



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE
FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

Corso di Laurea Magistrale in Management della Sostenibilità ed
Economia Circolare

**LE SOCIETÀ' BENEFIT E LA VALUTAZIONE E
RENDICONTAZIONE DI IMPATTO: ANALISI DEL
SETTORE ALIMENTARE**

BENEFIT CORPORATIONS AND IMPACT ASSESSMENT
AND REPORTING: ANALYSIS OF THE FOOD SECTOR

Relatore: Chiar.mo
Prof. Marco Giuliani

Tesi di Laurea di:
Francesca Pieroni

Anno Accademico 2021 – 2022

INDICE

INTRODUZIONE	1
CAPITOLO I – LE SOCIETA’ BENEFIT E B CORP	4
1.1. Lo scopo oltre il profitto	4
1.1.1. La trasformazione in risposta a un’economia che cambia.....	9
1.2. La Società Benefit in Italia	10
1.2.1. La forma giuridica.....	11
1.2.2. Gli obblighi e adempimenti.....	13
1.2.3. I vantaggi delle Società Benefit.....	16
1.2.4. Il fenomeno delle Società Benefit in Italia.....	19
1.3. Il movimento delle aziende B Corp	22
1.3.1. La certificazione B Corp.....	24
1.4. Le principali differenze tra la Società Benefit e la B Corp certificata	26
1.4.1. Il vantaggio della certificazione B Corp.....	31
CAPITOLO II – LA RELAZIONE ANNUALE DI IMPATTO	35
2.1 Le caratteristiche della Relazione annuale di Impatto	35
2.1.1. La responsabilità per il mancato perseguimento del beneficio comune....	38

2.1.2. La Valutazione di Impatto.....	40
2.1.3. Lo Standard di valutazione esterno.....	44
2.1.4. Le Aree di valutazione.....	46
2.1.5. Lo Stato dell'arte della Relazione annuale di Impatto.....	48
2.2 Un confronto tra la Relazione annuale di Impatto e la DNF.....	51
2.2.1. La pubblicità e la trasparenza.....	55
2.2.2. I limiti dell'Assurance delle Società Benefit.....	55
2.3 Un confronto tra la Relazione annuale di Impatto e il Reporting di sostenibilità'.....	62
2.3.1. La dimensione dell'impatto tra Reporting di Sostenibilità e Relazione di Impatto.....	65
2.4 I punti di forza e di debolezza della Relazione annuale di Impatto.....	69
 CAPITOLO III – GLI STRUMENTI DELLA VALUTAZIONE DI IMPATTO NELLE SOCIETA' BENEFIT.....	
3.1. La sfida della misurazione di impatto per la competizione del futuro.....	72
3.2. BIA.....	78
3.2.1. Caratteristiche.....	83
3.2.2. Temi.....	85
3.2.3. Punti di forza e di debolezza.....	88

3.3. NeXt Index	91
3.3.1. Caratteristiche.....	92
3.3.2. Temi.....	99
3.3.3. Punti di forza e di debolezza.....	101
3.4. SABI	103
3.4.1. Caratteristiche.....	108
3.4.2. Temi.....	109
3.4.3. Punti di forza e di debolezza.....	112
3.5. Il quadro comparativo tra BIA, SABI e NeXt Index	113
CAPITOLO IV – ANALISI EMPIRICA DELLE SOCIETA’ BENEFIT	118
4.1. Metodologia della ricerca	118
4.2. Risultati dell’analisi delle relazioni di impatto	124
4.2.1. L’analisi comparativa.....	124
4.2.2. L’analisi degli obiettivi specifici.....	129
4.2.2.1. <i>Filiera di fornitura</i>	131
4.2.2.2. <i>Approvvigionamento energetico</i>	134
4.2.2.3. <i>Materiali e Packaging</i>	137
4.2.2.4. <i>Comunità</i>	139
4.2.2.5. <i>Dipendenti</i>	141
4.3. Discussione dei risultati	144

4.3.1. Commento dell'analisi comparativa.....	145
4.3.2. Commento dell'analisi degli obiettivi.....	151
CONCLUSIONE.....	154
BIBLIOGRAFIA.....	160
SITOGRAFIA.....	173
RINGRAZIAMENTI.....	178

INTRODUZIONE

Negli ultimi anni, le tematiche di sostenibilità sono state oggetto di interesse da parte di organismi internazionali come le Nazioni Unite, che dal 2015 hanno sottoscritto l'Agenda 2030 in cui sono stati prefissati i 17 obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs). In tale programma d'azione, le imprese assolvono un ruolo rilevante per affrontare le sfide della sostenibilità.

In questa prospettiva la sostenibilità è un propulsore che, oltre ad essere una finalità, è una strategia che permette alle imprese di creare valore e di garantire risultati positivi nel tempo, migliorando le *performance* economico-finanziarie, reputazionali, sociali e ambientali.

La sostenibilità per essere proficua e durevole nel tempo, deve dunque necessariamente essere interiorizzata dalle aziende in modo da sviluppare una nuova consapevolezza e responsabilità.

Le Società Benefit, proprio per la loro natura, rappresentano un nuovo modo di fare impresa, un nuovo paradigma dell'economia sostenibile intento ad oltrepassare le logiche di profitto e abbracciare obiettivi connessi a fattori ESG. Tali fattori sono volti alla salvaguardia dell'ecosistema, alla valorizzazione delle persone e al

miglioramento delle condizioni di benessere delle comunità e a tutela di *governance* trasparente e proattiva.

Alla luce di tali considerazioni, la presente tesi è volta ad approfondire il tema della misurazione e comunicazione della valutazione di impatto delle Società Benefit.

Lo studio è diretto a comprendere come il processo di misurazione degli impatti e la rendicontazione siano indispensabili non solo per l'*accountability* dell'impresa ma anche come strumenti strategici di management che supportano lo sviluppo dell'organizzazione stessa e l'accompagnano lungo il suo percorso come identità ibrida. L'elaborato è suddiviso in quattro capitoli.

Il primo capitolo esamina le motivazioni alla base della nascita delle Società Benefit, in risposta alla necessità delle imprese di contribuire in maniera determinante alla risoluzione delle grandi sfide del XXI secolo. Si riconosce all'Italia il primato europeo per aver disciplinato le Società Benefit nell'ordinamento giuridico e al movimento delle aziende B Corp americane per essere state le fautrici di un modello economico inclusivo, equo e rigenerativo.

In particolare, sono stati messi in evidenza i tratti complementari delle imprese certificate B Corp e delle Società Benefit.

Il secondo capitolo illustra le principali caratteristiche della Relazione annuale di Impatto, documento a cui sono assoggettate le Società Benefit sulla base di quanto previsto dalla Legge del 28/12/2015 n. 208 comma 382. A seguire è stata confrontata tale reportistica con la Non-Financial Disclosure e il Reporting di

Sostenibilità, ponendo in risalto le peculiarità di ciascun documento di reportistica non finanziario. L'ultima parte del capitolo pone un focus sui punti di forza e di debolezza della Relazione annuale di Impatto.

Il terzo capitolo delinea le principali sfide della misurazione di impatto e nello specifico, descrive gli strumenti di valutazione di impatto, la cui applicazione è fondamentale per consentire alle Società Benefit di conseguire la duplice finalità di beneficio comune e per catturare valore nel tempo. Sono stati dunque presentati i modelli di valutazione di impatto più utilizzati nel contesto italiano: il BIA, il SABI e il NeXt Index. Dall'analisi dei tre modelli è stato redatto un quadro comparativo concernente gli elementi distintivi di ciascuno strumento.

Il quarto capitolo è dedicato all'analisi empirica delle Relazioni di Impatto delle Società Benefit italiane al fine di comprendere come tali imprese svolgono la loro attività, i loro obiettivi, le finalità di beneficio comune e come questi vengono misurati e comunicati all'interno della loro Relazione.

Nello specifico sono stati esaminati sette casi aziendali del settore alimentare, un settore che negli ultimi anni ha registrato una forte crescita di SB.

La parte finale è destinata alle conclusioni, alle possibili implicazioni teoriche e pratiche e nonché le limitazioni della ricerca.

CAPITOLO I – LE SOCIETA' BENEFIT E B CORP

1.1. LO SCOPO OLTRE IL PROFITTO

La nascita delle Società Benefit trae origine dalle necessità di salvaguardare molteplici scopi per superare l'ottica del mero profitto e rispondere alle istanze sociali e ambientali del XXI secolo abbracciando i principi di sostenibilità, ritenuti cardini del progresso di impresa e della società. La necessità di istituire tale forma giuridica pone le sue radici nel percorso evolutivo dello “scopo di impresa” e nella sua metamorfosi, a causa delle differenti congetture che si sono sviluppate nei diversi periodi storici, politici ed economici. Negli anni '70, Milton Friedman, padre “Agency Theory”, dichiara in un suo articolo pubblicato il 13 settembre 1970 sul “New York Times” che *“l'unica responsabilità sociale delle imprese è massimizzare i profitti”*¹. Tale teoria si contrappone negli anni '80 alla “Stakeholder Theory” promossa dall'economista R. Edward Freeman, diventata il paradigma dominante nell'ambito della CSR. In base a tale teoria chi governa l'impresa ha il compito di considerare i diritti e le aspettative di tutti i soggetti che ruotano attorno all'attività aziendale, il manager agisce verso una comunità più ampia.

¹ <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>

L'obiettivo, quindi per Freeman, risulta non essere la massimizzazione del profitto ma piuttosto il soddisfacimento dei bisogni degli *stakeholder*. Nel 2018 Larry Fink, il CEO della BlackRock, il fondo di investimento più grande al mondo, ha pubblicato una lettera annuale intitolata "A sense of purpose" rivolta ad altri leader aziendali e alle società in portafoglio di BlackRock, evidenziando le questioni rilevanti per la salute delle aziende e del pianeta, dalla gestione del capitale ai cambiamenti climatici. In questa lettera, Fink chiede al management delle imprese il cui fondo è azionista di pubblicare uno "Statement of purpose" che esponga il contributo offerto alla società. Secondo l'amministratore delegato della BlackRock, Larry Fink, le imprese prosperano e si sviluppano solo se soddisfano i bisogni degli individui, poiché la richiesta della collettività alle aziende è quella di rispondere alle sfide attuali come la disuguaglianza economica e lo sviluppo sostenibile. Fink afferma che *"Senza uno scopo (...). Nessuna azienda, né pubblica né privata può realizzare tutto il suo potenziale"*². Nella sua più recente lettera del 2021, Fink esprime ottimismo sulla lotta al cambiamento climatico e sottolinea che se si vuole raggiungere l'obiettivo globale dello "Net Zero Emission" entro il 2050, le aziende devono essere trasparenti e adottare modelli di business compatibili alla *mission*. Per il CEO della BlackRock, *"Le aziende che accettano questa sfida, che cercano di creare valore a lungo termine per i propri stakeholder, aiuteranno a fornire*

² N. Misani, *Perché e come essere B Corp o Società Benefit*, "Economia & Management Testo stampato", 1, 2021, pp. 26-30

*rendimenti a lungo termine agli azionisti e a costruire un futuro più luminoso e prospero per il mondo*³”.

L’idea che le aziende possano definire un obiettivo diverso o più ampio che vada oltre la mera massimizzazione del profitto è condivisa anche da Colin Mayer, Professore di Management della Saïde business School (Oxford). Egli, difatti, sostiene che nel contesto attuale si delinea una scarsità di capitale sociale e naturale rispetto al capitale finanziario. Proprio per tale motivazione la *profit maximization* non è più una strategia concorde ai bisogni attuali della società⁴. Della stessa corrente di pensiero, il filosofo e premio Nobel per l’Economia, Amartya Sen, mette in luce gli effetti distorsivi dell’incremento della prosperità del capitale economico a discapito del capitale naturale che procurano il travalicamento dei *planetary boundaries*⁵. Nella società attuale cresce la consapevolezza della necessita di modificare la rotta investendo in modelli di business innovativi al passo con i cambiamenti ambientali. Le iniziative a livello istituzionale hanno preso parte alla causa ambientale a partire dalla metà degli anni ’80 grazie alla pubblicazione da parte della Commissione Mondiale su Ambiente e Sviluppo nel 1987 del Rapporto Brundtland (conosciuto anche come “Our Common Future”).

³ <https://www.blackrock.com/it/consulenti/2021-larry-fink-lettera-ceo>

⁴ C. Mayer, *Prosperity: Better Business Makes the Greater Good*, Oxford, Oxford University Press, 2018

⁵ Regenerative Society Foundation, *Un nuovo paradigma di business per un futuro più equo e sostenibile*, “Il Sole 24 Ore”, 2021

Questo Rapporto rappresenta il primo documento delle Nazioni Unite che ha introdotto il concetto di sviluppo sostenibile, ovvero, *“quello sviluppo che consente alla generazione presente di soddisfare i propri bisogni senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri”*⁶. A seguire, ci sono stati altri interventi sempre più incisivi da parte delle Nazioni Unite come la “Dichiarazione del Millennio”, firmata nel settembre del 2000, con la quale sono definiti gli 8 Obiettivi di Sviluppo del Millennio (MDG’s). Nel tempo si sono susseguite altre conferenze a livello internazionale sul tema della sostenibilità, tuttavia, il 2015 è l’anno di riferimento per l’approvazione da parte dell’Assemblea Generale dell’UN dell’Agenda 2030. Questo ambizioso piano d’azione offre una nuova visione globale per le persone, il pianeta e la prosperità mediante l’integrazione delle tre dimensioni della sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Nello stesso anno viene approvato l’Accordo di Parigi sui cambiamenti climatici ratificato nel 2016 da 196 Stati. A livello UE, nel 2019 la Commissione europea ha adottato il Green Deal Europeo, un pacchetto di iniziative strategiche che ha la finalità di raggiungere la neutralità climatica entro il 2050 in conformità agli impegni internazionali assunti nel quadro dell’Accordo di Parigi⁷. Affinché gli obiettivi internazionali ed europei possano avere successo e possano condurre ad una reale transizione devono essere supportati dagli attori locali, dunque, le imprese

⁶ <https://www.mite.gov.it/pagina/il-contesto-internazionale>

⁷ <https://www.consilium.europa.eu/it/policies/green-deal/>

giocano un ruolo in prima linea nel campo della sostenibilità. Il dovere morale di un'azienda è di favorire il progresso e la prosperità per la società, realizzando un "profitto sostenibile", senza danneggiare l'ambiente e senza compromettere il futuro delle prossime generazioni. I modelli di *governance* aziendale, come le Società Benefit, permettono di creare valore sociale e ambientale per tutti gli *stakeholder* e di generare un impatto positivo oltre il profitto⁸. Le società benefit e/o B Corp sono una risposta a questa necessità, lo scopo delle imprese impegnate sul fronte della sostenibilità riflette un obiettivo concreto a favore della comunità⁹. Una finalità autentica si manifesta quando l'impresa sostiene investimenti per realizzarla anche a discapito della redditività immediata.

Un'impresa che opera con una *mission* autentica ricopre un ruolo significativo per la collettività e si distingue in modo riconoscibile dalla concorrenza.

Le Società Benefit fanno un passo in avanti rispetto alla volontà di essere "sostenibili", non si tratta solo di essere responsabili rispetto alle esternalità prodotte ma di assumere nel beneficio comune uno scopo che definisce l'orientamento di tutta l'attività d'impresa.

⁸ Regenerative Society Foundation, *Un nuovo paradigma di business per un futuro più equo e sostenibile*, "Il Sole 24 Ore", 2021

⁹ B. Santoro, *Se la corporation è benefit*, "L'impresa", n.12, 2016 p.107

1.1.1. La trasformazione in risposta a un'economia che cambia

La crisi finanziaria, climatica e pandemica ha fatto emergere il bisogno di una rigenerazione del modello economico di sviluppo in chiave sostenibile. In tale processo, le imprese ricoprono una carica rilevante per realizzare nuove strutture organizzative che consentano di conciliare interessi di natura economica, sociale e ambientale sollevati da diversi *stakeholder*¹⁰. L'adozione dello *status* di Società Benefit (o “SB”) permette alle imprese di rendere percepibile l’impegno assunto nei riguardi di territori, comunità e dei consumatori. Le scelte di consumo non sono guidate solo da principi di razionalità economica ma anche da esigenze identitarie. Quando le scelte di consumo sono orientate verso principi identitari, i consumatori richiedono necessariamente di conoscere le finalità e gli obiettivi perseguiti dalle imprese. La veste giuridica di Società Benefit e la certificazione B Corp trasmettono la garanzia di un consumo responsabile ai consumatori. Differentemente dal pensiero di Adam Smith, secondo cui il mercato è il motore della massimizzazione del bene totale, l'economia civile mira alla massimizzazione non del bene totale ma del bene comune. Nel primo caso vi è una sommatoria dei livelli di benessere individuali, mentre nel secondo, il bene comune è il prodotto dei singoli livelli di benessere e a tal proposito le Società Benefit mirano a massimizzare il bene comune. Le “SB” possono essere intese come organismi in grado di: “*help or hinder*

¹⁰P. Cipollone, *Transizione energetica, finanza e clima: sfide e opportunità*, “Intervento della Banca d’Italia eurosistema”, Roma, 2022

the innovativeness, learning, adapting, trustworthiness, levels of cooperation of participants, and the achievement of more effective, equitable, and sustainable outcomes” (Ostrom 2009)¹¹. La sfida delle imprese non è solo quella di essere profittevoli e competitive ma altresì contribuire alla costruzione del bene comune.

1.2. LA SOCIETA' BENEFIT IN ITALIA

La Legge di Stabilità del 2016 (Legge 28 dicembre 2015, n. 208, articolo uno, commi 376-384) ha introdotto nell'ordinamento italiano la disciplina delle Società Benefit (SB). L'Italia è stato il primo paese europeo e il secondo paese al mondo dopo gli Stati Uniti d'America ad aver disciplinato le Società Benefit, l'equivalente della *Benefit Corporation* americane¹². La necessità del legislatore italiano di introdurre un nuovo modello giuridico di impresa si fonda sulla volontà di superare la rigida dicotomia, in termini funzionali, tra enti *for profit*, caratterizzati dall'autodestinazione del risultato economico, ed enti *non profit* contraddistinti dall'eterodestinazione del risultato economico¹³. Tale veste giuridica consente alle aziende *for profit* di coniugare l'aspetto lucrativo di un'attività economica con uno o più obiettivi sociali e ambientali di cui la stessa vuol farsi promotrice dando vita

¹¹ R. Caruso, *Le società benefit in Italia. Tra bene comune e identità*, “Economia Pubblica Online”, 1, 2022, pp. 117 - 139

¹² P. Guida, *La società benefit quale nuovo modello societario*, “La rivista del notariato”, n. 72 (3), 2018, p. 110

¹³ L. Ventura, *Benefit corporation e circolazione di modelli: le società benefit, un trapianto necessario?*, “Contratto e impresa”, n. 32 (4/5), 2016, pp. 1134-1167

ad un modello ibrido di impresa che persegue uno scopo plurimo¹⁴. Le Società Benefit sono descritte dalla legge come società “*che nell'esercizio di un'attività economica oltre allo scopo di dividerne gli utili perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territorio e ambiente, beni ed attività culturali sociali, enti ed associazioni ed altri portatori di interesse*”¹⁵. Gli elementi essenziali della Società Benefit sono lo scopo di lucro e la ricerca del beneficio comune. Quest'ultimo propone il perseguimento di uno o più effetti positivi o la riduzione degli effetti negativi su una o più categorie indicate nel comma 376 della Legge 208/2015 (a titolo esemplificativo: la riduzione dell'inquinamento acustico o ambientale, l'obesità, l'accumulo dei rifiuti, fornitura di beni o servizi a cittadini a basso reddito)¹⁶.

1.2.1. La forma giuridica

La normativa italiana ha introdotto le Società Benefit come “*veste di accompagnamento*” alle forme giuridiche già esistenti, senza creare una nuova tipologia societaria. Tutte le società disciplinate dal Libro V, Titolo V e VI del

¹⁴ A. Daccò, *Le società benefit tra interesse dei soci e interesse dei terzi: il ruolo degli amministratori e i profili di responsabilità in Italia e negli Stati Uniti*, “Banca, borsa e titoli di credito”, n. 74 (1), 2021, pp. 40-71

¹⁵ Legge del 28 dicembre 2015, n.208, comma 376.

¹⁶ M. Nessi e S. Della Bella, *Società benefit, disciplina generale e tax credit*, “La settimana fiscale”, n.22, 2022, pp. 39-43

Codice civile, (ossia le società di capitali, società di persone, le cooperative) possono adottare la qualifica di “benefit”. La legge esclude da questa facoltà, le società a responsabilità limitata semplificate (dato che l'atto costitutivo non permette la rettifica con l'introduzione delle previsioni previste dalla Legge 208/2015), le società cooperative sociali (poiché società non profit con l'unico oggetto esclusivo di perseguire l'interesse della comunità) e le imprese sociali (in quanto senza scopo di lucro con finalità di interesse generale)¹⁷. È possibile, invece, costituire una “Società Stp SB” ovvero una società tra professionisti che assume le caratteristiche di una Società Benefit¹⁸. La società può nascere come “benefit” al momento dell'avvio dell'attività di impresa scegliendo preliminarmente il tipo di società nelle forme disciplinate dal Codice civile¹⁹. Nell'atto della costituzione si definiscono le finalità di beneficio comune che si intendono perseguire o in alternativa le società possono modificare in un secondo momento lo statuto in conformità alle disposizioni che regolano le modifiche del contratto sociale o dello statuto, proprie di ciascuna società (comma 379). Nello specifico per la modifica del contratto sociale, nel caso delle società semplici è richiesta l'unanimità (art.2252 del Codice civile), per le S.r.l. è necessario il voto favorevole dei soci che

¹⁷ S. Cantele, G. Troisi, B. Campedelli, *Le società Benefit in Italia: un'analisi sulla diffusione sulle prassi di rendicontazione*, “MC”, n.2, 2021, pp. 107-126

¹⁸ Nota PO del CNDCEC 12 maggio 2021, n.77

¹⁹ S. Cantele, *Società Benefit e B Corporation. I vantaggi e gli aspetti critici di un nuovo modello di impresa*, “Rivista italiana di ragioneria e di economia aziendale”, n.120 (5/8), 2020, pp.152-167

rappresentano almeno la metà del capitale sociale (art. 2479 bis c.c.), per le S.p.A. sono richieste maggioranze diverse dall'assemblea straordinaria (art. 2368 e art. 2369 c.c.). Le modifiche devono essere successivamente depositate, iscritte e pubblicate nel rispetto di quanto previsto per ciascun tipo di società (artt. 2252, 2300 e 2436 del c.c.). Nel momento in cui una società già costituita intende diventare una Società Benefit avviene una mera modifica dell'oggetto sociale, non si tratta di un'operazione di trasformazione, motivo del quale non viene a disciplinarsi il diritto di recesso²⁰.

1.2.2. Gli obblighi e adempimenti

La procedura di costituzione necessaria per fregiare la denominazione di “Società Benefit” o “SB” e utilizzarla in tutte le comunicazioni verso l'esterno è disciplinata dai commi 376- 383 dell'art. 1 della Legge n.208/2015. Tale disposizione legislativa in particolare prevede²¹:

- a) Il bilanciamento degli interessi dei soci e con quello di coloro sui quali l'attività sociale può avere un impatto (le categorie sono indicate nell'art. 1 comma 376);

²⁰ L. Salvatore, *Le società benefit e la loro disciplina*, “Il nuovo diritto delle Società”, n. 15 (4), 2017, pp.36-68

²¹ M. Nessi e S. Della Bella, *Società benefit, disciplina generale e tax credit*, “La settimana fiscale”, n.22, 2022, pp. 39-43

- b) La finalità del beneficio comune deve essere perseguita in maniera conforme alle disposizioni indicate nello statuto;
- c) Il beneficio comune generato deve essere reale e tangibile e può concretizzarsi anche in un interesse generico (es. il sostenimento di associazioni presenti sul territorio);
- d) La società deve definire un responsabile a cui affidare i compiti e le funzioni necessarie a perseguire il beneficio comune, il c.d. “Responsabile di impatto” è scelto dall'organo amministrativo all'interno o all'esterno dall'ente (anche tra i medesimi amministratori);
- e) Gli obiettivi perseguiti e realizzati devono essere rendicontati annualmente mediante la predisposizione di una relazione annuale da parte dell'organo amministrativo ossia la “Relazione di Impatto” in merito al perseguimento del beneficio comune, da allegare al bilancio societario e pubblicare sul sito Internet della società;
- f) Gli amministratori hanno specifici obblighi e responsabilità all' interno della società in merito alla modalità di gestione, articolazione dell'organizzazione interna all'impresa e l'*accountability* della società che si aggiungono a quelli previsti dal Codice civile per il tipo societario prescelto. Valgono le disposizioni indicate dall'art.2497 e ss del c.c. in riferimento al principio della corretta gestione societaria e imprenditoriale delle società eterodirette. Gli amministratori devono agire seguendo diligenza e perizia

richiesta dalla natura dell'incarico anche a favore di interessi diversi da quelli delineati dai soci, valutando l'impatto che le decisioni gestionali producono sulle finalità ulteriori espresse nello statuto²²;

- g) L'organo di controllo (ove nominato) ha l'onere di esaminare la correttezza dell'operato degli amministratori sia in merito al bilanciamento dell'interesse dei soci che alla finalità del beneficio comune, valutando in particolar modo l'adeguatezza dell'assetto organizzativo e amministrativo/contabile della società;
- h) Le società benefit sono soggette alla vigilanza dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) che detiene poteri sanzionatori. Il mancato perseguimento della finalità del beneficio comune da parte della società è soggetto alle disposizioni, del Dlgs 2 agosto 2007, n.145, in materia di pubblicità ingannevole e alle disposizioni del Codice del consumo (Dlgs 6 settembre 2005, n.206) in materia di pratiche commerciali scorrette²³.

²² V. Tibiletti, *Le società benefit italiane in continua crescita*, "Amministrazione e finanza", n.35 (7), 2020,

²³ Assonime, *La disciplina delle società benefit*, circolare n.19, "Diritto societario", 2016

1.2.3. I vantaggi delle Società Benefit

La scelta di una società di divenire *benefit* deve essere alla base dell'identità dell'azienda, la cui ragion di essere va al di là dello scopo di lucro poiché la definizione del modello giuridico influenza nel lungo termine l'operato dell'attività economica. I vantaggi derivanti dalla costituzione di una Società Benefit riguardano i seguenti aspetti²⁴:

- Miglioramento dell'immagine e della reputazione aziendale: più l'azienda è sensibile al tema della sostenibilità e si impegna attivamente a generare un impatto positivo mediante il suo operato, tanto più acquisisce un ruolo rilevante nel mercato di riferimento al riparo dai fenomeni di *greenwashing*²⁵ ed *ethics washing* operando in maniera responsabile e trasparente;
- Ruolo di leader e guida del cambiamento: la Società Benefit può trasmettere pratiche educative sostenibili ad altre imprese (come i fornitori, start up in cui investe), facilitando le contaminazioni e accelerando la transizione sistemica verso un nuovo paradigma economico;
- Vantaggi di mercato e miglior posizionamento: in particolar modo nei settori relativamente immaturi riguardo al tema della sostenibilità vi è un'opportunità

²⁴ PWC, *Società benefit un nuovo paradigma imprenditoriale*, 2021, pp. 1-40

²⁵ V. D'Angerio, *I vantaggi delle società benefit: ecco i passi da fare per trasformare l'azienda*, "IlSole24Ore", 2021

di investimento per i segmenti di consumatori orientati agli acquisti sostenibili (es. biologico);

- Ottimizzazione dell'attività e riduzione dei costi: adottare comportamenti virtuosi, nel campo produttivo e ambientale, consente di ottimizzare le risorse e ridurre gli sprechi;
- Vantaggi fiscali e spese agevolate: data la mancanza di specifiche disposizioni normative, alle Società Benefit sono applicati criteri di tassazione previsti in materia di diritto di impresa. Il vantaggio fiscale risiede nel riconoscimento di un contributo (nella forma di credito d'imposta) nella misura del 50% (limite di 10.000 euro) dei costi sostenuti per la costituzione o trasformazione della società benefit come previsto dall'art.38-ter DI 34/2020, convertito dalla L.77/2020²⁶. Inoltre, sono agevolate le spese relative alla costituzione o trasformazione in "SB" sostenute dal 19 luglio 2020 fino al 31 dicembre 2021. Tra queste vi sono le spese notarili e di iscrizione nel Registro delle imprese, le spese attinenti all'assistenza professionale e alla consulenza ricevuta e direttamente destinate alla costituzione, sono esenti le spese concernenti a imposte e tasse;

²⁶<https://www.mise.gov.it/index.php/it/incentivi/credito-d-imposta-societa-benefit?>

- Attrarre talenti e trattenerli: si prevede che i Millennial rappresenteranno il 75% della forza lavoro a livello globale entro il 2025²⁷, il 77% di essi dichiara che²⁸ “*lo scopo dell’azienda è il motivo principale per cui scelgono un certo datore di lavoro*”. Un’azienda lungimirante e impegnata a raggiungere un impatto positivo sulla società esercita un maggiore *appeal* che le permette di attrarre i talenti del futuro a beneficio anche della produttività²⁹;
- Ridefinizione del ruolo del management: il profilo giuridico della Società Benefit concede una tutela legale ai manager per bilanciare gli interessi multipli di tipo finanziario (anche di fronte a una ipotesi di vendita o per società quotate in borsa);
- Attrarre investitori anche istituzionali: la veste legale di Società Benefit salvaguarda la responsabilità di un’azienda nei confronti dell’*impact investing* nel perseguire la propria *mission* ambientale/o sociale nel futuro. Ciò determina un maggior grado di attrattività anche da parte di investitori istituzionali e consente di ottenere la premialità nei bandi di gare pubblici;
- Maggiore accesso agli investimenti di capitale privato: la Società Benefit soddisfa maggiori requisiti di *compliance* e *due diligence* rispetto a società che perseguono un unico scopo e offre maggiori tutele legali, di responsabilità e

²⁷<https://www.milanofinanza.it/news/le-societa-che-capiscono-i-millennial-ecco-quali-sono-secondo-mirabaud-am-202205251510077593>

²⁸ Deloitte, *Striving for balance, advocating for change*, Deloitte Millennial Survey, 2022, pp. 1-40

²⁹ <https://www.societabenefit.net/perche-diventare-societa-benefit/>

trasparenza nel perseguire la propria *mission*.³⁰ Inoltre, si valorizzano i risultati conseguiti verso gli *stakeholder* e si individuano le aree di miglioramento;

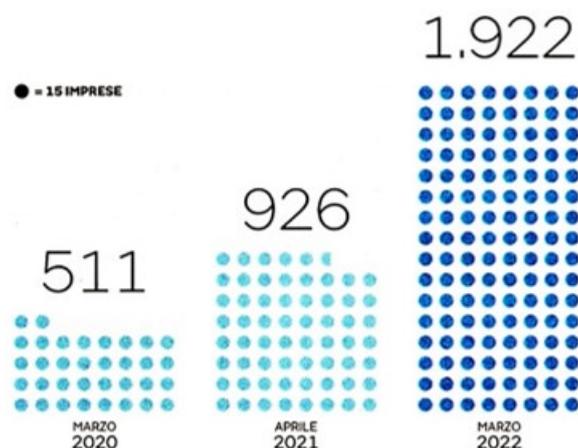
- Entrare a far parte di un *network* di imprese all'avanguardia: c'è la possibilità di instaurare un sistema di collaborazione imprenditoriale che migliora la relazione costi-benefici, permette di acquisire nuovi clienti ed incrementare la competitività.

1.2.4. Il fenomeno delle Società Benefit in Italia

Negli ultimi anni in Italia si registra un aumento del numero delle organizzazioni che hanno inserito la dicitura “benefit” nella loro denominazione sociale. Stando ai dati di InfoCamere le imprese che hanno scelto di perseguire un beneficio comune, oltre al profitto sono pressoché quadruplicate. Come riporta la rivista “IlSole24Ore” nell’articolo “*Non solo profitti: boom di società benefit in pandemia. Via agli incentivi*”, nel marzo 2022 le imprese *Benefit* hanno raggiunto il numero di 1.922 e nello stesso mese del 2020 durante il periodo pandemico da Covid, le imprese che vi aderivano erano poco più di 500 come mostrato dalla *figura 1* sottostante.

³⁰ L. Salvatore, *Le società benefit e la loro disciplina*, “Nuovo diritto delle Società”, n.15 (4), 2017, pp.36-68

Figura 1 - Imprese Benefit costituite dal marzo 2020 al marzo 2022

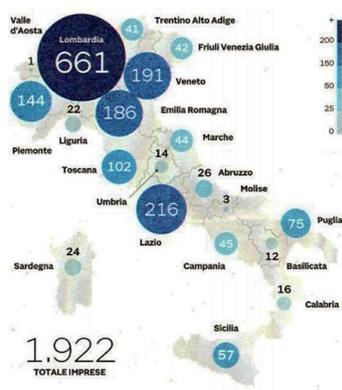


Fonte: "IlSole24Ore"

Il meccanismo propulsore che ha favorito la diffusione di tale modello giuridico può essere rintracciato non solo nei vantaggi di immagine, di reputazione, di maggiore libertà del management ma anche nell'agevolazione fiscale promossa dal Mise. Si tratta del riconoscimento del credito d'imposta del 50% a copertura delle spese di costituzione o trasformazione in Società Benefit per le imprese presenti sul territorio nazionale che si sono costituite o trasformate in SB nel corso dell'anno 2020 e 2021, con il termine di richiesta a partire dal 19 maggio e valido fino al 15 giugno 2022³¹.

³¹<https://www.mise.gov.it/index.php/it/notizie-stampa/imprese-mise-incentivi-per-le-societa-benefit>

Figura 2 - La mappa delle "SB" per regione di sede nel marzo 2022



Fonte: "IlSole24Ore"

La figura 2 raffigurante "la mappa delle "SB" per regione di sede" mostra la diffusione del modello giuridico di Società Benefit a livello territoriale nel periodo di marzo 2022. Dalla figura riporta si osserva che la regione Lombardia detiene 1/3 delle Società Benefit iscritte al Registro imprese e le regioni che la seguono per maggior numero sono Lazio (216), Veneto (191) ed Emilia-Romagna (186).

Figura 3 – Il dettaglio per tipo di Settore delle SB



Fonte: "IlSole24Ore"³²

Nella figura 3 “*Il dettaglio per tipo di Settore delle SB*”, tratta anch’essa dal medesimo articolo, riporta i dati di InfoCamere da cui si evidenzia che più del 97% delle imprese *Benefit* sono costituite nella forma di società di capitali e oltre la metà (976 su 1.922) opera nel campo dei servizi. Tra le ultime in classifica, invece, si posizionano la manifattura (254) e il commercio (169). In questo quadro, le Società *Benefit* possono essere considerate come gli attori principali di una *stakeholder economy* in fase di diffusione dei sistemi economici dei paesi avanzati.

1.3. IL MOVIMENTO DELLE AZIENDE B CORP

Le B Corp (o le B Corporation) sono aziende che formano un movimento globale, nato nel 2006 negli Stati Uniti, con finalità la diffusione di un modello più evoluto di business. Il movimento delle B Corp si impegna a misurare e considerare le proprie *performance* ambientali e sociali con la stessa attenzione rivolta ai risultati economici³³. L’obiettivo delle B Corp, dove “B” sta per “benefit”, ovvero il beneficio comune perseguito da questa forma di impresa, è di instaurare una competizione positiva tra tutte le aziende, affinché siano misurate e valutate nella loro attività attraverso uno stesso metro: l’impatto positivo sulle persone e sul pianeta.

³³ A. Gallarati, *Incentivi e controllo del mercato nella società benefit. Un’analisi economica e comparata*, “Contratto e impresa”, n.34 (2), 2018, pp.806 – 812

A fine 2021, le aziende B Corp erano 4.600 nel mondo, 1.400 in Europa e 140 in Italia, dove sono cresciute del 26% rispetto al 2020³⁴.

Figura 4- L'impatto delle B Corp del 2021



Fonte: Libro delle B Corp Nativa, 2021

Le imprese B Corp hanno lo scopo di realizzare un modello economico inclusivo, equo e rigenerativo con il fine di produrre un maggior valore economico, sociale e ambientale³⁵. Dal 2006 si osserva un crescendo di aziende certificate in 80 paesi, che complessivamente raggiungono un fatturato di circa 155 miliardi di dollari e coinvolgono un totale di 438 mila persone³⁶. I settori protagonisti sono 150: dall'agricoltura all'editoria, dalle attività finanziarie e assicurative al commercio al dettaglio. Tra le aziende B Corp certificate più note figurano: Patagonia, Nativa, Danone, Treadom, Illycaffè, Chiesi Farmaceutici, Save The Duck, 24 Bottles, Aboca, Tea Natura, Pukka, Gruppo Fileni, TooGoodToGo³⁷.

³⁴ https://www.repubblica.it/dossier/le-guide/aziende-b-corp/2022/02/25/news/aziende_b_corp_il_business_ha_due_anime-338899043/

³⁵ V. Coda, *Lo scopo dell'Impresa*, "Electronic Journal of Management", n.3, 2020, p.20

³⁶ B CORP, *IL PRIMO REPORT DELLE B CORP ITALIANO*, 2021, p.13

³⁷ Nativa, *THE BOOK. Il grande libro delle B Corp italiane*, 2021

1.3.1. La certificazione B Corp

Il termine B Corp è utilizzato non solo per indicare un movimento ma rappresenta anche una certificazione rilasciata dal B Lab, un ente *non-profit* statunitense, ad aziende che rispettano lo standard definito dal B Impact Assessment ³⁸.

Il B Lab è stato fondato da Jay Coen Gilbert, Bart Houlahan e Andrew Kassoy con la finalità di creare una *community* di imprese virtuose guidate dal principio della *triple bottom line* (*planet, profit, people*).

Il B Lab riconosce che standard aziendali sociali e ambientali di alta qualità richiedono un miglioramento continuo per soddisfare i principi di inclusione, indipendenza e credibilità. Il B Lab, inoltre, supporta pratiche aziendali socialmente consapevoli dando l'opportunità a un'impresa di adottare volontariamente standard decisionali responsabili. Per ottenere e mantenere la certificazione, le aziende devono raggiungere un punteggio minimo sul questionario di analisi delle proprie *performance* ambientali e sociali. Per ottenere la certificazione B Corp non è necessario conseguire lo stato giuridico di Società Benefit, seppure, per mantenerla l'impresa deve trasformarsi in tale forma. Il primo passo per diventare B Corp è misurare il vero valore che l'azienda sta creando per la società.³⁹ Il metodo migliore per farlo è utilizzare il B Impact Assesment (in seguito analizzato): uno strumento

³⁸ L. Hickman, J. Byrd, K. Hickman, *Explaining the Location of Mission Driven Business: An Examination of B Corps*, "The Journal of Corporate Citizenship", n. 55, 2014, pp. 13-25

³⁹ N. Misani, *Perché e come essere B Corp o Società Benefit*, "Economia & Management" n,1/2021 pp. 26 - 29

gratuito e completo che già più di 140.000 aziende nel mondo scelgono per valutare e migliorare le proprie *performance* aziendali. I requisiti per conseguire la certificazione B Lab sono:

- avere una *mission*, beneficio comune, che tenga in considerazione i lavoratori, la comunità, l'ambiente oltre che gli azionisti;
- raggiungere un punteggio di almeno 80/200 nello schema del B Lab di valutazione delle *performance*;
- sottoscrivere la Dichiarazione di Interdipendenza delle B Corp;
- pubblicare un rapporto periodico, il “B impact report” consultabile sul sito di B Lab.

La visione del B Lab è che tutte le aziende competano per essere “*le migliori per il mondo: per i lavoratori, per le comunità e per l'ambiente*”⁴⁰.

Nel mondo, le B Corp certificate si distinguono sul mercato da tutte le altre perché oltre a perseguire il profitto, innovano continuamente per massimizzare il loro impatto positivo verso i dipendenti, le comunità in cui operano, l'ambiente e tutti gli *stakeholder*⁴¹. La certificazione è un mezzo per creare una comunità visibile di leader credibili.

⁴⁰ D. Steingard, J. Coen Gilbert, *The Benefit Corporation: A Legal Tool to Align the Interest of Business with Those of Society; An Interview with Jay Coen Gilbert, Co – Founder, B Lab*, “Business and Professional Ethics Journal”, n. 1 (35) ,2016, pp. 5 - 15

⁴¹ S. Blasi, S.R. Sedita, *Mapping the emergence of a new organisational form: An exploration of the intellectual structure of the B Corp research*, “Corporate Social Responsibility and Environmental Management”, n.29, 2022, p. 108

1.4. LE PRINCIPALI DIFFERENZE TRA LA SOCIETÀ BENEFIT E LA B CORP CERTIFICATA

Le B Corp sono aziende a scopo di lucro certificate per soddisfare rigorosi standard di *performance* sociale e ambientale, responsabilità legale e trasparenza pubblica⁴².

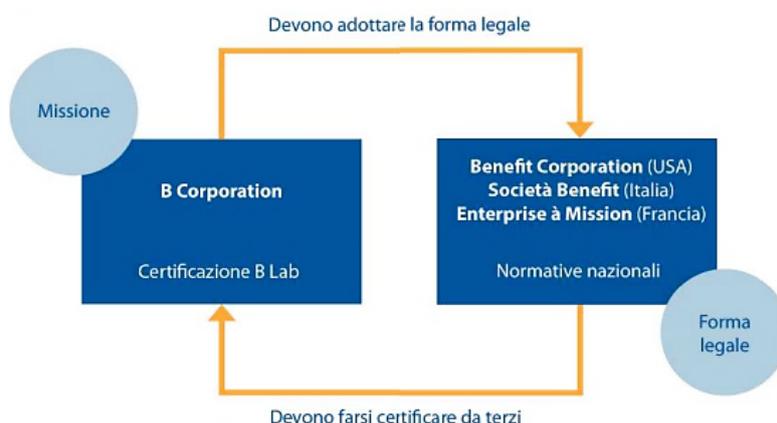
Le B Corp auspicano un futuro in cui tutte le aziende competano per essere le migliori per il mondo. Un'azienda che acquisisce la certificazione B Corp non varia l'entità legale, ma entra come un membro di un'associazione volontaria soggetta a uno standard di valutazione e di rating che sostiene la responsabilità aziendale in differenti aree dell'attività imprenditoriale.

La B Corp si interseca con il diritto societario nel momento in cui sono necessarie modifiche dell'atto costitutivo o dello statuto a seconda dello Stato in cui è registrata e delle relative disposizioni di legge⁴³.

⁴² M. Sciarelli, S. Cosimato, G. Landi, *Benefit Corporations Approach to Environmental, Social and Governance Disclosure: A Focus on Italy*, "Entrepreneurship Research Journal", n. 10, 2020, pp. 1-25.

⁴³ J. S. Hiller, *The Benefit Corporation and Corporate Social Responsibility*, "Journal of Business Ethics", n. 118 (2), 2013, pp. 287- 301

Figura 5 - Dalla B Corp alla forma legale e viceversa



Fonte: N. Misani, *Perché e come essere B Corp o Società Benefit*, "Economia & Management" n.1/2021 p.29

Il B Lab è stato il principale promotore di leggi statali sulla *Benefit Corporation* e ha incoraggiato l'adozione di questo modello da parte delle legislature statali in USA (in 34 Stati), in Italia, in Colombia e in Porto Rico⁴⁴.

Per le B Corp la responsabilità va oltre il mero rispetto dei requisiti legali, l'organizzazione si impegna a "prendersi cura" di tutti i soggetti che ruotano attorno ad essa: ai lavoratori, alle comunità dove operano, ai clienti e alla biosfera⁴⁵.

Tale responsabilità è garantita sia dall'ampliamento dei doveri fiduciari che dai requisiti di trasparenza.

⁴⁴ Nativa, *THE BOOK. Il grande libro delle B Corp italiane*, 2021

⁴⁵ M. Ferioli, *B Corp: un Nuovo Modello di Business per la Mobilità Sostenibile. il Caso del Gruppo Maganetti*, "Economia Aziendale Online – Business and Management Sciences International Quarterly Review", n.13 (1), 2022, pp.55-58

Tabella 1- Criteri della B Corp certificata e Società Benefit

Criteri	B Corp certificata	Società Benefit
Modello e orizzonte temporale	Un'azienda certificata B Corp dimostra di aver raggiunto rigorosi standard di prestazioni ambientali, di responsabilità e trasparenza nel breve termine (Honeyman, 2016) data la durata della certificazione ha una valenza limitata nel tempo poiché ha bisogno di essere rinnovata ⁴⁶ .	La Società Benefit è un modello giuridico che soddisfa volontariamente standard più elevati di scopo aziendale, responsabilità e trasparenza nell' orizzonte temporale del medio-lungo termine.
Relazione tra B Corp certified e Società Benefit	Le aziende B Corp certificate hanno la necessità di adottare la qualifica di Società Benefit entro due anni dalla certificazione ⁴⁷ .	Le Società Benefit non hanno l'obbligo di acquisire la certificazione B Corp.
<i>Accountability</i>	Gli amministratori devono considerare nel loro operato gli effetti delle loro decisioni	Valgono le stesse considerazioni.

⁴⁶ L. Michellini, G. Nigri, G. Iasevoli, C. Grieco, *B Corps and their social impact communication strategy: does the talk match the walk?*, Conferenza SIM 2016 XIII CONVEGNO ANNUALE DELLA SOCIETA' ITALIANA MARKETING Università di Cassino 20-21 ottobre 2016

⁴⁷ V. Tibilett, *Le società benefit italiane in continua crescita*, "Amministrazione", n. 35 (7), 2020, pp. 48-49

	seguendo un approccio <i>multistakeholder</i> ⁴⁸ .	
Trasparenza	Le informazioni sulle prestazioni di un'azienda devono essere valutate rispetto agli standard del B Lab e devono essere disponibili pubblicamente sul loro profilo B Corp sul sito Web di B Lab.	Corretta redazione e pubblicazione della "Relazione di Impatto".
<i>Performance</i> raggiunte	Le <i>performance</i> sono verificate e certificate dal B Lab mediante lo standard del B Impact Assesment, il cui valore deve raggiungere almeno il punteggio minimo di 80 punti sul 200.	La <i>performance</i> viene auto-dichiarata dal Responsabile di Impatto.
Controlli periodiche	Il rinnovo della certificazione è previsto ogni 3 anni ⁴⁹ .	L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) effettua delle verifiche per garantire la trasparenza.

⁴⁸ P. Gazzola, D. Grechi, P. Ossola, E. Pavione, *Certified Benefit Corporations as a new way to make sustainable business: The Italian example*, "Corporate Social Responsibility & Environmental Management", n. 26 (6), 2019, pp. 1435-1445

⁴⁹ <https://www.bcorporation.net/en-us/certification>

Supporto e uso del Brand “Certified B Corp”	Accessibilità ai servizi offerti dal B Lab e uso del logo “Certified B Corp” sui prodotti e in tutte le comunicazioni con l’esterno.	Impossibilità di usare il Brand certificato di B Corp.
Soggetti destinatari	Può diventare B Corp certificata qualsiasi azienda nel mondo che rispetta i requisiti del B Lab ⁵⁰ .	Possono diventare SB tutte le società appartenenti ai tipi societari descritti nel Codice civile dal libro V, titoli V e VI.
Oneri	Per ottenere la certificazione B Corp è necessario corrispondere una <i>fee</i> annua, in funzione del fatturato dell’azienda ⁵¹ .	In Italia gli oneri sono legati alle modifiche statutarie aziendali, si aggiungono le spese attinenti all’assistenza professionale e alla consulenza ricevuta.
Diffusione in Italia	Più di 140 sono B Corp, con un fatturato di 8 miliardi e più 15 mila dipendenti ⁵² .	Le Società Benefit registrate nel 2022 sono 1922.
Riconoscimento	Certificazione con valenza internazionale.	<i>Status</i> giuridico con valenza nazionale.

Fonte: Elaborazione propria

⁵⁰ <https://www.societabenefit.net/b-corp-e-societa-benefit-2/>

⁵¹ <https://bcorporation.eu/become-a-b-corp/pricing/>

⁵² Nativa, *THE BOOK. Il grande libro delle B Corp italiane*, 2021

1.4.1. Il vantaggio della certificazione B Corp

Il modello di Società Benefit adottato dall'aziende include numerosi vantaggi.

La domanda che si potrebbe porre a questo punto è: cosa spinge una società già SB a certificarsi B Corp?

Il processo di certificazione richiede un dispendio di tempo, di personale dedito a tale attività, la conoscenza di pratiche sostenibili, la volontà di applicarle ed infine sostenere i costi per l'intero *iter*. Non tutte le aziende dispongono di tali elementi, soprattutto per aziende con una struttura informale come molte PMI può ritenersi un ulteriore incombenza da affrontare.

Il punto cruciale è comprendere ciò che induce molte aziende italiane ad intraprendere il percorso di certificazione B Corp e quali sono i reali vantaggi che possono trarne. Una testimonianza di un'azienda italiana che ha affrontato tale sfida è la stata l'azienda di calzature milanese ACBC, fondata nel 2018 e nel 2021 diventa certificata B Corp, prima nel settore delle calzature⁵³.

In un'intervista riportata dal "Sole24Ore" Eric Ezechieli, co-fondatore di Nativa che ha seguito il processo di certificazione dell'azienda ACBC dichiara che: "*Gli investimenti in sostenibilità sono una garanzia per il futuro, anche perché aiutano a gestire al meglio le risorse e i loro costi, rendono le aziende più solide e come*

⁵³ <https://it.acbc.com/pages/about-us-1>

tali attraenti anche per gli investitori. La selezione sarà sempre più drastica per chi resterà indietro⁵⁴”.

Da questa dichiarazione si comprende come gli investimenti per la sostenibilità siano una necessità per amministrare le risorse in maniera efficiente e per veicolare l’interesse dei partner commerciali, dei finanziatori e dei consumatori.

Nel 2020, malgrado la pandemia causata dal Covid-19, le B Corp hanno saputo reagire alla crisi. Come è esplicitato dal primo Report italiano 2021 delle B Corp, le aziende certificate B Corp sono più resilienti nei confronti delle sfide economico e sociali, e addirittura a livello globale, il 66% delle aziende certificate ha riscontrato un aumento del fatturato e il 52% ha assunto nuovo personale⁵⁵.

Inoltre, nel 2021 le imprese B Corp in Italia sono giunte a quota 140 con una crescita del 26% rispetto all’anno precedente.

Uno dei vantaggi dell’essere B Corp è entrare a far parte di un movimento globale di leader che condividono i medesimi valori da cui originano le più note iniziative. Nel 2021, il movimento ha lanciato il progetto *#UnlockTheChange* (sbloccare il cambiamento), con lo scopo di sviluppare buone pratiche e policy condivise su aspetti legati all’educazione, alla parità di genere e al clima. Le aziende coinvolte

⁵⁴ C. Beghelli, *B Corp, ecco perché le pmi italiane della moda sono un modello di sostenibilità per il mondo*, “IlSole24Ore”, 2022

⁵⁵ Certificazione B Corporation, *Il primo report delle B Corp italiane 2021*, 2022 p.12

diventano promotrici del cambiamento e acquisiscono un ruolo chiave nel mercato di riferimento.

Tali aziende pertanto sono sottoposte a un processo continuo di miglioramento e di innovazione, diventando così un modello esemplare per le altre imprese che intendono avviare un percorso verso la sostenibilità.

Il secondo aspetto su cui riflettere è la motivazione che spinge una Società Benefit, che già persegue una finalità di bene comune, ad ottenere la certificazione B Corp.

La risposta può rintracciarsi nella valenza internazionale che acquisisce un'azienda che possiede la certificazione in virtù della quale può primeggiare nel mercato e farsi riconoscere dai consumatori⁵⁶. Inoltre, le aziende si avvicinano alla sostenibilità anche per ridurre gli sprechi migliorando i propri risultati economici.

La crisi climatica e la crisi energetica, con il conseguente rincaro delle *commodity*, hanno accelerato la ricerca da parte delle imprese di pratiche più sostenibili dal punto di vista ambientale, anche per ottenere maggiori benefici economici.

Per individuare i fattori critici che necessitano di essere migliorati dalle aziende, è indispensabile analizzare l'intera *supply chain* e gli impatti (positivi e negativi) ad essa correlati.

⁵⁶ R. Weber Kirst, M. Borchardt, M. N. Macedo de Carvalho, G. Medeiros Pereira, *Best of the world or better for the world? A systematic literature review on benefit corporations and certified B corporations contribution to sustainable development*, "Corporate Social Responsibility and Environment Management", 2021, n.28, pp. 1822–1839

Il sistema del B Impact assesment permette difatti di misurare e migliorare le proprie *performance*.

La certificazione B Corp rilasciata dal B Lab rappresenta quindi un riconoscimento di come l'azienda si sia impegnata nel suo percorso.

Un esempio è quello del Gruppo Fileni azienda marchigiana, leader italiana ed europea di carni avicole da allevamento biologico e terzo player nel settore avicunicolo nazionale⁵⁷. Come afferma Massimo Fileni, il vicepresidente della Gruppo Fileni: *“Essere diventata società B Corp non è un punto di arrivo ma una nuova tappa del nostro percorso che parte da lontano, [...] È innegabile che essere diventati B Corp ci porti dei vantaggi: ci differenziamo dal resto del mercato, e rafforziamo la credibilità verso il brand. Soddisfare gli standard di sostenibilità e innovazione diventerà un requisito fondamentale⁵⁸”*.

⁵⁷ <https://www.confindustria.an.it/visita-gi-fileni/>

⁵⁸ D. Colombo, *B-Corp. Nuovo step di Fileni, già società benefit*, “Mark up”, n. 29 (309), 2022, pp. 120-121

CAPITOLO II – LA RELAZIONE ANNUALE DI IMPATTO

2.1. LE CARATTERISTICHE DELLA RELAZIONE ANNUALE DI IMPATTO

Tra gli aspetti innovativi e sostanziali della disciplina delle Società Benefit vi è l'applicazione obbligatoria della misurazione e della valutazione degli impatti che la società genera durante l'esercizio della sua attività economica nei confronti dei vari *stakeholder*. È rilevante per tale forma giuridica rendicontare l'operato svolto mediante una valutazione qualitativa e quantitativa delle *performance* ambientali e sociali conseguite dalla società. Il perseguimento del beneficio comune da parte delle Società Benefit rappresenta un tratto identitario di tale modello⁵⁹.

Difatti, l'impresa benefit non necessariamente deve produrre “esternalità positive” nei confronti dei diversi portatori di interesse (“*persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, ed altri portatori di interesse*”⁶⁰) ma è sufficiente che siano adottati dalla Società Benefit le strategie e i processi produttivi

⁵⁹ M. C. Petrassi, *Le Società Benefit per le imprese pubbliche e private*, Editore Key, Milano (MI), 2021, Cap. I, p.44

⁶⁰ Legge n.208/2015, art. 1 del comma 376

atti a ridurre in modo significativo le esternalità negative generate dalla società nei confronti dei diversi *stakeholder*⁶¹.

Ai fini precettivi della rendicontazione spettante alle Società Benefit in merito al perseguimento del beneficio comune, è necessario chiarire chi siano i cosiddetti “*altri portatori di interesse*” enunciati dalla Legge n.208/2015, art. 1 del comma 376. Tali soggetti sono esplicitati nella Legge sopra citata al comma 378 nella lettera b), ovvero: “*il soggetto o i gruppi di soggetti coinvolti, direttamente o indirettamente, dall’attività delle società di cui al comma 376, quali lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile*”. È importante chiarire come il perseguimento del beneficio comune, l’elemento costitutivo delle Società Benefit ed oggetto pertinente alla Relazione di Impatto, non avvenga in modo esclusivo ma è concorrente con la finalità lucrativa⁶².

Allo scopo di consentire il monitoraggio dell’attività di beneficio comune svolta dalla Società Benefit, codesta è tenuta a redigere annualmente la Relazione di Impatto da allegare al bilancio societario come previsto dalla Legge 208/2015 nell’art. 1, comma 382⁶³, e da pubblicare “*nel sito internet della società, qualora esistente. A tutela dei soggetti beneficiari, taluni dati finanziari della relazione possono essere omessi*” (comma 383).

⁶¹ L. Salvatore, *Le società benefit e la loro disciplina*, “Il nuovo diritto delle Società”, n. 15 (4), 2017, p.264

⁶² M. Squeglia, *Le società benefit e il welfare aziendale. Verso una nuova dimensione della responsabilità sociale delle imprese*, “Diritto delle relazioni industriali”, n.30 (1), 2020, p.69.

⁶³ <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2015/12/30/15G00222/sg>

La *ratio* della norma risiede nella volontà del legislatore di garantire maggiore trasparenza nell'attività d'impresa e nell'attuazione degli obiettivi sanciti dallo Statuto a beneficio dei portatori di interesse che gravitano attorno all'azienda.

In merito al contenuto della disposizione (Legge 208/2015 nell'art. 1, comma 382), gli elementi che devono essere inclusi dalla Relazione annuale di Impatto sono i seguenti:

“a) la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;

b) la valutazione dell'impatto generato utilizzando lo standard di valutazione esterno con caratteristiche descritte nell'allegato 4 annesso alla presente legge e che comprende aree di valutazione identificate nell'allegato 5 annesso alla presente legge;

c) una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo⁶⁴.”

Si ritiene prudente per le Società Benefit la scelta di individuare degli obiettivi da perseguire concordi all'oggetto sociale, i quali devono essere specifici come indicato nella lettera *a) del comma 382*, o meglio SMART (specifici, misurabili, raggiungibili, rilevanti, basati sul tempo), in modo tale che l'azienda nel loro

⁶⁴ Legge 208/2015 nell'art. 1, comma 382

perseguimento si possa reputare credibile e la loro realizzazione sia in grado di produrre degli impatti positivi. Affinché l'intera platea di lettori possa comprendere al meglio le strategie adottate dall'azienda è necessario illustrare le “*modalità e le azioni attuate dagli amministratori*”⁶⁵. La norma prevede che vengono analizzate le circostanze che non hanno permesso il pieno raggiungimento degli obiettivi. Tale disposizione è una misura di salvaguardia per gli amministratori e allo stesso tempo garantisce la trasparenza della Relazione al suo pubblico di lettori.

2.1.1. La responsabilità per il mancato perseguimento del beneficio comune

La normativa delle Società Benefit prevede l'individuazione di uno o più soggetti responsabili da parte dell'organo amministrativo a cui assegnare funzioni e compiti concernenti il perseguimento del beneficio comune, consolidando in tal modo l'assetto organizzativo a garanzia di un efficiente conseguimento degli obiettivi sociali. Si delinea una responsabilità in capo a codesti soggetti (responsabili di impatto) che non esonera gli amministratori dalle responsabilità per non aver adempiuto agli obblighi di legge e l'organo di controllo della società per non aver vigilato in tal senso⁶⁶. Difatti, l'obbligo di autovalutazione dell'Impatto generato ricade sugli amministratori delle Società Benefit, i quali possiedono le medesime

⁶⁵ A. Daccò, *Le società benefit tra interesse dei soci e interesse dei terzi: il ruolo degli amministratori e i profili di responsabilità in Italia e negli Stati Uniti*, 74 (1), 2021, pp. 40-45

⁶⁶ E. De Sabato, F. Fugiglando, *Le società benefit*, “Giuffrè Editore”, Milano, 2021, pp. 42- 48

responsabilità previste dal diritto societario, con alcune specificità derivanti dalla peculiare natura di questa società⁶⁷. Tale aspetto è sancito dalla L. 208/2015 al comma 381, secondo la quale, la trasgressione degli obblighi previsti dalla medesima Legge al comma 380 può rappresentare l'inadempimento dei doveri in capo agli amministratori stabiliti dalla legge e dallo statuto. Il presente inadempimento implica l'applicazione di quanto previsto dal Codice civile in relazione a ciascun tipo di società in tema di responsabilità degli amministratori.

Gli amministratori sono responsabili solo per i danni attribuibili alla carenza di diligenza nella condotta degli affari sociali o all'inadempimento degli specifici obblighi previsti dalla legge. Tuttavia, gli amministratori non possono essere imputati per i risultati negativi della gestione che riguardano sia l'interesse dei soci che gli interessi di beneficio comune. Nelle Società Benefit opera il principio della *Business Judgement Rule*⁶⁸, secondo il quale, le decisioni assunte dagli amministratori non possono dare origine a responsabilità qualora esse si rivelino erranee o dannose a posteriori, purché adottate con diligenza e nel perseguimento dell'interesse sociale. La redazione della Relazione annuale di Impatto costituisce, inoltre, un valido ausilio per l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato nell'esercizio dei suoi poteri sanzionatori nei riguardi delle società che abbiano usufruito della denominazione SB senza realmente perseguire il beneficio

⁶⁷ Assonime, *La disciplina delle società benefit*, circolare n.19, "Diritto societario", 2016, p. 26

⁶⁸ Assonime, *Doveri degli amministratori e sostenibilità*, "Note e Studi", 2021, p. 4

comune⁶⁹. Dietro la qualifica di Società Benefit e la pubblicizzazione di detto *status* si celano importanti opportunità di marketing⁷⁰. La pubblicazione della Relazione annuale di Impatto acquisisce rilevanza poiché si configura come lo strumento mediante il quale le Società Benefit hanno il privilegio di diffondere le informazioni specifiche sull'attività svolta al mercato. Tale scopo permette altresì di fornire ai soggetti interessati a investimenti sostenibili gli elementi idonei per valutare le *performance* dell'impresa e sui quali fondare le proprie strategie di investimento.

2.1.2. La Valutazione di Impatto

La valutazione di impatto generato (lettera *b*) rendicontato nella Relazione annuale di Impatto, costituisce un valore strategico per l'impresa *benefit* e rappresenta il cuore del processo che consente di far comprendere a tutti i soggetti interessati come la società si sia messa in gioco per creare valore per tutti gli *stakeholder*.

In questo passaggio, si valuta come l'impegno dell'impresa, tradotto in azioni, possa concretizzarsi in un miglioramento per la comunità e il territorio oltre che per la stessa azienda. La valutazione degli impatti consente di valutare gli effetti, sia qualitativamente che quantitativamente, delle attività che l'azienda svolge nei

⁶⁹ M. Petrella e L. Sagulo, *Società benefit: cosa scrivere nella relazione annuale da allegare al bilancio*, "IPSOA Quotidiano", 2022

⁷⁰ G. Colletti, *Azioni misurabili e trasparenti per il marketing delle B-corp*, "Il Sole 24 Ore", 2022

confronti di un grande numero di soggetti: il territorio, i soci, i fornitori, l'ambiente, i clienti, gli utenti, i finanziatori, gli enti pubblici e gli azionisti⁷¹.

“La Valutazione di Impatto oltrepassa la logica di misurazione input/output e si focalizza sull'outcome generato, sugli effetti di medio-lungo periodo che gli output producono sulla condizione degli stakeholders⁷²”.

La volontà di valutare gli impatti generati trova origine nel problema dell'economia ecologica circa la “scarsità delle risorse”. *“Can we grow forever?⁷³”* è la domanda che molti economisti si sono posti, da David Ricardo, Thomas Malthus a Jhon Stuart Mill. Tale quesito è il tema protagonista del libro *“The Limits to Growth”*, secondo cui il sistema globale naturale non è in grado di sostenere gli attuali tassi di crescita economica e demografica entro i prossimi cento anni, anche con uno sviluppo tecnologico avanzato⁷⁴. Le risorse naturali sono sempre più scarse, perciò, diviene indispensabile per le aziende dimostrare la loro capacità di generare valore condiviso anziché costituire un'attività meramente estrattiva.

I fenomeni del *Climate change* e il *Global warming* sono causati dalle attività antropiche che hanno immesso nell'atmosfera CO₂ e altri Gas climalteranti, che

⁷¹ P. Biancone, S. Secinaro, V. Brescia, *The accounting innovation by welfare indicators*, “Economia Aziendale Online 2000 Web”, 9 (2), pp. 127- 133

⁷² E. Di Maria e C. A. Strazzeri, *Linee guida per la valutazione d'impatto delle società benefit e la rendicontazione sociale*, “Wolters Kluwer Italia Editore”, Milano, 2022, Cap 1, p.14

⁷³ <https://www.weforum.org/agenda/2022/09/can-the-economy-grow-for-ever-teded/>

⁷⁴ D. H. Meadows, D. L. Meadows J. Randers, W. Behrens, *The Limit to Growth*, “A Report for THE CLUB OF ROME'S Project on the Predicament of Mankind”, Universe Books, United States of America, 1972, pp.185- 196

hanno provocato, un aumento della temperatura e alterato il sistema climatico globale⁷⁵. All'interno di questo scenario critico, la valutazione di impatto detiene un importante compito che è quello di far affiorare alle imprese una maggior consapevolezza in grado di stimolare l'adozione di pratiche più sostenibili nel lungo termine e meno impattanti per il benessere della collettività e del pianeta.

Incorporare le finalità ambientali e sociali nel business in cui un'azienda opera permette di creare una nuova "funzione di produzione di valore dell'impresa" in cui vengono a modificarsi o aggiornarsi i processi e i prodotti realizzati⁷⁶.

In aggiunta alle definizioni sopra riportate, la Valutazione di Impatto può essere intesa anche come uno strumento di apprendimento che consente di acquisire maggiori informazioni della struttura dei processi interni e facilita il confronto tra valori e misure (endogeni ed esogeni) che agevolano un processo di miglioramento continuo. Da tale processo scaturisce una forte propensione all'innovazione aziendale che a sua volta può essere radicale (es. da uso di materie prime non rinnovabili ad uso di materie compostabili) o incrementale (es. realizzazione di prodotti meno energivori).

Le grandi imprese possono servirsi di tale strumento per comprendere il ruolo che l'azienda assume all'interno delle filiere o più in generale nelle catene del valore

⁷⁵ <https://unfccc.int/cop27>

⁷⁶ M. Dallochio, E. Teti, *Valore, impresa e sistema paese: Strategie d'azienda per la generazione di valore sostenibile*, "Egea Editore", Milano, 2011, Cap. 3, pp. 48-56

(locale, nazionale, globale). Le imprese leader del mercato possono promuovere e sostenere un *upgrading* dei propri fornitori dando un impulso positivo all'intera *supply chain*⁷⁷. Nella Valutazione di Impatto si vanno ad identificare gli attori con cui l'azienda collabora. In questo modo si raccolgono gli *input* e i *feedback* che permettono all'impresa di definire una proposta di valore vincente e si migliora anche la qualità delle relazioni con i diversi *stakeholder*.

Le grandi imprese possono quindi farsi portavoce di un movimento globale e creare una *community* costituita da una vasta rete di aziende in cui si configurano meccanismi di scambio di conoscenze e si genera un'opportunità di apprendimento⁷⁸. Anche per le imprese più piccole la Valutazione di Impatto rappresenta un'opportunità per distinguersi dal mercato, avviare collaborazioni lungo la filiera e delineare nuove possibilità per inserirsi nella catena di valore. Le imprese di piccole dimensioni che investono nella sostenibilità e nei suoi strumenti sono percepite meno rischiose e più resilienti dagli operatori finanziari⁷⁹.

In questa prospettiva la Valutazione di Impatto contribuisce a delineare il profilo di rischio dell'azienda favorendo l'attrattività degli investimenti.

⁷⁷ E. Di Maria e C. A. Strazzeri, *Linee guida per la valutazione d'impatto delle società benefit e la rendicontazione sociale*, "Wolters Kluwer Italia Editore", Milano, 2022, Cap.3, p. 51

⁷⁸ P.M. Ferrando, *Il purpose, ovvero: quale impresa per uno sviluppo sostenibile ed inclusivo?*, "Electronic Journal of Management, Impresa Progetto", n.1, 2022, pp 1- 13.

⁷⁹ L. Simonetti, *Finanza sostenibile e banche centrali. Nuovi attori per una geografia finanziaria in evoluzione*. "Bollettino della Società Geografica Italiana", serie 14, 5(1), 2022, pp. 3- 12

2.1.3. Lo Standard di valutazione esterno

La disciplina delle Società Benefit prevede una valutazione degli impatti prodotti nel corso dell'esercizio facendo uso di uno standard di valutazione esterno con caratteristiche descritte nell'allegato 4 dell'art. 1, comma 378 della L.208 del 2015.

Secondo tale norma lo standard deve essere:

“1. Esauriente e articolato nel valutare l'impatto della società e delle sue azioni nel perseguire la finalità di beneficio comune nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, attività culturali, enti e associazioni e altri portatori di interesse;

2. Sviluppato da un ente che non è controllato dalla società benefit o collegato con la stessa;

3. Credibile perché sviluppato da un ente che

a) ha competenze necessarie per valutare l'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso

b) utilizza un approccio scientifico e multidisciplinare per sviluppare lo standard, prevedendo eventualmente anche un periodo di consultazione pubblica.

4. Trasparente perché le informazioni che lo riguardano sono rese pubbliche, in particolare:

a) i criteri utilizzati per la misurazione dell'impatto nel suo complesso;

b) le ponderazioni utilizzate per i diversi criteri previsti per la misurazione;

c) *l'identità degli amministratori e dell'organo di governo dell'ente che gestisce lo standard di valutazione;*

d) *il processo attraverso il quale vengono effettuate modifiche e aggiornamenti allo standard;*

e) *un resoconto delle entrate e delle fonti di sostegno finanziario dell'ente per escludere eventuali conflitti di interesse”.*

La legge non prescrive il ricorso ad uno specifico standard, in quanto esistono numerose tipologie di standard, indicatori compositi, linee guida, diffusi sia a livello nazionale che internazionale. Gli strumenti considerati adeguati da Assobenefit⁸⁰ per valutare l'impatto generato da un'impresa nel suo esercizio sono il B Impact Assessment, il NeXt Index, la Matrice del Bene comune, l'Ecovadis e il SABI⁸¹. Si tratta di strumenti che si basano sulla compilazione di un questionario con domande chiuse e/o aperte che generano un punteggio utile all'autovalutazione dell'azienda e a produrre un rating delle proprie *performance*⁸².

Le imprese possono anche applicare strumenti per misurare e valutare le *performance* in termini di impatto specifico (come il benessere dei dipendenti, l'efficacia di protocolli medici per aziende del settore sanitario) connessi agli obiettivi che l'impresa si pone in relazione alle proprie finalità di beneficio comune.

⁸⁰ Associazione Nazionale delle Società Benefit

⁸¹ R. Bianchi, B. Scappini, *Società Benefit: gli strumenti per valutare l'impatto*, “Fisco e Tasse”, 2022

⁸² <https://goodpoint.it/reporting-strumenti-societa/>

Rientra in questi strumenti, il Social Return of Investment (SROI). Per quanto riguarda i GRI e i SASB, essi rappresentano standard di reporting di sostenibilità ma non sono strumenti puramente di valutazione di impatto. Tuttavia, essi possono essere validi per la redazione della Relazione in quanto strumenti di reporting, di natura più rendicontativa. Le norme ISO come ISO 14001 (Sistemi di gestione ambientale), ISO 26000 (Responsabilità sociale), seppur attinenti alle tematiche di sostenibilità ambientale e sociale non rientrano propriamente tra gli strumenti di valutazione e di rendicontazione poiché rappresentano delle guide operative (ISO 26000) o standard di certificazione (ISO 14001).

2.1.4. Le Aree di valutazione

L'allegato 5 della Legge 208/2015 stabilisce le specifiche aree di valutazione definite dall'art. 1 comma 387 come "ambiti settoriali" che devono essere inevitabilmente presenti nella valutazione dell'attività di beneficio comune.

Le quattro aree di analisi sono le seguenti:

“1. Governo d’impresa, per valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento degli stakeholders, alla di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società.

2. Lavoratori, per valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale,

qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro;

3. Altri portatori d'interesse, per valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura;

4. Ambiente, per valutare gli impatti della società con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti/servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita”.

Le aree identificate dalla normativa sembrano ricalcare la configurazione delle aree di valutazione del B Impact Assessment. Tale similarità trova l'esordio nell'antecedente profilazione del sistema di misurazione promosso del B Lab rispetto alla forma giuridica delle Società Benefit. Difatti sono state le prime aziende certificate B Corp a sentire la necessità di proteggere la propria *mission* e a incoraggiare la diffusione delle *Benefit Corporation* in America e delle Società Benefit in Italia come strumento indispensabile per adeguare la forma giuridica aziendale alle finalità dei soci e azionisti⁸³. Nel caso specifico delle aree di valutazione del BIA assume rilievo un'ulteriore area non prevista dalla normativa

⁸³ P. Virano, *Le società benefit davvero cambieranno l'economia? (quesiti non risolti)*, "Nuovo notiziario giuridico", 2, 2016, pp. 340-365

delle Società Benefit (nelle aree di valutazione dell'allegato 5). Questa area addizionale è l'“Area clienti” in cui si valuta il valore che l'azienda crea per i propri clienti, in merito alla sicurezza del prodotto, alla privacy e sicurezza dei dati⁸⁴.

Nella prassi, le Società Benefit che sono altresì B Corp certificate utilizzano lo standard B Impact Assessment per la Relazione annuale di Impatto approfondendo l'analisi dell'area di valutazione supplementare.

2.1.5. Lo Stato dell'arte della Relazione annuale di Impatto

La Relazione di Impatto costituisce un obbligo normativo per le Società Benefit al fine di garantire la trasparenza e l'attendibilità nelle attività effettuata da un'azienda. Queste finalità si determinano per l'esigenza di assoggettare l'operato svolto ad una valutazione degli impatti che si sono riversati sull'ambiente, sul territorio e sulle persone.

Nella situazione riscontrata da una ricerca condotta dal NISB⁸⁵ nel 2021 emerge che solo il 20% di più delle mille Società Benefit italiane hanno effettuato almeno una valutazione di impatto e il 4% di queste Società lo ha rendicontato e pubblicato sulla propria pagina web ogni qualvolta previsto dall'obbligo di legge⁸⁶.

⁸⁴B Impact Assessment, “Aree di Impatto: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti”: (<https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000574683-impact-areas-governance-workers-community-environment-and-customers>)

⁸⁵ Il Network Italiano delle Società Benefit ha la finalità di valorizzare e consentire la creazione di un network tra le società Benefit italiane

⁸⁶ F. Pezzatti, *Il lettore chiede lumi sulle società benefit e sulle differenze rispetto al concetto Esg*, “Plus24”, 2021, p.12

Nell'articolo del "Il Sole 24 Ore" dal nome "*Il lettore chiede lumi sulle società benefit e sulle differenze rispetto al concetto Esg*" si riporta la preoccupazione del presidente NISB, Giuseppe Bruni, secondo cui sono ancora numerose le imprese che seppur sono soggette al vincolo normativo in quanto *Benefit* non hanno compiuto il processo di valutazione di impatto indispensabile per la redazione della Relazione di Impatto. Da tale considerazione può sorgere il dubbio sulle reali intenzioni di alcune Società Benefit che si definiscono tali e se la qualifica venga impiegata per fregiarsi e ottenere un ritorno di immagine⁸⁷. Il mancato deposito della Relazione annuale e della Valutazione di Impatto trasgrediscono l'obbligo imposto dalla normativa di riferimento. In questa fattispecie costituirebbe un inadempimento da parte del consiglio di amministrazione anche se non rappresenta la prova che la società non persegua il beneficio comune.

La mancata trasparenza nella produzione e pubblicazione della Relazione può essere legata, per certi aspetti, alla complessità nell'effettuare una valutazione di impatto caratterizzata da una "estrema fluidità" generata dall'ampiezza normativa che richiede alle imprese specifiche competenze sul tema⁸⁸.

Seppur si riscontra per le Società Benefit la rilevanza della rendicontazione non si può trascurare la loro difficoltà nell'attuazione.

⁸⁷ V. Uva, *Gli studi fanno rotta sulle Società Benefit*, "IlSole24Ore", 2021, p. 15

⁸⁸. De Sabato, F. Fugigliando, *Le società benefit*, Giuffrè Editore, Milano, 2021, pp.51- 71

Nel questionario conoscitivo della “Valutazione d’Impatto delle Società Benefit” realizzato nel 2021⁸⁹ da Assobenefit, che ha coinvolto 40 imprese è stato richiesto: *“Quanto ritenete importante, per il vostro business e per i riflessi che ne derivano, che la rendicontazione (e quindi la metodologia scelta) sia soggetta a ‘certificazione’ o riscontro indipendente da parte di un Ente terzo?”*

Il 50% delle rispondenti afferma che è “molto importante”.

Il 17,5% ha ritenuto che si tratti di una scelta “essenziale”, per ragioni di trasparenza e chiarezza sull’efficacia dei risultati conseguiti in relazione agli impatti.

Il 25% degli intervistati invece lo ritiene “poco/per niente importante”, la ragione principale esplicitata nel questionario è riconducibile per molti casi a un costo aggiuntivo che grava sull’impresa. Se nella precedente analisi del NISB si riscontrava una difficoltà nella scelta e applicazione dei metodi attuativi in quest’ultima si mostra come il fattore “costo” per alcune Società Benefit possa rappresentare un’aggravante per l’azienda. Emerge la necessità per le Società Benefit di definire un quadro più coinciso delle metodologie di valutazione di impatto e di rendicontazione che possano facilitarne la stesura.

⁸⁹ Assobenefit, “LA VALUTAZIONE D’IMPATTO DELLE SOCIETÀ BENEFIT- Risultati del questionario conoscitivo”, 2021 (<https://assobenefit.org/le-nostre-attivita/ricerca-divulgazione/la-valutazione-di-impatto>)

2.1. UN CONFRONTO TRA LA RELAZIONE ANNUALE DI IMPATTO E LA DNF

Negli ultimi anni, si è sempre più sviluppata la sensibilità da parte degli operatori di mercato verso i temi ESG. I manager delle imprese sentono ancor più la necessità di includere gli aspetti sociali e ambientali nella propria strategia di business e nei rapporti con le parti interessate⁹⁰. L'approccio alla sostenibilità da parte delle imprese è stato foraggiato in buona parte dalle iniziative promosse a livello europeo. Nel corso degli anni si sono evidenziati i limiti dell'informativa del Bilancio di esercizio poiché tale strumento si focalizza sull'esercizio concluso e fornisce una rappresentazione parziale dei fenomeni e una limitata visione dei rischi aziendali. Questi elementi rendono il Bilancio di esercizio un documento insufficiente per gareggiare in uno scenario altamente competitivo in cui è fondamentale distinguersi nel mercato. Nonostante il Bilancio di esercizio resta il principale documento di comunicazione aziendale, nel tempo si è dissolta la sua significatività. Ciò è accaduto per via dell'accrescimento della rilevanza degli aspetti intangibili e per la mancata possibilità di catturare completamente tutti i fattori che generano valore per l'azienda e che garantiscono il suo successo nel futuro⁹¹.

⁹⁰ M. Carbonaro, *L'impresa sostenibile spinge per studi legali più multidisciplinari*, "Il Sole 24 Ore" 2021

⁹¹ B. Arru, M. Ruggieri, *Benefici della Corporate Social Responsibility nella Creazione di Valore Sostenibile: il Ruolo delle Risorse di Competenza e del Capitale Reputazionale*, "Economia Aziendale Online", 2016, pp. 17-32

Per tali motivazioni, le imprese hanno affiancato la stesura del Bilancio di esercizio ad altri documenti non strettamente finanziari come: il Bilancio ambientale, il Bilancio sociale, il Bilancio di sostenibilità, il Bilancio degli intangibili, il Bilancio globale, il Bilancio integrato, la DNF (Non Financial Disclosure) e la Relazione annuale di Impatto. La DNF e la Relazione annuale di Impatto sono entrambi documenti subordinati a disposizioni normative, che seppur differenti, impongono ai corrispettivi soggetti destinatari l'obbligo redazionale a differenza degli altri documenti elencati la cui predisposizione è facoltativa (ad esclusione del Bilancio di esercizio). Le due Disclosure condividono contenuti che per certi aspetti possono considerarsi simili seppur rimangono documenti che rispondono a esigenze diverse e a oggetti dimensionali differenti. La DNF è rivolta principalmente al pubblico di investitori e creditori aziendali, pertanto è redatta da aziende quotate.⁹²

La Relazione d'Impatto, invece, è indirizzata a un'ampia platea di *stakeholder* e può essere effettuata anche da società non quotate di piccole dimensioni. Nel caso in cui un'impresa è sia una Società Benefit che una società assoggettata alla disciplina prevista dal Non Financial Reporting, potrà predisporre due report distinti o un unico che racchiuda le informazioni richieste da ambedue le normative, con adeguati riferimenti ed apposite sezioni.

⁹² L. Solimene, *Reporting non finanziario, lo stato dell'arte*, "IlSole24Ore" EdicolaFisco, 2021, pp. 34-40

La Direttiva 2014/95/UE “*Disclosure of non financial reporting and diversity information*” (NFRD) ha introdotto obblighi specifici di pubblicazione di informazioni di carattere non finanziario e sulle politiche in materia di diversità.

In Italia la direttiva europea è stata recepita con il Dlgs. 30 dicembre 2016 n.254 che ha previsto l’obbligo di redazione della Dichiarazione Non Finanziaria (DNF) per gli Enti di interesse pubblico di “grandi dimensioni”.

In base all’art. 16, comma 1, d.lgs. n. 39/2010, gli Enti di interesse pubblico sono⁹³:

- a) le società italiane emittenti di valori ammessi alla negoziazione nei mercati regolamentati italiani e Ue
- b) le banche
- c) le imprese di assicurazione
- d) le imprese di riassicurazione con sede legale in Italia e le sedi secondarie in Italia delle imprese di riassicurazione extracomunitarie.

Tra questi sono tenuti a redigere la DNF coloro che rispettano i seguenti criteri⁹⁴:

- gli Enti di interesse pubblico (o E.I.P.) che durante l'esercizio finanziario, su base consolidata hanno avuto un numero di dipendenti superiore a 500

⁹³ A. Fedi, *La Responsabilità amministrativa delle società e degli enti*, “Dichiarazione non finanziaria e impatti 231”, n.2, 2019, pp.149-150

⁹⁴ <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/01/10/17G00002/sg>

- E.I.P. che alla data di bilancio hanno uno stato patrimoniale superiore a 20 milioni di euro o il totale dei ricavi netti delle vendite e delle prestazioni superiore a 40 milioni di euro.

La DNF può essere applicata stando al Dlgs. 30 dicembre 2016 n.254 in maniera facoltativa da tutti gli altri soggetti.

I temi della Non Financial Disclosure si allineano per certi aspetti alle specifiche “aree di valutazione” trattate dall’allegato 5 della Legge 208/2015 in merito alla Relazione annuale di Impatto delle Società Benefit⁹⁵.

I temi previsti dall’art. 3 del D.lgs. 254/2016 riguardo alla DNF sono attinenti all’ambiente (es. utilizzo di risorse energetiche prodotte da fonti rinnovabili), al sociale (es. relazioni con la comunità e fornitori), alla diversità (es. politiche attuate in materia di diversity), al personale (es. azioni realizzate per garantire la parità di genere), alla lotta alla corruzione attiva e passiva (es. strumenti applicati), rispetto dei diritti umani (es. misure poste per impedire la violazione).

Tali tematiche acquisiscono rilevanza in base alla specifica attività di impresa e alle sue caratteristiche, inoltre permettono di comprendere l’impatto prodotto rispetto ai diversi ambiti della sostenibilità in relazione ai rischi generati e subiti⁹⁶.

⁹⁵ P. Butturini, *La relazione annuale della società benefit nel sistema del bilancio d’esercizio*, “Giurisprudenza commerciale”, Vol. 47 (3), 2020, pp. 572- 593

⁹⁶ M. Prisco, *La Dichiarazione non Finanziaria si applicherà alle PMI quotate*, “Norme&Tributi Plus Diritto”, 2021

2.2.1. La pubblicità e la trasparenza

La DNF e la Relazione annuale di Impatto sono entrambi documenti che attengono al principio di trasparenza per salvaguardare gli interessi degli *stakeholder*.

Le Società Benefit, infatti, sono tenute a redigere la Relazione annuale di Impatto da allegare al bilancio e pubblicare sul sito aziendale (ove presente), la vigilanza è garantita dall'AGCM⁹⁷. Nel caso della DNF la pubblicità è assicurata dal deposito presso il registro delle imprese, mentre la trasparenza è garantita dalla Consob (Commissione Nazionale per le Società e la Borsa), che ha il potere di vigilanza.

In base all'art. 5 del Dlgs. 30 dicembre 2016, n. 254, la DNF può essere contenuta in una specifica sezione nella Relazione sulla gestione, in alternativa in una specifica sezione della Relazione sulla gestione che rimanda ad altre sezioni della relazione, oppure si può prevedere una relazione distinta⁹⁸.

2.2.2. I limiti dell'Assurance delle Società Benefit

Il tema dell'Assurance nelle Società Benefit ha una trama ancora da definire.

Il legislatore italiano non ha imposto in questo modello giuridico, l'obbligo della valutazione delle attività da parte di un soggetto terzo. Pur non essendo un requisito esplicito della normativa vigente, le Società Benefit nel sottoporre la Relazione

⁹⁷ S. Cerlenco, *Le società benefit: come coniugare l'etica con il profitto*, "Credito cooperativo", 33 (11), 2017, pp.34-36

⁹⁸ <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/01/10/17G00002/sg>

annuale di Impatto ad attività di verifica (Assurance) potrebbero conseguire dei vantaggi in termini di affidabilità, trasparenza e responsabilità verso tutti gli *stakeholder*. Il revisore legale, quindi, può rilasciare un giudizio in merito a tale Relazione annuale, per constatare l'allineamento tra il perseguimento del beneficio comune della società e la capacità di attuarlo nel rispetto degli standard di *accountability* (trasparenza, responsività, conformità⁹⁹). Sebbene ad oggi tale processo di revisione non sia obbligatorio, potrebbe essere strumentale alla verifica della rispondenza della Relazione annuale ai requisiti di legge.

Nelle Società Benefit la presenza dell'Assurer consente di aumentare il grado di *comfort* delle informazioni, garantisce l'efficienza del mercato, superando così i limiti legati all'autodichiarazione delle *performance* nella creazione di valore collettivo. Il legislatore non imponendo l'Assurance per questo modello giuridico assicura comunque un livello di salvaguardia verso i portatori di interesse dato dal dovere di tali società di compiere una valutazione di impatto avvalendosi di uno standard esterno di valutazione con le caratteristiche enunciate dalla Legge n°208 del 2015 nell'allegato 4 dell'art. 1, comma 378. È importante sottolineare che non tutti gli standard e i framework adoperati nella Relazione di Impatto possono essere assoggettati ad Assurance¹⁰⁰.

⁹⁹ <https://www.politicheeuropee.gov.it/comunicazione/euoparole/accountability/>

¹⁰⁰ PWC, *Società benefit un nuovo paradigma imprenditoriale*, 2021, pp. 26-31

L'esigenza dell'Assurance è stata rilevata nella normativa europea sul reporting non finanziario. A livello Europeo, la Direttiva 2014/95 (Direttiva Non Financial Reporting) prevede che il revisore legale della società controlli e attesti l'avvenuta predisposizione del report non finanziario.

Tale necessità si riscontra nel garantire l'accuratezza, l'affidabilità delle informazioni non finanziarie, per aumentare la credibilità, l'obiettività delle affermazioni e delle dichiarazioni ESG¹⁰¹. Senza una tutela esterna si potrebbe incorrere a rischio di *Greenwashing*. È importante sottolineare che la DNF è un documento analitico e i dati riportati possono essere anche di natura qualitativa¹⁰².

Il contesto normativo italiano con il D.lgs. 254/2016 prevede *in primis* che il revisore legale della società controlli l'avvenuta predisposizione della DNF e successivamente che il medesimo revisore o altro revisore legale attesti con apposita relazione la conformità delle informazioni rispetto alle richieste del D.lgs. 254/2016 e allo standard di reporting utilizzato¹⁰³. La presenza dell'obbligo di Assurance nella DNF garantisce, agli investitori e agli analisti di beneficiare di una maggiore sicurezza e trasparenza delle *performance* prospettiche e ne consente la comparabilità temporale e settoriale in relazione a macro-tematiche.

¹⁰¹ S.S.Mezzio, J.Kenner, A.Veltmann, J. Morejon, *ESG Integration and Small Business: Deployment, Reporting, Assurance, and B Corp Certification*, "The CPA Journal", 2022, Vol. 92, pp.1-18.

¹⁰² S.S. Mezzio, J. Kenner, A. Veltmann, and J. I. Morejon, *ESG Integration and Small Business: Deployment, Reporting, Assurance, and B Corp Certification*, "The CPA Journal", Vol. 92, 2022, pp.18-25.

¹⁰³ <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/01/10/17G00002/sg>

Questo processo di Assurance che coinvolge soggetti esterni (quali professionisti o società di revisione) permette di ridurre l'autoreferenzialità, di porre maggiore attenzione a determinate aree e di offrire suggerimenti per il miglioramento delle edizioni successive della DNF¹⁰⁴. Sarebbe interessante, se questi aspetti si ritrovassero anche nelle Relazioni annuali delle Società Benefit, in modo da offrire un punto di vista differente da quello interno all'azienda, per raggiungere ulteriori obiettivi *benefit* affinché aumenti la qualità della Relazione.

Seppur la DNF e la Relazione annuale d'Impatto hanno dei connotati rassomiglianti, condividendo l'anima di una Disclosure impegnata a comunicare un approccio sostenibile e performante, si distinguono per le disposizioni in materia di Assurance. La questione riguarda tale differenziazione nei due documenti. Se si riflette sulle ragioni e i principi di tali Disclosure si può comprendere che nonostante le Società Benefit effettuino un'autodichiarazione nel rendicontare l'impatto generato, è pur vero che l'applicazione di uno standard come quello fornito dal B Impact Assesment e la conseguente certificazione B Corp rappresentino una forma di Assurance per tutti gli *stakeholder*. Tale considerazione assume maggiore rilevanza se si tiene conto della valenza internazionale della certificazione rilasciata dal B Lab¹⁰⁵.

¹⁰⁴ A. Ling Li Sonnerfeldt, C. Aggestam Pontoppidan, *The Challenges of Assurance on Non-financial Reporting*, "Accounting, Economics, and Law: A Convivium", Vol. 10 (2), 2020, pp. 1-23

¹⁰⁵ M. Villela, S. Bulgacov, G. Morgan, *B Corp Certification and Its Impact on Organizations Over Time*, "Journal of Business Ethics". Vol. 170 (2), 2021, pp.343-357

Nel caso della DNF non è previsto uno standard che certifica l'intero operato dell'azienda o un sistema di valutazione di impatto come invece accade nel caso delle Società Benefit. In queste ultime, la valutazione di impatto è intrinseca alla fisionomia del duplice scopo della società.

Le società che sono obbligate a redigere la DNF non hanno bisogno di realizzare effettivamente degli interventi sociali e ambientali ma lo scopo è puramente quello di comunicare in modo trasparente ciò che si fa¹⁰⁶.

Non è previsto alcun vincolo per il revisore legale nell'esprimere un giudizio sulla Relazione di Impatto. L'Assurance che la Società Benefit se richiesta, deve essere svolta secondo i principi professionali di riferimento. Uno dei più diffusi nel mondo accademico è l'ISAE 3000¹⁰⁷. Si tratta di uno standard internazionale utilizzato per la verifica delle informazioni non-finanziarie¹⁰⁸. L'Assurance della Relazione contribuirebbe a consolidare e rafforzare la fiducia e credibilità dell'azienda nei confronti della comunità e del territorio in cui va a produrre l'impatto assicurando un leale impegno profuso. Nello scenario attuale sono numerosi gli standard di valutazione che posso essere adottati sia per la misurazione che per il reporting e ciò può rappresentare un limite per l'Assurance.

¹⁰⁶ F. A. Curione, *Obblighi di dichiarazione non finanziaria: nuovo approccio per uno sviluppo sostenibile*, "Amministrazione", Vol. 35 (3) ,2020, pp. 43-48

¹⁰⁷ M. Guidi, M. Giuliani, M.S. Chiucchi, S. Marasca. *The assurance of non-financial disclosure: A longitudinal analysis of the academic and professional literature*, "Financial reporting", (2), 2021, pp. 5-44

Non vi è una chiara differenziazione nell'identificazione di standard di valutazione in senso stretto ma si passa dai più generali *framework*, metodologie di valutazione dell'impatto a standard di reporting.

Questa complessità genera ambiguità, maggiore eterogeneità nelle decisioni compiute dalle Società Benefit e difficoltà nella verifica da parte dell'Assurer.

Le “Linee Guida delle Società Benefit” del 2019 dell’NIBR¹⁰⁹ costituiscono un supporto per la realizzazione della Relazione di Impatto.

Gli strumenti di rendicontazione che comunicano il valore prodotto agli *stakeholder* sono anche essi analizzati nelle linee guida NIBR che li definisce come una “debolezza di sistema”. Il NIBR invita a prestare attenzione alla correlazione che intercorre tra gli aspetti rendicontativi peculiari delle Società Benefit e la normativa relativa alla Non Financial Disclosure (DNF) presentando una “*Matrice di Complementarità tra le Disclosure ex L. n. 208/15 ed ex D.lgs. n. 254/16*”.

¹⁰⁹ Network Italiano Business Reporting associazione sorta nel 2012 costituisce il referente italiano ufficiale per il World Intellectual Capital / Asset Initiative, ossia il Network globale per il Business Reporting e per il “World Intellectual Capital Initiative Network for Europe” (WICI Europe)

Figura 6 - “Matrice di Complementarità tra le Disclosure ex L. n. 208/15 ed ex D.lgs. n. 254/16”

Aree di Impatto ex L. 208/15	Sotto-aree ex punti norma L. 208/15	PRINCIPALI FRAMEWORK E STANDARD INTERNAZIONALI			Sotto-aree di disclosure ex Direttiva 2014/95/EU e D.Lgs. 254/16	Aree di disclosure ex Direttiva 2014/95/EU e D.Lgs. 254/16	
		Business Impact Assessment (BIA)	Global Reporting Initiative (GRI) Standards 2016	Integrated Report (IR) Framework 2013			
IMPATTI DELLA SOCIETÀ BENEFIT (Performance Disclosure della Società Benefit)	GOVERNANCE	Scopo della Società	BIA - Modelli Aziendali di Impatto	GRI 102-1/7 Organizational Profile, GRI 102-16 Values, principles, standards, and norms of behavior	IR - Presentazione dell'organizzazione e dell'ambiente esterno, IR - Governance	Anti-corruption and bribery matters	
		Metodi di coinvolgimento degli stakeholder	BIA - Governance	GRI 102-40/44 Stakeholder Engagement	IR - Ambiente Esterno		
	GESTIONE DELLE PERSONE	Ritribuzioni e Benefit	BIA - Dipendenti	GRI 102-39 Remuneration Policies, GRI 102-38 Process for determining remuneration, GRI 102-37 Stakeholders' Involvement in remuneration, GRI 102-38 Annual Total Compensation Ratio, GRI 102-39 Percentage Increase in Annual Total Compensation Ratio, GRI 401 Employment	IR - Performance - Capitale Umano	Art. 3, 2, d) (Aspetti sociali e attinenti alla Gestione del Personale), Art. 3, 2, e) (Rispetto dei Diritti Umani)	Social and employee matters
		Formazione ed opportunità di crescita personale		GRI 404 Training and Education	IR - Performance - Capitale Umano	Art. 3, 2, d) (Aspetti sociali e attinenti alla Gestione del Personale), Art. 3, 2, e) (Rispetto dei Diritti Umani)	
		Qualità dell'Ambiente di lavoro		GRI 402 Labor/Management Relations	IR - Performance - Capitale Sociale-relazionale	Art. 3, 2, d) (Aspetti sociali e attinenti alla Gestione del Personale), Art. 3, 2, e) (Rispetto dei Diritti Umani)	
		Comunicazione interna		GRI 403 Occupational Health and Safety, GRI 430 Security Practices	IR - Performance - Capitale Umano	Art. 3, 2, d) (Aspetti sociali e attinenti alla Gestione del Personale), Art. 3, 2, e) (Rispetto dei Diritti Umani)	
	RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER ESTERNI	Fornitori	BIA - Comunità	GRI 302-9 Supply Chain, GRI 308 Supplier Environmental Assessment, GRI 414 Supplier Social Assessment	IR - Performance - Capitale Sociale-relazionale	Art. 3, 2, c) (Impatto delle Attività Aziendali), Art. 3, 2, f) (Lotta contro Corruzione attiva e passiva)	Supply chain
		Territorio e Comunità Locali		GRI 412 Local Communities		Art. 3, 2, c) (Impatto delle Attività Aziendali), Art. 3, 2, f) (Lotta contro Corruzione attiva e passiva)	
		Azioni di Volontariato		GRI 412 Local Communities		Art. 3, 2, c) (Impatto delle Attività Aziendali), Art. 3, 2, f) (Lotta contro Corruzione attiva e passiva)	
		Attività Culturali e Sociali		GRI 412 Local Communities		Art. 3, 2, c) (Impatto delle Attività Aziendali), Art. 3, 2, f) (Lotta contro Corruzione attiva e passiva)	
	AMBIENTI	Rispetto locale e Esterno della fornitura	BIA - Ambiente	GRI 413 Local Communities	IR - Performance - Capitale Naturale	Art. 3, 2, c) (Impatto delle Attività Aziendali), Art. 3, 2, f) (Lotta contro Corruzione attiva e passiva)	Environmental Matters
		Ciclo di vita dei prodotti e servizi		GRI 308 Supplier Environmental Assessment, GRI 413-1 Requirements for product and service information and labeling		Art. 3, 2, c) (Impatto delle Attività Aziendali), Art. 3, 2, f) (Lotta contro Corruzione attiva e passiva)	
Utilizzo delle risorse		GRI 303 Water and Effluents		Art. 3, 2, c) (Impatto delle Attività Aziendali), Art. 3, 2, f) (Lotta contro Corruzione attiva e passiva)			
Utilizzo dell'energia		GRI 302 Energy		Art. 3, 2, c) (Impatto delle Attività Aziendali), Art. 3, 2, f) (Lotta contro Corruzione attiva e passiva)			
Utilizzo di materie prime		GRI 301 Materials		Art. 3, 2, c) (Impatto delle Attività Aziendali), Art. 3, 2, f) (Lotta contro Corruzione attiva e passiva)			
Processi produttivi		GRI 309 Effluents and Waste, GRI 305 Emissions		IR - Modello di Business		Art. 3, 2, c) (Impatto delle Attività Aziendali), Art. 3, 2, f) (Lotta contro Corruzione attiva e passiva)	
Processi logistici e distribuzione	GRI 414 Customer Health and Safety, GRI 417 Marketing and Labeling	IR - Performance - Capitale Naturale	Art. 3, 2, c) (Impatto delle Attività Aziendali), Art. 3, 2, f) (Lotta contro Corruzione attiva e passiva)	Conflict minerals			
Uso e consumo							
Fine vita							

Fonte: Linee Guida sul Reporting delle Società Benefit – NIBR

Mediante questa matrice si effettua una comparazione tra gli standard BIA, i principali Framework e Standard internazionali come il GRI Standards 2016 e Integrated Report (IR) Framework 2013¹¹⁰. Tale correlazione può rappresentare un’opportunità per le Società Benefit nel descrivere le *performance*, i risultati e gli impatti prodotti in relazione agli obiettivi di beneficio comune attraverso una Disclosure più completa e trasparente.

¹¹⁰ Castellini, M., Cirone, S., Cogo, A., Cristina, I., de Rossi, D., Fazio, V., Petrassi, M. C., Preti, G., Milanese, M., Ragazzini, A., Santacroce, V., Zunino, R., Zambon, S., & Girella, L, *Linee Guida sul Reporting delle Società Benefit*, “NIBR”, 2019, pp. 1-52

2.3. UN CONFRONTO TRA LA RELAZIONE ANNUALE DI IMPATTO E IL REPORTING DI SOSTENIBILITÀ

Il quadro normativo europeo in materia di Non Financial Reporting ha subito una variazione significativa a seguito del passaggio di testimone avvenuto con la proposta della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)¹¹¹.

Tale Direttiva proposta il 21 aprile 2021 dalla Commissione europea fa parte del pacchetto di finanza sostenibile che persegue gli obiettivi promossi dal Green Deal europeo. La CSRD darà vita a un nuovo strumento ovvero il “Reporting di sostenibilità”, che estende il perimetro di rendicontazione non finanziaria a tutte le imprese con sede in Europa che superano due dei seguenti criteri:

- Numero di dipendenti annui superiore a 250 (si riduce la soglia dei 500 dipendenti)
- Ricavi annui di oltre 40 milioni di euro
- Totale attivo dello stato patrimoniale di oltre 20 milioni di euro

Questi requisiti coinvolgono anche le PMI quotate sui mercati europei (ad esclusione delle microimprese)¹¹².

¹¹¹ C. Luison, *Accelerano ancora gli standard di reporting sull’informativa non finanziaria e di sostenibilità*, “Amministrazione & Finanza”, 36 (9), 2021, pp.31-32

¹¹² G. Geminiani, *La Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)*, “Edicola Fisco”, 2021, pp.15- 20

Si stima che saranno 49 mila le organizzazioni che verranno incluse nella direttiva CSRD e soggette alla rendicontazione di sostenibilità¹¹³. L'attuazione della nuova Direttiva avverrà a tappe in maniera progressiva dal 2025 al 2027¹¹⁴.

Tra le novità della Direttiva vi è la comunicazione sugli *intangibile* in riferimento al capitale intellettuale, umano, sociale e relazionale.

Essi rappresentano aspetti che condizionano le strategie di sostenibilità e consentono agli investitori di comprendere come l'impresa realizza valore nel tempo. Rimangono solidi i temi previsti dalla NFRD (ambiente, responsabilità sociale e diritti dei lavoratori, rispetto dei diritti umani e lotta alla corruzione) ma si richiede che le informazioni di natura qualitativa e quantitativa abbiano carattere retrospettivo con un dominante approccio previsionale¹¹⁵.

La proposta della Direttiva sul Corporate Sustainability Reporting (CSRD) prevede anche la tipologia di revisione da parte di un soggetto terzo, nella forma di una "limited assurance", e un percorso evolutivo atteso verso la "reasonable assurance". La due tipologie si differenziano per la responsabilità dell'incarico, il costo e il tempo impiegato per l'analisi. Altro elemento focale della CSRD è l'adozione di standard europei in materia di rendicontazione di sostenibilità per garantire un approccio uniforme e maggiormente comparabile.

¹¹³ A. Tami, *Essere sostenibili e comunicarlo: la sfida per la PMI*, "Amministrazione&Finanza", 36 (10), 2021, p. 5

¹¹⁴ Dossier, *Cambio di passo con il nuovo report*, "Il Sole24Ore", 2022, pp. 24

¹¹⁵ M. Di Sarli, *Una proposta di direttiva della Commissione UE in materia di Corporate Sustainability Reporting*, "Il Nuovo Diritto delle Società", (9), 2021

Il quadro presentato in precedenza dalle linee guida NIBR in riferimento alla “*Matrice di Complementarità tra le Disclosure ex L. n. 208/15 ed ex D.lgs. n. 254/16*” potrebbe mutare con l’introduzione del progetto di standard europei che sta sviluppando l’European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)¹¹⁶.

Con l’adozione di un unico standard europeo ci si potrebbe interrogare su come questa modifica nei prossimi anni influenzerà l’operato delle Società Benefit.

La CSRD prevede che la *Disclosure* sia inserita all’interno della Relazione sulla gestione, diventando così parte integrante del bilancio aziendale. Tale scelta favorisce l’accostamento delle informazioni ESG con quelle di tipo finanziario. Inoltre, un’altra novità che ispessisce la dimensione della trasparenza sarà garantita dal formato digitale del Report di sostenibilità e dalla realizzazione di una banca dati¹¹⁷. Le informazioni presenti nei Report potranno essere accessibili mediante lo “European Single Access Point” (ESAP). Esso rappresenta il “punto di accesso unico” per favorire la trasmissione delle informazioni sulla finanza pubblica e sulla sostenibilità nel panorama europeo che offrirà alle aziende maggiori vantaggi in termini di visibilità per attrarre investimenti e ridurre le asimmetrie informative che si generano nel mercato dei capitali¹¹⁸.

¹¹⁶https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

¹¹⁷ C. Bussi, *Il nuovo report di sostenibilità sarà integrato al bilancio*, “*IlSole24Ore*”, 2022, p.47

¹¹⁸<https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-an-economy-that-works-for-people/file-european-single-access-point>

Tale piattaforma può essere uno strumento utile per far riconoscere un valore ulteriore alle Società Benefit, per promuovere il loro ruolo, diffondendo pratiche di sostenibilità che possano contribuire al Green Deal europeo. La scelta del legislatore europeo di modificare la Direttiva 2014/95/UE risponde al bisogno di elevare l'informativa non finanziaria al livello della comunicazione finanziaria per conseguire un approccio più organico e meno disgiunto. Questa ricerca di bilanciamento tra gli aspetti finanziari ed ESG scaturisce dall'evoluzione che l'interesse sociale delle imprese ha subito e riflette le mutate esigenze di mercato¹¹⁹. Il Report di sostenibilità e la Relazione di Impatto abbracciano una visione *multistakeholder* che oltrepassa i confini circoscritti dagli azionisti e finanziatori ampliando l'orizzonte comunicativo.

2.3.1. La dimensione dell'impatto tra Reporting di Sostenibilità e Relazione di Impatto

L'aspetto che accomuna il Reporting di Sostenibilità alla Relazione annuale di Impatto attiene alla rilevanza che assume la dimensione degli impatti (finanziari, ambientali, sociali) in tali documenti. La novità del Reporting di Sostenibilità introdotta dalla CSRD riguarda i metodi di selezione delle informazioni sui rischi e

¹¹⁹ P. Barzaghi, *Il futuro del Corporate Reporting*, "Edicola Fisco", 2021, p. 9-14

gli impatti concernenti i temi di sostenibilità delle attività effettuate dall'impresa, con l'introduzione di un principio definito di "doppia materialità"¹²⁰.

Tale principio riconosce come il valore aggiunto generato dall'impresa possa essere valutato da due prospettive ambivalenti: prospettiva *inside-out* e *outside-in*.

Nella prospettiva *inside-out* l'impresa indica le informazioni riguardanti gli impatti, positivi e negativi, attuali e potenziali, determinati dalla sua attività in una specifica tematica di sostenibilità (*inside*) che produce effetti su tutti gli *stakeholder* (*out*).

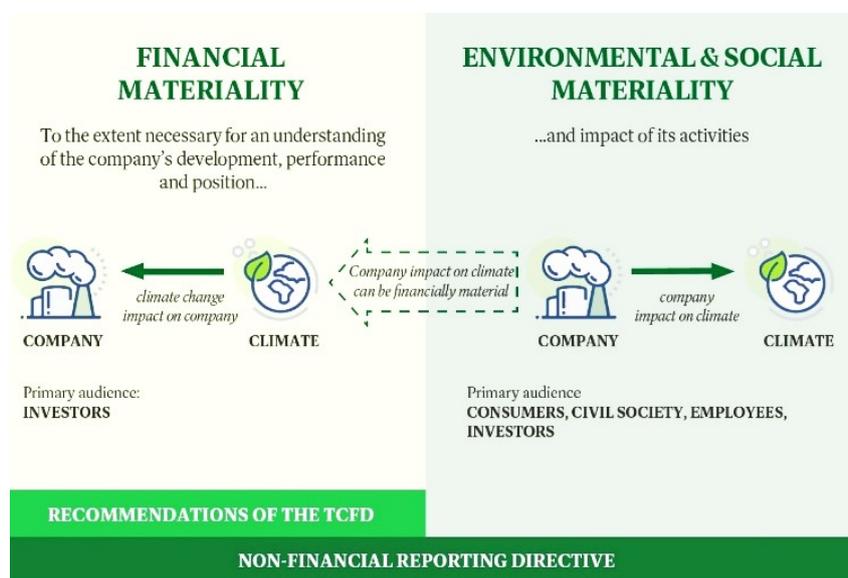
Nella prospettiva *outside-in* l'azienda pone l'attenzione sui rischi e le opportunità che possono provenire dalla gestione di una tematica ESG (*outside*) e l'impatto che si ripercuoterebbe sulla sua *performance* economico-finanziaria (*in*).

Il concetto di doppia materialità mira a superare la visione dissociata tra la materialità finanziaria e la materialità degli impatti offrendo un sistema interconnesso e unitario¹²¹.

¹²⁰ J. Baumüller, K. Sopp, *Double materiality and the shift from non-financial to European sustainability reporting: review, outlook and implications*, "Journal of Applied Accounting Research", vol. 23, 2021

¹²¹ Financial Services and Capital Markets Union European Commission *Guidelines on reporting climate-related information European Commission Directorate-General for Financial Stability*, Bruxelles - Belgium, 2019, pp. 6 - 11

Figura 7 -La prospettiva di doppia materialità nel CRSD



Fonte: Deloitte “The Challenge of Double Materiality - Sustainability Reporting at a Crossroad¹²²”

Il principio di doppia materialità diventa per le aziende una base strategica per individuare i rischi, gli impatti e le opportunità. Nell’articolo “Verso un mondo a doppia materialità”, Giulia Genuardi, Responsabile Sustainability Planning and Performance Management in Enel afferma: “Ciò che è prioritario oggi diventa ciò che ha impatto presente e futuro sia per l’azienda (impatto subito – financial materiality) sia per la società e l’ambiente ad essa circostante (impatto generato – impact materiality)¹²³”.

¹²²<https://www2.deloitte.com/cn/en/pages/hot-topics/topics/climate-and-sustainability/dcca/thought-leadership/the-challenge-of-double-materiality.html>

¹²³ M. Costa, *Verso un mondo a doppia materialità. Il concetto pareva implicito, ma ora genera dubbi. e impone nuove visioni*, “ESG BUSINESS REVIEW”, 2022, pp.124- 125

Tale affermazione è un monito per tutte le imprese al fine di acquisire la consapevolezza che gli impatti che un'impresa genera si ripercuotono su di essa, sulla collettività e sull'ambiente.

Per affrontare i rischi sistemici, come il cambiamento climatico, è necessario adottare una doppia prospettiva che diventa essenziale anche per far fronte alla continuità aziendale e per avere un accesso più agevole ai finanziamenti¹²⁴.

Un tema che è a cuore anche alle Società Benefit, è la dimensione di impatto, senza il quale, il beneficio comune non potrebbe realizzarsi.

Lo stesso sistema del B Impact Assessment, strumento di analisi della valutazione di impatto adoperato da molte aziende *Benefit* perlopiù certificate, è stato istituito sulla base dei principi di materialità¹²⁵.

Le Società Benefit avendo uno scopo etico di fondo si impegnano sia a comprendere le necessità dei diversi *stakeholder* che a valutare l'impatto del proprio operato su di essi. Come delineato da Porter e Kramer (strategia e società 2007) *“quando le imprese non comprendono e non verificano i risultati creati dalla stretta interdipendenza tra i risultati di business con quelli sociali perdono importanti opportunità di innovazione, crescita e l'impatto di sostenibilità sociale”*¹²⁶.

¹²⁴ H. Boucher, *Unravelling the conflicts in 'Double Materiality'*, “Investment & Pensions Europe – IPE”, 2021, pp.52-52.

¹²⁵ <https://www.societabenefit.net/obblighi-di-reportistica/>

¹²⁶ M. C. Rizzo, *La società benefit numero: commissione start up innovative, microimprese e settori innovativi*, “Scuola di Alta Formazione Luigi Martino, Fondazione Commercialisti OEDC Milano”, n. 83, 2021

In una dimensione di impresa proattiva, il dialogo tra tutti gli *stakeholder* può ritenersi fondamentale per evolversi in un sistema di sviluppo e innovazione.

Entrambe le *Disclosure* suppongono che per l'azienda sia importante identificare i rischi ambientali e sociali che si ripercuoterebbero sugli impatti finanziari sul *business*. Questo processo di *risk management*, al contempo, consente di garantire il rispetto di valori non solo economici e finanziari, ma anche sociali e ambientali.

2.4. I PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DELLA RELAZIONE ANNUALE DI IMPATTO

Per una visione più completa della valenza della Relazione di Impatto redatta dalle Società Benefit è indispensabile comprendere quali siano i principali punti attrattivi e gli aspetti più delicati concernenti tale Relazione¹²⁷.

Tabella 2 – Punti di forza e di debolezza della Relazione annuale di Impatto

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Le Società Benefit formalizzano la loro natura attraverso il cambiamento statutario e con la redazione della Relazione di Impatto. Tale documento aggiorna i risultati e l'impegno annualmente assunto dalla Società e	Nella Relazione di Impatto non vi è l'obbligo di effettuare uno <i>stakeholder engagement</i> che potrebbe concretizzare l'impegno assunto con tali soggetti oltre che potrebbe essere un ausilio al cambiamento generato dallo <i>status</i> della "SB".

¹²⁷ C. Bellevite Pellegrini, R. Caruso, M. Del Barba, *Società Benefit: Profili giuridici ed economico-aziendali*, Egea Editore, Milano, 2020.

<p>rappresenta una convalida nei confronti degli <i>stakeholder</i>.</p> <p>(SI FORMALIZZA IL CAMBIAMENTO)</p>	<p>(SI TRASCURA LO STAKEHOLDER ENGAGEMENT)</p>
<p>Le SB che redigono la Disclosure, adottano standard di sostenibilità, godono di un maggior grado di trasparenza e possono beneficiare di un minor costo del capitale mediante una riduzione della rischiosità e delle asimmetrie informative.</p> <p>(MINOR COSTO DEL CAPITALE)</p>	<p>Per realizzare una Disclosure di qualità sono necessarie risorse economiche-finanziarie, umane e di tempo dedicate a tale attività.</p> <p>Non tutte le aziende dispongono di tali risorse.</p> <p>(NECESSITA' DI RISORSE)</p>
<p>La normativa oltre a predisporre un indirizzo generale di <i>accountability</i> non impone alcuno schema che possa guidare la rendicontazione lasciando alla società che lo redige la massima discrezionalità nel rispetto della trasparenza e della veridicità.</p> <p>(NESSUNA OMOLOGAZIONE TRA IMPRESE E ORIGINALITA')</p>	<p>La presenza di un'ampia scelta di strumenti fa sì che anche i dati di imprese del medesimo settore non possono essere comparati se queste effettuano una valutazione e una reportistica con strumenti differenti.</p> <p>(ETEROGENEITA' DI STRUMENTI)</p>
<p>Una valutazione di impatto svolta con metodo di analisi e dialogo può diventare uno straordinario strumento di conoscenza programmazione, controllo di gestione, verifica periodica e rendicontazione.</p> <p>(STRUMENTO DI CONOSCENZA)</p>	<p>Se non si comprendono a pieno le potenzialità conoscitive della Relazione di Impatto, esso può rappresentare un mero adempimento burocratico</p> <p>(MERO ADEMPIMENTO)</p>

<p>Nell'essere e fare impresa <i>benefit</i> muta il processo di rilevazione dei fatti aziendali che deve contemperare le usuali finalità contabili con nuove finalità connesse alla descrizione e alla misurazione degli stessi fatti aziendali ma in relazione al loro impatto in termini di beneficio sociale e/o ambientale.</p> <p>(NUOVI MUTAMENTI)</p>	<p>I mutamenti sono decisivi solo se accompagnati da uno spirito di cambiamento e se vengono proposti obiettivi sempre più ambiziosi che possano stimolare in modo efficace lo sviluppo dell'impresa.</p> <p>(ASSENZA DI SPIRITO DI CAMBIAMENTO)</p>
<p>La Relazione di Impatto permette di raccontare il valore generato attraverso l'applicazione di uno specifico standard esterno e un'analisi dei traguardi raggiunti e degli obiettivi futuri¹²⁸.</p> <p>(COMUNICAZIONE DI VALORE)</p>	<p>Nella Relazione di Impatto l'azienda può agire in maniera opportunistica scegliendo la tipologia di standard che più accresce il valore prodotto e il beneficio generato.</p> <p>(COMUNICAZIONE OPPORTUNISTICA)</p>
<p>La rendicontazione della Relazione e la sua pubblicità e accessibilità rappresentano una forma di attuazione del principio di trasparenza previsto dalla legge.</p> <p>(TRASPARENZA)</p>	<p>Nel caso in cui la redazione della Relazione e la valutazione vengano effettuati dall'azienda stessa senza una Assurance esterna, si rischia un'autoreferenzialità.</p> <p>(AUTOREFERINZALITA')</p>

Fonte: Elaborazione propria

¹²⁸ R.J. Shiller, "Popular Economic Narratives Advancing the Logest US economic Expansion 2009-2019, National Beaura of Economic Reaserch, 2020

CAPITOLO III – GLI STRUMENTI DELLA VALUTAZIONE DI IMPATTO NELLE SOCIETA' BENEFIT

3.1. LA SFIDA DELLA MISURAZIONE DI IMPATTO PER LA COMPETIZIONE DEL FUTURO

La misurazione della valutazione di impatto per le Società Benefit rappresenta il profilo identitario e tassonomico dell'impresa al fine di connettere l'*impact mission* alla gestione strategica della società.

Il tema delle metriche e della misura d'impatto risulta centrale come detto in precedenza (Cap. II) per valutare gli effetti concreti generati dall'azione delle Società Benefit in ambito sociale e ambientale, aggiornando le modalità di management dell'impresa.

La misurazione d'impatto di un'azienda ha rilevanza non solo per le Società Benefit, ma rappresenta una modalità per confrontare le aziende sul mercato¹²⁹.

Il *plus* di un'azienda che sceglie di assumere la qualifica di Società Benefit è l'opportunità di procurarsi la "*wild card*" ovvero un invito a partecipare alla

¹²⁹ S. Zamagni, P. Venturi, S. Rago, *Valutare l'impatto sociale. La questione della misurazione nelle imprese sociali*, "Impresa sociale", N.6 / 12, 2015, pp. 78-80

competizione del futuro¹³⁰. Le iniziative europee che si sono susseguite in tema di sostenibilità sono un segnale del cambiamento di indirizzo rispetto alle politiche orientate a una mera massimizzazione del profitto.

A partire dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), al Green Deal europeo¹³¹ e al sistema di classificazione della Tassonomia verde¹³², si rileva indispensabile per ogni impresa, nello scenario che si prospetta, *“partecipare da protagonisti piuttosto che da inseguitori”*¹³³.

In questa nuova prospettiva gli obiettivi economici dovranno essere ridefiniti e integrati con gli indicatori di impatto (Key Impact Indicator, KIIs)¹³⁴, poiché non è più sufficiente fare riferimento al classico set di indicatori quantitativi di *performance* (Key Performance Indicator, KPIs), propriamente orientati alla verifica degli obiettivi di business, come il margine operativo lordo (EBITDA), il l’utile di esercizio, la quota di mercato.

¹³⁰ M. Del Barba, *Società Benefit. Profili giuridici ed economico-aziendali, Prefazione*, “Egea editore”, Milano, 2020.

¹³¹ Il Green Deal europeo è una roadmap che ha come protagonisti tutti i 27 Stati membri dell'Unione europea per trasformare l'UE nel primo continente a impatto climatico zero entro il 2050 (https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/delivering-european-green-deal_en).

¹³² La Tassonomia europea promosso dalla Commissione europea proposta nel 2022 consiste in una classifica delle attività economiche ritenute sostenibili per l’ambiente e ha lo scopo di guidare gli investimenti privati verso la neutralità climatica entro il 2050 per migliorare la canalizzazione dei flussi monetari verso attività sostenibili. L’entrata in vigore prevista è nel 1° gennaio 2023. (<https://europedirect.comune.fi.it/blog/tassonomia-dellue-classificazione-attivita-economiche-ecosostenibili>)

¹³³ C. Bellavite Pellegrini, R. Caruso, M. Del Barba, *Società Benefit: Profili giuridici ed economico-aziendali*, “Egea editore”, Milano, 2020, p.3

¹³⁴ Esempio di KIIs: *“investimenti ambientali realizzati dalle imprese/totale degli investimenti ambientali”* R. Cervign, F. Falcitelli, G. Scopece, Ministero dell’ambiente e della tutela del territorio – “PON Sviluppo imprenditoriale locale 2000-2006” gruppo tecnico “indicatori ambientali”

Gli indicatori di impatto sono indispensabili per validare la rispondenza tra gli impegni assunti e i risultati ottenuti dalle attività di impresa nel corso del perseguimento del beneficio comune. In questo caso possono essere impiegati set di indicatori nuovi e differenti di tipo qualitativo che permettono di misurare e valutare il beneficio netto generato dall'impresa¹³⁵.

L'adozione di indicatori di *performance* e di impatto consente di fornire un quadro più completo alle imprese del loro percorso evolutivo e di costatare il corretto bilanciamento tra gli interessi dei soci con quelli degli altri *stakeholder* aziendali.

Nel caso delle Società Benefit, gli strumenti di valutazione di impatto sono un ausilio fondamentale per conseguire la duplice finalità.

L'impresa potrà autonomamente provvedere, mediante lo standard di valutazione esterno (indipendente, credibile, riconosciuto, trasparente e noto) meglio rispondente alle esigenze di misurazione di impatto e di analisi del valore creato dalla stessa. Occorre quindi comprendere le potenzialità dei diversi strumenti presenti nel mercato, come questi effettivamente riescono a catturare valore nel tempo e in quale contesto sono più adatti¹³⁶.

¹³⁵ E. Baglieri, V. Fiorillo, *Indicatori di Performance per la Sostenibilità*, "Rapporto di ricerca per Greentire S.C.R.L.", SDA Bocconi School of Management, 2014, pp. 14-20

¹³⁶ R. Caruso, *Società Benefit. Più metriche per la biodiversità*, Avvenire, 2021

Tale scelta può non essere agevole per le imprese a causa della moltitudine dei modelli di misurazione dell’impatto poiché si arriva a contarne addirittura oltre 120¹³⁷.

Tabella 3 – Strumenti di misurazione monetaria, non monetaria e ibridi

Strumenti di Misurazione monetaria	Strumenti di Misurazione non monetaria	Strumenti di Misurazione monetaria e non monetaria
BACO ratio (Best Available Charitable Option)	Balanced Scorecard	Bagnoli and Megali Model
Blueprint 1.0	Base of pyramid impact assessment framework	CARS (CDFI Assessment and Rating System)
CBA (Cost-Benefit Analysis)	BIA (B Impact Assesment)	CIVICUS Civil Society Index (CSI)
Ebrahim and Rangar	CEA (Cost effectiveness analysis)	DOTS (Development Outcome Tracking System)
EVAS (Expanded value added statement)	Ecological Footprint	Global Civil society Index
Expected Return	IRIS (Impact Reporting and Investment Standards)	HIP Scorecard & Framework
Gamma model	Logical Framework Approach	MIAA (Methodology for Impact Analysis and Assessment)
GRI Sustainability Reporting Framework	NeXt Index	PPI (Progress Out of Poverty Index)

¹³⁷ E. De Sabato, F. Fugigliando, *Le società benefit*, “Giuffrè Editore”, Milano, 2021, pp. 67-68

LM3 (Local Multiplier 3)	Outcomes star	PROI (Political Return on Investment)
SROI (Social Return On Investment)	RTC (Randomized controlled trials)	SIA (Social Impact Assessment)
	SAA (Social Auditing and Audit)	
	SABI (Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa)	
	SIRA (Social Investment Risk Assessment)	
	SRS (Social Reporting Standard)	

Fonte: "Valutare l'impatto sociale. La questione della misurazione nelle imprese sociali" (di Stefano Zamagni, Paolo Venturi, Sara Rago)¹³⁸

Questi strumenti di misurazione differiscono per la tipologia dell'impatto considerato (sociale o ambientale o entrambe le fattispecie), per la natura monetaria o non monetaria dell'indicatore, la complessità del modello nella sua applicazione, la flessibilità, il dettaglio, le aree di analisi, l'adattabilità alle dimensioni aziendali, il supporto, la risonanza e la longevità del modello.

¹³⁸ S. Zamagni, P. Venturi, S. Rago, *Valutare l'impatto sociale. La questione della misurazione nelle imprese sociali*, "Impresa Sociale", n.12, 2018

Per supportare le imprese nella scelta di tale strumento, non si può che citare il contributo apportato da Assobenefit grazie alla promozione degli “Impact Talks¹³⁹”. Questi ultimi sono incontri online realizzati tra febbraio e marzo 2021, offerti inizialmente alle aziende associate e successivamente condivisi nella pagina web. Gli “Impact Talks” consentono alle imprese *benefit* di comprendere in modo più chiaro e completo, con l’esplicitazione di casi pratici aziendali, le diverse metodologie delle valutazioni di impatto.

La volontà di questo progetto, come testimonia Mauro Del Barba, Presidente di Assobenefit, ma anche il primo firmatario della Legge che ha introdotto le Società Benefit in Italia, trova la sua origine *“sia perché il mercato ha bisogno di conoscerle sia perché può emergere un contributo che si raccorda con le esperienze internazionali. Le imprese sono eterogenee da un punto di vista organizzativo, valoriale, la valutazione di impatto deve essere aperta a una molteplicità di dimensioni”*.

Nei prossimi paragrafi verranno illustrati i modelli di valutazione di impatto più utilizzati nel contesto italiano: il BIA, il SABI e il NeXt Index.

¹³⁹ <https://assobenefit.org/le-nostre-attivita/ricerca-divulgazione/la-valutazione-di-impatto>

3.2. BIA

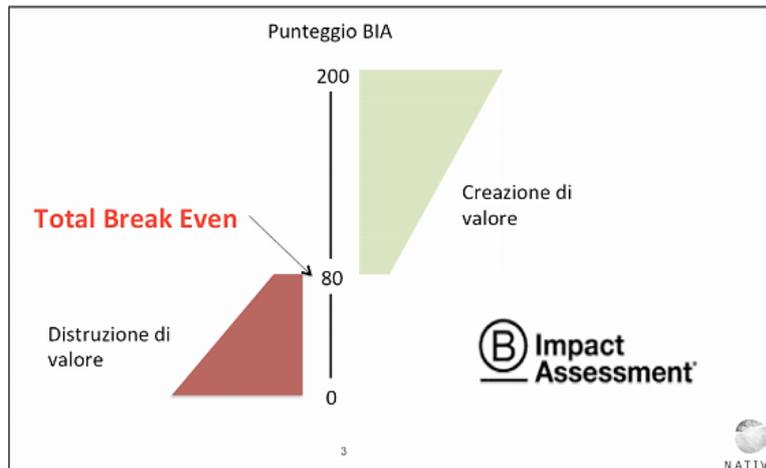
Le aziende che vogliono essere leader nel loro settore devono individuare un modo efficace per valutarsi in modo attendibile e comunicare tale valutazione al mercato. Il Benefit Impact Assessment (BIA) è una delle metodologie più note per la valutazione degli impatti, il quale è stato modello ispiratore della legge che ha istituito le Società Benefit in Italia.

Per ottenere la certificazione di B Corp da parte del B Lab il primo requisito è la compilazione del questionario di B Impact Assessment.

Si tratta di uno strumento di analisi online, gratuito e confidenziale che consente di misurare l'impatto dell'organizzazione e permette ai consumatori, ai lavoratori, agli investitori e agli altri soggetti di individuare e di sostenere le aziende che creano valore per tutte le parti interessate. Le aziende che raggiungono il punteggio minimo di 80 punti su 200 sono sottoposte a verifica tramite un processo di validazione¹⁴⁰.

¹⁴⁰ E. Ezechieli e P. Di Cesare, *Il movimento globale delle B Corp e la nascita delle Società Benefit*, "Assobenefit", 2017, pp. 1- 17

Figura 8 - Punteggio BIA da 0 a 200



Fonte: Il movimento globale delle B Corp e la nascita delle Società Benefit, "Assobenefit",

Per proseguire e ottenere una certificazione l'azienda deve produrre una documentazione di supporto che permette di fare una comparazione di *benchmark*. Nello specifico accedendo al BIA, il processo di validazione si sviluppa in 3 *step*: la valutazione, la comparazione e il miglioramento.

Il primo *step* della valutazione consiste nella misurazione degli impatti positivi suddivisi in 5 aree¹⁴¹:

- 1) Area della "Governance": valuta la *mission* dell'azienda, l'etica, la responsabilità e la trasparenza.

¹⁴¹ <https://bcorporation.eu/become-a-b-corp/b-impact-assessment/>

- 2) Area dei “Lavoratori”: valuta il contributo dell’azienda al benessere dei dipendenti, in particolare si analizzano aspetti come la retribuzione, la salute, la formazione, la sicurezza e la flessibilità lavorativa.
- 3) Area “Comunità”: valuta il *commitment* per la comunità e l’impatto prodotto dall’azienda. Include fattori legati alla diversità, alla creazione di occupazione, ai rapporti con i fornitori e all’*engagement* nella realtà locale come la riduzione della povertà tramite catene di fornitura nell’ambito del commercio equo e solidale.
- 4) Area “Ambiente”: valuta la gestione ambientale globale di un’azienda, comprese le sue strutture, l’impiego delle risorse, le emissioni, i canali distributivi e la catena di fornitura adottata. Tale sezione comprende altresì opzioni per aziende in cui il prodotto o servizio è stato progettato per risolvere un problema ambientale particolare, ad esempio prodotti che riducono consumi o rifiuti oppure educano su problematiche ambientali.
- 5) Area “Clienti”: valuta le aziende i cui prodotti o servizi sono ideati per contrastare uno specifico problema sociale per i propri clienti o grazie ad essi (come prodotti sanitari o educativi). La sezione si focalizza sull’impatto del prodotto o servizio e sulla misura in cui le comunità ne beneficiano.

A seconda del settore, della posizione geografica e del numero dei dipendenti il questionario online regola i coefficienti delle domande per aumentare o diminuire la loro rilevanza.

Ad esempio, un'azienda manifatturiera dovrà rispondere a un maggior numero di domande sui rapporti con i fornitori rispetto a un'azienda di servizi¹⁴². Successivamente alle imprese che intendono ottenere la certificazione è richiesta la compilazione del “Questionario sulla trasparenza”, necessario per far conoscere al B Lab qualsiasi pratica, multa o sanzione relativa alle proprie attività aziendali o a quelle dei propri partner.

Il Benefit Impact Assesment fornisce quindi un giudizio e una misura, attraverso una valutazione oggettiva e completa, dell'impatto sociale e ambientale, oltre che economico, di un'azienda.

Nel secondo *step*, si confrontano le risposte con quelle delle altre migliaia di imprese che hanno applicato la misurazione BIA e si delinea un *benchmark* che permette all'azienda di comprendere il valore del punteggio B Impact e in che aspetti può migliorare. Nella prassi, sono pochissime le imprese che impiegando il BIA riescono a varcare la soglia minima che consente loro di accedere al percorso per conseguire la certificazione B Corp (3.750 nel 2021).

Solo il 3% delle imprese che utilizzano il BIA riescono ad ottenere la certificazione B Corp. La maggior parte delle aziende che utilizzano il BIA (più di 140.000 nel 2021) raggiungono un punteggio insufficiente con uno score medio di 50 punti.

¹⁴² <http://www.bcorporation.net/Certification>.

Figura 9 – Distribuzione dello score delle imprese che utilizzano il BIA



Fonte: “Nativa - Impact Talk #2 – 22 febbraio 2021 - Benefit Impact Assessment: lo strumento delle B Corp a disposizione di tutte le aziende”

L’ultimo *step* consiste nell’elaborare un piano di perfezionamento *ad hoc* per l’impresa per migliorare l’impatto aziendale¹⁴³.

Si delinea così un *Impact Profile* e nel tempo si traccia un’evoluzione del profilo di impatto, utile alle imprese per confrontare le *performance* iniziali con quelle degli anni a seguire.

¹⁴³ <https://www.bcorporation.net/en-us/programs-and-tools/b-impact-assessment>

3.2.1. Caratteristiche

Il B Impact Assesment è concepito per mostrare alle aziende ciò che è possibile raggiungere attraverso tutte le dimensioni della sostenibilità, senza dettare pratiche specifiche.

Il B Impact Assesment si caratterizza come segue¹⁴⁴:

- Misura l'impatto positivo dell'azienda e individua pratiche relative a un problema sociale o ambientale;
- Completo poiché analizza temi legati all'intera *supply chain* dell'azienda, include aspetti relativi ai lavoratori, fornitori, pratiche di produzione e *governance* e prodotti /servizi generati;
- Adattabile in quanto ci sono numerose versioni personalizzate per ciascuna azienda sulla base delle sue dimensioni (n° di dipendenti), settore e area geografica;
- Intuitivo e agevole da usare anche dalle piccole e medie imprese;
- Educativo anche per gli stessi imprenditori e operatori che possono utilizzarlo come *driver* per ottimizzare le *performance* aziendali e l'impatto;
- Trasparente poiché i criteri e le ponderazioni per ciascuna area d'impatto, sottocategoria e domande sono presenti nella valutazione;

¹⁴⁴ Castellini, M., Cirone, S., Cogo, A., Cristina, I., de Rossi, D., Fazio, V., Petrassi, M. C., Preti, G., Milanesi, M., Ragazzini, A., Santacroce, V., Zunino, R., Zambon, S., & Girella, L, *Linee Guida sul Reporting delle Società Benefit*, "NIBR", 2019, pp. 1-52

- Dinamico in quanto il B Lab acquisisce i feedback dagli utilizzatori e provvede ogni 2 anni a modifiche con aggiornamenti per migliorare e approfondire le parti sostanziali del questionario;
- Gratuito accendendo direttamente al sito Web ufficiale delle B Corp¹⁴⁵.

Il protocollo di misura B Impact Assessment e la forma giuridica di Società Benefit sono strettamente connessi. Difatti, l'istituzione dell'ente B Lab ha preceduto la nascita della forma giuridica delle *Benefit Corporation*, a partire dal 2010 lo stato americano del Maryland è stato il primo ad introdurre il nuovo modello societario. Le prime aziende certificate B Corp hanno sentito l'esigenza di proteggere la propria *mission* e hanno promosso la nascita delle *Benefit Corporation* in USA e delle Società Benefit in Italia (nel 2016)¹⁴⁶.

Il movimento delle B Corp si è diffuso nel mondo come strumento fondamentale per allineare la forma giuridica aziendale alle intenzioni dei soci e azionisti. Attualmente il questionario del BIA è alla sesta versione che è stata avviata nel 2019. Il Benefit Impact Assessment è stato scelto dalle Nazioni Unite come strumento per aiutare le aziende del mondo a valutare, confrontare e migliorare le loro prestazioni rispetto ai *Sustainable Development Goals*, al fine di raggiungere gli obiettivi previsti per il 2030.

¹⁴⁵ <https://www.bcorporation.net/en-us/programs-and-tools/b-impact-assessment>

¹⁴⁶ F. Ferdinandi, *La società benefit*, "Vita notarile", n. 69 (1), 2017, pp. 541-564

3.2.2. Temi

Gli aspetti analizzati dal BIA sono le “Operations” e “Impact Business Model” che attengono alle *performance* sociali e ambientali.

La sezione “Operations” si focalizza sulle prestazioni operative dell’azienda nei confronti degli *stakeholder* all’interno della sua gestione, tale sezione si applica a tutte le imprese. Le domande che attengono a questa sezione possono valutare l’impatto degli acquisti, delle politiche interne adottate e delle strutture di *governance* dell’impresa. Il totale dei punti operativi disponibili per la maggior parte delle imprese è 140, i quali sono però distribuiti tra le cinque aree di impatto: *governance*, lavoratori, comunità, ambiente e clienti.

Figura 10 – I temi misurati dal BIA nelle Operations



Operations: tutte le azioni e pratiche di una azienda sono catturate nelle domande di 'operations'

Fonte: “Nativa - Impact Talk #2 – 22 febbraio 2021 - Benefit Impact Assessment: lo strumento delle B Corp a disposizione di tutte le aziende”

La sezione “Impact Business Model” (IBM) analizza un livello più profondo dell’impresa al fine di individuare e valutare se, e in che modo, un’azienda produce specifici impatti positivi sociali e/o ambientali per uno dei suoi *stakeholder*.

Tali impatti possono riguardare aspetti peculiari attinenti al prodotto/servizio, al processo, all’attività e alla struttura aziendale.

Il massimo numero di punti fruibili all’interno di un singolo “Impact Business Model” è solitamente di 30 punti, ma nella pratica, gli IBM sono rari¹⁴⁷ e non si applicheranno a tutte le imprese che eseguono il B Impact Assessment.

Difatti, per considerare applicabile alla propria impresa un “Business Impact Model” è necessario per il B Lab considerare che all’interno dell’attività di impresa si rispettino i principi di specificità, materialità, verificabilità, durabilità e straordinarietà del modello di impatto dell’impresa.

Un esempio di applicazione del principio di straordinarietà è “Fairphone”, un’impresa del settore dell’elettronica che produce smartphone caratterizzati da quattro aree chiave di impatto positivo: materiali equi, design di lunga durata, buone condizioni di lavoro, riutilizzo e riciclaggio. Grazie a queste politiche di impresa sostenibili, “Fairphone” si differenzia fortemente rispetto ai suoi *competitors*¹⁴⁸.

¹⁴⁷ Il B Impact Assessment ha stimato come nella maggioranza dei casi, le aziende che completano la B Impact Assessment raggiungono tra 0 e 2 IBM (BIA, “Impatto operativo e modelli di business a impatto”, 2020).

Un esempio di applicazione del principio di durabilità, invece, è “Bombas”, un’impresa del mercato dell’abbigliamento con la *mission* di aiutare i senzatetto. Per ogni capo d’abbigliamento acquistato, l’azienda ne dona uno. L’impegno perseverante di tale azienda conferma la natura duratura del Impact Business Model dell’impresa¹⁴⁹.

Figura 11 – I temi misurati dal BIA nell’ Impact Business Model (IBM)



Fonte: “Nativa - Impact Talk #2 – 22 febbraio 2021 - Benefit Impact Assessment: lo strumento delle B Corp a disposizione di tutte le aziende”

¹⁴⁻¹⁴⁹ Resources, B Impact Assessment, “What are Impact Business Models?”, (<https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000574685-what-are-impact-business-models->)

3.2.3. Punti di forza e di debolezza

Il BIA è uno strumento elaborato, che consente all'impresa che ottiene la certificazione B Corp di comunicare il suo impegno nella creazione di valore nel corso dell'esercizio della sua attività.

La certificazione B Corp è un passo in avanti per le aziende che, oltre alla valutazione e alla comunicazione, intendono entrare all'interno di una *community* più ampia che si prefigge una linea di miglioramento comune.

Il BIA è l'unico strumento che permette alle Società Benefit di esibire una certificazione riconosciuta a livello internazionale.

Difatti, il B Impact Assessment è lo strumento concepito per eccellenza per le *Benefit Corporation* americane, (l'archetipo delle Società Benefit italiane) nonché lo strumento di valutazione di impatto più diffuso.

Il BIA viene impiegato da oltre 150 mila imprese nel mondo per valutare e migliorare le proprie *performance* aziendali e per la sua risonanza gode di un alto livello di credibilità e offre una maggiore comparabilità¹⁵⁰.

La testimonianza di Silvia Mazzanti, Product and Sustainability Manager di Save The Duck Srl SB, nell'Impact Talk del 22 febbraio 2021, organizzato da Assobenefit è significativa per comprendere più a fondo le peculiarità del BIA.

¹⁵⁰ P. Di Cesare, E. Ezechieli, *Le Benefit Corporation e l'evoluzione del Capitalismo*, "I libri di Ca' Foscari 4", Venezia, 2017, pp. 55-78

“A differenza di altre certificazioni, ci ha dato la sensazione che avesse un approccio davvero olistico, affrontare il BIA in un’azienda relativamente piccola che però è in diverse parti del mondo, non è stato semplicissimo, è molto articolato, permette di entrare in dettaglio in tutte le fasi di vita dell’azienda cose che noi non avevamo minimamente idea di prendere in considerazione.

Il BIA è stato un grandissimo spunto anche per dire dove migliorare e comunicare, ha fatto accrescere la consapevolezza in noi stessi delle nostre capacità e potenzialità”.

Save the Duck è stata la prima azienda fashion italiana che nel 2019 ha ricevuto la certificazione B Corp. Per la Product and Sustainability Manager *“Compilare l’assessment è come un fidanzamento: ci si conosce, ci si studia, se si è fortunati si arriva alla certificazione, un matrimonio vero e proprio. Da lì iniziano una serie di passi. L’obiettivo si sposta più avanti non è solo la ricertificazione ma tutte le possibilità che questa certificazione offre. Non nego che ci sono state delle difficoltà, è uno strumento ancora americanofilo, cerchiamo di renderlo internazionale grazie al supporto di tutti”.*

Essendo concepito principalmente per il contesto americano si possono riscontrare delle difficoltà applicative legate al mondo dell’imprenditoria italiana caratterizzata da un tessuto di imprese prevalentemente costituito da PMI che si discosta dallo

scenario statunitense, il B Impact Assessment sembra adattarsi in modo migliore a realtà imprenditoriali di grandi dimensioni¹⁵¹.

È importante riconoscere come il BIA sia non solo uno strumento di valutazione di impatto per le imprese ma anche di progettazione poiché le domande di *assessment* consentono alle aziende di riflettere su nuove pratiche più performanti che possono essere introdotte nell'attività di impresa. Così facendo si instaura un circolo virtuoso di *best practice* che ogni azienda può non solo apportare ma anche migliorare e condividere con le altre aziende. Un lungimirante esempio è quello del Gruppo Aboca, azienda italiana leader nell'innovazione terapeutica a base di complessi naturali, che ha proposto al B Lab uno studio di *best practice* da valorizzare poiché queste risultavano essere superiori a quelle presentate in precedenza dal BIA. B Lab ha così premiato le pratiche virtuose del Gruppo Aboca e le ha incluse nella procedura del B Impact Assessment facendo così divenire Aboca, un punto di riferimento a livello globale per futuri processi di certificazione. L'azienda ha conseguito un punteggio di eccellenza nell'area *Environment* con il riconoscimento del massimo punteggio disponibile nella sezione attinente alle pratiche agricole innovative¹⁵².

¹⁵¹ E. De Sabato, F. Fugigliando, *Le società benefit*, "Giuffrè Editore", Milano, 2021, pp. 67-70

¹⁵² <https://www.aboca.com/it/news/aboca-ottiene-la-certificazione-b-corp-2/>

3.3. NEXT INDEX

“NeXt Nuova Economia per Tutti” è un’associazione nazionale *multistakeholder* nata nel 2011 che unisce diversi portatori di interesse, tra questi ci sono i sindacati, le associazioni dei consumatori, associazioni ambientaliste, associazioni imprenditoriali e datoriali, ONG, Accademia ed Enti del Terzo Settore.

Si tratta di una realtà eterogenea che ha la finalità di promuovere un’economia diversa da quella tradizionale e di coniugare un’economia nuova di più ampio respiro che abbracci i principi dell’economia civile, l’economia solidale, l’economia del bene comune, l’economia di comunione. Nell’ambito di tali principi è essenziale individuare un minimo comun denominatore che consenta di raggiungere una visione unitaria.

La Nuova Economia per NeXt è un’economia incentrata sulle persone e sull’ambiente che supera le logiche di profitto, per contribuire al benessere e alla soddisfazione della vita di tutti. NeXt ha avviato cinque percorsi con la finalità di¹⁵³:

- “mappare nuove pratiche del territorio” mediante un modello di autovalutazione partecipata
- generare uno sviluppo sostenibile grazie al “Next Impact”
- formare i giovani coinvolgendo le università per “Prepararsi al futuro”

¹⁵³ <https://www.nexteconomia.org/chi-siamo/>

- creare una comunità di innovatori per lo sviluppo di start up sostenibili con “Next Hub”
- creare e rafforzare reti locali mediante “MOBilitarsi”.

NeXt Impact è una delle principali finalità di “NeXt Nuova Economia per Tutti”. Questo strumento guida il processo di progettazione, la rendicontazione non finanziaria e la valutazione d’impatto.

Il NeXt impact persegue il principio dello sviluppo sostenibile nella dimensione di impatto indirizzato al benessere multidimensionale e mette a sistema il Questionario di Autovalutazione 2.0 Partecipata, il *Project Model* e lo *Stakeholder engagement*. Questo strumento avvia il percorso “di valutazione del cambiamento per lo sviluppo sostenibile nel territorio¹⁵⁴”, prevede come primo passo la compilazione del Next Index, ossia l’indice di “Nuova Economia” che prevede un set di indicatori di sostenibilità per ciascuna area tematica.

3.3.1. Caratteristiche

NeXt Index, è un indicatore *community based* e *multistakeholder* ed è composto da una metrica di 30 indicatori. Tali indicatori seguono una logica di benessere multidimensionale e sono connessi con i 12 indicatori nazionali del BES (Benessere Equo e Sostenibile) e i 17 SDGs (Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell’Agenda

¹⁵⁴ <https://www.nexteconomia.org/next-impact/next-impact-ente/>

2030). Il NeXt Index è uno strumento online, gratuito, facile da usare, che prevede la compilazione di un Questionario di Autovalutazione Partecipata fruibile anche nella fase di rendicontazione non finanziaria, come prima analisi sulle iniziative di sostenibilità dell'organizzazione.

Le due le tipologie di questionario di Autovalutazione Partecipata sono:

- Questionario di Autovalutazione Partecipata 1.0 (QAP1.0-NeXt)
- Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 (QAP2.0-NeXt)

Il Questionario di Autovalutazione Partecipata 1.0 è una metodologia elaborata per far emergere il posizionamento delle imprese, organizzazioni, amministrazioni pubbliche ed ETS nella sfera sociale, ambientale ed economica.

QAP1.0-NeXt è un *entry level* utile ai soggetti che vogliono iniziare ad approcciare alla sostenibilità. Per il suo completamento è necessario compilare una scheda anagrafica e autorizzare la sua pubblicazione sul portale di NeXt e di EyeOnBuy¹⁵⁵.

Tale questionario verte su sei aree oggetto di autovalutazione:

1. L'azienda e il governo dell'organizzazione
2. Le persone e l'ambiente di lavoro
3. I rapporti con i cittadini/consumatori
4. La catena di fornitura

¹⁵⁵ L. Becchetti, L. Raffaele, L. Semplici, *NEXT Nuova economia per Tutti, Come cambiare l'economia. Strumenti di rendicontazione, progettazione e valutazione multidimensionali e partecipati*, "Rubettino Editore", 2020, p.48

5. I comportamenti verso l'ambiente naturale

6. I comportamenti verso la comunità locale

Ogni area contiene cinque indicatori. Nella fase compilativa il soggetto può attribuire un punteggio da una scala che va da 1 (livello minimo) a 5 (livello massimo) per ciascun indicatore, con la facoltà dei soggetti stessi di inserire per ogni indicatore gli elementi probanti (link, documenti, motivazioni) per acquisire un *bonus* che viene concesso direttamente da NeXt una volta eseguita la valutazione dei documenti allegati nel Questionario di Autovalutazione Partecipata 1.0.

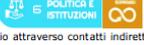
Il punteggio che si può ottenere mediante questa metodologia è dato dallo *score* raggiunto nel questionario che va dal minimo di 30 punti al massimo di 150 e dai *bonus* rilasciati da NeXt con un *range* tra 0 e 30. A seguire viene effettuato un calcolo ponderato, che riconverte il punteggio in maniera proporzionale, fissando il valore 100 come lo *score* più alto che l'azienda può ottenere dal QAP1.0-NeXt.

I risultati vengono poi presentati sulla piattaforma *online* di NeXt sulla sezione *Buona Pratiche per la Sostenibilità* in cui, oltre al punteggio totale, vengono esposti i punteggi di ciascuna area e la percentuale di impegno BES e degli SDG.

Il Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0, sviluppato nel 2020, è uno strumento più strutturato rispetto al QAP1.0-NeXt ma conserva la dimensione delle sei aree connesse ai BES agli SDG. L'aspetto evolutivo di questo nuovo questionario risiede nell'inserimento di elementi misurabili e verificabili.

Se nel QAP1.0-NeXt i documenti probanti sono facoltativi nel QAP2.0-NeXt sono obbligatori al fine di garantire una valutazione di impatto più oggettiva, multidimensionale e partecipata.

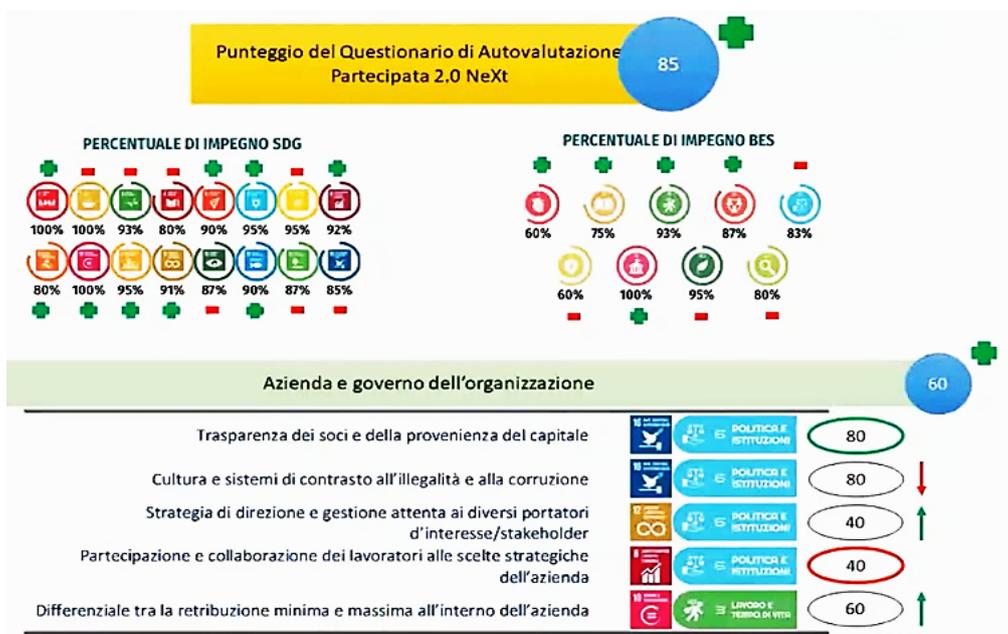
Figura 12- Area 1 del QAP2.0-NeXt

AREA 1 - L'azienda e il governo dell'organizzazione	Doc. Probanti/Motivazioni
<p>1.1 Trasparenza dei soci e della provenienza del capitale Criterio: trasparenza della proprietà del capitale attribuibile a un gruppo di controllo identificabile espresso in valore percentuale (ad esempio se i principali azionisti sono X (15%), Y (12%) e Z (8%), dando così informazioni sul 35% della proprietà)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> - Inferiore al 10% (punteggio 1) <input type="checkbox"/> - tra 11% e 30% (punteggio 2) <input type="checkbox"/> - tra 31% e 50% (punteggio 3) <input type="checkbox"/> - tra 51% e 70% (punteggio 4) <input type="checkbox"/> - superiore al 70% (punteggio 5) 	
<p>1.2 Cultura e sistemi di contrasto all'illegalità e alla corruzione Criterio: controllo della legalità e della trasparenza dei suoi fornitori espresso in valore percentuale rispetto al numero dei propri fornitori</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> - Inferiore al 10% (punteggio 1) <input type="checkbox"/> - tra 11% e 30% (punteggio 2) <input type="checkbox"/> - tra 31% e 50% (punteggio 3) <input type="checkbox"/> - tra 51% e 70% (punteggio 4) <input type="checkbox"/> - superiore al 70% (punteggio 5) 	
<p>1.3 Strategia di direzione e gestione attenta ai diversi portatori d'interesse/stakeholder Criterio: Grado e modalità di coinvolgimento degli stakeholder espresso in valore numerico</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> - Non tengo conto degli stakeholder e non li coinvolgo (punteggio 1) <input type="checkbox"/> - Consapevole dell'importanza del coinvolgimento degli stakeholder, ma senza coinvolgimento diretto (ad esempio attraverso contatti indiretti e ricerche online) (punteggio 2) <input type="checkbox"/> - Consapevole dell'importanza del rapporto con gli stakeholder e coinvolgimento diretto (1 incontro per stakeholder) (punteggio 3) <input type="checkbox"/> - Stakeholder ascoltati e incorporati nelle strategie (2 incontri minimo per stakeholder) (punteggio 4) <input type="checkbox"/> - Stakeholder ascoltati, incorporati nelle strategie e misurazione della loro soddisfazione (3 incontri minimo per stakeholder e misurazione del livello di soddisfazione per ogni stakeholder) (punteggio 5) 	
<p>1.4 Partecipazione e collaborazione dei lavoratori alle scelte strategiche dell'azienda Criterio: coinvolgimento dei lavoratori relativo alle decisioni aziendali espresso in valore percentuale (dove 100% è la partecipazione a tutte le scelte che vengono prese dall'azienda)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> - nessuna consultazione (punteggio 1) <input type="checkbox"/> - consultazione dei lavoratori per alcune (dall'1% al 30%) delle scelte (punteggio 2) <input type="checkbox"/> - consultazione dei lavoratori per una maggior parte (oltre il 30%) delle scelte (punteggio 3) <input type="checkbox"/> - condivisione e partecipazione ad alcune (dall'1% al 30%) delle scelte strategiche aziendali con i lavoratori e le loro rappresentanze (punteggio 4) <input type="checkbox"/> - condivisione e partecipazione una maggior parte (oltre il 30%) delle scelte strategiche aziendali con i lavoratori e le loro rappresentanze (punteggio 5) <p>*nella motivazione spiegare la tipologia delle scelte che vengono condivise</p> 	
<p>1.5 Differenziale tra la retribuzione minima e massima all'interno dell'azienda Criterio: rapporto tra la retribuzione massima annuale del manager rispetto a quella dei dipendenti/collaboratori con la retribuzione annua più bassa</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> - Se il rapporto è superiore a 41 (punteggio 1) <input type="checkbox"/> - Se il rapporto è tra 26 e 40 (punteggio 2) <input type="checkbox"/> - Se il rapporto è tra 13 e 25 (punteggio 3) <input type="checkbox"/> - Se il rapporto è tra 6 e 12 (punteggio 4) <input type="checkbox"/> - Se il rapporto è pari al massimo a 5 volte (punteggio 5) 	

Fonte – Questionario NeXt 2.0 per le aziende dal portale di NeXt

Per ogni Area il massimo è di 25 punti, il punteggio di valutazione è ricalibrato su base 100 e ponderato in relazione all'importanza media assegnata da due gruppi di soggetti: da una parte i 40 associati di NeXt e dall'altra dai principali stakeholder dell'azienda. Il processo di aggregazione dei punteggi assegnati in ciascun indicatore utilizza il Mazziotta-Pareto Index ponderato per considerare gli elementi di variabilità.

Figura 13 - Esempio di punteggio del Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 di NeXt



Fonte: CESVA Next¹⁵⁶

Il NeXt Index è altresì parte integrante del NeXt Index ESG è un “living index” che consente alle aziende e alle startup che predispongono la rendicontazione non finanziaria di collocarsi all’interno di un rating di sostenibilità, aspetto necessario per avere più opportunità di accesso al sistema finanziario e assicurativo.

NeXt Index ESG è stato sviluppato dal “Comitato Tecnico Scientifico di NeXt economia” che ha selezionato gli indicatori ritenuti più significativi per far emergere l’impegno delle imprese nella sfera sociale, ambientale ed economica.

¹⁵⁶ L. Becchetti, M. Cacciapaglia, P. Morone, L. Raffaele, L. Semplici, *Indici ambientali di impatto multi-stakeholder: il caso NeXt*, “Sostenibilità”, 13, 2021, p.8

Il NeXt Index ESG è uno strumento più recente del NeXt Index ed è ancora in fase di accreditamento.

Il NeXt Index ESG è costituito da quattro elementi: il NeXt Index, l'analisi di materialità, la valutazione rischi sia passati che futuri in relazione al contesto territoriale e le controversie in ambiti ESG¹⁵⁷.

La compilazione del Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 per il calcolo del NeXt Index avvia il percorso di NeXt Index ESG.

Questo indice ESG permette di valutare se l'azienda:

- può definirsi sostenibile in termini di processo
- seleziona i fornitori secondo criteri di sostenibilità, se agisce in coerenza con i bisogni territoriali
- riesce a costruire un ambiente di lavoro sano e sicuro
- si relaziona ai clienti nell'ottica di coprogettazione del prodotto *open Innovation*
- possiede una *governance* partecipata e trasparente.

Lo schema di rilevazione si basa su¹⁵⁸:

- la scheda anagrafica dell'azienda per cui vengono selezionate le domande ESG;

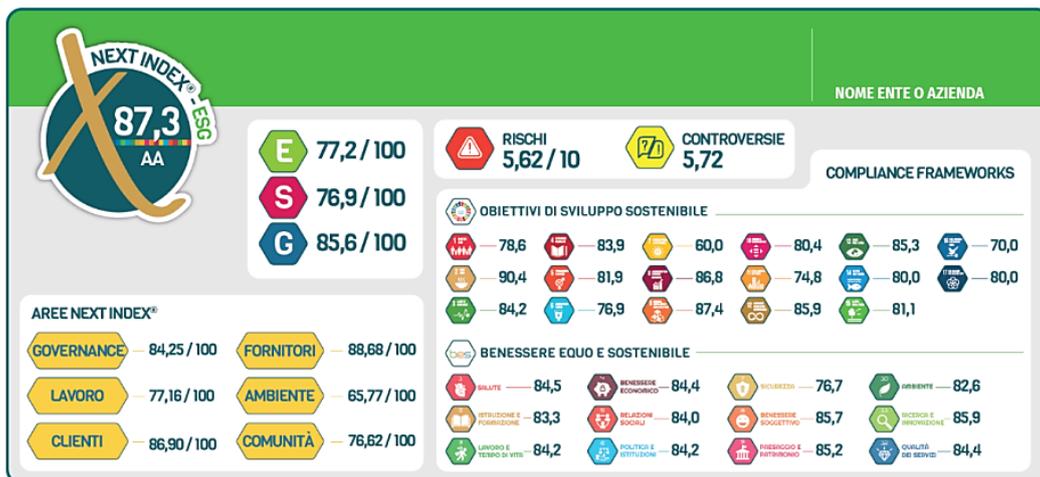
¹⁵⁷ Scheda sintetica NeXt Index ESG, Comitato Tecnico Scientifico di NeXt.

¹⁵⁸ Questionario, Buone Pratiche per la sostenibilità NeXt Index ESG

- il Questionario ESG in cui è obbligatorio per ogni indicatore inserire *link* e documenti probativi oppure una valida motivazione ben strutturata a sostegno del punteggio. Inoltre, per ogni indicatore viene richiesto di individuare le politiche di miglioramento promosse nell'arco degli ultimi 5 anni, le politiche di miglioramento previste nel futuro e le controversie connesse all'indicatore di riferimento;
- la Scheda delle certificazioni acquisite (es. Certificazione EMAS, ISO) delle aree di analisi.

Al punteggio del NeXt Index si sottrae il livello rischi e di controversie ESG, in modo da ottenere lo *score* NeXt Index ESG, ovvero un valore che va da 0 a 100.

Figura 14- Esempio NeXt Index ESG di un'impresa



Fonte: Scheda sintetica NeXt Index

Il punteggio del NeXt Index ESG permette di collocare l'azienda in uno specifico rating ESG in cui distinguono tre differenti sezioni:

- “Impresa non sostenibile” ovvero un'impresa che raggiunge un punteggio < 60 (con rating C, CC, CCC, B).
- “Impresa sostenibile con avviati processi di miglioramento della sostenibilità” per le imprese che si classificano con un punteggio ≥ 60 (con rating BB, BBB, A).
- “Impresa sostenibile” per le imprese che hanno un punteggio ≥ 84 (con rating AA, AAA).

3.3.2. Temi

Il processo del NeXt Impact prevede che a seguito del Questionario di Autovalutazione Partecipata si realizzi il *Project model*. Il *Project model* di NeXt è un modello di progettazione che ha come obiettivo quello di generare un impatto sul territorio, migliorando il benessere multidimensionale di tutti gli stakeholder. La valutazione del *Project model* si ispira alle logiche di misurazione dell'impatto del *Theory of change*, con la struttura del diagramma di flusso, articolato in sei

blocchi: bisogni, obiettivi, *input*, *output*, *outcome*, impatto¹⁵⁹. In questo nuovo modello entrano in gioco nuovi fattori¹⁶⁰:

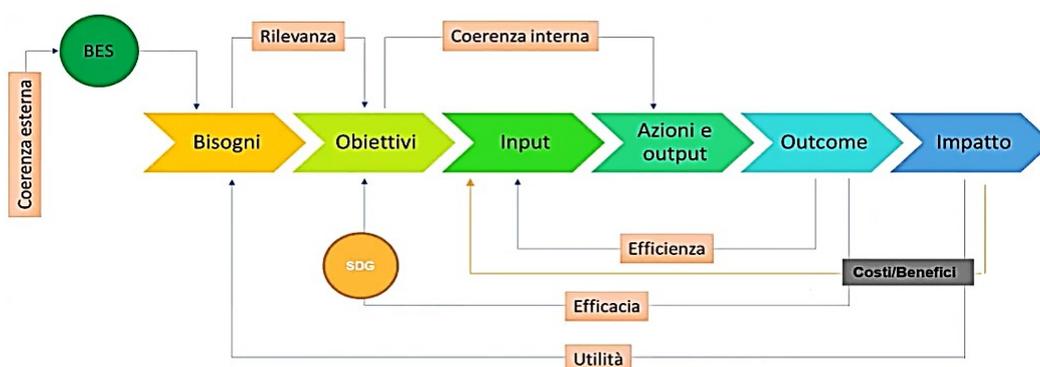
1. Si verifica la coerenza esterna tra i bisogni rilevati e i domini BES
2. Si analizza la rilevanza degli obiettivi con i bisogni precedentemente verificati
3. Si verifica la coerenza interna tra gli obiettivi e le azioni effettuate per il loro conseguimento
4. Si relaziona l'*outcome* (risultato finale raggiunto) con gli Input per verificare l'efficienza della progettualità rispetto ai valori economici e l'efficacia della progettualità rispetto agli SDG
5. Si effettua l'analisi costi-benefici, tra l'impatto complessivamente prodotto e gli input messi a disposizione
6. Si verifica l'utilità dell'impatto generato e i bisogni per realizzare il benessere multidimensionale.

Tale processo richiede uno *stakeholder engagement* per avere un approccio completo e significativo.

¹⁵⁹ P. Barbrook-Johnson, A. S. Penn, *Systems Mapping How to build and use causal models of systems, Theory of Change Diagrams*, "Palgrave Macmillan Editore", Oxford, UK, 2022, pp. 33-46

¹⁶⁰ L. Becchetti, L. Raffaele, L. Semplici, *NEXT Nuova economia per Tutti, Come cambiare l'economia. Strumenti di rendicontazione, progettazione e valutazione multidimensionali e partecipati*, "Rubettino Editore", 2020, p.124

Figura 15- Processo per una valutazione di impatto multidimensionale



Fonte: “NeXt - Nuova economia per tutti - Impact Talk # 1 – 16 febbraio 2021– Il Next Index.

Questionario di Autovalutazione Partecipata”

3.3.3. Punti di forza e di debolezza

L’applicazione della metodologia di valutazione di impatto fornita da “Next Nuova economia per tutti” rappresenta un modello in divenire, che dovrebbe essere presentato come percorso di miglioramento costante che un’azienda intraprende per avviare un percorso multidimensionale.

Un riscontro pratico e concreto di come questa metodologia di Assessment si differenzia dalle altre trova valore nella testimonianza rilasciata nel primo *Impact Talk* organizzato da Assobenfit, dalle parole dell’imprenditore, Marco Piccolo, CEO Reynaldy Srl SB (prima Società Benefit nel settore della cosmetica italiana): *“Differentemente da altri assesment non è stato fatto dalle imprese per le imprese e quindi è molto più concentrato sugli aspetti etici, morali e sociali, che sono*

importanti perché le aziende di solito sono molto concentrate sul proprio business, (...) diventare una Società Benefit è un cambio di paradigma, cambia l'approccio mentale dell'azienda che non è più focalizzata solo all'utile ma che deve aprirsi al sociale. Questa tipologia di assesment lavora molto di più su questi ambiti, ci aiuta a stimolare, a prendere consapevolezza del valore sociale delle nostre imprese¹⁶¹”.

Ciò che caratterizza il NeXt Index è il processo di Autovalutazione partecipata che permette di instaurare un dialogo continuo con gli *stakeholder*.

NeXt ha la peculiarità di mappare le buone pratiche e condividerle sulla propria pagina web offrendo inoltre un percorso di formazione e apprendimento in rete¹⁶².

Un altro aspetto rilevante è il punteggio dell'Autovalutazione, ossia il risultato generato nelle sei aree correlato agli indicatori nazionali (BES) e internazionali (SDG) che forniscono una misura chiave del contributo che l'azienda apporta in termini di impatto multidimensionale.

Il CEO Reynaldy Srl SB, inoltre evidenzia come: *“Sul mercato ci sono decine e decine di assesment sulla sostenibilità con valutazioni, analisi differenti. Questa è la quarta che faccio, ognuna è molto specifica per il settore. Devo dire che questo tipo di assesment fatto con NeXt, è inizialmente molto semplificato. Può essere fatto abbastanza da soli per cui permette un approccio molto soft, c'è un*

¹⁶¹ Impact Talk #1 – 16 febbraio 2021. “Il Next Index. Questionario di Autovalutazione Partecipata” (<https://assobenefit.org/le-nostre-attivita/ricerca-divulgazione/la-valutazione-di-impatto>)

¹⁶² L. Becchetti, L. Raffaele, L. Semplici, *NEXT Nuova encomia per Tutti, Come cambiare l'economia. Strumenti di rendicontazione, progettazione e valutazione multidimensionali e partecipati*, “Rubettino Editore”, 2020, pp. 7-8

accompagnamento molto attento e di alto valore, rispetto ad altri in cui il consulente esterno fa un assesment che subisci come un documento che non ha valore nello stimolo. Gli imprenditori delle Società Benefit hanno un valore differente, però il valore aggiunto è quello della costruzione dell'assesment".

La facilità dell'utilizzo di tale strumento fa sì che esso possa essere adottato non solo dalle grandi imprese ma, in modo particolare, dalle PMI per definire una struttura chiara e sintetica del valore generato in termini di sostenibilità.

3.4. SABI

Il SABI è lo Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa (SABI) nato nel 2021 per rendere fruibile alle aziende il "Modello della Buona Impresa" presentato dalla Fondazione Buon Lavoro ed elaborato da un gruppo di lavoro che ha coinvolto la Bottega Filosofica, Goodpoint, PwC insieme ad altri professionisti e imprenditori.

La Buona Impresa è un approccio prettamente culturale che abbraccia una nuova visione basata sull'osservazione, sulla valutazione e sulla gestione dell'impresa promosso dalla Fondazione Buon Lavoro.

Essa si fonda sul principio che il bene dell'azienda e il bene della società, non sono elementi antitetici ma sono profondamente legati¹⁶³.

¹⁶³ <https://fondazionebuonlavoro.it/i-progetti/il-modello-della-buona-impresa/>

Il “Modello della Buona Impresa” è un *framework* utile per osservare e valutare la capacità delle imprese di portare un beneficio agli *stakeholder*¹⁶⁴.

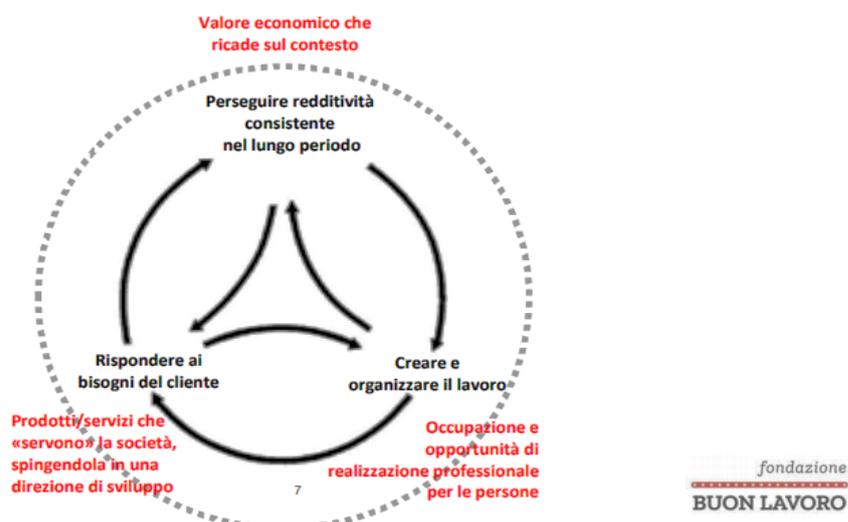
La peculiarità di tale modello è quella di considerare l’impresa come attore sociale coscienzioso e responsabile che approccia a una visione sistemica nello sviluppo della società, del territorio in cui opera, rispondendo alle istanze di tutti gli *stakeholder*¹⁶⁵. Il modello della Buona Impresa trae ispirazione dal pensiero del finalismo di Vittorio Coda: l’impresa persegue uno scopo triplice, ma al medesimo tempo unico, superando l’assolutezza della dimensione del profitto. In tale prospettiva i punti focali sono il Lavoro, il Prodotto e il Profitto, i quali si influenzano in una relazione sinergica e positiva, senza che nessuno sia subordinato all’altro. *“Ogni elemento deriva dagli altri e lo migliora. Il buon profitto deriva dalla capacità di soddisfare i bisogni delle persone ed è impiegato per migliorare l’ambiente di lavoro per offrire prodotti e servizi di successo. Sul fronte del lavoro l’impresa offre occupazione, realizzazione professionale per le persone. Sul fronte dei prodotti: prodotti che servono alla società. Il profitto stesso è un valore economico per la società che ricade direttamente sul contesto”* (intervento di Michele Alessi, Presidente Fondazione Buon Lavoro¹⁶⁶).

¹⁶⁴ E. Di Maria, C. A. Strazzeri, *Linee Guida per la Valutazione d’impatto delle Società Benefit e la Rendicontazione Sociale*, “Wolters Kluwer Italia”, Milano, 2022, p. 82

¹⁶⁵ Fondazione Buon Lavoro, *Il Manifesto della Buona Impresa*, 2021, p.1

¹⁶⁶ Impact Talk #3 – 4 marzo 2021- La Buona Impresa: visione, modello e strumento di valutazione. In collaborazione con la Fondazione Buon Lavoro

Figura 16 - Visione della Buona Impresa – Fondazione lavoro



Fonte: La Buona Impresa¹⁶⁷

L'obiettivo dello Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa è condurre l'azienda che si riconosce nella visione di fondo della Buona Impresa nel processo della valutazione delle proprie *performance* e, al contempo, di far emergere il valore che genera per gli *stakeholder* in una prospettiva di analisi dinamica.

Il SABI è uno strumento di autovalutazione per le imprese che consente di acquisire una visione sugli aspetti materiali, di monitorare i risultati raggiunti in relazione ai criteri delimitati dal modello e di valutarli e porsi obiettivi di miglioramento futuri. Inoltre, esso può essere impiegato dall'impresa per finalità strategiche, gestionali, valutative¹⁶⁸.

¹⁶⁷ <https://labuonaimpresa.it/la-visione-della-buona-impresa/>

¹⁶⁸ E. Di Maria, C. A. Strazzeri, *Linee Guida per la Valutazione d'impatto delle Società Benefit e la Rendicontazione Sociale*, "Wolters Kluwer Italia", Milano, 2022, pp. 84- 87

Questo strumento di autovalutazione può fungere da *Framework* di rendicontazione in modo particolare per le Società Benefit, adoperando le Linee Guida per la rendicontazione e la tabella di riconciliazione con le metriche del GRI.

Non manca nel SABI, il coinvolgimento degli *stakeholder*, parte integrante della valutazione di impatto, che hanno la possibilità di interagire con l'impresa mediante la compilazione di *survey*, riducendo così il grado di soggettività dell'assessment.

Il percorso di SABI si struttura in 4 step¹⁶⁹:

1. *Materialità*: si attribuisce per ciascuna delle dimensioni del modello, la loro rilevanza per l'impresa, (le possibilità di scelta sono: molto rilevante, abbastanza rilevante, poco rilevante, non applicabile). In base alle scelte compiute, vengono selezionate le domande del questionario di autovalutazione e poi ponderate.
2. *Stakeholder*: passo non obbligatorio ma è fortemente consigliato integrare nel processo di *assessment* il punto di vista degli *stakeholder* (Clienti, Lavoratori, Soci, Fornitori) mediante la condivisione del link concernente il *survey* per ogni soggetto.
3. *Autovalutazione*: il questionario è suddiviso in 5 aree (o pilastri), per ogni domanda come elemento di ausilio sono presenti dei "criteri per rispondere" che guidano le risposte dell'analisi. Le cinque aree sono:

¹⁶⁹ <https://labuonaimpresa.it/lautovalutazione/>

- La *Governance*: verifica la coerenza dei processi strategici con i valori aziendali, la trasparenza e i comportamenti della *governance*;
 - Il Prodotto: esamina se il prodotto/servizio risponde alle esigenze dei clienti sia in termini di qualità, finalità che sostenibilità;
 - Il Lavoro: valuta “l’impegno contrattuale”, la “realizzazione professionale” e la “sostenibilità del modello organizzativo”;
 - Il Valore Economico: si richiede se il valore economico prodotto viene condiviso e se sussiste una sostenibilità economico finanziaria per l’impresa;
 - La Sostenibilità sociale e ambientale: si analizza l’impatto generato dai processi aziendali sulla società e sull’ambiente nell’ottica della sostenibilità e trasparenza.
4. Risultati: lo strumento offre il risultato dell’analisi di materialità, una rappresentazione analitica della valutazione, e i risultati di sintesi della creazione di valore dell’impresa, in cui viene mostrato l’impatto e rischi dell’attività aziendale rispetto agli SDG.
5. Conclusioni: come ultimo step vengono mostrati gli aspetti critici oggetto di miglioramento.

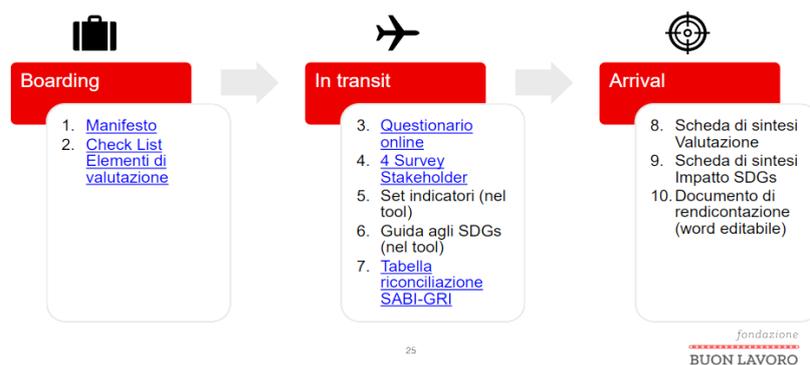
L’output che genera tale strumento è una rappresentazione del valore prodotto dall’impresa tenendo in equilibrio i pilastri fondamentali della sua attività, e della sua capacità di continuare a produrlo nel tempo.

3.4.1. Caratteristiche

Il SABI è uno strumento pensato dagli imprenditori per le imprese che permette alle aziende di autovalutarsi in maniera strutturata, completa e integrata e di acquisire una base affidabile di misurazione sia qualitativa che quantitativa adottando una visione di lungo periodo in cui l'impresa è al centro dell'impatto¹⁷⁰. Esso ha una struttura flessibile che consente di definire in fase di applicazione il livello di dettaglio dell'analisi, in relazione alla rilevanza dei diversi elementi per l'attività di impresa. Il SABI avvia un processo di valutazione partecipata con gli *stakeholder*, tuttavia tale aspetto, è a discrezione dell'azienda.

Tale strumento può essere applicato mediante un percorso di *Boarding* guidato dai principi ispiratori della Buona Impresa per comprendere le logiche di questo sistema fino ad accompagnare l'impresa al processo di rendicontazione finale.

Figura 17 - Tool kit per un percorso completo del SABI



Fonte: APAFORM 17 maggio 2021 Buona Impresa

¹⁷⁰ <https://www.bottegafilosofica.net/lavoro/strumento-autovalutazione-per-la-buona-impresa>

Il SABI è pensato per adattarsi a qualsiasi tipo di organizzazione indipendentemente dalla forma giuridica, dalle sue dimensioni, dall'oggetto sociale ed è rivolto principalmente alle imprese *profit* che condividono la *vision* sistemica della Buona Impresa. Le imprese che sono particolarmente idonee ad applicarlo per la loro natura sono le Società Benefit¹⁷¹.

Il SABI non rilascia una certificazione terza e non è adatto alle imprese che ricercano un sistema di valutazione dell'impatto "totale" dell'impresa.

3.4.2. Temi

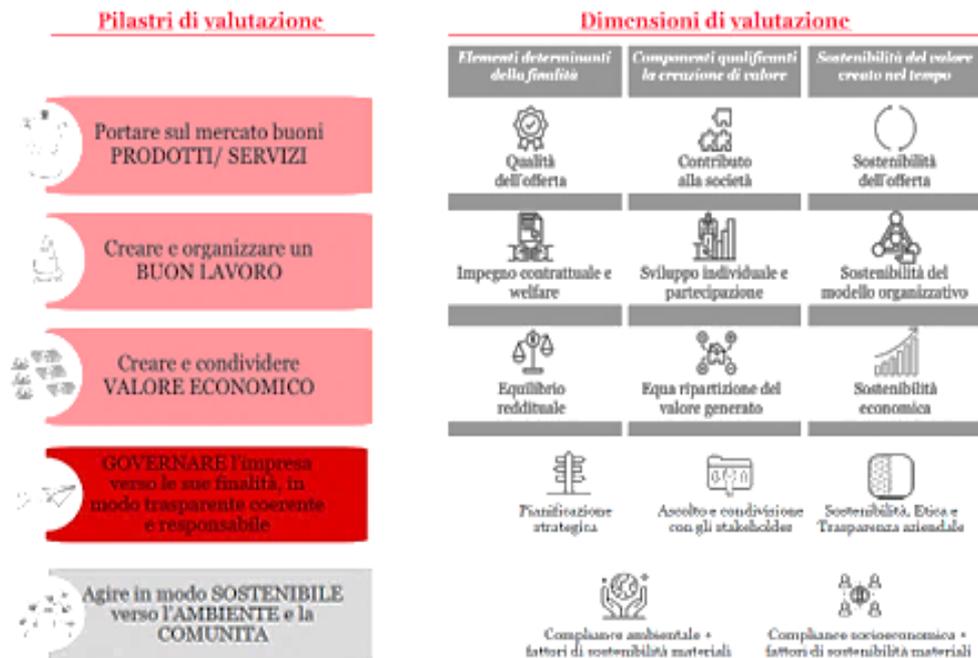
Il SABI condivide fortemente il Modello della Buona Impresa e considera il Prodotto, Lavoro e Profitto, come pilastri dell'attività d'impresa¹⁷².

Questi elementi collegano l'azienda con i suoi *stakeholder* in modo da raggiungere una dimensione di valutazione che parte dagli aspetti determinanti (qualità dell'offerta, impegno contrattuale, equilibrio reddituale) per raggiungere una sostenibilità di creazione di valore di lungo periodo in cui gli obiettivi sono: la sostenibilità dell'offerta, la sostenibilità del modello organizzativo e la sostenibilità economica.

¹⁷¹ APAFORM 17 maggio 2021 Buona Impresa

¹⁷² F. Ferrara, R. Pesati, M. Alessi, M. Pagani, N. Alessi, *Il modello della Buona Impresa: Prodotto, Lavoro e Profitto al centro della creazione di valore sociale*, "PWC, Fondazione Buon Lavoro, Goodpoint", 2020.

Figura 18- Le dimensioni di valutazione che costituiscono i pilastri del SABI



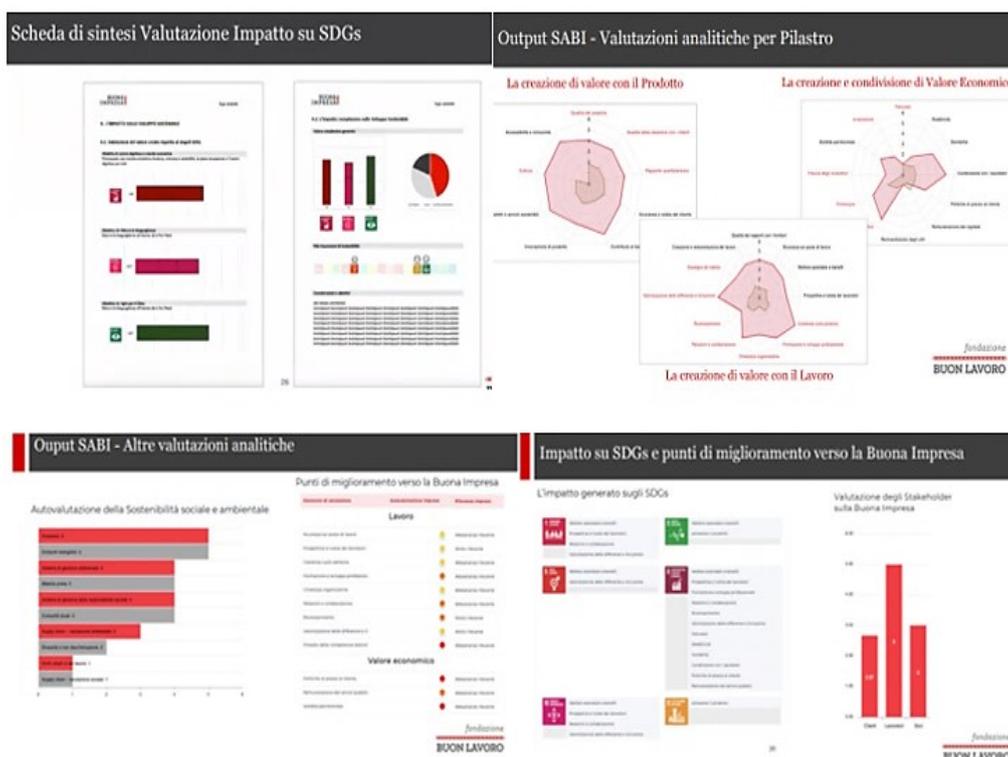
Fonte: APAFORM 17 maggio 2021 Buona Impresa

Il SABI cerca di restituire valore alle singole dimensioni dell'impatto osservandole, non soltanto individualmente ma anche in rapporto tra loro, si supera così la semplice "sommatoria" delle parti. In tale senso, gli esiti riportati non si limitano ad un dato numerico o un voto ma viene proposto un insieme di valutazioni che si relazionano tra di loro evidenziando i risultati ottenuti nelle diverse dimensioni in cui avviene la creazione di valore.

Nella prospettiva di analisi, lo strumento permette oltre che misurare anche di esplorare il modo di essere impresa, come essa può improntare le strategie di miglioramento per raggiungere una sostenibilità di lungo termine¹⁷³.

Il risultato ottenuto grazie allo strumento è una fotografia dell'assessment che verrà aggiornato ogni anno in relazione allo stato di avanzamento degli obiettivi dell'impresa.

Figura 19 – Output del SABI



Fonte: Webinar - SABI 2.0, Strumento di Valutazione della Buona Impresa, 14 marzo 2022

¹⁷³ E. Di Maria, C. A. Strazzeri, *Linee Guida per la Valutazione d'impatto delle Società Benefit e la Rendicontazione Sociale*, "Wolters Kluwer Italia", Milano, 2022, p. 85

3.4.3. Punti di forza e di debolezza

Il SABI integra gli obiettivi sociale e gestionali dell'impresa, può essere impiegato anche come uno strumento gestionale. Esso, infatti, ha uno focus "impresa centrico" ossia osserva l'impresa per vedere l'impatto che genera.

Il SABI, oltre ad essere uno strumento che ha radici culturali italiane, ha maggior grado di flessibilità e di personalizzazione che lo rendono accessibile anche per le PMI e le startup. Per quest'ultime può rivelarsi anche uno strumento utile ad indentificare il loro modello di business.

Come afferma Myriam Ines Giangiacomo, fondatrice e CEO di Bottega Filosofica Srl SB e B Corp Certificata, il SABI: *"Ha una valenza riflessiva, accentua la presa di consapevolezza di tutti, è flessibile e personalizzabile.*

Può diventare per le imprese uno strumento di autovalutazione¹⁷⁴".

Alle imprese maggiormente strutturate si richiede di realizzare una compilazione più completa nella prospettiva rendicontativa includendo i *feedback* dei principali *stakeholder*. Un ulteriore elemento che potrebbe essere introdotto, ancora non presente nel sistema, è una piattaforma che confronta le *performance* raggiunte delle varie imprese che hanno utilizzato il SABI in modo che ciascuna possa raffrontarsi con i *competitors* e con le altre imprese in modo da generare una competizione positiva.

¹⁷⁴ Impact Talk #3 – 4 marzo 2021, La Buona Impresa: visione, modello e strumento di valutazione. (<https://assobenefit.org/le-nostre-attivita/ricerca-divulgazione/la-valutazione-di-impatto>)

3.5. IL QUADRO COMPARATIVO TRA BIA, SABI E NEXT INDEX

Alla luce di quanto esposto nei paragrafi precedenti, è possibile effettuare una comparazione tra gli strumenti di valutazione di impatto impiegabili dalle Società Benefit. Questi strumenti guidano il processo di rendicontazione finale, pertanto ciascuna impresa dovrebbe scegliere quello che reputa più idoneo alle proprie esigenze, caratteristiche e dimensioni.

Tabella 4 – Confronto tra i principali strumenti di Valutazione di Impatto per le Società Benefit

	BIA	NEXT INDEX/ NEXT INDEX ESG	SABI
Paese di origine	Stati Uniti	Italia	Italia
Organizzazioni fondatrici	B Lab	I sindacati, le associazioni dei consumatori, associazioni ambientaliste, associazioni imprenditoriali e datoriali, ONG, Accademia, Enti del Terzo Settore.	Fondazione Buon Lavoro in collaborazione con la Bottega Filosofica, Goodpoint, PwC insieme ad altri professionisti e imprenditori.
Data di nascita	2006	2013 ¹⁷⁵	2021

¹⁷⁵ Eccetto il Next Index ESG che risulta in fase di accreditamento dal MISE (novembre 2022)

<p>Pensiero ispiratore</p>	<p>Il Movimento delle B Corp americano ha posto le radici per creare una comunità di imprese virtuose, orientate alle <i>triple botton line</i>, promotrici di un'economia circolare, rigenerativa ed inclusiva. Fautore del riconoscimento legale delle Benefit Corporation.</p>	<p>Finalità di promuovere un'economia diversa da quella tradizionale e di coniugare un'economia nuova di più ampio respiro che abbracci i principi dell'economia civile, l'economia solidale, l'economia del bene comune, l'economia di comunione, mediante una visione unitaria.</p>	<p>Ispirato dal "Modello Buona Impresa" per aziende <i>profit</i> che intendono oltrepassare la finalità del mero scopo di lucro e che vogliono perseguire un percorso di sostenibilità, strategico, trasparente e responsabile nell'ottica di lungo periodo.</p>
<p>I soggetti destinatari</p>	<p>Qualsiasi impresa che voglia misurare il proprio impatto con un approccio olistico.</p>	<p>Imprese, Enti Locali ed Enti del terzo settore che intendono misurare e rendicontare tutte le azioni messe in campo in termini di sviluppo sostenibile.</p>	<p>Qualsiasi tipo di organizzazione a prescindere dalla forma giuridica, dalle sue dimensioni, dall'oggetto sociale. È rivolto principalmente alle</p>

		Nel caso NeXt Index ESG, esso si rivolge alle imprese e alle <i>start up</i> .	imprese <i>profit</i> che condividono la <i>vision</i> sistemica della Buona Impresa.
Rilascio della certificazione	Si, certificazione B Corp.	Rating di Impresa Sostenibile (ESG).	No certificazione.
Aree di analisi	1) La <i>Governance</i> 2)La Comunità 3)I Clienti 4)I Lavoratori 5)L' Ambiente	1) L'azienda e il governo dell'organizzazione 2) Le persone e l'ambiente di lavoro 3) I rapporti con i cittadini/consumatori 4) La catena di fornitura 5) I comportamenti verso l'ambiente naturale 6) I comportamenti verso la comunità locale	1) La <i>Governance</i> 2) Il Prodotto 3) Il Lavoro 4) Il Valore Economico 5) La Sostenibilità sociale e ambientale
Collegamento con altri standard e	Collegamento con i GRI ¹⁷⁶ ;	Connessione con gli	Connessione con SDGs e GRI.

¹⁷⁶ Documento “Complementary Use and Linkage of the GRI Standards e BIA”

<i>framework</i> (es. BES, SDG, GRI)	Allineamento delle metriche IRIS+ ed EcoVadis ¹⁷⁷ ; Integrazione con Standard di Reporting come SASB.	Indicatori BES, SDGs e GRI.	
Punti di forza	Ha un approccio olistico, è uno strumento gratuito, online, possiede rilevanza internazionale, ed è necessario per acquisire la certificazione B Corp.	Strumento <i>community</i> based e <i>multistakeholder</i> , mappa le buone pratiche ed è online e gratuito.	Strumento gratuito, online con funzione gestionale oltre che valutativa. Ha una struttura flessibile, personalizzabile e coinvolge gli <i>stakeholder</i> (<i>feedback survey</i>).
Punto di debolezza	Richiede un elevato livello di dettaglio ed è articolato, pertanto può risultare difficile applicarlo alle PMI.	Lo strumento può essere difficile da applicare per le microimprese che hanno bisogno di	Non è adatto alle imprese che ricercano un sistema di valutazione dell'impatto "totale"

¹⁷⁷ Documento "Complementary Approaches to Driving Impact at Scale"

	È uno strumento molto legato al contesto americano.	essere accompagnate nel percorso di sostenibilità in maniera più graduale.	dell'impresa e non prevede una comparazione tra imprese simili.
Risultato finale	Dallo strumento si ottiene un "Overall B Impact Score" e uno score per ogni area. Se il punteggio complessivo supera la soglia di 80 punti, l'azienda può richiedere la certificazione.	Dallo strumento si ottiene un punteggio di autovalutazione su 100. Si ottiene anche una valutazione percentuale di impegno su BES e SDG. Nel caso del NeXt Index ESG, si prevede anche il rilascio di un rating ESG per l'azienda.	Gli output generati dall'uso dello strumento sono: i grafici a radar sul Prodotto, Valore Economico e Lavoro; La scheda dei "punti di miglioramento verso Buona Impresa" e il grafico a barre sulla sostenibilità sociale e ambientale.

Fonte: Elaborazione propria

CAPITOLO IV – ANALISI EMPIRICA DELLE SOCIETÀ BENEFIT

4.1. METODOLOGIA DELLA RICERCA

Il presente studio è volto ad approfondire la reportistica cui sono soggette le Società Benefit, esso concerne l'analisi delle Relazioni di Impatto di 7 aziende utilizzando l'approccio *multi-case study* (Yin, 2009)¹⁷⁸. La metodologia di ricerca di tipo qualitativo segue un'impostazione di tipo descrittivo-induttivo, persegue finalità esplorative-conoscitive attraverso l'analisi di casi aziendali¹⁷⁹.

Tra i vantaggi attribuibili a tale metodo, la dottrina rievoca: l'elasticità, la varietà, lo sviluppo di motivazione all'apprendimento, presenza di vincoli tecnici in modo limitato¹⁸⁰. Dal punto di vista scientifico, si condivide quanto sul punto riportato: *“Gli studi sui casi rappresentano un metodo di ricerca empirica che esplora un fenomeno contemporaneamente entro il contesto nel quale esso si evolve. Tali studi si effettuano quando il confine tra il fenomeno esaminato ed il contesto di riferimento non è ben definito e quando sono disponibili una molteplicità di dati¹⁸¹”*.

¹⁷⁸ R. K. Yin, *Case Study Research. Design and Methods*, “Sage Publications”, Thousand Oaks, 4th ed. 2009, pp. 240

¹⁷⁹ M. S. Chiucchi, *Il metodo dello studio di caso nel management accounting*, “Giappichelli Editore”, Torino, 2015.

¹⁸⁰ G. Invernizzi, *Casi e materiali di strategia d'impresa*, “Etas Libri”, Milano, 1980, pp.7-8.

¹⁸¹ S. Zyglidopoulos. *The social and environmental responsibilities of multinationals: evidence from the Brent Spar case*. “Journal of Business Ethics” 36, 2002, pp.141-151.

L'approccio qualitativo consente di descrivere, analizzare ed esporre le circostanze imprenditoriali nella loro dinamica evolutiva (Del Baldo, 2009)¹⁸².

Sebbene i risultati della ricerca non possano essere considerati statisticamente rilevanti, l'analisi di casi multipli fornisce una visione più completa del fenomeno e arricchisce la teoria che si sta esplorando¹⁸³.

Il presente studio ha l'obiettivo di comprendere come le Società Benefit riflettono le loro attività, la loro *mission*, i loro valori e il perseguimento del beneficio comune all'interno della Relazione di Impatto.

Il tema trattato rientra, nell'ambito del filone di studi sulla misurazione della valutazione di impatto delle Società Benefit che rappresenta il profilo identitario di tali imprese utile a connettere l'*impact mission* alla gestione strategica della società.

Da un punto di vista pratico, inoltre, l'analisi dei casi studio permette di individuare *best practices* replicabili da qualsiasi Società Benefit.

I dati empirici considerati sono ottenuti dall'analisi delle Relazioni di Impatto delle aziende selezionate.

La selezione del campione è avvenuta considerando i seguenti criteri:

¹⁸² M. Del Baldo, *Corporate Social Responsibility e Corporate Governance: quale nesso nelle PMI*, "Rivista Piccola Impresa/Small Business", pp. 61-102, n.3, 2009.

¹⁸³ L. Mariani & D. Cavenago, *Redesigning Welfare Services for Policies Effectiveness: The non-profit organizations (NPOs) perspective*, Public Management Review, Vol.15, 2013, pp.1011–1039.

1. La scelta del settore merceologico è stata individuata dalla presenza di maggiori dati sull'impresa desunti anche dalla consultazione della banca dati del quotidiano economico-finanziario Il Sole 24 ore (Banca dati 24);
2. L'organizzazione ha reso disponibile al pubblico la Relazione di Impatto mediante il proprio sito ufficiale;
3. La Relazione di Impatto è relativa all'anno 2021.

La ricerca delle Relazioni di Impatto è stata effettuata utilizzando i tradizionali motori di ricerca, poiché non è ancora disponibile una sezione specifica del registro delle imprese dedicata alle Società Benefit.

Un ausilio allo studio è stato fornito dal sito internet “societàbenefit.net” che, tuttavia, presenta un numero limitato di SB dovuto a una registrazione volontaria.

Per tale motivo è stata condotta un'ulteriore analisi al fine di acquisire maggiori informazioni mediante la banca dati AIDA (Aida Bureau Van Djck, 2021).

Il campione di aziende individuato attiene al comparto agroalimentare, nello specifico le 7 aziende la cui Relazione è stata analizzata sono appartenenti al settore alimentare. Le Società Benefit del settore agroalimentare in Italia sono 82, di cui il 58% è prevalentemente legato all'attività manifatturiera e il 42% ad attività di agricoltura e selvicoltura e la regione con la maggiore concentrazione è la Lombardia con il 25%. Codesti dati sono stati rilevati nel 2022 e sono stati acquisiti mediante il contatto diretto con il personale di Assobenefit.

Il numero delle Società Benefit in questo settore è incrementato notevolmente, come testimonia una precedente ricerca condotta da Assobenefit¹⁸⁴, nel 2018 le imprese del comparto agroalimentare erano 23, il valore è più che triplicato dal 2018 al 2022. È interessante rilevare come negli ultimi quattro anni, la qualifica di Società Benefit sia stata considerata dalle imprese agroalimentari più appetibile.

Considerando l'analisi applicata a un campione ristretto, la metodologia impiegata non può essere rivolta ad una generalizzazione statistica, bensì ad una generalizzazione analitica.

Le aziende selezionate appartengono alle seguenti aree geografiche: tre al Nord-Est, due al Nord-Ovest, una al Centro, una al Sud Italia. Le Società Benefit sono più diffuse nel Nord Italia rispetto alle altre regioni italiane come riportato dalla “la mappa delle “SB” per regione di sede” (fig.2 Capitolo I) ove si evince che le regioni della Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna riportano il più alto tasso di SB¹⁸⁵.

Pertanto, si ritiene che il campione sia sufficientemente omogeneo nell'ambito di settore di attività per favorire una analisi del fenomeno delle Società Benefit del settore alimentare in Italia.

Nella tabella sottostante si riportano i nomi delle aziende selezionate assieme ad una breve descrizione del loro attività di impresa.

¹⁸⁴ C. Bellavite Pellegrini, R. Caruso, M. Del Barba, *Società Benefit: Profili giuridici ed economico-aziendali*, “Egea editore”, Milano, 2020, p.72

¹⁸⁵ C. Dell'Oste, V. Uva, *Non solo profitti: boom di società benefit in pandemia. Via agli incentivi*, “Il Sole24Ore”, 2022

Tabella 5 – Presentazione delle aziende analizzate

Ragione sociale	Descrizione attività	Sede legale	Data costituzione	Fatturato	N° dipendenti	Dimensione ¹⁸⁶
Andriani S.P.A.	Produzione di preparati omogenizzati e di alimenti dietetici	Gravina In Puglia in Provincia di Bari (Puglia)	2009	Circa 76,5 milioni	177	(VL) Aziende molto grandi
Danone S.P.A. Società Benefit	Produzione dei derivati del latte e commercio all'ingrosso di prodotti lattiero-caseari	Milano (Lombardia)	1967	Circa 246 milioni	173	(VL) Aziende molto grandi
Felsineo S.P.A. - Società Benefit	Produzione di prodotti a base di carne	Zola Predosa in Provincia di Bologna (Emilia-Romagna)	1963	Circa 47,3 milioni	133	(VL) Aziende molto grandi
Fileni Alimentare SPA	Commercio all'ingrosso di carne fresca, congelata e surgelata	Jesi in Provincia di Ancona (Marche)	1978	Circa 408,6 milioni	20	(VL) Aziende molto grandi
Fratelli Carli S.P.A. S.B.	Produzione di olio di oliva da olive prevalentemente non di produzione propria	Imperia (Liguria)	1983	Circa 153,6 milioni	392	(VL) Aziende molto grandi

¹⁸⁶ Le Aziende su Aida sono considerate molto grandi quando corrispondono almeno una delle seguenti condizioni:

Ricavi d'esercizio > = 100 milioni di euro (130 milioni di USD)

Patrimonio totale > = 200 milioni di euro (260 milioni di USD)

Dipendenti > = 1.000

Quotate

Il Mangiar Sano S.P.A. SB	Produzione di prodotti di pasticceria conservati	Castelfranco Veneto in Provincia di Treviso (Veneto)	1984	Circa 23,5 milioni	63	(VL) Aziende molto grandi
Pasticceria Filippi SRL Società Benefit	Produzione di prodotti di pasticceria conservati	Zanè in Provincia di Vicenza (Veneto)	1972	Circa 10,4 milioni	26	(VL) Aziende molto grandi

Fonte: Elaborazione propria

Di seguito si riportano gli aspetti principali che sono stati oggetto di approfondimento nelle analisi delle Relazione di Impatto considerate che saranno il centro di questo lavoro.

1. Analisi comparativa
2. Analisi degli obiettivi specifici

I risultati così prodotti, saranno poi oggetto di un'analisi critica, ossia un'analisi basata sul quadro concettuale esposto nei capitoli precedenti.

4.2. RISULTATI DELL'ANALISI DELLE RELAZIONI DI IMPATTO

4.2.1. L'analisi comparativa

Tabella 6 – Comparazione tra le Società Benefit del settore alimentare dall'analisi delle Relazioni di Impatto

	Andriani S.P.A.	Danone S.P.A. Società Benefit	Felsineo S.P.A. - Società Benefit	Fileni Alimentare SPA	Fratelli Carli S.P.A. S.B.	Il Mangiar Sano S.P.A. SB	Pasticceria Filippi SRL Società Benefit
Posizione Relazione di impatto 2021	Autonomo	Autonomo	Integrato al Bilancio di Sostenibilità	Allegato al Bilancio di Sostenibilità	Integrato nel Bilancio di Sostenibilità	Autonomo	Autonomo
N° pagine report	32	27	82	16	130	13	43
Società Benefit dal	2020	2016	2021	2021	2016	2021	2016
B Corp dal	2022	2020	-	2022	2014	2021 ¹⁸⁷	2016
Punteggio B Corp	85,4	82	-	90,6	98,3	86,3	90,3
Impresa Familiare	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si
Responsabile di impatto	Resp. di stabilimento	Non è specificato	Comitato direttivo (CSR Director + Team leader sostenibilità)	Team dei responsabili delle principali funzioni aziendali	Comitato di Sostenibilità (Presenza di Sustainability & B-Corp Coordinator)	Resp. della Comunicazione e Marketing	Resp. Produzione e Marketing
Governance/ Team di sostenibilità	Si	Non è specificato	Si	Non è specificato	Si	Non è specificato	Non è specificato

¹⁸⁷ Con il marchio GerminalBio

SDG identificati	Tutti	Non indicati	2- 3- 4 - 8 - 12 - 13	Non indicati ¹⁸⁸	3-7 -8- 12- 14- 15- 17	Non indicati ¹⁸⁹	Non indicati
Metodo di valutazione di impatto	Standard BIA + standard GRI	Standard BIA	Standard GRI	Standard BIA	Standard BIA + standard GRI	Standard BIA	Standard BIA + standard GRI
Analisi di Materialità	Assente	Assente	Presente	Presente	Presente	Assente	Presente

Fonte: Elaborazione propria

Sei delle sette aziende analizzate sono delle S.P.A., mentre una è S.R.L. e nella maggior parte dei casi sono imprese familiari. Questa caratteristica è determinante nel definire i valori che le imprese imprimono nella propria azienda e l'orientamento di fondo dell'attività di impresa.

Fratelli Carli S.P.A. S.B. è stata la prima azienda produttiva italiana a diventare una B Corp nel 2014 per poi acquisire la veste di Società Benefit nel 2016, lo stesso anno in cui la Legge sulle SB è entrata in vigore in Italia.

Il processo inverso è stato percorso dalla Danone S.P.A. Società Benefit che dal 2016 è Società Benefit e successivamente, nel 2020 ha acquisito la certificazione B Corp. Il punteggio più alto assegnato dal B Lab è lo score di 98,3 dei Fratelli Carli S.P.A. S.B., raggiunto a seguito di un percorso di miglioramento che ha intrapreso l'azienda a partire dal 2014, registrando un punteggio iniziale di 90 e di 97 nel 2016¹⁹⁰.

¹⁸⁸ Presenti nel Bilancio di Sostenibilità di Fileni 2021,

¹⁸⁹ Presenti nel Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Germinal 2021

¹⁹⁰ Report di Sostenibilità Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit 2021, p. 27

L'impresa Fratelli Carli, inoltre, è stata premiata ogni anno, a partire dal 2016 fino al 2021, tra le migliori B Corp al mondo per quanto riguarda le attività a salvaguardia dell'ambiente (nella categoria delle aziende con più di 250 dipendenti) come azienda *Best For The World – Environment*¹⁹¹.

Una volta individuate le caratteristiche generali delle 7 aziende illustrate nella Tabella 6, è stata svolta una comparazione delle finalità di beneficio comune segnalate nelle singole Relazioni di Impatto.

I macro-temi delle finalità di beneficio comune più ricorrenti nelle Relazioni di Impatto analizzate sono:

- La filiera di fornitura, con particolare attenzione alle pratiche di sostenibilità e alla qualità delle materie prime;
- La promozione di prodotti sempre più salutari;
- La valorizzazione del territorio, della sua l'economia ed investimenti per la comunità;
- Le misure a tutela dei dipendenti, come il welfare aziendale, le opportunità di crescita professionale e personale;
- La promozione di un corretto stile alimentare e un'educazione al consumo e sullo spreco alimentare.

¹⁹¹ Report di Sostenibilità 2021, Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit, p.26.

La condivisione di queste tematiche per le imprese del settore alimentare denota una strada di indirizzo comune improntata ad affrontare le sfide della sostenibilità su più fronti operativi, integrandoli e fondendoli in un'unica *mission*: generare un impatto positivo sulla società e sulla biosfera¹⁹².

Un tratto condiviso presente nelle specifiche finalità di beneficio comune di quattro delle sette aziende analizzate è l'attenzione posta alle nuove generazioni:

- *“Coinvolgere le nuove generazione sui temi dello sviluppo sostenibile, dell'educazione al consumo e dello spreco alimentare”*; (Felsineo S.P.A. - Società Benefit¹⁹³)
- *“Promozione di metodiche produttive responsabili, che tutelino l'ambiente nel rispetto delle generazioni presenti e future”*; (Il Mangiar Sano S.P.A. SB¹⁹⁴)
- *“Trasmettere alle nuove generazioni la bellezza della vocazione agricola”*; (Fileni Alimentare SPA¹⁹⁵)
- *“Creare una cultura inclusiva e flessibile, capace di accogliere le sfide e le esigenze delle nuove generazioni”*. (Danone S.P.A. Società Benefit¹⁹⁶)

Da queste finalità emerge il tema dell'interesse delle aziende a rivolgersi alle future generazioni, *stakeholder* sconosciuti ossia, terze parti a cui sono riconosciuti dei diritti e delle responsabilità. Questa attenzione fa sì che le nuove generazioni siano

¹⁹² <https://www.societabenefit.net/cosa-sono-le-societa-benefit/>.

¹⁹³ Bilancio di Sostenibilità 2021, Gruppo Felsineo, p.62.

¹⁹⁴ Relazione d'impatto 2021 Il Mangiar Sano S.P.A. SB, p.1.

¹⁹⁵ Bilancio di Sostenibilità e Relazione di Impatto 2021 Fileni.

¹⁹⁶ Relazione di Impatto 2021 Danone, p.7.

identificate dalle aziende come *stakeholder* rilevanti al pari del pianeta, delle specie e delle comunità locali¹⁹⁷.

Nel momento in cui un'organizzazione si assume la responsabilità degli impatti provocati nei confronti dell'intera società, essa è indotta ad estendere il proprio campo di responsabilità includendo anche i soggetti verso cui non possiede specifici obblighi contrattuali¹⁹⁸.

Nelle finalità precedentemente elencate si delinea un rispetto della “Responsabilità intergenerazionale”, tutelata anche dalla Dichiarazione di Stoccolma del 1972, nel primo principio “*L'uomo ha un diritto fondamentale alla libertà, all'eguaglianza e a condizioni di vita soddisfacenti, in un ambiente che gli consenta di vivere nella dignità e nel benessere, ed è altamente responsabile della protezione e del miglioramento dell'ambiente davanti alle generazioni future (..)*”.

La Legge Costituzionale 11 febbraio 2022, n.1 ha segnato il passo decisivo in tema di sostenibilità con l'aggiunta del terzo comma nell'art. 9 della Costituzione che enuncia la: “*Tutela l'ambiente, la biodiversità e gli ecosistemi, anche nell'interesse delle future generazioni. La legge dello Stato disciplina i modi e le forme di tutela degli animali*”¹⁹⁹.”

¹⁹⁷ A. Grandori, *Responsabilità e impresa: Un ponte tra passato e futuro*, “Studi Organizzativi”, 2, 2017, pp.139–148.

¹⁹⁸ G. Negri, M. Del Baldo, A. Agulini, *Governance and accountability models in Italian certified benefit corporations*, “Corporate Social Responsibility and Environmental Management”, Vol. 27, (5), 2020, p. 2370

¹⁹⁹<https://www.gazzettaufficiale.it>

Le Società Benefit che indossano tale veste giuridica dal 2016 sono state quindi, fautrici di una premura materna e responsabile in chiave ambientale che è stata poi riconosciuta e tutelata dalla Costituzione nel rispetto delle generazioni avvenire.

4.2.2. L'analisi degli obiettivi specifici

Dall'analisi delle Relazioni annuali di Impatto sono state individuate le prassi aziendali nella sfera della sostenibilità che le Società Benefit hanno rendicontato ponendosi obiettivi specifici per far fronte alle finalità di beneficio comune. La letteratura ha dimostrato l'esistenza di una correlazione tra l'attuazione di strategie di sviluppo sostenibile e *performance* aziendale, riscontrando un impatto positivo che accresce la fiducia dei principali *stakeholder* attenti ai temi della sostenibilità, assicurando alle imprese una posizione di vantaggio competitivo²⁰⁰.

Dalle Relazioni analizzate emerge come ognuna di queste aziende si differenzia per peculiarità e qualità che la contraddistinguono dalle altre. Un esempio è l'azienda Fileni, player nazionale nel settore delle carni avicole ed è leader in Italia delle carni bianche da agricoltura biologica, che fa parte del distretto biologico più grande d'Europa, situato nella regione Marche. Fileni detiene il primato di numero di ettari coltivati con agricoltura biologica: più di 71mila, che rappresentano il 60%

²⁰⁰ C. Corsi, A. Prencipe, D. Boffa, *Corporate governance and the choice to take on the hybrid organizational model of the benefit company: evidence from Italy*, "Journal of Modelling in Management", 2020, p.906

dell'intera superficie a biologico della Regione Marche²⁰¹. Ci sono poi imprese che hanno elaborato piani specifici di sostenibilità come Fratelli Carli, storica impresa ligure olearia, che per garantire un perseguimento degli obiettivi nel medio-lungo termine ha realizzato un Piano di Sostenibilità “2022-2024”, una *road map* multidimensionale che poggia sui pilastri della sostenibilità, sulle finalità di beneficio comune, sull'impatto da essi generato, sui Temi Materiali e sugli SDGs di riferimento, in modo da racchiudere un quadro completo e ben definito²⁰².

Le aziende nelle loro Relazioni mostrano anche i loro migliori successi e traguardi come nel caso di Andriani S.P.A. Società Benefit e il suo brand Felicia che hanno ricevuto il premio “Etica e sostenibilità del Better Future Award 2021” per il progetto ESFAI di filiera sostenibile promosso in Etiopia per favorire lo sviluppo sostenibile e per l'eliminazione della fame e della povertà in questo Paese mediante la coltivazione del Teff (cereale antico etiope)²⁰³.

A seguire, lo studio relativo agli obiettivi specifici riportati nelle Relazioni di Impatto è stato eseguito agglomerando le informazioni più significative proposte dalle aziende nelle seguenti macro-categorie: filiera di fornitura, approvvigionamento energetico, materiali e packaging, comunità, dipendenti.

²⁰¹ Bilancio di Sostenibilità e Relazione di Impatto 2021 Fileni, p.9.

²⁰² Report di Sostenibilità Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit 2021, pp. 41-43

²⁰³ Il riconoscimento dedicato alle eccellenze alimentari, promosso da Gdweek e MARKUP, in collaborazione con TUTTOFOOD Milano, ha premiato tre categorie: innovazione, etica e sostenibilità e packaging

4.2.2.1. Filiera di fornitura

“La sostenibilità è un approccio che deve essere condiviso da tutti gli attori della filiera in piena trasparenza tra i protagonisti della filiera stessa e verso i consumatori²⁰⁴”. Con queste parole Felsineo S.P.A. - Società Benefit esprime la rilevanza che la filiera di fornitura possiede all’interno del processo di transizione verso la sostenibilità delle imprese. La *supply chain* funge da motore e da catalizzatore di buone pratiche ambientali e sociali.

A tal proposito, il Gruppo Felsineo, azienda bolognese leader nella produzione e nella commercializzazione della Mortadella IGP, ha adottato un “*Progetto di sustainable procurement*”, ossia, la condivisione di un questionario con i propri fornitori per sensibilizzarli e per acquisire informazioni su temi ESG necessari per una successiva valutazione delle *performance* di sostenibilità. Tale analisi è stata compiuta dall’azienda per conseguire nei prossimi anni la certificazione 22005 “*sistema di rintracciabilità nelle filiere agroalimentari*” per alcuni prodotti²⁰⁵.

Un importante punto di forza di tale certificazione è la possibilità di individuare, in caso di non conformità di tipo igienico-sanitario del prodotto, al punto della filiera in cui si è verificato il problema e se ritenuto necessario al ritiro “mirato” del prodotto²⁰⁶.

²⁰⁴ <https://gruppofelsineo.com/via-della-filiera/>

²⁰⁵ Bilancio di Sostenibilità 2021 Gruppo Felsineo, pp.47-48

²⁰⁶ <https://www.csqa.it/CSQA/Norme/Sicurezza-Alimentare/ISO-22005>

L'azienda Fileni ha anche essa adottato un approccio di misurazione delle *performance* ambientali dei suoi fornitori come agricoltori e allevatori. In aggiunta ha attivato procedure per informarli sui temi dell'energia rinnovabile e la valorizzazione degli scarti produttivi, come nel caso della pollina per concimazione organica²⁰⁷. Inoltre, Fileni Alimentare SPA sostiene il “Progetto Arca”²⁰⁸, il progetto marchigiano della “Agricoltura per la Rigenerazione Controllata dell'Ambiente²⁰⁹” con l'intento di creare delle filiere di eccellenza, promuovendo buone pratiche sulla concimazione organica, sulla salvaguardia della biodiversità, assicurando al consumatore un prodotto sano e sostenibile.

Oltre a ciò, la stessa impresa Fileni ha scelto di impegnarsi a rispettare i criteri dell'*European Chicken Commitment*, ed è così la prima la prima azienda italiana che persegue l'obiettivo di migliorare gli standard di allevamento e macellazione nella filiera dei polli da carne a livello commerciale²¹⁰.

²⁰⁷ Bilancio di Sostenibilità e Relazione di Impatto 2021 Fileni,

²⁰⁸ M. Mattiaccio, *Progetto Arca: suolo in salute con l'agricoltura bio-rigenerativa*, “Rivista Terra e Vita”, 2019, pp.1-4.

²⁰⁹ Progetto volto alla rigenerazione dei suoli e le coltivazioni bio-conservative, con la collaborazione degli agricoltori marchigiani agronomi, imprese agricole, fornitori di tecnologie, università, centri di ricerca. Esso adotta un paradigma rigenerativo intento a restituire all'esterno più valore rispetto a quello assorbito dalle attività.

²¹⁰ Lo *European Chicken Commitment* (ECC) è dato da insieme di parametri concordati a livello europeo su tematiche fondamentali per garantire il benessere dei polli e per stimolare le aziende alimentari a migliorare gli standard di allevamento. Fileni si impegna a rispettare gli standard ECC per il 37% degli animali allevati entro il 2026.

La Società Benefit Andriani, considerata tra le più importanti realtà nel settore *innovation food*, con stabilimento interamente dedicato alle produzioni *gluten free*, in tema di filiera di fornitura afferma che i fornitori di materie prime alimentari con cui collabora, per il 95% dei hanno sede operativa in Italia e di questi il 22% aderisce all'utilizzo di Sedex (piattaforma per l'approvvigionamento etico e sociale). Un'altra azienda attenta ai temi legati all'origine delle materie prime e alla trasparenza della sua filiera è Il Mangiar Sano S.P.A. SB, azienda trevigiana produttrice di prodotti da forno biologici, funzionali e salutistici.

Questa azienda adotta una fornitura diretta di materie prime biologiche provenienti da filiere controllate (es. grano duro, ceci, lenticchie) prediligendo filiere corte, certificate come per esempio avviene con la crema cacao certificata UTZ, RSPO per l'acquisto dell'olio di palma²¹¹.

In tale modo l'impresa si impegna a garantire una tracciabilità più completa del prodotto. Il mondo delle B Corp ha permesso di intensificare i legami tra aziende che operano all'interno della stessa filiera e di essere insieme più performanti e proattive per il benessere del consumatore finale.

Fratelli Carli S.P.A. S.B. è un esempio di azienda che ha aderito a due collaborazioni con società B Corp all'interno della sua filiera²¹².

²¹¹ Relazione d'impatto 2021 Il Mangiar Sano S.P.A. SB, p.6.

²¹² Report di Sostenibilità Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit 2021, p.75

4.2.2.2. *Approvvigionamento energetico*

L'energia è *in primis* indispensabile per soddisfare i bisogni umani fondamentali ed è il motore dei processi produttivi senza cui un'azienda non potrebbe alimentarsi.

Il tema dell'approvvigionamento energetico ha acquisito sempre più rilevanza negli ultimi anni, complice le crisi climatiche ed energetiche che hanno posto le condizioni per ripensare a nuovi fonti di energia più rinnovabili e meno impattanti per il pianeta e per gli ecosistemi. Lo sviluppo sostenibile non può avviarsi senza un cammino volto ad una transizione energetica responsabile.

Felsineo S.P.A. nell'ambito energetico ha realizzato l'*assessment Carbon Footprint* per gli stabilimenti produttivi di Felsineo e di FelsineoVeg, con la prospettiva futura di definizione di un piano per l'ottimizzazione dei consumi idrici e di energia mediante l'introduzione della figura dell'*energy manager* e l'inizio del percorso per l'ottenimento della certificazione ISO 50001 "Sistemi di gestione dell'energia"²¹³, in modo da migliorare l'efficienza energetica e ridurre i costi²¹⁴.

La Pasticceria Filippi SRL Società Benefit, azienda familiare che produce dolci artigianali di alta qualità, per migliorare il profilo energetico ha adottato l'impianto fotovoltaico, acquistato energia green e avviato il progetto di compensazione della

²¹³ <https://www.csqa.it/CSQA/Norme/Sostenibilita-Ambientale/ISO-50001>

²¹⁴ Bilancio di Sostenibilità 2021 Gruppo Felsineo, pp.70-71.

CO2 equivalente emessa nello svolgimento delle attività aziendali mediante programmi di piantumazione²¹⁵.

L'azienda Danone S.P.A. Società Benefit, presente in Italia con i suoi marchi iconici Activia, Actimel, Danacol, VitaSnella, contribuisce alle sue *best practices* nel campo energetico con l'installazione di colonnine per la ricarica elettrica delle auto ibride plug-in nel parcheggio aziendale alimentate con energia raccolta dalla dispersione (attivando un ciclo chiuso e virtuoso). A questa si aggiunge la "Car Policy", ossia la clausola che prevede un incentivo monetario mensile per i dipendenti che rinunciano all'auto. In tal modo Danone S.P.A. Società Benefit incoraggia comportamenti più sostenibili, oltre a proporre scelte di mezzi trasporto alternativi, la policy propone suggerimenti per uno stile di guida che riduce le emissioni di CO2²¹⁶.

Fileni Alimentare SPA, invece, nella sua Relazione di Impatto dichiara che la maggior parte dei rifiuti che l'impresa genera è costituita da fanghi di produzione. Dal 2020, infatti, ha attivato un impianto di Biogas nello stabilimento di Castelplanio (AN) che produce energia dalla fermentazione di questa tipologia di scarti²¹⁷. L'utilizzo dei fanghi permette all'azienda Fileni di ridurre al minimo i

²¹⁵Relazione di Impatto 2021, Pasticceria Filippi, p.38.

²¹⁶ Relazione di Impatto 2021 Danone, p.11.

²¹⁷ Bilancio di Sostenibilità e Relazione di Impatto 2021 Fileni, pp. 7-9.

rifiuti, di trattenerne il valore mediante la digestione anaerobica e la conseguente produzione di biogas, che alimenta un cogeneratore per la produzione di energia.

Tutto ciò permette all'impresa di evitare i costi di trasporto per lo smaltimento degli scarti, riducendo al contempo l'impronta ambientale in termini di emissioni di CO2.

L'ultima tappa di questo processo consiste nell'impiego dell'energia elettrica e termica prodotta, per le stesse utenze dello stabilimento. Tale processo permette di ridimensionare l'approvvigionamento energetico esterno e favorisce una circolarità delle risorse, riducendo al contempo gli scarti prodotti dalle attività.

L'azienda Fileni, inoltre, provvede all'acquisto di energia rinnovabile con garanzie di origine ed effettua la compensazione certificata delle emissioni di CO2 residue, in modo da rendere gli stabilimenti *carbon neutral*²¹⁸.

All'azienda pugliese, Andriani S.P.A. si riconosce il merito di aver scelto un edificio innovativo e sostenibile presso cui operare.

Lo Smart Building Andriani è progettato e realizzato nel rispetto dei principi del Protocollo Itaca, valuta la sostenibilità ambientale ed energetica degli edifici²¹⁹.

²¹⁸ Bilancio di Sostenibilità e Relazione di Impatto 2021 Fileni, pp.6-7.

²¹⁹ Relazione di Impatto 2021 Andriani, p.24

4.2.2.3. Materiali e Packaging

Lo sviluppo sostenibile si applica in concomitanza di un'economia circolare, “un'economia pensata per potersi rigenerare da sola²²⁰” che si basa sul rispetto del paradigma delle 3 R: ridurre, riusare e riciclare²²¹.

Alla base di questo progetto è indispensabile la riprogettazione dei prodotti con materiali più efficienti assieme la prevenzione e riduzione dei rifiuti, allungare la vita utile del prodotto e farsi che gli scarti produttivi vengono reimmessi all'interno del sistema, in una logica “Upycling²²²”.

La scelta di utilizzare risorse più responsabile è quindi una strategia che la Pasticceria Filippi SRL Società Benefit ha percorso scegliendo di utilizzare cartoni da imballo certificati FSC²²³. Altre Società Benefit come la Danone S.P.A. Società Benefit si sono poste l'obiettivo di incrementare l'utilizzo sempre più packaging riciclabile raggiungendo la soglia del 100%.

La medesima azienda per ridurre il consumo di plastica e di risorse inquinanti ha adottato il “Progetto Plastic Free” che prevede la consegna di borracce ad ogni dipendente sospendendo gli acquisti di bottiglie di acqua in plastica²²⁴.

²²⁰ Definizione di Economia Circolare secondo la Ellen MacArthur Foundation (EMF), (<https://www.ellenmacarthurfoundation.org>)

²²¹ N. Patwaa, U. Sivarajahb, A. Seetharamanc, S. Sarkard, K. Maitid, K. Hingoranid, *Towards a circular economy: An emerging economies context*, “Journal of Business Research”, 2021, pp.725 - 735.

²²² “Upycling”, è stato coniato nel 1994 dall'ingegnere tedesco Reiner Pilz e indica quando un prodotto viene trasformato in un altro di qualità e valore uguale o superiore rispetto a quello iniziale. C. Pillitu, *Upycling come riciclo creativo: l'imperativo è non sprecare*, “Canale Energia”, 2021

²²³ Provenienti da legno tracciato provenienti da foreste gestite in modo sostenibile.

Life Cycle Assessment (LCA) può essere un aiuto per andare ad individuare gli impatti maggiori che si verificano nell'intero ciclo di vita del prodotto. Tale metodologia permette di individuare le fasi più critiche su cui intervenire per apportare delle migliorie. Fratelli Carli è un'impresa *benefit* che ha intrapreso la strada del LCA per analizzare oltre che gli impatti di alcuni dei suoi prodotti anche quelli del suo packaging con l'obiettivo per gli anni 2022-2024 di effettuarlo anche per il 10% del pack secondario.

Per Fileni Alimentare SPA è diventato indispensabile ripensare a un nuovo packaging rendendolo sempre più sostenibile ottimizzando la scelta dei materiali e i processi produttivi. Da qui nasce la partnership con Novamont, anche essa B Corp italiana, leader nel settore delle bioplastiche che ha permesso a Fileni di impiegare un packaging composto da bioplastiche che possono essere smaltite direttamente nell'umido. Grazie alla progettazione dell'ecovassoio, Fileni è riuscita a sostituire oltre il 90% della plastica. Questo cambiamento nella scelta dei materiali ha permesso all'impresa nel 2021 di ottenere il premio "Ecopackagico Awards" e il premio per l'economia circolare a Save the Brand di FoodCommunity²²⁵.

Un'altra azienda che ha posto particolare attenzione al packaging dei propri prodotti è Il Mangiar Sano S.P.A. SB. L'ha scelto di impiegare confezioni 100% riciclabili e dal 2019 i sacchetti interni di molti prodotti sono stati sostituiti da un materiale

²²⁵ Bilancio di Sostenibilità e Relazione di Impatto 2021 Fileni, p.11

biodegradabile e compostabile, certificato 'Ok Compost' secondo la norma europea Uni En 13432²²⁶. Questa scelta ha permesso di ridurre il consumo di plastica di oltre 20 tonnellate nell'ultimo biennio e di registrare una riduzione annua del consumo di plastica del 60%. Inoltre, Il Mangiar Sano S.P.A. SB, ha scelto di utilizzare solo carta vergine al 100% proveniente per oltre 88% da foreste gestite responsabilmente, è certificata FSC®, al posto della carta riciclata. L'azienda sostiene l'utilizzo di carta riciclata, nonostante sia apparentemente più sostenibile, richiede elevate quantità di energia per essere prodotta, energia che non proviene necessariamente da fonti rinnovabili.

Per di più a parità di dimensioni, il peso della carta riciclata è maggiore a quello della carta vergine. L'azienda, altresì, ha scelto per la stampa dei packaging l'impiego di inchiostri vegetali Food grade.

4.2.2.4. Comunità

Molte sono le aziende che si prodigano a favore della propria comunità, mediante donazioni ad enti e associazioni del territorio ed iniziative più estese a livello più ampio e globale come la partecipazione dell'azienda Fileni al The Climate Pledge²²⁷.

²²⁶ Relazione d'impatto 2021 Il Mangiar Sano S.P.A. SB, p.7-8

²²⁷ The Climate Pledge è una comunità internazionale che riunisce aziende, organizzazioni, individui e partner che collaborano insieme per risolvere la crisi climatica e le sfide della decarbonizzazione, impegnandosi a raggiungere zero emissioni nette di carbonio entro il 2040, 10 anni prima dell'accordo di Parigi.

A tal proposito si evidenzia l'impegno di Danone S.P.A. Società Benefit che va oltre la propria attività produttiva e abbraccia la dimensione comunitaria. L'impresa si dedica all'attività di volontariato di impresa, dal 2016 ha attivato il progetto "Mese del Volontariato" per incentivare l'impegno sociale dei dipendenti a livello locale. Oltre alle ore di attività di volontariato previste dall'azienda sono state concesse a ogni lavoratore 12 ore annue di permesso retribuito per attività di volontariato presso la comunità²²⁸.

A tutela della biodiversità e della comunità, Il Mangiar Sano S.P.A. SB partecipa al "Progetto Bee my future" in collaborazione con Lifegate, mediante l'adozione di alcune arnie situate nel comune di Milano²²⁹.

Dal punto di vista locale e comunitario, l'azienda Il Mangiar Sano sostiene associazioni locali ed enti senza scopo di lucro per l'organizzazione di eventi sportivi e culturali e nel 2021 ha rinnovato il supporto a ONLUS come il Banco Alimentare e ai "Bambini delle fate", favorendo il sostegno economico a progetti e percorsi di inclusione sociale²³⁰.

²²⁸ Relazione di Impatto 2021 Danone, p.20

²²⁹ Relazione d'impatto 2021 Il Mangiar Sano S.P.A. SB, p.5

²³⁰ Relazione d'impatto 2021 Il Mangiar Sano S.P.A. SB, pp.4-6.

4.2.2.5. Dipendenti

I dipendenti sono la parte attiva dell'impresa e la chiave del successo.

Per tale ragione, tutte le imprese *benefit* oggetto di indagine hanno rivolto l'attenzione ai loro dipendenti poiché essendo l'anima dell'impresa, l'azienda senza di loro l'azienda non potrebbe sussistere.

Pasticceria Filippi SRL Società Benefit come molte altre imprese *benefit* offre buoni spesa e convenzioni per l'acquisto di beni e servizi presso esercenti o aziende del territorio. La stessa impresa si distingue dalle altre per la misura a supporto delle famiglie dei dipendenti riconoscendo il "Bonus nascita" del valore di 1.500 euro per i figli dei dipendenti.

L'azienda pioniera nell'introduzione di sostegni di natura economica alla genitorialità è Danone S.P.A. che ha applicato la "Parental Policy", prevede azioni esemplari come il rientro del 100% delle mamme dopo la maternità e l'incremento della percentuale di donne a livello manageriale.

Danone S.P.A. Società Benefit applica altre politiche sociali a favore dei dipendenti come la "Cargivers Policy", maturata nel 2020 a sostegno delle persone più fragili e di coloro che all'interno dell'azienda si prendono cura di un genitore anziano o di un familiare non autosufficiente e "Fragibilità" che presenta una serie di servizi di

welfare che mettono a disposizione esperti come psicologi e legali per una consulenza rivolta a chi accudisce un familiare anziano e non autosufficiente²³¹.

Grazie a queste *policy* Danone S.P.A. è riuscita ad acquisire la certificazione per lo Standard GEEIS “*Gender Equality and European International Standard*”²³²”.

L’azienda Danone non è l’unica azienda B Corp ad essere premiata per le misure di *welfare* per i suoi dipendenti ma anche Andriani S.P.A. può vantarsi del Premio Great Place to Work® Italia, l’impresa pugliese è difatti l’unica azienda del Sud Italia nella classifica dei Best Workplaces Italia 2021 che ha introdotto nella sua strategia di gestione delle risorse umane l’*Employee Value Proposition* “Felicità sul lavoro, pensiero positivo”²³³. Andriani S.P.A. ha così dato vita ad un approccio innovativo basato su un mutamento culturale di cui l’azienda si fa portavoce ed è esempio virtuoso. L’azienda nel 2021 ha dato vita ad una serie di iniziative finalizzate alla promozione della salute dei propri lavoratori, in modo da incrementare il *well-being* interno.

Vengono proposte attività extra-aziendali che concorrono a sviluppare un sano e corretto stile di vita, ad esempio, i corsi della palestra aziendale, i tornei di ping-pong, le escursioni mattutine in mountain bike, partite di calcio ecc.

²³¹ Relazione di Impatto 2021 Danone, p.19.

²³² STANDARD GEEIS è “la certificazione internazionale che valorizza la diversità e l’inclusione come elementi strategici di un’organizzazione” (<https://www.bureauveritas.it/needs/standard-geeis-diversity>)

²³³ Relazione di Impatto 2021 Andriani, p.12.

Per il benessere della persona Andriani S.P.A. ha attivato un servizio di supporto psicologico mediante un Numero Verde Benessere attivo 24 ore su 24 tutti i giorni, che permette a tutti i lavoratori di ricevere un aiuto psicologico a distanza in modo gratuito, anonimo e confidenziale.²³⁴ Questo servizio offre un supporto al miglioramento del benessere sul lavoro e nella vita privata dei dipendenti.

Il Mangiar Sano S.P.A. SB, durante il 2021, ha attuato diverse iniziative legate al *welfare* aziendale come la possibilità per i dipendenti di lavorare con orari flessibili per rispondere alle esigenze familiari e personali, è stato riconosciuto anche il “Buono compleanno” dal valore di 100€ da usufruire presso un negozio specializzato in alimenti biologici del territorio. Inoltre, L’azienda Il Mangiar Sano applica delle convenzioni per cui garantisce prezzi agevolati per palestre, servizi specializzati con nutrizionisti, osteopati e operatori per la cura della persona²³⁵.

Un’altra azienda che supporta i propri dipendenti è Fileni. Essa sostiene il diritto allo studio dei giovani grazie alla collaborazione con la Fondazione Marco Fileni investendo in borse di studio per i figli dei lavoratori di tutta la filiera dell’impresa con la finalità di incoraggiare e sostenere economicamente gli studenti nel proseguire gli studi, per un futuro più ricco di opportunità²³⁶.

²³⁴ Relazione di Impatto 2021 Andriani, pp.26-29.

²³⁵ Relazione d’impatto 2021 Il Mangiar Sano S.P.A. SB, pp. 10-11

²³⁶ Bilancio di Sostenibilità e Relazione di Impatto 2021 Fileni, p.14

4.3. DISCUSSIONE DEI RISULTATI

La ricerca condotta consente di fornire conoscenze circa la reportistica di impatto a cui le Società Benefit sono assoggettate per legge. La trasparenza per questo tipo di società rappresenta un principio imprescindibile che si traduce nel dovere di dichiarare e comunicare all'esterno le proprie azioni e i risultati²³⁷. Ciò si rivela necessario anche per ridurre l'asimmetria informativa tra le imprese e gli attori della rete, per fornire una migliore reputazione all'impresa e una maggiore legittimazione a perseguire la duplice *mission*²³⁸. In questo paragrafo, si andranno ad osservare i risultati della ricerca condotta sulle Società Benefit incluse nel campione, suddividendo l'analisi in due sottoparagrafi.

Il primo sottoparagrafo è dedicato all'analisi comparativa dei casi studio in cui si vuole tracciare un quadro del fenomeno. Si metterà a confronto ciò che è emerso dalla prassi, limitatamente ai casi indagati, con gli strumenti metodologici e valutativi analizzati nel Cap.3: in modo da costatare se i risultati di quanto osservato supportano, integrano o contraddicono il *framework* teorico.

Il secondo sottoparagrafo è rivolto all'analisi degli obiettivi specifici, con l'intento di comprendere quali siano state le tematiche più discusse, e se mostrano convergenze e/o divergenze tra le diverse Relazione di Impatto.

²³⁷ G. Negri, M. Del Baldo, A. Agulini, Governance and accountability models in Italian certified benefit corporations, "Corporate Social Responsibility and Environmental Management", Vol. 27, (5), 2020, pp. 2368-2371

²³⁸ R. Ferlito, R. Faraci, *Sostenibilità e sistemi di Corporate Governance delle società benefit: il caso Illycaffè*, "FrancoAngeli Editore", 2021, pp.45-48

Tuttavia, lo studio non è esente da limiti, *in primis*, la ricerca è stata effettuata facendo riferimento esclusivamente al contesto aziendale italiano, che possiede delle proprie peculiarità e in secondo luogo lo studio non è stato condotto attraverso molteplici fonti di dati, ossia mediante la triangolazione dei dati.

Lo studio condotto costituisce un'analisi critica realizzata secondo un approccio descrittivo-interpretativo, dunque, è soggetta a percezioni di chi la realizza e potrebbe influenzarne l'analisi.

Ricerche future potrebbero, quindi, estendere l'indagine all'intero campione delle Società Benefit del settore alimentare, o altri settori, per avere un quadro più completo ed esaustivo del fenomeno.

Infine, la ricerca potrebbe essere integrata da interviste in profondità o *focus group* per approfondire specifiche tematiche di sostenibilità oggetto di maggior interesse nel lungo periodo.

4.3.1. Commento dell'analisi comparativa

Le Relazioni di Impatto analizzate redatte dalle Società Benefit sono state collocate in tre modalità differenti: quattro Società Benefit l'hanno predisposto come documento "autonomo" e distinto dal Bilancio di Sostenibilità (BS), due aziende l'hanno integrata al BS e solo in un caso la Relazione è stata allegata al Bilancio come appendice. Quest'ultimo è il caso dell'impresa Fileni che nel proprio Bilancio dichiara che: *"La Relazione di impatto si identifica pertanto come un nuovo*

strumento di rendicontazione che va ad integrare l'informativa del Bilancio di sostenibilità". Inoltre, l'azienda aggiunge che: *"I due documenti, pur connessi tra loro, mantengono una valenza propria e indipendente con un diverso punto di osservazione e approccio"*²³⁹.

Tale elemento di differenziazione può costituire una prima difficoltà nel comparare tra loro i diversi documenti. Le Relazioni di Impatto integrate al Bilancio presentano una maggior quantità e dettaglio di informazioni che tendono a fondersi in quadro più articolato.

Nel caso delle Relazioni di Impatto realizzate come documenti autonomi, le informazioni sono confrontabili e reperibili con maggiore immediatezza.

Un aspetto analizzato che attiene alla forma del documento è la lunghezza della Relazione, la quale tende a variare. Se si escludono i due casi in cui questa è integrata al Bilancio di Sostenibilità e si considerano i restanti casi in cui la Relazione ha una valenza propria, il numero tende a variare da un minimo 13 pagine a un massimo di 43, con una media di 26,7 pagine. La Relazione di impatto diversamente dal Bilancio di Sostenibilità, dunque, è un documento più sintetico e conciso. La Relazione di Impatto è dunque un documento la cui struttura è flessibile seppur nel rispetto dei contenuti previsti dalla normativa. Come già evidenziato nel Capitolo II, la normativa predispone un indirizzo generale di *accountability* ma non

²³⁹ Bilancio di Sostenibilità e Relazione di Impatto 2021 Fileni p.4

impone alcuno schema che possa guidare la rendicontazione lasciando alla società che lo redige la massima discrezionalità nel rispetto della trasparenza e della veridicità. In questo modo si assicura un'originalità nella redazione dei documenti²⁴⁰. Le Società Benefit sono per tutti i casi, eccetto Felsineo S.P.A. - Società Benefit, società certificate B Corp, il punteggio varia con il minimo di 82 al massimo di 98,3 con media totale di 88,8. Tale constatazione riflette anche la scelta delle medesime aziende di adottare come criterio di Valutazione di Impatto il B Impact Assessment. L'unico caso di azienda che non adotta il BIA è anche l'unica Società Benefit non certificata. Tale evidenza empirica conferma quanto espresso nel terzo capitolo, ovvero il BIA è una delle metodologie più diffuse per la valutazione degli impatti. Il BIA, infatti, è anche l'unico strumento che consente alle Società Benefit di sfoggiare una certificazione riconosciuta a livello internazionale. Per le imprese del settore alimentare possedere la certificazione B Corp è dunque un fattore decisivo per differenziarsi sul mercato, ottenere maggiore visibilità, incrementare la trasparenza della filiera di fornitura, migliorare la qualità dei prodotti e aumentare la consapevolezza dei propri processi.

Il B Impact Assessment, come affermato nel capitolo precedente, sembra adattarsi in modo migliore a realtà imprenditoriali di grandi dimensioni²⁴¹.

²⁴⁰ CAPITOLO II – RELAZIONE ANNUALE DI IMPATTO, “Tabella 2 – Punti di forza e di debolezza della Relazione annuale di impatto”

²⁴¹ E. De Sabato, F. Fugiglando, *Le società benefit*, “Giuffrè Editore”, Milano, 2021, pp. 67-70

Il punteggio assegnato dal BIA alle imprese analizzate è uno strumento importante che permette di effettuare una comparazione più oggettiva tra le *performance* dei diversi casi aziendali, in particolar modo poiché appartengono al medesimo settore. La certificazione identifica i comportamenti responsabili e indirizzati alla sostenibilità che altrimenti resterebbero celati e impliciti²⁴².

Lo standard di rendicontazione GRI è ampiamente impiegato, in maniera quasi omogenea. La ragione di tale scelta è data dal riconoscimento dello standard non solo come supporto alla rendicontazione della Relazione di Impatto ma anche nella realizzazione del Bilancio di Sostenibilità. Lo standard GRI è inoltre allineato alla valutazione di impatto effettuata con il BIA e ciò permette un'integrazione più semplificata delle informazioni all'interno della Relazione²⁴³.

Un ulteriore elemento di comparazione è il soggetto preposto alla formulazione della Relazione. La qualifica di Responsabile di Impatto (o *benefit manager*), prevista dalla Legge 208/2015 al comma 380, può essere ricoperta da un membro interno del consiglio di amministrazione, da figure presenti all'interno dell'organico dell'azienda, oppure questa figura può essere esternalizzata a individui che possiedono competenze nei settori destinatari dell'attività *benefit*²⁴⁴.

²⁴² A. Russo, F. Perrini, *Investigating Stakeholder Theory and Social Capital: CSR in Large Firms and SMEs*, "Journal of Business Ethics", 91, 2010, pp. 207-221

²⁴³ Documento "Complementary Use and Linkage of the GRI Standards e BIA" ([https://www.globalreporting.org/media/z5310gdm/gri-b-lab-mapping-publication.](https://www.globalreporting.org/media/z5310gdm/gri-b-lab-mapping-publication))

²⁴⁴ E. De Sabato, F. Fugiglando, *Le società benefit*, "Giuffrè Editore", Milano, 2020, p.47.

Il Responsabile di Impatto è un soggetto che necessariamente è coinvolto nei rapporti con la filiera delle attività orientate al beneficio comune, nei processi aziendali strategici e operativi e nella gestione delle relazioni con gli *stakeholder*²⁴⁵. Dallo studio condotto si evince che il Responsabile di Impatto, ove indicato, è interno all'azienda. Nello specifico, nei casi oggetto di studio, questa figura è stata assegnata al Team dei responsabili delle principali funzioni aziendali o a uno specifico responsabile di altre funzioni come il Responsabile di Produzione & Marketing, e/o di Comunicazione & Marketing, al Comitato di Sostenibilità con all'interno un Sustainability Manager, al Comitato direttivo.

È interessante notare come tre di queste aziende: Andriani S.P.A., Felsineo S.P.A. - Società Benefit, Fratelli Carli S.P.A. S.B, abbiano dichiarato la presenza di una *Governance* di Sostenibilità.

Riguardo agli SDG identificati nella Relazione di Impatto, in quattro delle sette aziende, non sono stati menzionati, un'unica SB li ha indicati tutti nella propria Relazione, due sono state le società che hanno effettuato una scelta più selettiva e gli SDG più citati sono: il 3 “Buona salute e benessere”, l’8 “Lavoro dignitoso e la crescita economica” e il 12 “Consumo e produzione responsabili”.

Per quanto attiene all'analisi di Materialità, utile ad indentificare i temi rilevanti per gli *stakeholder* e per l'azienda per improntare una strategia di sostenibilità, questa

²⁴⁵ R. Bianchi, B. Scappini, *La nuova figura professionale del responsabile di impatto nelle società benefit*, “Fisco e Tasse”, 2022, pp. 1-3

metodologia è stata divulgata da quattro aziende su sette del campione. Nello specifico le aziende che hanno effettuato l'analisi di materialità sono quelle che hanno redatto la Relazione di Impatto come parte integrante e/o allegata al Bilancio di Sostenibilità, l'unico caso in cui è presente la matrice di Materialità in documento autonomo è Pasticceria Filippi SRL Società Benefit²⁴⁶.

Altra considerazione su cui andrebbe posta maggiore attenzione riguarda la proprietà di tipo familiare delle imprese, infatti, tutte le aziende appartenenti al campione possiedono questa connotazione ad eccezione di Danone S.P.A. Società Benefit. In tal modo si potrebbe considerare valida l'ipotesi secondo la quale "*le imprese familiari sono naturalmente orientate alle logiche sottese alle Società Benefit*"²⁴⁷. Tale dinamica è stata anche oggetto della ricerca Società Benefit e Family Business realizzata dal CEFab by CUOA tra il 21 novembre e il 18 dicembre 2017. Dalla ricerca è emerso che le imprese familiari analizzate hanno una propensione verso il proprio territorio molto marcata specialmente se si considerano le imprese che sono già Società Benefit o che sono intenzionate a diventarlo.

La valorizzazione del territorio si riscontra anche all'interno delle finalità di beneficio comune, tra i temi più rilevanti assieme alla filiera, la qualità dei prodotti, il benessere dei dipendenti e l'educazione ad un corretto stile alimentare.

²⁴⁶ Relazione di Impatto 2021 Pasticceria Filippi, p.42

²⁴⁷ ImpresealCUOA, *Le imprese familiari e l'orientamento (naturale?) al benefit*, "CUOA Business School", n.46, 2018 (<https://www.cuoaspace.it/2018/07/le-imprese-familiari-e-lorientamento-naturale-al-benefit.html>)

4.3.2. Commento dell'analisi degli obiettivi

Dall'analisi effettuata sugli obiettivi specifici che perseguono le finalità di beneficio comune, i temi più rilevanti riscontrati attengono alla filiera di fornitura, all'energia e risorse, al packaging, alla comunità e ai dipendenti. In tutte le Relazioni si nota un particolare preoccupazione verso questi argomenti.

La filiera è un punto cruciale per il settore alimentare poiché la qualità, la genuinità riflette l'eccellenza dei prodotti da essa generati.

Le Società Benefit analizzate hanno quindi dedicato parte della loro attività a una conoscenza più approfondita dei loro fornitori in modo particolare per analizzare nuove prospettive sul fronte della sostenibilità.

Per quanto attiene al tema dell'energia, tutte le Società Benefit si sono impegnate a investire in energia pulita ed adottare processi innovativi e meno impattanti.

Le *policy* in tema di Packaging, come nel caso dei materiali, sono dedicate alla progressiva riduzione dell'uso di materiali più inquinanti (es. plastica) lasciando spazio a materiali biodegradabili e compostabili. Questa attenzione è maggiore quando le imprese dedicano parte della loro produzione a prodotti biologici come il caso dell'Hamburger di bovino Fileni BIO che utilizza l'ecovassoio e della linea Provamel di Alpro dell'azienda Danone che ha un packaging 100% riciclabile prodotto con materiali biologici. Le attività più comuni rivolte alla comunità attengono alle donazioni ad enti e associazioni del territorio, o ad attività di volontariato come quelle incentivate dalla Danone S.P.A. Società Benefit.

La sfera del benessere e della crescita dei dipendenti è parte di ogni strategia di business delle aziende, tra le attività più comuni vi è la garanzia di un sostegno economico, convezioni e formazione aggiuntiva. Andriani, ad esempio, è l'impresa che si è posta un obiettivo volto a incrementare il *well-being* interno con una prospettiva più ampia che include il sostegno psicologico, fisico, alimentare favorendo all'interno della propria impresa un pensiero positivo.

Alla luce delle considerazioni effettuate a seguito dello studio condotto sulle SB selezionate, si può concordare con quanto previsto dalla letteratura in tema di esigenze degli *stakeholder*. Nello specifico, è stata rilevata una crescente domanda da parte degli *stakeholder* di una gestione strategica delle aziende più focalizzata sullo sviluppo sostenibile, parallelamente agli aspetti prettamente economici²⁴⁸.

Altro motivo per cui tali obiettivi vengono perseguiti dall'azienda è dato dal fatto che le Società Benefit, sono imprese per le quali la mera valutazione delle *performance* finanziarie può portare ad un risultato scarsamente informativo, come in tale situazione potrebbe verificarsi una "*mission drift*" (o deriva della missione)²⁴⁹. Inoltre, Gazzola et al. (2019) hanno esaminato la relazione tra le Società Benefit certificate B Corp e la *performance* finanziaria, scoprendo che le imprese hanno sviluppato vantaggi quando hanno enfatizzato fattori ambientali e

²⁴⁸ C. Corsi, A. Prencipe, D. Boffa, Corporate governance and the choice to take on the hybrid organizational model of the benefit company: evidence from Italy, "Journal of Modelling in Management", 2020, p.907

²⁴⁹ D. Ponte, C. Pesci, P. F. Camussone, *Between mission and revenue: measuring performance in a hybrid organization*, "Managerial Auditing Journal", Vol. 32, 2017, p.198

servizi ai clienti²⁵⁰. Le Società Benefit si legano quindi, volontariamente a standard di responsabilità e di trasparenza più elevati conseguendo dei benefici maggiori²⁵¹. Come sostiene Hiller²⁵², Professoressa al Pamplin College Of Business in Virginia (USA) che ha svolto una ricerca sulle *Benefit Corporation* americane, c'è un'attenzione al business che consente alle imprese di essere aziende etiche che generano impatti positivi conseguendo profitti. Tali Società sono caratterizzate per loro natura da un indirizzo strategico volto a garantire il soddisfacimento degli interessi degli *stakeholder* rispetto a questioni ambientali, sociali, e di *governance* (ESG)²⁵³. Infine, il soddisfacimento dei bisogni informativi degli *stakeholder* costituisce il punto di partenza per misurare e valutare correttamente le azioni, i risultati raggiunti ma anche la modalità con cui la Relazione di Impatto contribuisce a creare e diffondere valore²⁵⁴.

²⁵⁰ P. Gazzola, D. Grechi, P. Ossola, E. Pavione, *Certified Benefit Corporations as a new way to make sustainable business: The Italian example*, "Corporate Social Responsibility and Environment Management", Vol.26, 2019, pp. 1435 - 1445

²⁵¹ G. Negri, M. Del Baldo, A. Agulini, *Governance and accountability models in Italian certified benefit corporations*, "Corporate Social Responsibility and Environmental Management", Vol. 27, (5), 2020, pp. 2371-2373

²⁵² J.S. Hiller, *The Benefit Corporation and Corporate Social Responsibility*, "Journal of Business Ethics", 2013, pp.287-301

²⁵³ M. Sciarelli, S. Cosimato, G. Landi, *Benefit Corporations Approach to Environmental, Social and Governance Disclosure: A Focus on Italy*, "Entrepreneurship Research Journal", Vol.10, 2020, p.10

²⁵⁴ D. Ponte, C. Pesci, P. F. Camussone, *Between mission and revenue: measuring performance in a hybrid organization*, "Managerial Auditing Journal", Vol. 32, 2017, p.196-2014

CONCLUSIONE

L'obiettivo del presente lavoro di tesi è stato quello di esaminare come le Società Benefit generino un impatto positivo nei confronti dei diversi *stakeholder* creando valore sociale e ambientale e come questi impatti vengono misurati e comunicati. Le Società Benefit sono imprese che perseguono una finalità "autentica" poiché attuano strategie di medio-lungo termine per migliorare le proprie *performance* anche a discapito della redditività immediata.

Come per R.E. Freeman il soddisfacimento dei bisogni per gli *stakeholder* non può sottrarsi ai doveri di impresa, così le aziende che accettano una sfida di cambiamento e progresso volto alla sostenibilità, hanno il compito di dare concretezza agli impegni assunti nei confronti di territori, comunità e consumatori. Un'impresa che trascura la dimensione sociale e ambientale è deleteria per la società e per sé stessa. L'orientamento di impresa verso i fattori strettamente economici, come paraocchi fissati alla briglia, permette all'organizzazione di operare evitando distrazioni. Tuttavia, tale visione circoscritta e limitata eclissa nuove prospettive di mercato, di innovazione, di crescita e competitività.

Difatti, le Direttive europee hanno sempre più spinto alla necessità di documenti di natura non finanziaria da affiancare al Bilancio di esercizio per configurare una maggior completezza delle informazioni, come il Bilancio di Sostenibilità, la Non

financial Disclosure, il Reporting di sostenibilità (CSRD). La creazione di documenti appositi in ottica di *accountability* non finanziaria sorge dalla consapevolezza di come i rischi ambientali e sociali possono ripercuotersi sul *business* di un'impresa. Conoscere i rischi, le responsabilità e gli impatti a cui essa è esposta permette all'impresa di non farsi trovare impreparata di fronte a eventi casuali e repentini in modo agire preventivamente.

Il processo di misurazione e valutazione di impatto risulta fondamentale per costituire un *asset* mediante il quale l'impresa apprende, migliora e sviluppa con gradualità il proprio *impact management* adempiendo alla propria identità ibrida.

La Relazione di Impatto rappresenta un documento rendicontativo che descrive i progetti da realizzare, i risultati annuali conseguiti e quelli da perseguire in base alle specifiche finalità di beneficio comune. All'interno è presente una valutazione di impatto eseguita mediante uno standard di valutazione esterno.

L'applicazione dello standard e la Relazione di Impatto costituiscono un obbligo normativo per le Società Benefit al fine di garantire la trasparenza e l'attendibilità nelle attività effettuate da un'azienda.

Secondo una ricerca condotta dal NISB²⁵⁵ (Cap. II) nel 2021 sono ancora poche le Società Benefit italiane che eseguono un processo di misurazione, valutazione, rendicontazione e comunicazione completo. Le motivazioni di tale fenomeno

²⁵⁵ Network Italiano delle Società Benefit

possono essere rintracciate nella moltitudine di strumenti rendicontativi e valutativi presenti sul mercato. Ciò nonostante, Assobenefit ha individuato i principali strumenti valutativi nel canale associativo per facilitare le Società Benefit nella scelta degli strumenti prossimi alle proprie esigenze e peculiarità.

Tali strumenti valutativi sono in alcuni casi più recenti come il SABI, in altri estendono il perimetro valutativo anche a organizzazioni che sono al di fuori dell'ambito strettamente *benefit* come il NeXt Index o infine sono *alter ego* e ispiratore principale delle SB, ossia il BIA.

La ricerca condotta sulle Società Benefit analizzate del settore alimentare ha messo in luce come la quasi totalità delle SB del campione ha scelto di misurarsi con lo standard B Impact Assessment, lo standard di misurazione nativo delle Società Benefit. La scelta di tali imprese è riconducibile alla volontà di riconoscersi come azienda che aspira a misurarsi con parametri ambiziosi di *performance* ambientali e sociali al fine di considerarsi non come un'impresa meramente estrattiva e parte di un'economia depauperatrice ma come un'impresa che crea valore per tutti gli *stakeholder*. In letteratura e nella prassi aziendale, come evidenziato dall'analisi empirica, tali imprese si legano volontariamente a standard di responsabilità e di trasparenza più elevati. Non solo le finalità di beneficio comune sono rivolte alla comunità, al territorio, ai fornitori, ai consumatori ma anche alle generazioni future, per evidenziare come questo impegno si protrae nel tempo e nello spazio e non si dissolve in un gruppo ristretto di *stakeholder*.

Sarebbe interessante verificare mediante ricerche future se lo spirito di impresa familiare riscontrato in tale analisi sia lo *spinnaker* che indirizza il vento della sostenibilità.

La Relazione di Impatto, se per alcune imprese è uno nuovo strumento di rendicontazione che può essere funzionale ed integrato al Bilancio di Sostenibilità o può conservare una propria dignità assoluta come documento autonomo, è pur vero che esso assolve un'importante funzione ovvero quella di esporre le strategie, la *vision*, i valori che guidano l'impresa verso un percorso sostenibilità.

A tal punto, la ricerca ha messo in evidenza come in alcuni casi è esplicitamente dichiarata la presenza di una *governance* di sostenibilità necessaria a coadiuvare le diverse funzioni aziendali, la presenza di una matrice di materialità che permette di fornire un quadro sintetico delle principali criticità riscontrate e gli SDGs promossi dall'ONU per constatare l'avanzamento verso gli obiettivi di natura globale.

Tali elementi permettono di fornire un quadro più completo della Relazione di Impatto. La volontà delle Società Benefit di essere le protagoniste del cambiamento può essere testimoniata dalla presenza del Responsabile di Impatto interno all'organizzazione, per migliorare i processi e internalizzare nuovi aspetti al *core business* aziendale. La certificazione B Corp è sicuramente uno strumento che identifica i comportamenti responsabili volti alla sostenibilità che in caso contrario resterebbero impliciti. C'è da sottolineare come le aziende B Corp e le Società Benefit sono parte di un unico disegno e sono elementi tra loro complementari.

Altro aspetto da approfondire nel corso di ulteriori studi, sono le relazioni collaborative che si sviluppano all'interno delle *community* delle Società Benefit e in particolare le B Corp.

L'impatto positivo che le imprese generano contribuisce ad incrementare la fiducia da parte degli *stakeholder* sensibili alle tematiche di sostenibilità.

Come conferma la letteratura, sussiste una correlazione tra la realizzazione di strategie di sviluppo sostenibile e le *performance* di impresa, garantendo di conseguenza una posizione di vantaggio competitivo. Le Società Benefit sono quindi imprese lungimiranti, *forward looking* poiché si prodigano per il raggiungimento di obiettivi che manifesteranno i benefici nel lungo termine.

Inizialmente, come nel mito della caverna di Platone i prigionieri, ossia le imprese in generale, pensavano che le ombre proiettate sul muro fossero la sola realtà esistente, e quindi non percepivano la sostenibilità come un'opportunità ma un semplice costo. Al giorno d'oggi, la crisi climatica, pandemica, energetica, il caro bollette, l'inflazione sono variabili che hanno evidenziato le discrasie nel mondo in cui viviamo. Le aziende più virtuose, hanno compreso che la percezione iniziale non coincide con quella al di fuori della "caverna" e del mondo circostante.

Dunque, le imprese sostenibili, come i prigionieri liberati di Platone, hanno avuto conoscenza preliminare della realtà effettiva rispetto alle altre.

Per le imprese, infatti, la scelta di adottare modelli di economia sostenibile e circolare, come il ricorso a fonti energetiche alternative ai combustibili fossili, la riduzione delle risorse nell'attività, la scelta di fornitori con filiere corte e controllate, diventa non tanto una scelta quanto una mera necessità.

Ogni impresa possiede la sua politica aziendale e attua una sua comunicazione originale e distintiva, tuttavia, i temi presentati da ciascuna delle SB analizzate tendono combaciare. Nello specifico, le tematiche in questione riguardano: filiera di fornitura, risorse e packaging, approvvigionamento energetico, dipendenti e comunità. Ciò a riprova del fatto che la sostenibilità non attiene ad una unica sfera aziendale ma va a contaminare necessariamente anche altri ambiti dando vita a una visione di insieme integrata e indirizzata verso una determinata prospettiva.

“The benefit-corporation concept is an experiment, and it’s too soon to know how it will fare. My guess is that it will be a big success, because it can inspire loyalty, cooperation and real purpose, which helps create profits, too.” (R. Shiller)

Come affermato dal Premio Nobel per l'Economia, Robert Shiller, le Società Benefit possiedono tutto il potenziale per avere successo in una sfida in cui le imprese non solo devono essere profittevoli e competitive ma hanno il dovere di contribuire alla costruzione del bene comune.

BIBLIOGRAFIA

- B. Arru, M. Ruggieri, *Benefici della Corporate Social Responsibility nella Creazione di Valore Sostenibile: il Ruolo delle Risorse di Competenza e del Capitale Reputazionale*, “Economia Aziendale Online”, 2016, pp. 17-32
- Assonime, *La disciplina delle società benefit*, circolare n.19, “Diritto societario”, 2016
- Assonime, *Doveri degli amministratori e sostenibilità*, “Note e Studi”, 2021, p. 4
- B CORP, “*Il primo Report delle B Corp italiano*”, 2021, p.13
- E. Baglieri, V. Fiorillo, *Indicatori di Performance per la Sostenibilità*, “Rapporto di ricerca per Greentire S.C.R.L.”, SDA Bocconi School of Management, 2014, pp. 14-20
- P. Barbrook-Johnson, A. S. Penn, *Systems Mapping How to build and use causal models of systems, Theory of Change Diagrams*, “Palgrave Macmillan Editore”, Oxford, UK, 2022, pp. 33-46
- P. Barzaghi, *Il futuro del Corporate Reporting*, “Edicola Fisco”, 2021
- J. Baumüller, K. Sopp, *Double materiality and the shift from non-financial to European sustainability reporting: review, outlook and implications*, “Journal of Applied Accounting Research”, vol. 23, 2021

- L. Becchetti, M. Cacciapaglia, P. Morone, L. Raffaele, L. Semplici, *Indici ambientali di impatto multi-stakeholder: il caso NeXt*, “Sostenibilità”, 13, 2021, p.8
- L. Becchetti, L. Raffaele, L. Semplici, *NEXT Nuova economia per Tutti, Come cambiare l'economia. Strumenti di rendicontazione, progettazione e valutazione multidimensionali e partecipati*, “Rubettino Editore”, 2020.
- C. Beghelli, *B Corp, ecco perché le pmi italiane della moda sono un modello di sostenibilità per il mondo*, “IlSole24Ore”, 2022
- C. Bellevite Pellegrini, R. Caruso, M. Del Barba, *Società Benefit: Profili giuridici ed economico-aziendali*, Egea Editore, Milano, 2020.
- R. Bianchi, B. Scappini, *Società Benefit: gli strumenti per valutare l'impatto*, “Fisco e Tasse”, 2022
- P. Biancone, S. Secinaro, V. Brescia, *The accounting innovation by welfare indicators*, “Economia Aziendale Online 2000 Web”, 9 (2), pp. 127- 133
- S. Blasi, S.R. Sedita, *Mapping the emergence of a new organisational form: An exploration of the intellectual structure of the B Corp research*, “Corporate Social Responsibility and Environmental Management, n.29, 2022, p. 108
- Bilancio di Sostenibilità 2021, Gruppo Felsineo
- Bilancio di Sostenibilità e Relazione di Impatto 2021 Fileni

- H. Boucher, *Unravelling the conflicts in 'Double Materiality'*, “Investment & Pensions Europe – IPE”, 2021, pp.52-52.
- C. Bussi, *Il nuovo report di sostenibilità sarà integrato al bilancio*, “IlSole24Ore”, 2022, p.47
- P. Butturini, *La relazione annuale della società benefit nel sistema del bilancio d’esercizio*, “Giurisprudenza commerciale”, Vol. 47 (3), 2020.
- M. Carbonaro, *L’impresa sostenibile spinge per studi legali più multidisciplinari*, “Il Sole 24 Ore” 2021
- R. Caruso, *Le società benefit in Italia. Tra bene comune e identità*, “Economia Pubblica Online”, 1, 2022, pp. 117 – 139
- R. Caruso, *Società Benefit. Più metriche per la biodiversità*, Avvenire, 2021
- M. Castellini, S. Cirone, A. Cogo, I. Cristina, D. de Rossi, V. Fazio, M. C. Petrassi, G. Preti, M. Milanese, A. Ragazzini, V. Santacroce, R., Zunino, S. Zambon, L., & Girella, *Linee Guida sul Reporting delle Società Benefit*, “NIBR”, 2019, pp. 1-52
- S. Cerlenco, *Le società benefit: come coniugare l’etica con il profitto*, “Credito cooperativo”, 33 (11), 2017, pp.34-36
- M. S. Chiucchi, *Il metodo dello studio di caso nel management accounting*, “Giappichelli Editore”, Torino, 2015.
- P. Cipollone, *Transizione energetica, finanza e clima: sfide e opportunità*, “Intervento della Banca d’Italia eurosistema”, Roma, 2022

- V. Coda, *Lo scopo dell'Impresa*, "Electronic Journal of Management", n.3, 2020, p.20
- G. Colletti, *Azioni misurabili e trasparenti per il marketing delle B-corp*, "Il Sole 24 Ore", 2022
- D. Colombo, *B-Corp. Nuovo step di Fileni, già società benefit*, "Mark up", n. 29 (309), 2022, pp. 120-121
- C. Corsi, A. Prencipe, D. Boffa, *Corporate governance and the choice to take on the hybrid organizational model of the benefit company: evidence from Italy*, "Journal of Modelling in Management", 2020, p.906-907
- M. Costa, *Verso un mondo a doppia materialità. Il concetto pareva implicito, ma ora genera dubbi. e impone nuove visioni*, "ESG BUSINESS REVIEW", 2022, pp.124- 125
- F. A. Curione, *Obblighi di dichiarazione non finanziaria: nuovo approccio per uno sviluppo sostenibile*, "Amministrazione", Vol. 35 (3) ,2020.
- A. Daccò, *Le società benefit tra interesse dei soci e interesse dei terzi: il ruolo degli amministratori e i profili di responsabilità in Italia e negli Stati Uniti*, 74 (1), 2021, pp. 40-45
- V. D'Angerio, *I vantaggi delle società benefit: ecco i passi da fare per trasformare l'azienda*, "IlSole24Ore", 2021

- M. Dallochio, E. Teti, *Valore, impresa e sistema paese: Strategie d'azienda per la generazione di valore sostenibile*, “Egea Editore”, Milano, 2011, Cap. 3, pp. 48-56
- M. Del Baldo, *Corporate Social Responsibility e Corporate Governance: quale nesso nelle PMI*, “Rivista Piccola Impresa/Small Business”, pp. 61-102, n.3, 2009.
- C. Dell'Oste, V. Uva, *Non solo profitti: boom di società benefit in pandemia. Via agli incentivi*, “Il Sole24Ore”, 2022
- Deloitte, *Striving for balance, advocating for change*, Deloitte Millennial Survey, 2022, pp. 1-40
- E. De Sabato, F. Fugigliando, *Le società benefit*, “Giuffrè Editore”, Milano, 2021
- P. Di Cesare, E. Ezechieli, *Le Benefit Corporation e l'evoluzione del Capitalismo*, “I libri di Ca' Foscari 4”, Venezia, 2017, pp. 55-78
- E. Di Maria e C. A. Strazzeri, *Linee guida per la valutazione d'impatto delle società benefit e la rendicontazione sociale*, “Wolters Kluwer Italia Editore”, Milano, 2022, Cap 1, p.14
- M. Di Sarli, *Una proposta di direttiva della Commissione UE in materia di Corporate Sustainability Reporting*, “Il Nuovo Diritto delle Società”, (9), 2021
- Dossier, *Cambio di passo con il nuovo report*, “Il Sole24Ore”, 2022, pp. 24

- E. Ezechieli e P. Di Cesare, *Il movimento globale delle B Corp e la nascita delle Società Benefit*, “Assobenefit”, 2017, pp. 1- 17
- A. Fedi, *La Responsabilità amministrativa delle società e degli enti*, “Dichiarazione non finanziaria e impatti 231”, n.2, 2019, pp.149-150
- F. Ferdinandi, *La società benefit*, “Vita notarile”, n. 69 (1), 2017, pp. 541-564
- M. Ferioli, *B Corp: un Nuovo Modello di Business per la Mobilità Sostenibile. il Caso del Gruppo Maganetti*, “Economia Aziendale Online – Business and Management Sciences International Quarterly Review”, n.13 (1), 2022, pp.55-58
- R. Ferlito, R. Faraci, *Sostenibilità e sistemi di Corporate Governance delle società benefit: il caso Illycaffè*, “FrancoAngeli Editore”, 2021, pp.45-48
- P.M. Ferrando, *Il purpose, ovvero: quale impresa per uno sviluppo sostenibile ed inclusivo?*, “Electronic Journal of Management, Impresa Progetto”, n.1, 2022, pp 1- 13.
- F. Ferrara, R. Pesati, M. Alessi, M. Pagani, N. Alessi, *Il modello della Buona Impresa: Prodotto, Lavoro e Profitto al centro della creazione di valore sociale*, “PWC, Fondazione Buon Lavoro, Goodpoint”, 2020
- Financial Services and Capital Markets Union European Commission *Guidelines on reporting climate-related information European Commission Directorate-General for Financial Stability,, Bruxelles - Belgium, 2019*

- Fondazione Buon Lavoro, *Il Manifesto della Buona Impresa*, 2021, p.1
- A. Gallarati, *Incentivi e controllo del mercato nella società benefit. Un'analisi economica e comparata*, “Contratto e impresa”, n.34 (2), 2018
- P. Gazzola, D. Grechi, P. Ossola, E. Pavione, *Certified Benefit Corporations as a new way to make sustainable business: The Italian example*, “Corporate Social Responsibility & Environmental Management”, n. 26 (6), 2019, pp. 1435-1445
- G. Geminiani, *La Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)*, “Edicola Fisco”, 2021, pp.15- 20
- A. Grandori, *Responsabilità e impresa: Un ponte tra passato e futuro*, “Studi Organizzativi”, 2, 2017, pp.139–148.
- P. Guida, *La società benefit quale nuovo modello societario*, “La rivista del notariato”, n. 72 (3), 2018, p. 110
- M. Guidi, M. Giuliani, M.S. Chiucchi, S. Marasca. *The assurance of non-financial disclosure: A longitudinal analysis of the academic and professional literature*, “Financial reporting”, (2), 2021, pp. 5-44
- L. Hickman, J. Byrd, K. Hickman, *Explaining the Location of Mission Driven Business: An Examination of B Corps*, “The Journal of Corporate Citizenship”, n. 55, 2014, pp. 13-25
- J. S. Hiller, *The Benefit Corporation and Corporate Social Responsibility*, “Journal of Business Ethics”, n. 118 (2), 2013, pp. 287- 301

- G. Invernizzi, *Casi e materiali di strategia d'impresa*, “Etas Libri”, Milano, 1980, pp.7-8.
- A. Ling Li Sonnerfeldt, C. Aggestam Pontoppidan, *The Challenges of Assurance on Non-financial Reporting*, “Accounting, Economics, and Law: A Convivium”, Vol. 10 (2), 2020, pp. 1-23
- C. Luison, *Accelerano ancora gli standard di reporting sull'informativa non finanziaria e di sostenibilità*, “Amministrazione & Finanza”, 36 (9), 2021, pp.31-32
- L. Mariani & D. Cavenago, *Redesigning Welfare Services for Policies Effectiveness: The non-profit organizations (NPOs) perspective*, Public Management Review, Vol.15, 2013, pp.1011–1039.
- M. Mattiaccio, *Progetto Arca: suolo in salute con l'agricoltura bio-rigenerativa*, “Rivista Terra e Vita”, 2019, pp.1-4.
- C. Mayer, *Prosperity: Better Business Makes the Greater Good*, Oxford, Oxford University Press, 2018
- D. H. Meadows, D. L. Meadows J. Randers, W. Behrens, *The Limit to Growth*, “A Report for THE CLUB OF ROME'S Project on the Predicament of Mankind”, Universe Books, United States of America, 1972, pp.185- 196

- S.S.Mezzio, J.Kenner, A.Veltmann, J. Morejon, *ESG Integration and Small Business: Deployment, Reporting, Assurance, and B Corp Certification*, “The CPA Journal”, Vol. 92. 2022.
- L. Michelini, G. Nigri, G. Iasevoli, C. Grieco, *B Corps and their social impact communication strategy: does the talk match the walk?*, Conferenza SIM 2016 XIII CONVEGNO ANNUALE DELLA SOCIETA' ITALIANA MARKETING Università di Cassino 20-21 ottobre 2016
- N. Misani, *Perché e come essere B Corp o Società Benefit*, “Economia & Management Testo stampato”, 1, 2021
- Nativa, *THE BOOK. Il grande libro delle B Corp italiane*, 2021
- G. Negri, M. Del Baldo, A. Agulini, *Governance and accountability models in Italian certified benefit corporations*, “Corporate Social Responsibility and Environmental Management”, Vol. 27, (5), 2020
- M. Nessi e S. Della Bella, *Società benefit, disciplina generale e tax credit*, “La settimana fiscale”, n.22, 2022, pp. 39-43
- M. C. Petrassi, *Le Società Benefit per le imprese pubbliche e private*, Editore Key, Milano (MI),2021, Cap. I, p.44
- N. Patwaa, U. Sivarajahb, A. Seetharamanc, S. Sarkard, K. Maitid, K. Hingoranid, *Towards a circular economy: An emerging economies context*, “Journal of Business Research”, 2021, pp.725 -735.

- M. Petrella e L. Sagulo, *Società benefit: cosa scrivere nella relazione annuale da allegare al bilancio*, “IPSOA Quotidiano”, 2022
- F. Pezzatti, *Il lettore chiede lumi sulle società benefit e sulle differenze rispetto al concetto Esg*, “Plus24”, 2021, p.12
- C. Pillitu, *Upcycling come riciclo creativo: l'imperativo è non sprecare*, “Canale Energia”, 2021
- D. Ponte, C. Pesci, P. F. Camussone, *Between mission and revenue: measuring performance in a hybrid organization*, “Managerial Auditing Journal”, Vol. 32, 2017, p.198
- ¹ Provenienti da legno tracciato provenienti da foreste gestite in modo sostenibile.
- M. Prisco, *La Dichiarazione non Finanziaria si applicherà alle PMI quotate*, “Norme&Tributi Plus Diritto”, 2021
- PWC, *Società benefit un nuovo paradigma imprenditoriale*, 2021
- Regenerative Society Foundation, *Un nuovo paradigma di business per un futuro più equo e sostenibile*, “Il Sole 24 Ore”, 2021
- Relazione di Impatto 2021 Andriani
- Relazione di Impatto 2021 Danone
- Relazione d’impatto 2021 Il Mangiar Sano S.P.A. SB
- Relazione di Impatto 2021, Pasticceria Filippi
- Report di Sostenibilità 2021, Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

- M. C. Rizzo, *La società benefit numero: commissione start up innovative, microimprese e settori innovativi*, “Scuola di Alta Formazione Luigi Martino, Fondazione Commercialisti OEDC Milano”, n. 83, 2021
- A. Russo, F. Perrini, *Investigating Stakeholder Theory and Social Capital: CSR in Large Firms and SMEs*, “Journal of Business Ethics”, 91, 2010, pp. 207-221
- L. Salvatore, *Le società benefit e la loro disciplina*, “Il nuovo diritto delle Società”, n. 15 (4), 2017
- B. Santoro, *Se la corporation è benefit*, “L’impresa”, n.12, 2016 p.107
- M. Sciarelli, S. Cosimato, G. Landi, *Benefit Corporations Approach to Environmental, Social and Governance Disclosure: A Focus on Italy*, “Entrepreneurship Research Journal”, n. 10, 2020, pp. 1-25.
- R.J. Shiller, “Popular Economic Narratives Advancing the Longest US economic Expansion 2009- 2019, National Bureau of Economic Research, 2020
- L. Simonetti, *Finanza sostenibile e banche centrali. Nuovi attori per una geografia finanziaria in evoluzione*. “Bollettino della Società Geografica Italiana”, serie 14, 5(1), 2022, pp. 3- 12
- L. Solimene, *Reporting non finanziario, lo stato dell'arte*, “IlSole24Ore” EdicolaFisco, 2021, pp. 34-40

- M. Squeglia, *Le società benefit e il welfare aziendale. Verso una nuova dimensione della responsabilità sociale delle imprese*, “Diritto delle relazioni industriali”, n.30 (1), 2020, p.69.
- D. Steingard, J. Coen Gilbert, *The Benefit Corporation: A Legal Tool to Align the Interest of Business with Those of Society; An Interview with Jay Coen Gilbert, Co – Founder, B Lab*, “Business and Professional Ethics Journal”, n. 1 (35) ,2016, pp. 5 – 15
- A. Tami, *Essere sostenibili e comunicarlo: la sfida per la PMI*, “Amministrazione&Finanza”, 36 (10), 2021, p. 5
- V. Tibiletti, *Le società benefit italiane in continua crescita*, “Amministrazione e finanza”, n.35 (7), 2020
- V. Uva, *Gli studi fanno rotta sulle Società Benefit*, “IlSole24Ore”, 2021.
- L. Ventura, *Benefit corporation e circolazione di modelli: le società benefit, un trapianto necessario?* “Contratto e impresa”, n. 32 (4/5), 2016.
- M. Villela, S. Bulgacov, G. Morgan, *B Corp Certification and Its Impact on Organizations Over Time*, “Journal of Business Ethics”. Vol. 170 (2), 2021, pp.343-357
- P. Virano, *Le società benefit davvero cambieranno l’economia? (quesiti non risolti)*, “Nuovo notiziario giuridico”, 2, 2016, pp. 340-365
- R. Weber Kirst, M. Borchardt, M. N. Macedo de Carvalho, G. Medeiros Pereira, *Best of the world or better for the world? A systematic literature*

- review on benefit corporations and certified B corporations contribution to sustainable development*, “Corporate Social Responsibility and Environment Management”, 2021, n.28, pp. 1822–1839
- R. K. Yin, *Case Study Research. Design and Methods*, “Sage Publications”, Thousand Oaks, 4th ed. 2009, pp. 240
 - S. Zamagni, P. Venturi, S. Rago, *Valutare l'impatto sociale. La questione della misurazione nelle imprese sociali*, “Impresa sociale”, N.6 / 12, 2015, pp. 78-80
 - S. Zyglidopoulos. *The social and environmental responsibilities of multinationals: evidence from the Brent Spar case*. “Journal of Business Ethics” 36, 2002, pp. 141-151

SITOGRAFIA

- A Friedman doctrine “The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits” (<https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>)
- Aboca (<https://www.aboca.com/it/news/aboca-ottiene-la-certificazione-b-corp-2/>)
- Assobenefit(<https://assobenefit.org/le-nostre-attivita/ricerca-divulgazione/la-valutazione-di-impatto>)
- Assobenefit, “LA VALUTAZIONE D’IMPATTO DELLE SOCIETÀ BENEFIT- Risultati del questionario conoscitivo”, 2021 (<https://assobenefit.org/le-nostre-attivita/ricerca-divulgazione/la-valutazione-di-impatto>)
- B Impact Assesment , “Aree di Impatto: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti”:
(<https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000574683-impact-areas-governance-workers-community-environment-and-customers>)
- B Lab (<https://www.bcorporation.net/en-us/certification>)
- Bottega Filosofica (<https://www.bottegafilosofica.net/lavoro/strumento-autovalutazione-per-la-buona-impresa>)

- Confindustria Ancona (<https://www.confindustria.an.it/visita-gi-fileni/>)
- Credito d'imposta Società Benefit
(<https://www.mise.gov.it/index.php/it/incentivi/credito-d-imposta-societa-benefit?>)
- Deloitte (<https://www2.deloitte.com/cn/en/pages/hot-topics/topics/climate-and-sustainability/dcca/thought-leadership/the-challenge-of-double-materiality.htm>)
- Dipartimento per le politiche europee- Accountability
(<https://www.politicheeuropee.gov.it/it/comunicazione/europarole/accountability/>)
- Documento “Complementary Use and Linkage of the GRI Standards e BIA”
(<https://www.globalreporting.org/media/z5310gdm/gri-b-lab-mapping-publication.>)
- Economia Circolare secondo la Ellen MacArthur Foundation (EMF),
(<https://www.ellenmacarthurfoundation.org>)
- European Commission (https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en)
- European Single Access Point
(<https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-an-economy-that-works-for-people/file-european-single-access-point>)

- Fondazione Buon Lavoro (<https://fondazionebuonlavoro.it/i-progetti/il-modello-della-buona-impresa/>)
- Gazzetta Ufficiale
(<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2015/12/30/15G00222/sg>)
- GoodPoint (<https://goodpoint.it/reporting-strumenti-societa/>)
- Green Deal europeo (<https://www.consilium.europa.eu/it/policies/green-deal/>)
- Gruppo Felsineo (<https://grupprofelsineo.com/via-della-filiera/>)
- Impact Talk #1 – 16 febbraio 2021. “Il Next Index. Questionario di Autovalutazione Partecipata” (<https://assobenefit.org/le-nostre-attivita/ricerca-divulgazione/la-valutazione-di-impatto>)
- Imprese: Incentivi per le Società Benefit
(<https://www.mise.gov.it/index.php/it/notizie-stampa/imprese-mise-incentivi-per-le-societa-benefit>)
- ImpresealCUOA, *Le imprese familiari e l’orientamento (naturale?) al benefit*, “CUOA Business School”, n.46, 2018
(<https://www.cuoaspace.it/2018/07/le-impresе-familiari-e-lorientamento-naturale-al-benefit.html>)
- ISO-22005 (<https://www.csqa.it/CSQA/Norme/Sicurezza-Alimentare/ISO-22005>)

- ISO-50001(<https://www.csqa.it/CSQA/Norme/Sostenibilita-Ambientale/ISO-50001>)
- La lettera annuale di Larry Fink ai CEO
(<https://www.blackrock.com/it/consulenti/2021-larry-fink-lettera-ceo>)
- La Repubblica (https://www.repubblica.it/dossier/le-guide/aziende-b-corp/2022/02/25/news/aziende_b_corp_il_business_ha_due_anime-338899043/)
- Milano Finanza (<https://www.milanofinanza.it/news/le-societa-che-capiscono-i-millennial-ecco-quali-sono-secondo-mirabaud-am-202205251510077593>)
- NeXt Economia (<https://www.nexteconomia.org/chi-siamo/>)
- Resources, B Impact Assessment, “What are Impact Business Models?”,
(<https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000574685-what-are-impact-business-models->)
- Sito di informazione sulle Società Benefit curato da B Lab e AssoBenefit
(<https://www.societabenefit.net/perche-diventare-societa-benefit/>)
- STANDARD GEEIS è “la certificazione internazionale che valorizza la diversità e l’inclusione come elementi strategici di un’organizzazione”
(<https://www.bureauveritas.it/needs/standard-geeis-diversity>)
- Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile
(<https://www.mite.gov.it/pagina/il-contesto-internazionale>)

- Tassonomia dell'Ue (<https://europedirect.comune.fi.it/blog/tassonomia-dellue-classificazione-attivita-economiche-ecosostenibili>)
- United Nation Climate Change (<https://unfccc.int/cop27>)
- World Economic Forum (<https://www.weforum.org/agenda/2022/09/can-the-economy-grow-for-ever-teded/>)

RINGRAZIAMENTI

A conclusione della trattazione, vorrei dedicare questo spazio a chi, con dedizione e pazienza, mi è stato a fianco e mi ha sostenuto con un instancabile supporto nella realizzazione del mio elaborato.

Desidero innanzitutto ringraziare il mio relatore il Professore Marco Giuliani per la fiducia accordata nell'intraprendere il percorso della tesi laurea, per i preziosi consigli che ha fornito, per la sua grande disponibilità e per avermi trasmesso con passione ed entusiasmo l'interesse verso i suoi insegnamenti.

Un profondo ringraziamento va ai miei genitori per il continuo sostegno e l'incoraggiamento, per i valori che mi hanno trasmesso e l'amore che mi dimostrano ogni giorno.

A mio fratello Michele per i suoi consigli, per essermi stato a fianco ed avermi sostenuta ogni qual volta ne avessi bisogno, e ai miei famigliari più vicini.

Un sentito ringraziamento va ai miei compagni di corso ed ai miei amici, in modo particolare a Sara, con cui ho condiviso gli studi sin dalle scuole medie, come compagna di corso, di banco ma soprattutto di vita.

Un ringraziamento speciale va a Francesco che con molta pazienza mi supporta sempre, che mi è sempre stato accanto con grande cura e amore.