



Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU



Ministero
dell'Università
e della Ricerca



Italiadomani
PIANO NAZIONALE
DI RIPRESA E RESILIENZA



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO



COMUNICAZIONE E ACCOUNTABILITY NELLE NUOVE INIZIATIVE IMPRENDITORIALI: TRA VISIONI A LUNGO TERMINE E OPPORTUNISMI MANAGERIALI

Prof. Antonio Prencipe

Responsabile del Task 7.4 - Higher education | progetto «Vitality»

Università degli Studi di Teramo

PRINCIPALI FASI DEL PROCESSO DI CREAZIONE DI UNA NUOVA INIZIATIVA IMPRENDITORIALE



LE FUNZIONI DELLA PIANFICAZIONE STRATEGICA PER UNA UNA NUOVA INIZIATIVA IMPRENDITORIALE

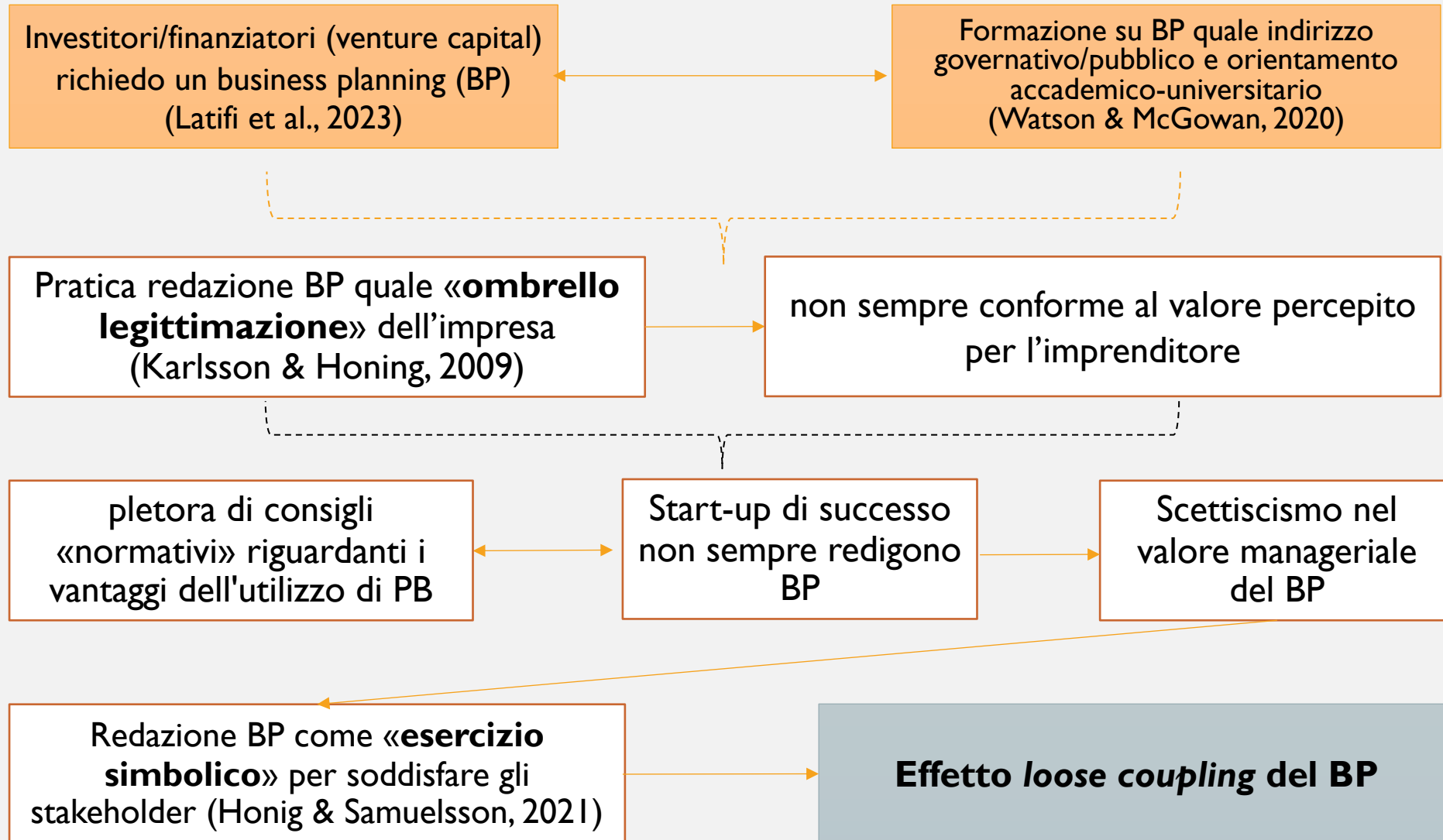
Permette di comunicare al contesto, a interlocutori esterni ed ai dipendenti interni le linee guida della nuova impresa:

per contattare potenziali investitori o finanziatori esterni, offrendo loro una dimostrazione della validità dell'iniziativa

per comunicare ai collaboratori interni in che modo l'azienda intende muoversi in futuro e quali risultati pensa di conseguire

per ottenere collaborazione di fornitori e clienti

PIANIFICAZIONE STRATEGICA E COMUNICAZIONE IN UNA PROSPETTIVA ISTITUZIONALE



PIANIFICAZIONE STRATEGICA E COMUNICAZIONE IN UNA PROSPETTIVA ISTITUZIONALE

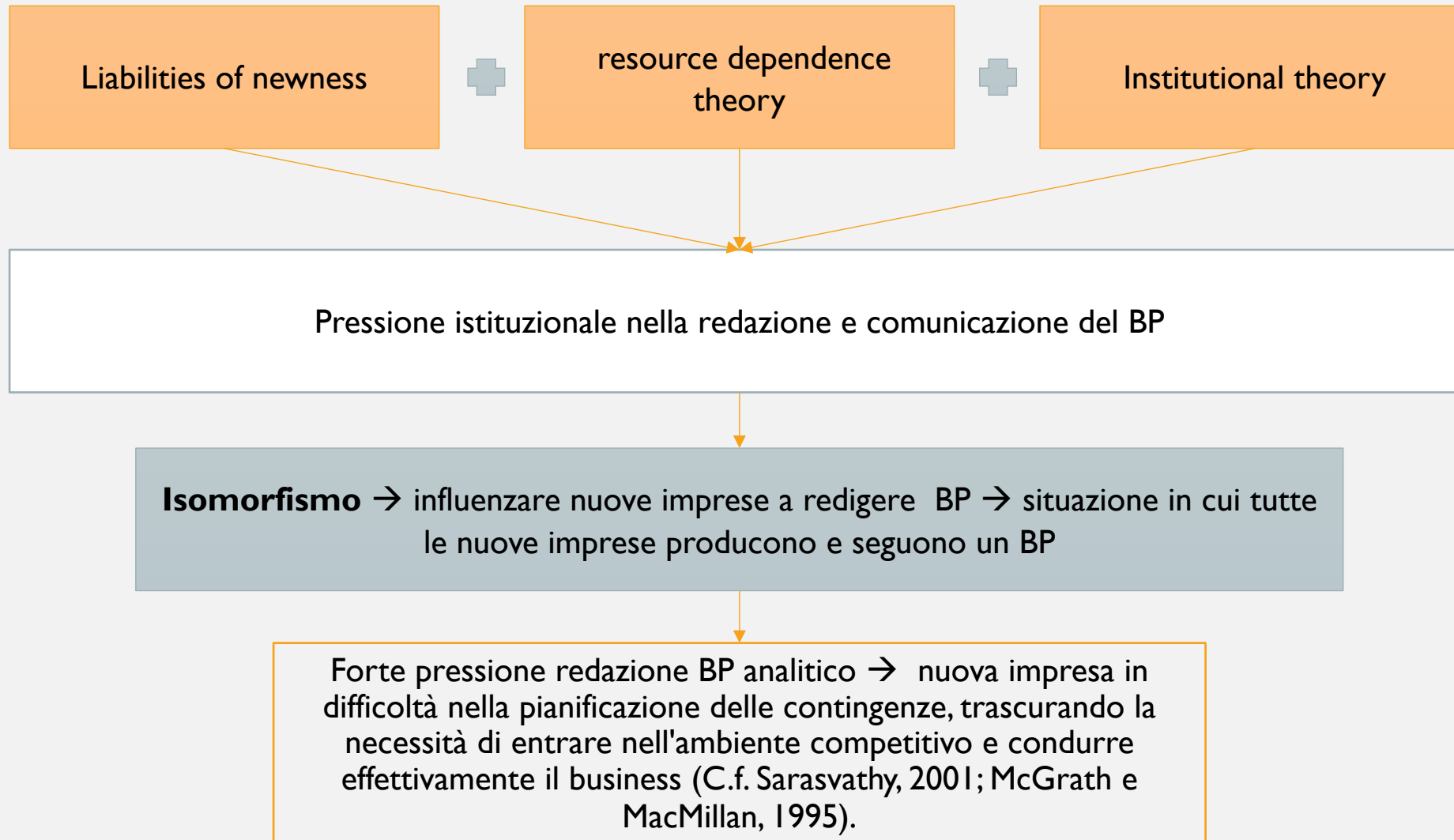
Effetto loose coupling del BP
(Orton and Weick, 1990; Cha et al., 2021)

La segnalazione è teorizzata come un metodo con cui gli attori esterni valutano le capacità cognitive, la perseveranza e la produttività generale degli individui e delle imprese (Spence, 1974; Mansoori, & Lackeus, 2020)

Come una copertina di un libro dal design elaborato/accattivante segnala ai potenziali acquirenti che i contenuti meritano la loro attenzione, → i piani aziendali segnalano a potenziali investitori, dipendenti e clienti che la start-up merita la loro considerazione

Osservatori esterni - venture capitalist - interpretano erroneamente *loose coupling* come indicazione che l'organizzazione utilizza lo strumento di BP, ma in realtà l'intento strategico di *loose coupling* è segnalare che l'organizzazione è conforme a uno standard specifico o comportamento senza effettivamente conformarsi (Karlsson & Honing, 2009)

PIANIFICAZIONE STRATEGICA E COMUNICAZIONE IN UNA PROSPETTIVA ISTITUZIONALE



ACCOUNTABILITY NELLE NUOVE NUOVE INIZIATIVE IMPRENDITORIALI

Definizione di Accountability

La responsabilità di un'organizzazione di rendere conto delle proprie azioni, decisioni e risultati agli stakeholder

Importanza della Trasparenza

La trasparenza nelle operazioni aziendali è cruciale per costruire fiducia e garantire il supporto degli stakeholder

Sostenibilità a Lungo Termine

L'accountability è un elemento chiave per la sostenibilità a lungo termine delle iniziative imprenditoriali, poiché promuove la coerenza tra obiettivi e risultati

EQUILIBRI DI ACCOUNTABILITY: IL CASO DELL'EARNINGS MANAGEMENT IN NUOVE INIZIATIVE IMPRENDITORIALI SOSTENIBILI

Scandali aziendali XX-XXI secolo → asimmetria informativa tra insider/outsider → opportunità manager di manipolare informazioni economico-finanziarie agli stakeholder → riduzione accountability → **Earning management (EM)** (Baskaran et al., 2020; Schipper, 1989)

Impatto negativo su sostenibilità → Erosione credibilità impresa → maggiore attivismo/vigilanza da stakeholder interni/esterni → ritiro sostegno all'impresa (Choi et al., 2013).

Trasparenza e responsabilità d'impresa nella **comunicazione** di informazioni economico-finanziarie → vitali per ottenere il sostegno di stakeholder nel lungo termine (Kim, 2022; Ehsan et al., 2022)

Adozione nuovi modelli ibridi (Friedman, 2007; Harjoto et al., 2019) → **Benefit Corporation (Società benefit)** (André, 2012; Hiller, 2013)

RSI incoraggia aziende a incorporare aspetti sociali e etico-morali negli obiettivi + decisioni che salvaguardino gli stakeholder (Koehn & Ueng, 2010)

Trasparenza & affidabilità comunicazione finanziaria → componente strategia di RSI → valore per gli stakeholder (Ehsan et al. 2020; Velte, 2020)

Accurata rendicontazione economico-finanziaria + responsabilità sociale imprese (RSI)

FRAMEWORK TEORICO

2 prospettive nell'associazione tra RSI e Earning Management

Long-term perspective

- da **stakeholder theory e legitimacy theory** (Moratis & van Egmond, 2018)
- Aziende RSI-oriented → Società Benefit → no focus su massimizzazione profitto a breve → promozione relazioni lungo termine con stakeholder per crescita sostenibile (Choi & Pae, 2011; Choi et al., 2013)

Impegno management in RSI nelle Società Benefit:

- agire responsabilmente in rendicontazione di bilancio (Gras-Gil et al., 2016)
- fornire comunicazioni economico-finanziarie sane → reporting economico-finanziario come imparziale/trasparente e parte integrante mission RSI per competitività resiliente (Cooper et al., 2022) → legittimazione verso stakeholders → **rischio pratiche EM limitato**

Managerial-opportunistic perspective

Adozione modello ibrido RSI come protezione strategica per nascondere comportamento opportunistico → manipolazione dati economico-finanziari e loro comunicazione (Buertey et al., 2020; Jian et al., 2023)

Impegno management in RSI nelle Società Benefit:

- → distrazione stakeholder e evitare perdite nel capitale proprietario/reputazionale → come dissociazione da greenwashing (Liute & De Giacomo, 2022, Ehsan et al. 2020)
- → impedire agli stakeholder di individuare pratiche di EM → diversivo per nascondere EM (Ehsan et al. 2020; Jian et al., 2023) → **rischio pratiche EM elevato**

IL RUOLO DELL'EFFETTO «SIGNALLING»

La *Signaling Theory* suggerisce che le aziende utilizzano segnali per comunicare informazioni significative agli stakeholder, riducendo l'asimmetria informativa.

Long-term perspective

Pratiche di Responsabilità Sociale come Segnali Positivi: forte impegno nella RSI → segnali positivi agli stakeholder → evidenza sostenibilità e responsabilità etica dell'azienda.

Impatto sulla Fiducia e sulla Reputazione: Le aziende che comunicano efficacemente il loro impegno verso la sostenibilità → costruzione relazioni a lungo termine con gli stakeholder → miglioramento fiducia e reputazione nel tempo.

Managerial-opportunistic perspective

Uso Opportunistico dei Segnali: Le aziende potrebbero utilizzare segnali di RSI in modo opportunistico:

- distogliere l'attenzione da pratiche aziendali meno etiche
- per migliorare l'immagine senza un reale impegno verso la sostenibilità.

Rischio di Greenwashing: Comunicazione di segnali di responsabilità sociale → come strategia per evitare sorveglianza e critiche, piuttosto che come un vero impegno verso la RSI.

STRATEGIE DI «SIGNALLING» IN UNA DUPLICE PROSPETTIVA COMUNICATIVA

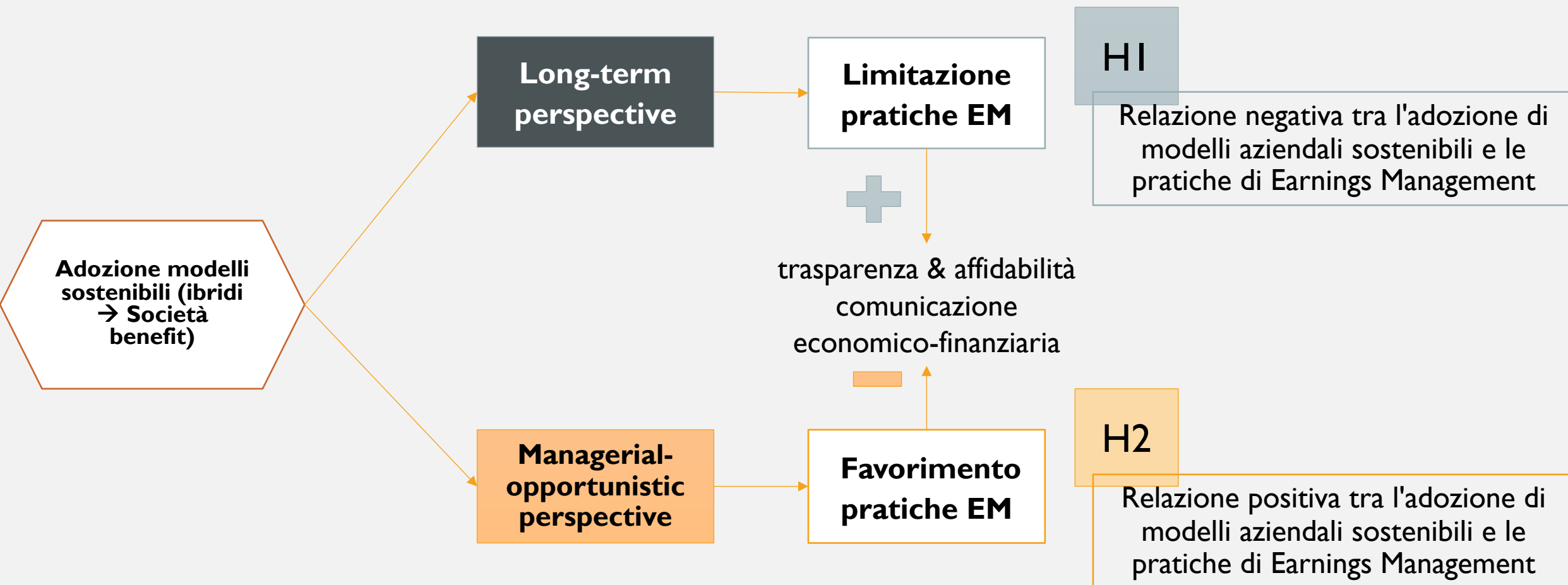
Long-term perspective

- **Segnalazione di Trasparenza e Impegno Reale:** Le aziende con visione a lungo termine → segnali RSI per dimostrare impegno autentico verso sostenibilità e trasparenza.
 - → legittimità e relazioni di fiducia con gli stakeholder.
- **Comunicazione Chiara e Standardizzata:** Adozione di standard internazionali di rendicontazione RSI → segnale di affidabilità e responsabilità nel lungo termine.

Managerial-opportunistic perspective

- **Segnali di Facciata:** aziende potrebbero segnalare pratiche di responsabilità sociale come mera facciata → bilancio d'esercizio strumento di comunicazione strategico → occultare pratiche meno etiche o manipolatorie.
- **Minimizzazione del Controllo Esterno:** segnali opportunistici → limitare vigilanza degli stakeholder & ridurre sanzioni o critiche → facciata di impegno etico senza modificare le pratiche di base.

MODELLO CONCETTUALE E IPOTESI DI RICERCA



I RISULTATI DI UNA RICERCA

Campione

- 2.449 imprese italiane:
 - 354 imprese Società Benefit (gruppo di trattamento)
 - 2.095 imprese non-Società Benefit (campione di controllo)

Fonti data

- Aida BvD database

Arco temporale

- Panel 2014-2021

Approccio analitico

- 1. Stima modello di Stubben (2010)** → determinazione pratiche earning management → conditional revenue model → variazione crediti in funzione delle variazioni dei ricavi → identificare crediti imprevisti o anomali
- 2. Propensity score matching** (Abadie & Imbens, 2006; Lechner, 2001) → confronto pratiche earning management tra Società Benefit (trattati) e campione di controllo (controllo):
 - Basato su caratteristiche osservabili firm-level: Settore, Regione, Età impresa, ROE, Leverage, Flusso di cassa.
 - Stima propensity score: regressione logit
 - Algoritmo di matching: Nearest-neighbour matching
 - Outcome: valore assoluto dei residui del modello degli utili condizionati di Stubben

RISULTATI

- Propensity score matching (PSM)

PSM Logit regression

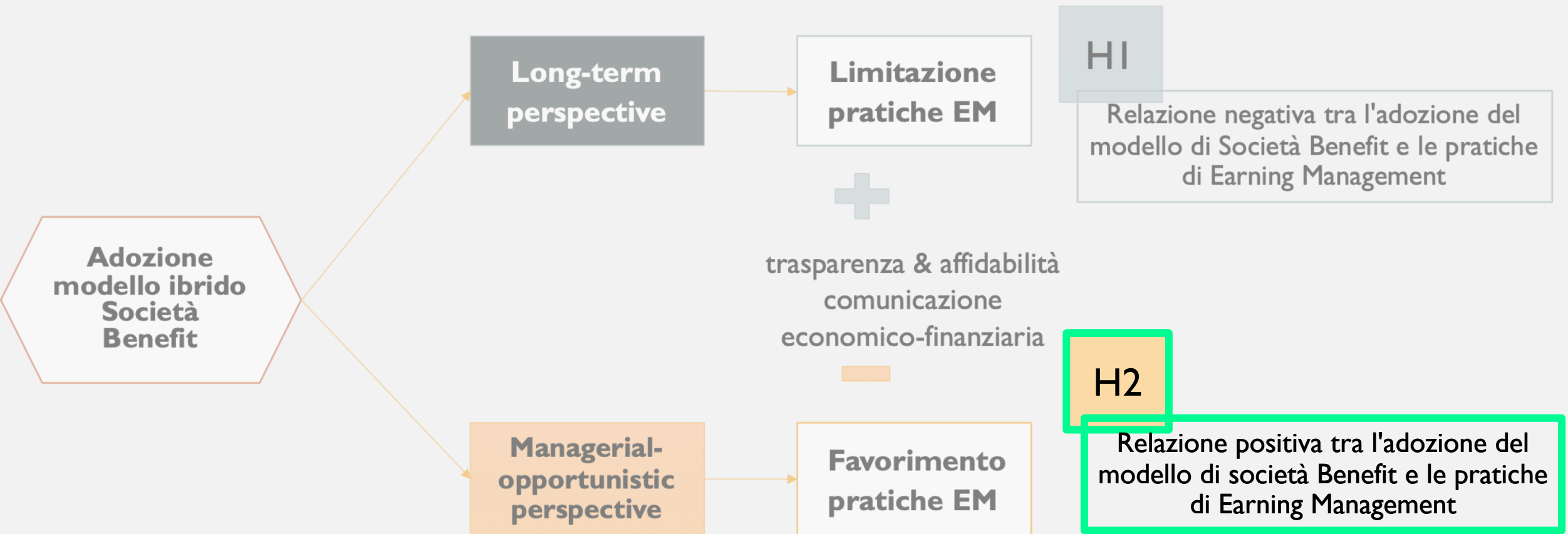
Variabili	(I)
Variabile di trattamento (Società benefit)	
Variabile Outcome (DA_{it})	
Settore	0.0156*** (0.0014)
Regione	0.0266*** (0.0042)
Età impresa	-0.0123*** (0.0021)
ROE	0.0067*** (0.0013)
Leverage	0.0426*** (0.0045)
Flusso di cassa	0.0000*** (0.0000)
N. osservazioni	19,080
LR	1179.7100***
Pseudo R²	0.0756

Note: In parentesi sono riportati gli errori standard robusti. * p < 0.10; ** p < 0.05; *** p < 0.001.

PSM: Mean Difference test dell'outcome tra il gruppo di trattamento e quello di controllo

Variabile	Campione	Treated	Controllo	Difference	S.E.	T-stat	P-value
DA_{it}	Unmatched	0.0679	0.0635	0.0044	0.0017	2.56	.
	ATT	0.0679	0.0589	0.0090	0.0024	3.68	0.0002
	ATU	0.0635	0.0664	0.0029	.	.	.
	ATE			0.0037	.	.	.

MODELLO CONCETTUALE E IPOTESI DI RICERCA (POST VERIFICA EMPIRICA)



CONCLUSIONI E PROSPETTIVE FUTURE

Impatti positivi dell'Accountability

Adozione di pratiche di trasparenza e responsabilità sociale nelle nuove iniziative imprenditoriali → risultati significativi nel migliorare fiducia degli stakeholder e sostenibilità a lungo termine.

Modelli ibridi

Rappresentano modelli economico-aziendali innovativi che combina obiettivi economici e sostenibili → potenziale per un futuro imprenditoriale più etico e responsabile (anche spin-off universitari come modelli organizzativi ibridi) → migliore trasparenza e comunicazione

Prospettive di crescita aziendale

Aziende che integrano trasparenza e RSI → proteggono la propria reputazione & basi per relazioni solide e durature con stakeholder → crescita sostenibile e resiliente