

Collana del Centro Universitario Studi Aziendali (CUSA)
“Quaderni di Ricerca Economico-Aziendale: Teoria e Casi”
coordinata da Marcantonio Ruisi (Università di Palermo)

Comitato scientifico

Andreas Michele (Università di Trento)
Baldarelli Maria Gabriella (Università di Bologna)
Costa Massimo (Università di Palermo)
Della Corte Valentina (Università di Napoli - Federico II)
Fortuna Fabio (Università Telematica N. Cusano - Roma)
Invernizzi Giorgio (Università L. Bocconi - Milano)
Liberatore Giovanni (Università di Firenze)
Ricciardi Antonio (Università della Calabria)
Rusconi Gianfranco (Università di Bergamo)
Sorci Carlo (Università di Palermo)

Comitato di Redazione

Bernini Francesca (Università di Pisa)
Ciao Biagio (Università Milano-Bicocca)
Cincimino Salvatore (Università di Palermo)
Garibaldi Roberta (Università di Bergamo)
Ruggiero Pasquale (Università di Siena)

La collana di quaderni di economia aziendale che qui presentiamo si offre quale opportunità per gli studiosi della disciplina di presentare alla comunità scientifica i risultati della propria attività di ricerca secondo una prospettiva – lato sensu - metodologica che in via complementare tenda prevalentemente ad affiancare alla riflessione teorica, l'evidenza empirica di specifici casi di studio. Le pagine dei quaderni, ancorché testimoni dello sforzo di ricerca degli autori, non offriranno necessariamente considerazioni compiute, piuttosto potranno anche presentarsi come prime conclusioni, o comunque come asserzioni meritevoli di ulteriore riflessione. Nella direzione di arricchire lo studio condotto e auspicabilmente di migliorarne i risultati, si è ritenuto opportuno concepire la collana secondo la logica del “canale aperto”, cioè di una possibile interlocuzione scientifica degli autori con i lettori del testo, i quali potranno con gli stessi confrontarsi utilizzando l'indirizzo di posta elettronica che verrà messo a loro disposizione.

Il nostro auspicio è quello che la collana possa rappresentare davvero un'occasione, soprattutto per i giovani studiosi, di sistematizzare i propri sforzi di ricerca avendo a disposizione un supporto che superi i limiti imposti dall'economia di spazio che una rivista o un

volume di proceeding congressuali inevitabilmente comportano.

Nel ricordare che la responsabilità ultima dei contenuti di ogni lavoro ricade eminentemente sugli autori delle ricerche, si vuole manifestare la volontà di accogliere anche volumi collettanei, con contributi molteplici elaborati e proposti intorno ad un tema, ad ogni modo preferibilmente sviluppati secondo il sinergico connubio di speculazione teorica ed osservazione di campo.

Ad maiora!

Marcantonio Ruisi

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

Il volume è stato sottoposto a un referaggio secondo le modalità del processo Double Blind Review (doppio referaggio anonimo): il coordinatore della collana nomina tra i membri del comitato scientifico un responsabile del processo di revisione e due revisori all'interno dell'elenco dei reviewer della collana. Il responsabile del processo viene incaricato di ricevere il lavoro e di trasmetterlo ai due revisori prescelti. Il processo di referaggio si basa sull'assoluto rapporto di anonimato tra autore e revisori e si conclude entro due mesi dalla presentazione del volume. I revisori sono proposti dal coordinatore e dagli altri membri del comitato scientifico tra i professori ordinari e associati e tra i ricercatori (a tempo indeterminato e determinato) delle discipline economico aziendali appartenenti all'ordinamento accademico italiano e internazionali aventi ruoli equipollenti rispetto agli studiosi nazionali.

Fabio La Rosa

Misure di legalità e sviluppo integrale

Analisi delle determinanti e degli effetti del rating legale
nelle aziende italiane

Prefazione di
Carlo Sorci





Aracne editrice

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

Copyright © MMXX
Giacchino Onorati editore S.r.l. – unipersonale

www.giacchinoonoratieditore.it
info@giacchinoonoratieditore.it

via Vittorio Veneto, 20
00020 Canterano (RM)
(06) 45551463

ISBN 978-88-255-3013-1

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: gennaio 2020

*A coloro che potevano
essere ma non sono stati*

A Francesca, con immutato Amore

Il problema esiste perché nella società a diversi livelli, nella classe dirigente non solo politica, ma pure economica e finanziaria, si affermano comportamenti individuali e collettivi che favoriscono la mafia. Bisogna intervenire per eliminare quanto a livello pubblico, attraverso intermediazioni e parassitismi, ha fatto e fa proliferare la mafia. Pure è necessario risvegliare doveri individuali e comportamenti dei singoli che finiscono con il consentire il formarsi di un'area dove il fenomeno ha potuto, dico storicamente, allignare e prosperare.

Piersanti Mattarella, 1980

La scarsezza delle virtù è ai giorni nostri un effetto della mancanza dei premi.

Giacinto Dragonetti, 1768

- 15 *Prefazione*
di Carlo Sorci
- 17 *Introduzione*
- 23 **Capitolo I**
Il rating di legalità: profili introduttivi, normativi e procedurali. Requisiti, finalità e benefici
1.1. Premessa, 23 – 1.2. Criminalità, legalità e sviluppo aziendale, 25 – 1.3. I precursori del *rating* legale nell'esperienza nazionale e internazionale: dai sistemi di *reputation ranking* ai codici etici di autoregolamentazione, 28 – 1.4. La promozione dei comportamenti eticamente virtuosi: dall'approccio sanzionatorio a quello premiale, 34 – 1.5. Profili normativi e procedurali del *rating* di legalità, 41 – 1.5.1. *Disposizioni normative essenziali*, 41 – 1.5.2. *Profili procedurali: i requisiti soggettivi*, 42 – 1.5.3. *Profili procedurali: i requisiti oggettivi minimi per la misurazione della legalità aziendale*, 44 – 1.5.4. *Profili procedurali: i requisiti oggettivi discrezionali per la misurazione della legalità e dello sviluppo aziendale*, 49 – 1.5.5. *Profili procedurali: i controlli dell'AGCM*, 61 – 1.5.6. *Profili procedurali: l'informativa sul rating di legalità*, 64 – 1.5.7. *Profili procedurali: i benefici offerti dal rating di legalità*, 65 – 1.6. Il *rating* di legalità sotto il profilo giuridico: considerazioni di sintesi, 67
- 71 **Capitolo II**
Il rating legale come strumento di misurazione della legalità e dello sviluppo aziendale. Un chiave di lettura fondata sullo sviluppo integrale delle aziende
2.1. *Rating* di legalità e sviluppo integrale, 71 – 2.1.1. *Il rating legale nella dimensione economico-finanziaria dello sviluppo integrale: l'accesso al credito bancario e il mitigarsi del rischio di default*, 75 – 2.1.2. *Il rating legale nella dimensione competitiva dello sviluppo integrale: l'accesso ai finanziamenti e agli appalti pubblici e il mitigarsi del rischio di corruzione*, 83 – 2.1.3. *Il rating legale nella dimensione relazionale dello sviluppo integrale: la crescita umana e professionale e il mitigarsi del rischio di reputazione*, 91 – 2.1.4. *Il rating legale nella dimensione socio-ambientale dello sviluppo integrale: lo sviluppo del territorio e il mitigarsi del rischio di legalità*, 96 –

2.1.5. *Il rating legale nella concezione dello sviluppo integrale: uno schema di sintesi*, 101 – 2.2. Brevi considerazioni per una proposta del *rating legale* quale strumento di *performance* “integrale”, 104

107 Capitolo III

Paradigmi teorici a fondamento dell'analisi delle determinanti e degli effetti del rating di legalità

3.1. Premessa: *rating* di legalità, responsabilità sociale e piccole e medie imprese, 107 – 3.2. Paradigmi teorici a fondamento delle determinanti della qualità del *rating* di legalità: dalla teoria degli *stakeholders* alla teoria neoistituzionalista, 114 – 3.2.1. *Le determinanti di governo societario della qualità del rating legale*, 124 – 3.2.2. *Le determinanti di tipo economico della qualità del rating legale*, 129 – 3.2.3. *Le determinanti di tipo finanziario della qualità del rating legale*, 131 – 3.3. Paradigmi teorici a fondamento degli effetti del *rating* di legalità, 132 – 3.3.1. *La teoria dell'agenzia istituzionalizzata e la relazione tra rating legale, accesso e costo del capitale di prestito*, 133 – 3.3.2. *La teoria della segnalazione e la relazione tra rating legale, performance reddituale e produttività aziendale*, 138 – 3.3.3. *La teoria della legittimità sociale e la relazione tra rating legale ed effetti reputazionali*, 140

145 Capitolo IV

Valutazione preliminare dei dati e risultati dell'analisi econometrica sulle determinanti e gli effetti del rating di legalità nelle aziende italiane

4.1. Premessa, 145 – 4.2. Valutazione preliminare dei dati relativi alla popolazione di *rating legale* e di aziende con *rating legale*, 148 – 4.2.1. *Analisi dinamica della popolazione di rating legale*, 149 – 4.2.2. *Analisi statica della popolazione di aziende con rating legale*, 151 – 4.2.3. *Analisi dinamica della popolazione di aziende con rating legale*, 156 – 4.3. Analisi econometrica sulle determinanti e gli effetti della qualità del *rating legale*, 159 – 4.3.1. *Il disegno di ricerca e la costruzione del campione*, 159 – 4.3.2. *L'informativa sul rating di legalità nelle società di maggiori dimensioni*, 162 – 4.4. Analisi delle determinanti della qualità del *rating legale*: obiettivi, 165 – 4.4.1. *La misurazione della variabile dipendente: la qualità del rating legale*, 166 – 4.4.2. *La misurazione delle variabili indipendenti: il ruolo della governance aziendale*, 167 – 4.4.3. *La misurazione delle variabili indipendenti: il ruolo della dimensione economica e finanziaria*, 170 – 4.4.4. *La misurazione delle variabili di controllo*, 171 – 4.4.5. *Il modello econometrico adottato per l'analisi delle determinanti della qualità del rating legale*, 175 – 4.4.6. *Statistiche descrittive e analisi bivariata*, 176 – 4.4.7. *Risultati dell'analisi multivariata*, 183 – 4.4.8. *Test di robustezza per l'analisi delle determinanti della qualità del rating legale*, 188 – 4.5. Analisi degli effetti della qualità del *rating legale*: obiettivi, 192 – 4.5.1. *Modifiche alla composizione del campione*, 193 – 4.5.2. *La misurazione delle variabili dipendenti*, 193 – 4.5.3. *I modelli econometrici adottati per l'analisi degli effetti della qualità del rating legale*, 196 – 4.5.4. *Statistiche descrittive e risultati dell'analisi multivariata per gli effetti del rating legale sull'accesso al capitale di prestito e sul costo del fi-*

nanzamento, 197 – 4.5.5. *Statistiche descrittive e risultati dell'analisi multivariata per gli effetti del rating legale sulla redditività e sulla produttività aziendale*, 205 – 4.5.6. *Test di robustezza per l'analisi degli effetti della qualità del rating legale*, 209 – 4.6. Discussione dei risultati e implicazioni teoriche e pratiche, 210

215 Capitolo V

I risultati della survey sulle motivazioni e i benefici del rating di legalità nelle aziende italiane

5.1. L'indagine campionaria sulle motivazioni e i benefici del *rating* legale: obiettivi, 215 – 5.2. La costruzione del campione iniziale e del questionario, 217 – 5.3. La somministrazione del questionario, la raccolta dei dati e la definizione del campione finale, 223 – 5.4. I risultati dell'indagine campionaria: dati anagrafici dei rispondenti e delle aziende, 225 – 5.5. I risultati dell'indagine campionaria: informazioni generali su requisiti e rinnovo del *rating* legale, 228 – 5.6. I risultati dell'indagine campionaria: valutazione generale dei rispondenti sull'utilità del *rating* legale quale strumento di legalità e sviluppo aziendale, 234 – 5.7. I risultati dell'indagine campionaria: le motivazioni delle aziende rispondenti sottostanti la richiesta del *rating* legale, 237 – 5.8. I risultati dell'indagine campionaria: i benefici del *rating* legale concretamente conseguiti dalle aziende rispondenti, 240 – 5.9. I risultati dell'indagine campionaria: una valutazione di sintesi in un'ottica di sviluppo integrale, 243

247 *Conclusioni*

255 *Appendice*

259 *Bibliografia*

Prefazione

di Carlo Sorci¹

Sono lieto di presentare questo lavoro di Fabio La Rosa che ha il merito di inquadrare le misure di legalità, in particolare, quelle afferenti al cosiddetto “*rating*” legale nel grande filone dello sviluppo integrale delle aziende: cioè di quella concezione etica dello sviluppo non legata alla sola misura economica ma anche, e soprattutto, alle relazioni degli attori chiave con i soggetti interni all’azienda e con gli interlocutori esterni diretti (clienti e fornitori) e indiretti (società e ambiente).

È evidente che lo sviluppo integrale è proprio di una concezione umanistica dell’azienda in cui la soddisfazione dei bisogni umani che ne caratterizza la ragione d’essere viene vista in ampiezza, senza “*scarti*”, in modo che il successo di alcuni non comporti un danno per nessuno, ma tra le aziende si realizzi una collaborazione orientata alla crescita di tutti.

È una questione di valori.

E la legalità diviene un valore quando le sue “*certificazioni*” diventano espressione di un incontro di realtà virtuose orientate verso ciò che è un bene per tutti e per ciascuno e non ipocrite etichette avulse dai valori in nome dei quali sono state progettate.

I “*rating*” di legalità sono “*mezzo*” e non “*fine*” dunque.

Così intesi essi possono essere considerati elementi di incentivo allo sviluppo vero delle aziende e dopo decenni di cieca corsa al “*profitto*” come fine, fattori non ultimi per premiare chi esercita “*civilmente*” un’attività aziendale.

¹ Professore Ordinario di *Economia aziendale*, Università degli Studi di Palermo.

Considero il tema sintonico con quella impostazione indicata già alla metà del Settecento da Giacinto Dragonetti nel *“Trattato delle virtù e dei premi”* con cui si evidenzia la necessità del diritto di stabilire degli incentivi e premi a chi opera virtuosamente e non soltanto per chi opera in senso contrario.

Auspico che su questa scia sempre più numerosi siano i contributi degli studiosi ed esprimo il mio pieno apprezzamento per lo sforzo fatto dal Prof. Fabio la Rosa.