com/ri-basics/definition.html>

Oekom Research AG, <http://www.oekom-research.com>

Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE), <http://www.oecd.org/italy/>

Principles for Responsible Investment (PRI), <https://www.unpri.org>

Progetto Q-RES, <http://www.gres.it/>

Rep Risk, <https://www.reprisk.com>

Robeco Sam, <http://www.sustainability-indices.com>

Societe Generale Corporate & Investment Banking, <https://sgi.sgmarkets.com/en/index-details/TICKER:ERIX/>

Sustainalytics, <http://www.sustainalytics.com>

Thomson Reuters, <https://www.thomsonreuters.com>

World Business Council for Sustainable Development, <http://www.wbcsd.org/home.aspx>

zRating, <http://zrating.ch/>