

Indice

	<i>pag.</i>
<i>Prefazione</i>	IX
<i>Introduzione</i>	XI
Capitolo 1	
La dimensione sociale delle imprese e la leva della <i>governance</i>	1
1.1. L'evoluzione del concetto di responsabilità sociale d'impresa	1
1.2. L'azienda come soggetto <i>multistakeholder</i>	5
1.2.1. La <i>governance</i> aziendale: dalla teoria dell'agenzia alla teoria della legittimità	11
1.3. Il paradigma della "Creazione del valore condiviso"	15
1.3.1. Il processo di adozione della CSR	21
1.4. Lo sviluppo sostenibile: una sfida a tre dimensioni	23
1.4.1. Un approccio strategico nei confronti dell'Agenda 2030	29
1.5. L'integrazione della sostenibilità nella <i>governance</i> delle imprese	31
1.5.1. <i>Climate change</i> e scelte di <i>governance</i> aziendale: uno sguardo alla letteratura	33
Capitolo 2	
<i>Governance</i> societaria e rendicontazione non finanziaria: dal bilancio sociale alla <i>mandatory disclosure</i>	37
2.1. L'integrazione delle informazioni economico-finanziarie: la genesi del dibattito	37
2.2. Vantaggi e svantaggi della <i>disclosure</i> volontaria	42
2.3. Il bilancio sociale: profili evolutivi	44
2.3.1. Finalità, obiettivi e limiti del bilancio sociale	46
2.3.2. Legame tra bilancio sociale e bilancio d'esercizio	48

	<i>pag.</i>
2.4. Verso la <i>mandatory disclosure</i> : la Direttiva 2014/95/UE in materia di rendicontazione non finanziaria	50
2.4.1. I soggetti obbligati e quelli esonerati alla redazione del rendiconto non finanziario	53
2.4.2. Obblighi e discrezionalità delle informazioni da rendere	55
2.5. Aspetti relativi alla pubblicazione dei report	58
2.6. I principi nella redazione	61
2.6.1. Modelli e linee guida	61
2.7. Il controllo sulla Dichiarazione non finanziaria: i giudizi di <i>assurance</i>	62
2.7.1. Le sanzioni	64
2.8. La rendicontazione non finanziaria e le implicazioni per la <i>governance</i>	65

Capitolo 3

Corporate governance e rendicontazione sociale: un'analisi bibliometrica	67
3.1. Premessa metodologica e obiettivi dell'analisi	67
3.2. La progettazione della ricerca	69
3.2.1. Selezione dei dati	69
3.2.2. Metodologia di indagine	70
3.3. Il campione: analisi descrittiva	71
3.4. Elaborazione dei dati e risultati delle analisi <i>network</i>	76
3.4.1. Analisi delle <i>keyword co-occurrence</i>	76
3.4.2. Analisi delle citazioni	85
3.4.3. Analisi delle co-citazioni	86
3.5. Discussione dei risultati e prospettive future di ricerca	90
 <i>Considerazioni conclusive</i>	 93
 <i>Bibliografia</i>	 97