

INTRODUZIONE

L'identificazione della finalità che orienta il funzionamento del sistema aziendale è ancora oggi oggetto di studio e di dibattito.

Non pochi sono gli studiosi che, nel corso degli anni, si sono interrogati in merito alla possibilità di declinare la stessa in termini di raggiungimento di risultati congrui, tali da remunerare tutti i fattori impiegati nei processi di trasformazione e da assicurare l'esistenza stessa del sistema d'azienda nel tempo. Ancor più numerosi sono coloro che hanno manifestato delle perplessità in merito alla possibilità di considerare come conseguita tale finalità, pur in presenza di risvolti sociali ed ambientali alquanto discutibili.

Invero, l'attenzione rivolta alle problematiche socio-ambientali, legate all'agire imprenditoriale, ha determinato il sorgere di una maggiore consapevolezza nei soggetti con cui le aziende quotidianamente entrano in contatto, i quali, attraverso i propri comportamenti, hanno progressivamente influenzato le stesse inducendole al rispetto di pur minime condizioni di sostenibilità.

Ciò, evidentemente, è stato reso possibile grazie anche alla rilevanza strategica delle relazioni che, oggi più che mai, legano le aziende ai propri stakeholders e ne condizionano il successo, oltre che la perdurabilità.

E' proprio con riferimento a questi aspetti che oggi alle aziende viene chiesto un atteggiamento differente rispetto al passato, ovvero, l'assunzione di comportamenti socialmente responsabili, sostenibili, ecocompatibili, pur nella consapevolezza di quelli che sono i vincoli e le difficoltà legate ad una logica di questo tipo.

Sebbene taluni intravedano in temi di tale portata dei contrasti insanabili rispetto a quella che è l'essenza delle aziende, tradizionalmente orientate al calcolo di convenienza economica ed alla logica della massimizzazione del profitto, si ritiene che tale inconciliabilità, in realtà, non debba essere considerata in maniera

drastica. Se è vero che l'azienda è volta alla tendenziale ricerca di equilibri di lungo periodo attraverso la creazione del valore, è opportuno evidenziare che il conseguimento del profitto rappresenta soltanto un mezzo e che la continuità del sistema aziendale è funzione del grado di consonanza con i sistemi esterni con i quali intrattiene rapporti di scambio.

Il presente lavoro parte dalla considerazione congiunta degli aspetti sopra menzionati per analizzare i comportamenti attuati dalle aziende al fine di ottenere una legittimazione sociale all'interno del sistema economico.

Esso si articola in quattro capitoli.

Il primo capitolo rappresenta un'introduzione al tema, ampio e complesso, delle relazioni che legano l'azienda all'ambiente e ai suoi interlocutori; invero, dopo una breve disamina delle teorie che nel tempo hanno portato ad individuare le differenti tipologie di stakeholders con cui l'azienda si relaziona ed il grado di attenzione e cura che essa deve riservare alla gestione delle stesse, si passa ad analizzare la variabile ambientale associata alla tematica della responsabilità sociale. Nel contempo, si delineano i collegamenti esistenti tra la responsabilità sociale, la creazione di una immagine aziendale forte e attrattiva ed il processo di creazione di valore, focalizzando l'attenzione sul ruolo della comunicazione all'interno delle aziende.

Nel secondo capitolo, dopo aver operato una classificazione degli strumenti in grado di rispondere alle aumentate esigenze di accountability degli interlocutori sociali in termini di rendicontazione sociale, ambientale e di sostenibilità, si procede alla trattazione del Bilancio sociale, con particolare attenzione al percorso di sviluppo e di diffusione a livello internazionale.

Analizzati alcuni tra i modelli più diffusi di Bilancio sociale, l'indagine si completa attraverso la trattazione dei modelli di rendicontazione ambientale e di sostenibilità maggiormente utilizzati dalle aziende.

Nel terzo capitolo sono evidenziati i risvolti empirici della responsabilità sociale assunta dalle aziende italiane, mediante la lettura congiunta dei risultati emersi da una pluralità di studi e ricerche condotti nel corso degli ultimi anni.

Nello specifico, la particolare caratterizzazione del tessuto economico-produttivo italiano, costituito in prevalenza da aziende di piccole e medie dimensioni a

conduzione familiare, ha fatto emergere l'esigenza di rivolgere loro una particolare attenzione e di analizzare il grado di interiorizzazione nelle strategie aziendali delle problematiche sociali ed ambientali.

Il tema della comunicazione dell'assunzione di comportamenti responsabili ricorre negli ultimi due capitoli, nei quali viene trattato il caso di un'impresa familiare alla seconda generazione, operante nel settore della lavorazione del caffè e precisamente la "Quarta Caffè S.p.A."

Dopo aver analizzato le caratteristiche del mercato del caffè a livello internazionale e nazionale ed averne evidenziato i possibili interventi atti a migliorarne la sostenibilità, si procede all'esposizione del caso aziendale, non mancando di analizzare le risultanze gestionali mediante la tecnica degli indici di bilancio.

Nell'ultimo capitolo, viene riportato il primo bilancio sociale dell'azienda, la cui redazione ed implementazione scaturisce dalla formalizzazione pratica del lavoro di tesi. Il bilancio, redatto secondo gli standard dettati dal Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (G.B.S.), è destinato a fornire le informazioni economiche, sociali, ambientali, quantitative e qualitative, al pubblico di interlocutori sociali interni ed esterni che con l'azienda sono, direttamente o meno, in relazione.

Si precisa che, sebbene la redazione materiale del Bilancio sociale della Quarta Caffè S.p.A. è opera di chi scrive, l'Amministratore Unico dell'azienda ed i suoi più stretti collaboratori hanno partecipato con entusiasmo al lavoro, dimostrando vivo interesse verso la tematica.

E' per tale ragione che intendo ringraziare, in particolare, il *Dott. Antonio Quarta*, per la pazienza, l'ospitalità e il tempo dedicatomi.

Un sentito ringraziamento intendo rivolgere al mio tutor, *Prof. Alberto Dell'Atti*, per gli interessanti spunti di riflessione ed i preziosi consigli sulle tematiche affrontate nel presente lavoro. Un ulteriore ringraziamento rivolgo a tutti i membri del Collegio dei Docenti ed, in particolar modo, ai Proff. *Nicola Di Cagno*, *Stefano Adamo* e *Francesco Giaccari*, per i continui stimoli allo studio e alla ricerca scientifica.