

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

Scuola di Economia e Statistica

Corso di laurea in Economia e Commercio



**LE SOCIETÀ BENEFIT SECONDO
IL DIRITTO ITALIANO**

Relatore: Prof. Emanuele Cusa

Tesi di Laurea di:
Maria Cristina Galeasso
Matr. N. 785305

Anno Accademico 2015/2016

INDICE

Introduzione

- 1. I precedenti della società *benefit* italiana**
- 2. Gli scopi sociali della società *benefit***
 - 2.1. «Una o più finalità di beneficio comune»
 - 2.2. Scopo di lucro e possibili altri scopi
 - 2.3. Società *benefit* e clausole statutarie
 - 2.3.1. L'oggetto sociale
 - 2.3.2. La denominazione sociale
 - 2.4. La fedeltà alla missione
- 3. La gestione della società *benefit***
 - 3.1. I doveri e la responsabilità degli amministratori
 - 3.2. Un nuovo paradigma di *business*
 - 3.3. Il controllo dei soci sui fini e sui mezzi
- 4. La trasparenza nelle società *benefit***
 - 4.1. Il responsabile del beneficio comune
 - 4.2. La relazione annuale
 - 4.2.1. La pubblicazione
 - 4.2.2. Lo *standard* di valutazione esterno
 - 4.2.3. Le aree di valutazione
 - 4.2.4. Relazione annuale e bilancio d'esercizio
 - 4.3. Il controllo dell'AGCM
 - 4.4. Il capitale reputazionale

Conclusione

Bibliografia

Introduzione

Le società *benefit* possono essere costituite in Italia dal 1° gennaio 2016, con l'entrata in vigore dell'art. 1, commi 376-384 della l. 28 dicembre 2015, n. 208 [*Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilità 2016)*], pubblicata in *Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana* il 30 dicembre 2015.

I predetti commi contengono la disciplina delle società *benefit*.

Scopo della presente tesi di laurea è offrire un primo commento della normativa sulle società *benefit*, partendo da ciò che ha preceduto questa novità legislativa.

1. I precedenti della società *benefit* italiana

Nel 2007 l'ente *non-profit B-Lab*, con sede legale in Pennsylvania, assegna le prime certificazioni *B Corp* ad un gruppo molto diversificato di imprese statunitensi¹. Uno degli obiettivi di *B-Lab*, allora come oggi, è costruire una comunità globale di *Certified B Corp*, ovvero di società che ottengono la certificazione *B Corp* in virtù del loro impatto positivo sulla comunità e sull'ambiente. Esse sono società con scopo lucrativo (*for-profit*) che interpretano il *business* come «una forza del bene»², dunque come strumento a beneficio di una vasta pluralità di portatori di interesse, che va oltre la cerchia dei soci. La certificazione non ha valore legale, ma consente alle imprese di affermare il loro impegno sociale. In tale prospettiva le *Certified B Corp* devono rispettare elevati *standard* di *performance* sociale e ambientale e operare in modo responsabile e trasparente. Ad oggi sono certificate come *B Corp* 1785 imprese, operanti in 130 settori diffusi tra 50 Paesi³. In Italia sono presenti 15 *B Corp* Certificate⁴.

La certificazione è assegnata da *B-Lab* alle imprese che superino il punteggio di 80, su una scala di 200, nel *Benefit Impact Assessment* (BIA)⁵. Il BIA è il frutto di ricerche finalizzate a costruire uno strumento che verifichi la creazione o la distruzione di valore da parte delle imprese. Esso è basato sulla *performance* e valuta quindi il risultato conseguito dalle imprese che lo impiegano. Le macro-classi sottoposte a misurazione sono il governo d'impresa (*governance*), i dipendenti (*workers*), la comunità (*community*), i clienti (*customers*), l'ambiente (*environment*) e il modello di *business* (*business model*). Per quanto riguarda il governo d'impresa, si valutano la responsabilità e la trasparenza con cui l'amministrazione opera; l'ambito dei dipendenti indaga sui salari, sulla formazione, sulla partecipazione al capitale di rischio, sull'ambiente di lavoro, mentre in merito alla comunità vengono considerati l'impatto sui fornitori e sui distributori, la creazione di opportunità lavorative, l'impegno civico dell'impresa e le donazioni da essa effettuate. La misura che quantifica l'impatto verso i clienti si riferisce alla prestazione di beni e servizi agli indigenti. L'impatto ambientale è invece valutato in relazione all'impiego di energie rinnovabili e

¹ Si tratta di 35 *B corp* fondatrici («*Founding B Corps*»), che possono essere consultate al sito <https://www.bcorporation.net/community/founding-b-corps?page=1>. A questo indirizzo *internet B-Lab* stessa afferma: «Un movimento ha inizio quando le persone partecipano. Il movimento *B Corp* iniziò nel 2007 quando queste «costruttrici di cattedrali» decisero di fare parte di qualcosa più grande di loro stesse. Le ringraziamo per la loro *vision* e per la loro capacità di *leadership*». Esaminando queste imprese, emerge che appartengono a settori eterogenei: si passa da aziende di farina (*King Arthur Flour Company*) a quelle produttrici di *skateboards* realizzati con materiali ecosostenibili (*Comet Skateboards*), transitando per società di telecomunicazione (*BetterWorld Telecom*) e agenzie di viaggio (*Untours*).

² Il motto di *B-Lab* è appunto «*Using business as a force of good*». Cfr. <http://www.bcorporation.net/>.

³ Il dato è continuamente aggiornato da *B-Lab*, cfr. <http://www.bcorporation.net/>.

⁴ Gli aggiornamenti del numero delle *B Corp* italiane sono qui consultabili: http://bcorporation.eu/community/find-a-b-corp?field_country=Italy.

⁵ Il BIA è uno strumento che aiuta le imprese a misurare, confrontare e migliorare la loro *performance*; esso adotta più di 200 metodi di misurazione, configurati per imprese di diversi settori, dimensioni e posizioni. Ad oggi è utilizzato da più di 40'000 aziende. Ulteriori informazioni sono rinvenibili al sito <http://bimpactassessment.net/>.

all'emissione di rifiuti e agenti inquinanti, oltre alla localizzazione degli stabilimenti. Infine, un tratto importante in questa indagine è il modello di *business*, attraverso il quale si intende stabilire il grado di responsabilità sociale concretamente perseguita dal complesso dell'impresa nell'azione quotidiana.

Il risultato del questionario deve essere validato da *B-Lab*, il quale può richiedere documenti a supporto delle risposte ed effettuare a campione delle verifiche presso la sede delle società, ed è successivamente ufficializzato con la sottoscrizione della Dichiarazione di Interdipendenza (*Declaration of Interdependence*) che specifica i diritti e i doveri delle *Certified B Corp*⁶.

Per quanto riguarda la forma giuridica dell'impresa che intende diventare *B Corp*, *B-Lab* non pone alcuna restrizione: tutte le società a scopo lucrativo possono ottenere la certificazione⁷.

Alle società che intendano avere e mantenere la certificazione in parola, *B-Lab* richiede il versamento annuale di un compenso parametrato al fatturato annuo della società, il cui ammontare oscilla tra \$500 e \$50.000 (se il fatturato annuo della società eccede il miliardo di dollari)⁸.

I vantaggi derivanti dalla certificazione possono però risultare notevoli: *B-Lab* rende pubblico il questionario delle società certificate come *B Corp* in modo tale da poter differenziare "le buone imprese" dal buon *marketing*⁹. Ciò ha la capacità di offrire alle *B Corp* un considerevole vantaggio di immagine.

Secondo la *vision* di *B-Lab*, l'acquisizione della certificazione porta le imprese a competere non tanto per essere "le migliori del mondo", quanto le migliori *per il mondo*¹⁰. E questa distinzione, prodotta da un semplice cambio di preposizione, non è da poco.

Tramite la certificazione, *B-Lab* intende inoltre sbloccare i mercati del credito verso le società socialmente impegnate, operando come una sorta di agenzia di *rating* che misura e qualifica i risultati sociali ed

⁶ La Dichiarazione recita così: «Immaginiamo un nuovo settore dell'economia che attraverso la forza delle aziende crei benessere per tutti. Come membri di questo settore emergente e come imprenditori e investitori nelle *B Corporation*, riteniamo evidente che: dobbiamo essere il cambiamento che vogliamo vedere nel mondo; tutte le aziende dovrebbero essere gestite in modo da creare benessere alle persone e al pianeta; attraverso prodotti, pratiche e profitti, le aziende dovrebbero ambire a dare beneficio a tutti. Per fare questo riconosciamo che ognuno di noi è dipendente dall'altro e perciò responsabile di ciascun altro, e delle generazioni future», tradotto in CRISTINA, *Benefit Corporation: Nuove possibilità di fare impresa tra Profit e Non-Profit*, in *CSR Piemonte*, 2015, p. 26; cfr. l'originale in <http://www.bcorporation.net/what-are-b-corps/the-b-corp-declaration>, ripreso da WILBURN, *The double bottom line: Profit and social benefit*, in *Business Horizon*, 2014, p. 13.

⁷ Sul tema, si consideri l'indirizzo <http://www.bcorporation.net/become-a-b-corp/how-to-become-a-b-corp/legal-roadmap>, nel quale *B-Lab* indica, ad ogni tipo sociale, il comportamento e le precauzioni da tenere per trasformare il proprio *business* in quello di una *B Corp*. In quella sede sono elencate le diverse forme giuridiche verso cui l'ente si rivolge. In sostanza, non sono imposti limiti ad alcun tipo di società *for-profit*.

⁸ Sul tema, cfr. <http://www.bcorporation.net/annual-certification-fees>.

⁹ Differenziazione riportata da WILBURN, *The double bottom line: Profit and social benefit*, in *Business Horizon*, 2014, p. 13.

¹⁰ Espressione utilizzata da *B-Lab*, che sottolinea: «*Our vision is that one day all companies compete not only to be the best in the world, but the Best for the World*» all'interno del sito <http://www.bcorporation.net/what-are-b-corps/about-b-lab>.

ambientali¹¹. Tuttavia, sino all'inizio di questo decennio non è stato raggiunto lo scopo di orientare considerevoli flussi di capitale verso società votate al perseguimento di benefici comuni, a causa della mancata diffusione della certificazione nelle *public companies* americane¹². Le *public companies* sono società che fanno ricorso al pubblico per raccogliere capitale di rischio, similmente alle società quotate e ad azionariato diffuso (così come contemplate nel nostro ordinamento *ex art. 2325-bis c.c.*); dunque esse sono solitamente imprese di grandi dimensioni. Nel 2010 nessuna *B Corp* superava i 200 milioni di dollari di fatturato e pertanto la certificazione *B Corp* non aveva una portata rivoluzionaria per l'economia americana e mondiale¹³. La causa di questo modesto successo è da ricercarsi nel fatto che in diciannove Stati degli Stati Uniti d'America, patria del movimento *B Corp*, una *public company* non poteva ottenere la certificazione *B Corp* in quanto rischiava di violare il dovere degli amministratori di considerare come primario obiettivo l'interesse dei soci¹⁴. In queste circostanze l'ente *non-profit B-Lab* iniziò a ricercare soluzioni per ampliare il rilievo delle istituzioni *benefit* sul mercato.

Un punto di svolta arrivò nel 2010: lo Stato del Maryland approvò la legge che istituisce le *benefit corporation*, società *for-profit* che statutariamente hanno l'obbligo di perseguire un beneficio comune che ricada su più *stakeholders*, i cui interessi sono bilanciati con quelli degli *shareholders*. Il compito più rilevante è affidato agli amministratori, ai quali per la prima volta la legge *richiede*¹⁵ di ricercare una o più finalità sociali e di porle in equilibrio con l'interesse proprio dei soci, ovvero la ricerca del profitto. Allentando dunque il vincolo della *shareholder primacy norm*, ossia la previsione per cui l'operato dalla società deve convergere con gli interessi dei soci, il riconoscimento legale ritaglia uno spazio, nell'esercizio dell'attività economica, anche alla missione sociale che lega ai profitti le persone e il pianeta. In tal modo

¹¹ Dello stesso avviso è ADAMS, *Capitalist Monkey Wrench*, pubblicato *online* in *Forbes*, 2010, ripreso in HASLER, *Contracting For Good*, in *Columbia Law Review*, 2012, p. 1284; CUMMINGS, *Benefit Corporations: How To Enforce A Mandate To Promote The Public Interest*, cit., p. 591.

¹² In modo simile, cfr. ADAMS, *Capitalist Monkey Wrench*, cit.

¹³ Ancora il parere di ADAMS, *Capitalist Monkey Wrench*, cit., ripreso in HASLER, *Contracting For Good*, cit., p. 1284.

¹⁴ Ottenere la certificazione *B Corp* prima del 2010 non era generalmente permesso alle società registrate in uno dei diciannove Stati americani che non consentiva esplicitamente agli amministratori di considerare gli interessi di *stakeholders* diversi dai soci (concetto espresso nei *Constituency Statutes*, cfr. nota 15). A questo proposito, cfr. CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, in *William Mitchell Law Review*, 2012, p. 6.

¹⁵ Si noti che, ad oggi, oltre 40 Stati degli Stati Uniti d'America hanno approvato i *Constituency Statutes*, ovvero leggi che *consentono*, ma non *richiedono*, agli amministratori di una società di tenere in considerazione gli interessi di portatori d'interesse che non siano i soci. Il primo *Constituency Statute* fu introdotto in Pennsylvania nel 1983. I *Constituency Statutes* dei diversi Stati hanno in comune le seguenti caratteristiche: come detto, il fatto che il consiglio di amministrazione possa considerare gli interessi di portatori d'interesse che non siano soci e gli effetti, sui medesimi, di ogni azione compiuta dalla società; i portatori d'interesse non-soci includono i lavoratori, i fornitori, i clienti, i creditori, la comunità in cui la società opera; gli amministratori possono esaminare gli interessi della società non solo nel lungo periodo ma anche nel breve; gli amministratori possono tenere in considerazione qualsiasi fattore sociale rilevante. Tuttavia, nonostante la possibilità di espandere i poteri degli amministratori verso finalità sociali, sembra che sia rimasta predominante nell'idea di *business* americano la *shareholder primacy norm*. Cfr. HASLER, *Contracting For Good*, cit., p. 1285. Sullo scarso risultato dei *Constituency Statutes* cfr. anche STANDLEY, *Lessons Learned From The Capitulation Of The Constituency Statute*, in *Elon Law Review*, 2012, p. 209-233.

l'impresa opera bene (ovvero con un risultato economico positivo), facendo *il bene*¹⁶. Questa nuova concezione di impresa può avere un impatto positivamente significativo soprattutto se si considera l'incidenza, in termini economici, sociali ed ambientali, delle società *for-profit* sul mondo (si pensi alle multinazionali). Tale incidenza è notevolmente più ampia rispetto all'esigua portata del mondo *non-profit*¹⁷, i cui enti sono in larga parte dediti ad attività sociali.

Da allora sono numerosi gli Stati che negli USA hanno introdotto le *benefit corporation* e particolarmente rilevanti sono la California e il Delaware, in cui hanno sede la maggior parte delle *public companies* americane¹⁸. I loro legislatori si sono serviti del modello di legge stilato da *B-Lab*¹⁹, il cui secondo principale obiettivo è promuovere la diffusione di società *benefit* legalmente riconosciute.

Sebbene il sostrato comune possa trarre in inganno, le *Certified B Corp* e le *benefit corporation* restano due istituzioni differenti: le prime hanno ottenuto e sottoscritto la certificazione *B Corp*, verso la quale si impegnano; le seconde sono formate, in un determinato Stato, in virtù della legge sulle *benefit corporation* introdotta dallo Stato stesso²⁰. Un'impresa può dunque essere contemporaneamente certificata come *B Corp* e riconosciuta dalla legge di uno Stato in quanto *benefit corporation*; ci sono poi numerosi casi di imprese che hanno una sola delle due qualifiche appena indicate²¹. Ad esempio, negli Stati che non hanno disciplinato le *benefit corporation* (ad oggi, tutti i Paesi del Mondo eccetto alcuni Stati degli USA e l'Italia) le società possono essere certificate come *B Corp*. Al contrario, in Italia, che ha introdotto nel suo ordinamento le società *benefit*, vi sono società *benefit* che non hanno la certificazione *B Corp* (un esempio è EX TERRA SRL SB, di cui tratterò *infra*).

Soltanto con la fine del 2015 una legge che istituisce le *benefit corporation* è approvata fuori dal territorio americano. Il legislatore italiano inserisce infatti nella legge di stabilità 2016 la disciplina delle società *benefit*, di cui è primo firmatario il sen. Mauro Del Barba. Dopo alcuni Stati degli Stati Uniti d'America, l'Italia diviene così il primo Stato che riconosce per legge le società *benefit*.

¹⁶ Così anche ANDRÈ, *Assessing the Accountability of the Benefit Corporation: Will This New Gray Sector Organization Enhance Corporate*, cit., in *Journal of Business Ethics*, 2012, p. 134.

¹⁷ Prendendo ad esempio l'economia italiana, nel Censimento generale dell'industria e dei servizi del 2011 l'Istat rileva che in Italia le imprese *for-profit* erano 4.425.950, le istituzioni *non-profit* 301.191 e le Istituzioni Pubbliche 12.183. Si ricava da ciò che il 93,4% dell'economia italiana era costituita da imprese, il 6,35% da istituzioni *non-profit* e lo 0,25% da istituzioni pubbliche. Cfr. i dati al sito <http://dati-censimentoindustriaeservizi.istat.it/Index.aspx>.

¹⁸ Nello stato del Delaware ha sede legale più della metà delle *public companies* statunitensi. Cfr. CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, cit., p. 830; STRINE, *Making It Easier For Directors To "Do The Right Thing"?*, in *Harvard Business Law Review*, 2014.

¹⁹ Si tratta del *Model Benefit Corporation Legislation* (da cui, MBCL), la cui ultima versione del 13 gennaio 2016 si può trovare al sito <http://benefitcorp.net/attorneys/model-legislation> e alla quale mi riferirò nel prosieguo della tesi.

²⁰ Precisazione condivisa da MURRAY, *Choose your own master: social enterprise, Certifications, and benefit corporation statutes*, in *American University Business Law Review*, 2012, p. 7-8.

²¹ Parimenti, cfr. MURRAY, *Choose your own master: social enterprise, Certifications, and benefit corporation statutes*, cit., 2012, p. 7-8.

2. Gli scopi sociali della società *benefit*

2.1. «Una o più finalità di beneficio comune»

La ricerca di una o più finalità di beneficio comune è l'elemento normativo che contrassegna le società *benefit*. Infatti è proprio il beneficio comune ad indirizzarle verso un operato responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di società ed ambiente.

Ai sensi dell'art. 1, c. 378, l. n. 208/2015 ciascuna società *benefit*, nell'esercizio dell'attività economica, deve perseguire il seguente beneficio comune: «[...] uno o più effetti positivi, o la riduzione di quelli negativi, su persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse». Questa definizione ricalca quella impiegata nelle leggi di alcuni Stati degli Stati Uniti d'America in materia di *benefit corporation*²² per descrivere il *general public benefit*, cui però è aggiunto e contrapposto lo *specific public benefit*. Infatti, larga parte delle *benefit corporation* statunitensi ha l'obbligo di perseguire un beneficio comune generale, da intendersi nell'accezione sopramenzionata, e la possibilità di implementare un beneficio comune specifico. In merito a ciò, il MBCL suggerisce sette possibili attività specifiche volte a perseguire un beneficio comune²³: 1) provvedere a individui o comunità a basso reddito; 2) promuovere opportunità economiche per individui o comunità, oltre alla creazione di posti di lavoro nel normale corso economico; 3) migliorare la salute dell'uomo; 4) salvaguardare e risanare l'ambiente; 5) promuovere la cultura e la scienza; 6) aumentare il flusso di capitali verso imprese che intendano beneficiare la società e l'ambiente; 7) conferire qualsiasi altro giovamento alla società e all'ambiente. Queste stesse attività specifiche di beneficio comune sono state riprese dalle prime due *Benefit Corporation Legislations* approvate nel 2010, nello Stato del Maryland e in quello del Vermont²⁴.

Il fatto che sia richiesta la creazione di un beneficio comune generale, piuttosto che la creazione di uno o più benefici specifici, è spiegato chiaramente dall'obiettivo della "legislazione *benefit*": creare una nuova forma giuridica che abbia lo scopo sociale di beneficiare tanto i soci quanto la società e l'ambiente «nel loro complesso».²⁵

²² Cito come esempi le leggi dello Stato del Maryland, il primo ad avere introdotto la *Benefit Corporation Legislation* nell'aprile 2010, e dello Stato del Pennsylvania, in cui il beneficio comune generale è definito rispettivamente così: «*A material, positive impact on society and the environment, as measured by a third party standard, through activities that promote a combination of specific public benefits*»; «*A material positive impact on society and the environment by the operations of the benefit corporation taken as a whole, as measured by a third party standard, through activities that promote some combination of specific public benefits*». Cfr. ANDRÈ, *Assessing the Accountability of the Benefit Corporation: Will This New Gray Sector Organization Enhance Corporate*, in *Journal of Business Ethics*, 2012, p. 136.

²³ In base alla prescrizione del *Model Benefit Corporation Legislation*, Sezione 102.

²⁴ Così è in illustrato in ANDRÈ, *Assessing the Accountability of the Benefit Corporation: Will This New Gray Sector Organization Enhance Corporate*, cit., p. 137.

²⁵ Nel MBCL ricorrono le parole «*taken as a whole*», ad indicare che l'impatto di un'attività di beneficio comune è valutato considerando complessivamente la società e l'ambiente. Cfr. *Model Benefit Corporation Legislation*; concetto spiegato in CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, cit., p. 21-24.

Tale proposito sottostà all'interesse degli imprenditori e degli investitori "responsabili" di perseguire tutti i possibili benefici comuni tramite il loro operato. In questo modo, si evita il diffondersi di società che, per esempio, riducono gli sprechi, ma aumentano le emissioni inquinanti; o di società che, pur riducendo entrambi, sono del tutto indifferenti alla creazione di opportunità economiche per gli individui a basso reddito appartenenti alla loro comunità²⁶. Conformemente a questa prospettiva è da intendere la prescrizione del MBCL di valutare l'impatto di una società *benefit* nel rispetto di uno *standard* di valutazione esterno onnicomprensivo: esso valuta il beneficio comune (o l'eventuale danno) che l'impresa consegue attraverso il suo operato²⁷.

La dicotomia tra beneficio comune generale e beneficio comune specifico è meno evidente nella legge di stabilità italiana; tuttavia il comma 379 richiede che una società *benefit* indichi nel proprio oggetto sociale «le finalità *specifiche* di beneficio comune che intende perseguire». Pertanto il MBCL, così come le leggi del Maryland e del Vermont, si è limitato ad indicare alcuni benefici comuni specifici perseguibili, senza renderli obbligatori. La legge italiana impone invece, alle società *benefit*, di individuare tale specifiche finalità e di perseguirle. Essa su questo punto si avvicina alla *Benefit Corporation Legislation* entrata in vigore nel 2013 nello Stato del Delaware²⁸.

Nel tentativo di indagare su come sia stata recepita questa norma dalle imprese, porto l'esempio di Ex Terra SRL società *benefit* di Ceglie Messapica, in provincia di Brindisi. Innanzitutto, nel proprio oggetto sociale, la società pugliese si impegna a perseguire il macro-intento proprio delle società *benefit*, citandolo direttamente dalla legge 208/2015: «La società, nell'esercizio di una attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, persegue una o più finalità di beneficio comune e opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse. Le finalità di cui al comma 376 dell'art. 1 della legge 208/2015 saranno perseguite mediante una gestione volta al bilanciamento con l'interesse dei soci e con l'interesse di coloro sui quali l'attività sociale possa avere un impatto». Detto questo, enuncia più precisamente le finalità specifiche di beneficio comune che si propone di ricercare tramite le seguenti attività: «la fornitura di servizi educativi, formativi e socio-assistenziali orientati, in via prioritaria ma non esclusiva, alla risposta dei bisogni di persone in condizioni di svantaggio fisico, psichico e sociale, quali a

²⁶ Nel qual caso, le imprese si macchierebbero del fenomeno di *greenwashing*. Sul tema, cfr. CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, cit., p. 21-24.

²⁷ Così anche riportano CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, cit., p. 21-24.

²⁸ La legge approvata in Delaware, che richiede espressamente il perseguimento di un beneficio comune specifico da parte delle *Benefit Corporations*, richiede questo agli amministratori: «[...] *manage or direct the business and affairs of the public benefit corporation in a manner that balances the pecuniary interests of the stockholders, the best interests of those materially affected by the corporation's conduct, and the specific public benefit or public benefits identified in its certificate of incorporation*». Come illustrerò nel capitolo successivo, questa previsione è stata ripresa dal legislatore italiano nell'art. 1, c. 380, l. n. 208/2015. Cfr. sul tema MURRAY, *Social Enterprise Innovation: Delaware's Public Benefit Corporation Law*, in *Harvard Business Law Review*, 2014, p. 345-371.

titolo esemplificativo: orticoltura, ortoterapia, aromaterapia, e pet therapy, sia a domicilio, sia in apposite strutture; la fornitura di conoscenze adeguate che potranno facilitare il reinserimento sociale dei soggetti coinvolti tramite l'organizzazione e lo svolgimento di corsi in materia di: tecniche di allevamento di animali e di tutte le terapie che prevedono l'utilizzo di animali e/o prodotti provenienti dall'agricoltura, tecniche di coltivazione e mantenimento del territorio, riconoscimento della flora e della fauna tutelando e promuovendo la biodiversità».

Anche Nativa SRL SB e Dermophysiologique SRL SB, nel loro oggetto sociale, antepongono all'analitica descrizione delle loro attività la più ampia previsione di legge verso cui si impegnano. Infatti, dopo aver citato la legge 208/2015 («In qualità di società *benefit*, la società intende inoltre perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse»), nell'oggetto sociale di entrambe le società si dichiara che «la società persegue le specifiche finalità di beneficio comune di seguito descritte». Nativa SRL SB, avente sede a Milano, elenca dunque «la promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro, in particolare il modello *B Corp* e la forma giuridica di società *benefit* in diversi settori economici italiani; il *design* e l'introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle imprese e nelle istituzioni per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali; la collaborazione e la sinergia con organizzazioni *non-profit*, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello delle società, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato».

Dermophysiologique SRL SB di Caronno Pertusella, in provincia di Varese, include invece attività di tutt'altro genere, impegnandosi a «immettere al commercio prodotti cosmetici di origine naturale nel rispetto della fisiologia della pelle, adatti anche alle pelli di persone in terapia e nel rispetto dell'ambiente, massimizzando l'utilizzo di materiali e *packaging* riciclabili e sostenendo iniziative filantropiche nei confronti di categorie di soggetti coinvolti direttamente ed indirettamente, dall'attività societaria».

Emerge da questo quadro che le società *benefit* abbracciano *in toto* la responsabilità, la sostenibilità e la trasparenza, cui danno conseguentemente una forma tramite specifiche attività di beneficio comune.

2.2. Scopo di lucro e possibili altri scopi

Se da un lato il dovere (e non la sola possibilità) di perseguire finalità di beneficio comune caratterizza nelle fondamenta le società *benefit*, dall'altro il fatto che tale scopo si inserisca nella realtà delle società lucrative, che per definizione sono costituite da due o più soci allo scopo di dividere gli utili della loro attività economica (*ex art. 2247*), ha un certo grado di novità. Questa forma giuridica si propone infatti di coniugare e bilanciare due finalità che nella storia del diritto societario sono spesso state considerate inconciliabili.

La legge in materia di società *benefit* sradica questa tradizione e dà compimento all'auspicio di Papa Benedetto XVI, che nel 2009, all'interno dell'enciclica *Caritas In Veritate*, scriveva: «Carità nella verità, [...], significa che bisogna dare forma e organizzazione a quelle iniziative economiche che, pur senza negare il profitto, intendono andare oltre la logica dello scambio degli equivalenti e del profitto fine a se stesso»²⁹.

Tuttavia, questo traguardo potrebbe essere screditato da chi considera il mondo *for-profit* irrimediabilmente negativo, adducendo che la mera ricerca dell'utile di pochi porta a distruggere, anziché ad accrescere, il valore dei più. È questo tipo di considerazione, che depauperava la vocazione originaria dell'impresa a tessere relazioni e non a escogitare espedienti, ad incentivare il legislatore a promuovere la legge sulle società *benefit*, che in definitiva dà lustro a quelle imprese che operano in modo responsabile nei confronti di società ed ambiente anche nell'intento di aumentare il profitto.

Più precisamente, il comma 377 della legge 208/2015 specifica che le finalità di beneficio comune che rendono *benefit* una società possono essere perseguite da ciascuna delle società del Libro V, Titoli V e VI, del codice civile: si fa dunque riferimento alle società di persone e di capitali, alle società cooperative e alle mutue assicuratrici. Pertanto, a seconda della forma giuridica, le finalità di beneficio comune si intrecciano con lo scopo previsto per il tipo sociale prescelto: lucrativo *ex art. 2257 c.c.*, mutualistico *ex art. 2511 c.c.* o consortile *ex artt. 2511, 2602 e 2615-ter c.c.*

In merito alle società cooperative, ci si può interrogare sull'effettiva necessità di questa previsione, considerato che esse sono società non necessariamente lucrative e praticano anche attività sociali che, nella sostanza, mirano a scopi di beneficio comune. Una risposta potrebbe trovarsi nel fatto che le cooperative che si impegnano a seguire la disciplina delle società *benefit* hanno la possibilità di raggiungere risultati migliori, godendo in modo più significativo del favore del mercato³⁰.

2.3. Società *benefit* e clausole statutarie

2.3.1. L'oggetto sociale

La legge prevede che le società *benefit* indichino nel proprio oggetto sociale le finalità specifiche di beneficio comune che intendono perseguire, in aggiunta a quanto richiede il codice civile. Dunque all'atto della costituzione di una società, i soci fondatori possono richiedere per la medesima lo *status* di società *benefit*, a patto che indichino, nell'atto costitutivo, il fine sociale di beneficio comune. Si ritiene che questo debba essere perseguito per mezzo di attività produttive (ovvero orientate al perseguimento di un risultato socialmente riconoscibile come produttivo, in grado cioè di produrre un'utilità che prima non c'era³¹). Ciò implica che anche nell'espletamento delle funzioni proprie della società *benefit*, la società esercita pur

²⁹ Lettera enciclica *Caritas in Veritate* del Sommo Pontefice Benedetto XVI, ai vescovi, ai presbiteri e ai diaconi, alle persone consacrate, ai fedeli laici e a tutti gli uomini di buona volontà, sullo sviluppo umano integrale nella carità e nella verità, Roma, Libreria Editrice Vaticana, 2009, par. 38, p. 60.

³⁰ Sul tema, rimando al paragrafo 4.4.

³¹ Così è definita l'attività produttiva in CIAN (a cura di), *Manuale di diritto commerciale*, Giappichelli, 2015, p. 32.

sempre un'attività di impresa. Pertanto non è la nuova attività in sé a fare la differenza tra la società *benefit* e il mondo imprenditoriale cui siamo abituati: ciò che cambia sono i destinatari della stessa. L'attività di beneficio comune, così come richiamato dall'art. 1, c. 378, l. n. 208/2015, è infatti volta a beneficiare portatori di interesse diversi dai soci.

Illustro questo concetto tramite l'analisi dell'oggetto sociale di Croqquer Italia, avente sede nel Comune di Roma e divenuta società *benefit* nel febbraio 2016. La principale attività di questa società è «la promozione e la gestione della piattaforma *on-line* www.croqquer.it e di altri canali tecnologici collegati e della relativa *community* per facilitare l'incontro tra la domanda e l'offerta di servizi e lavori, sia manuali che intellettuali, che le persone si possono scambiare dietro compenso o *pro bono*». In quanto società *benefit*, essa si impegna a perseguire la seguente finalità di beneficio comune: «creare sul fronte dell'offerta, nuove opportunità di lavoro per coloro che hanno le competenze e i talenti ma non sono adeguatamente riconosciuti o valorizzati nel paradigma di lavoro attuale, quali ad esempio persone che non hanno una occupazione o persone che hanno bisogno di un secondo lavoro per soddisfare esigenze personali e familiari». Dunque Croqquer Italia ha il dovere statutario di favorire le persone che, seppur talentuose, sono disoccupate o necessitano di un secondo lavoro. Essa si impegna nei confronti di una particolare categoria di portatori di interesse.

Inoltre, l'attività di beneficio comune descritta nell'oggetto sociale delle società *benefit*, deve possedere i requisiti richiesti dall'art. 1346 c.c. per ogni tipo di contratto, ovvero *liceità, possibilità, determinatezza o determinabilità*. Come dirò più avanti, la società Nativa SRL SB ha come scopo ultimo della società «la felicità di tutti quanti ne facciano parte», il che non consiste precipuamente in un'attività determinata. A ragione di ciò, l'oggetto sociale della società esplicita chiaramente quali sono le attività cui essa si dedicherà al fine di raggiungere il suo scopo sociale. Esse rispondono ai requisiti *ex art. 1346* (cfr. par. 2.1).

Per quanto riguarda le società già esistenti, la legge prevede che «qualora perseguano finalità di beneficio comune, esse sono tenute a modificare il proprio atto costitutivo o il proprio statuto al fine di essere riconosciute come società *benefit*». Ciò deve essere svolto nel rispetto delle disposizioni che regolano le modificazioni del contratto sociale o dello statuto, proprie di ciascun tipo di società. Pertanto nelle società di persone l'acquisizione dello *status* di società *benefit* deve avere il consenso unanime dei soci, se non è convenuto diversamente (*ex art. 2252*); nelle società per azioni la decisione è demandata all'assemblea straordinaria e sarà presa nel rispetto dei *quorum* costitutivo e deliberativo (*ex art. 2365 e ss.*), similmente a quanto è richiesto alle società a responsabilità limitata (*ex art. 2480*) e alle società cooperative (*ex art. 2535-novies*). Le modifiche dell'atto costitutivo o dello statuto devono in seguito essere iscritte e pubblicate nel registro delle imprese, nel rispetto della norma *ex art. 2300* per le Società in Nome Collettivo e per le Società in Accomandita Semplice, *ex art. 2436* per le Società di Capitali e le Cooperative, secondo i rimandi degli artt. 2480 e 2545-*novies*.

Le modificazioni dello statuto qui illustrate aprono tuttavia ad un possibile nuovo scenario, ovvero che il socio decida di recedere dalla nuova società *benefit*. In tutti i tipi sociali dell'ordinamento italiano, le delibere riguardanti la modifica dell'oggetto sociale legittimano il recesso. La norma dettata dall'art. 2437 c.c. per le SpA precisa che la modifica dell'oggetto sociale deve costituire un cambiamento significativo dello stesso: non ogni mutamento fa nascere in capo ai soci il diritto di recesso, bensì soltanto quello che determina notevoli variazioni, tali da comportare un diverso ambito di operatività della società³². A questo punto è bene interrogarsi su quanto sia rilevante la modifica dell'oggetto sociale che introduce le nuove attività di beneficio comune. Può certamente accadere che la qualifica di società *benefit* dia un riconoscimento legale ad attività di beneficio comune che la società nella prassi persegue sin da quando è stata costituita. In questo caso è comunque esercitabile il diritto di recesso? La legge di stabilità 2016 lascia aperta la questione e non fornisce una chiara interpretazione. Nell'attesa di ulteriori chiarimenti, ritengo che il passaggio a società *benefit* consista in un mutamento non di poco conto, in quanto esso comporta una serie di nuovi obblighi per la società. Obblighi che talvolta possono ledere la remunerazione degli investitori ed è per questo motivo che deve essere loro consentito di recedere dal contratto sociale.

Inoltre, il diritto di recesso è legittimato anche da delibera in merito alla trasformazione della società. È pur vero che una SpA che diventa SpA società *benefit* non cambia propriamente forma giuridica (ovvero, per tutto ciò che non è disciplinato dalla legge di stabilità, art. 1, commi 376-384, essa risponde pur sempre alle regole del codice civile in tema di SpA). Tuttavia è insindacabile che la SpA società *benefit* abbia subito una trasformazione (non intesa in senso stretto) rispetto all'attività svolta, alla gestione societaria e alla trasparenza.

Qualora una società già esistente acquisisca la qualifica di società *benefit*, il valore delle azioni del socio recedente (il quale non ha preso parte alla delibera, si è astenuto o ha votato in modo contrario all'esito) sarà liquidato al medesimo. Nell'eventualità che si verifichi questa situazione, i soci che hanno votato favorevolmente dovranno decidere cosa fare con le quote oggetto del recesso. In ogni caso, è da ritenere che l'esercizio del diritto di recesso e le sue conseguenze seguiranno le norme previste dalla disciplina civilistica per ogni tipo sociale.

La legge italiana non prevede espressamente la cessazione dello *status* di società *benefit*. Tale facoltà è prevista all'interno del MBCL, qualora lo richieda il *minimum status vote*, ovvero tanti soci quanti rappresentano i due terzi del capitale sociale³³. Si può quindi supporre che le società *benefit* cessino di essere soggette alla legge 208/2015, art. 1, commi 376-384, se raggiungono le maggioranze deliberative richieste per la modifica dell'oggetto sociale. Ne consegue il ripristino della forma giuridica prescelta, tra quelle indicate nel Libro V, Titoli V e VI del codice civile. Ad esempio, per trasformare una società SNC SB

³² Concetto così espresso in BUONOCORE (ideato da), *Manuale di Diritto Commerciale*, Giappichelli, 2015, p. 479.

³³ Prescrizione consultabile nel *Model Benefit Corporation Legislation*, sezione 105.

nella forma giuridica SNC, sarà necessario il consenso unanime dei soci, se non è convenuto diversamente (ex art. 2252).

È lecito ipotizzare che la cessazione dello *status* di società *benefit* faccia sorgere il diritto di recesso ai soci che non hanno deliberato in tal senso, si sono astenuti o non hanno partecipato alla votazione.

Le clausole statutarie citate legittimano le società a perseguire lo scopo sociale di beneficio comune, evitando di incorrere in difficoltà nel caso di registrazione dello statuto presso il Registro delle Imprese. A questo proposito faccio notare che l'oggetto sociale di Nativa SRL fu respinto quattro volte dalla Camera di Commercio di Milano a causa del suo *incipit* che sanciva: «Lo scopo ultimo della società è la felicità di tutti quanti ne facciano parte, sia come soci che in altri ruoli, attraverso un motivante e soddisfacente impegno in una prospera attività economica». Dal febbraio 2016 Nativa è una società a responsabilità limitata e società *benefit* e la felicità rientra a pieno titolo nelle finalità che essa si propone di realizzare.

2.3.2. La denominazione sociale

Il comma 379 della legge 208/2015 attribuisce alle società *benefit* la facoltà di inserire «le parole *società benefit* o l'abbreviazione *SB*, e utilizzare tale denominazione nei titoli emessi, nella documentazione e nelle comunicazioni verso terzi». Questa previsione è in aggiunta ai dettami del codice civile, relativamente ad ognuno dei tipi sociali del Libro V, Titoli V e VI. Pertanto, si introdurrà la denominazione di società *benefit* o l'abbreviazione *SB* accanto al nome di uno o più soci, e al relativo rapporto sociale, nelle società in nome collettivo (ex art. 2292); nel caso di società in accomandita semplice, essa andrà in aggiunta al nome di almeno uno dei soci accomandatari e all'indicazione del rapporto sociale (ex art. 2314). Nelle società di capitali e nelle società cooperative, alle denominazioni di società per azioni (ex art. 2326), di società a responsabilità limitata (ex art. 2463) e di cooperativa (ex art. 2515) sarà affiancata quella di società *benefit*.

2.4. La fedeltà alla missione

Le norme fin qui citate impattano in modo notevole sugli assetti proprietari della società *benefit*. Infatti, la previsione che una nuova finalità, aggiunta allo scopo di lucro o allo scopo mutualistico, rientri di diritto nello scopo sociale di una società risolve quello che negli Stati Uniti è chiamato *legacy problem*³⁴, ovvero “il problema dell'eredità”: la società *benefit* sarà condotta in modo responsabile, sostenibile e trasparente anche dai soci che ne deterranno le partecipazioni in futuro? Come sarà preservata la primaria volontà dei soci fondatori di perseguire le finalità di beneficio comune?

La risposta che la legge in merito alle società *benefit* offre può risultare vincente: essendo scritto nel “DNA” della società, ovvero nel suo statuto, che essa si impegna a bilanciare gli interessi dei soci con quelli di «altri

³⁴ Problema evidenziato in CUMMINGS, *Benefit Corporations: How To Enforce A Mandate To Promote The Public Interest*, cit., p. 589.

portatori di interesse», i futuri soci, qualora intendano massimizzare il profitto, dovranno optare per una modifica genetica della stessa e ciò richiederà le dovute maggioranze in sede assembleare.

Inoltre, la società *benefit* tutela la fedeltà alla missione in quanto il suo oggetto sociale evita che si possa portare in giudizio la società, come talvolta si è verificato, per il fatto che essa compromette i profitti pur di ricercare obiettivi di beneficio comune. È lecito supporre che l'acquisizione da parte del colosso *Unilever* della società *Ben & Jerry's*, icona della *social enterprise* americana, avrebbe avuto altro esito se, nel 2000, la società del gelato avesse potuto beneficiare di una legge come la *Benefit Corporation Legislation*³⁵. Alla fine del secolo scorso accadde infatti che la *Ben & Jerry's*, dopo vent'anni di prospera crescita, rallentò il suo successo: nel 1994 registrò la prima perdita finanziaria e le sue azioni persero il 50% del valore rispetto alla loro più alta quotazione. Così il gruppo anglo-tedesco *Unilever* fece un'offerta d'acquisto, ma i soci fondatori, Ben Cohen e Jerry Greenfield, noti per l'impegno sociale con cui gestivano la società, resistettero all'offerta e insieme ad altri investitori sociali risposero con una controfferta. Né Ben né Jerry volevano vendere la società ma, poiché essa era una *public company*, non ebbero scelta³⁶. Infatti, *Unilever* reagì alla controfferta – che ammontava a 38\$³⁷ - arrivando ad offrire 43.60\$³⁸ per azione. Il gruppo anglo-tedesco, sostenendo che la legge richiedeva agli amministratori di accettare l'offerta più profittevole³⁹, si aggiudicò l'acquisto della società *Ben & Jerry's*. Ciò fece sorgere il timore che la missione sociale che contrassegnava l'operato dei fondatori dal 1978 sarebbe stata compromessa.

Questa paura trovò forma nel momento in cui *Unilever*, divenuta la più grande produttrice di gelato al mondo, al fine di razionalizzare la sua produzione chiuse un centro di distribuzione e un impianto di produzione: i lavoratori delle due aree furono licenziati, così come i rappresentanti delle vendite nella sede centrale della società⁴⁰.

A dispetto delle attese, gli ultimi anni di storia si sono tuttavia rivelati benevoli nei confronti della *Ben & Jerry's*: *Unilever* ha infatti scelto di lasciare maggiore autonomia a *Ben & Jerry's* rispetto alle altre sue società sussidiarie e, per assicurarsi che gli amministratori non compromettessero la cultura e l'immagine di quel marchio, ha stabilito un comitato esterno incaricato di sovrintendere alla missione sociale e avente l'autorità di reagire e frenare l'operato di *Unilever*, qualora risulti dannoso per la società e per l'ambiente⁴¹.

³⁵ Come sostenuto da GOLDMARK, *The Benefit Corporation: Can Business Be About More Than Profit?*, in *Good Business*, 2011; e da HASLER, *Contracting For Good*, cit., p. 1299.

³⁶ Di questo parere è LAWRENCE, *Making the B List*, in *Stanford Social Innovation Review*, 2009, p. 66.

³⁷ Il prezzo della controfferta è riportato da MURRAY, *Ben & Jerry's Struggles with Corporate Social Responsibility in an International Context*, in *Journal of Legal Studies Education*, 2015, p. 294.

³⁸ Similmente, l'ultima offerta di *Unilever* è ricordata in MURRAY, *Ben & Jerry's Struggles with Corporate Social Responsibility in an International Context*, cit., p. 294.

³⁹ Sul tema, cfr. il paragrafo 3.2.

⁴⁰ Tema trattato da GELLES, *How the Social Mission of Ben & Jerry's Survived Being Gobbled Up*, in *New York Times*, 2015.

⁴¹ Similmente, l'atteggiamento tenuto da *Unilever* è descritto nell'articolo GELLES, *How the Social Mission of Ben & Jerry's Survived Being Gobbled Up*, cit.

Questo ha permesso alla *Ben & Jerry's* di ottenere, nel 2012, la certificazione *B Corp*⁴². Da ciò possiamo aspettarci due scenari: grazie alla certificazione, la missione sociale cara a Ben Cohen e Jerry Greenfield più difficilmente sarà contaminata da investitori che mirano alla sola speculazione. Ma potrebbe altresì verificarsi che l'ottenimento della certificazione *B Corp* altro non sia che un'operazione di *marketing* di *Unilever*, che tenta di massimizzare i suoi guadagni tramite la controllata *Ben & Jerry's* e la sua buona reputazione. A questo proposito, è necessario che lo *status* di *B Corp* sia intrecciato a precisi *standard* di trasparenza che non consentano alle aziende di avvalersi indebitamente di tale qualifica⁴³.

⁴² Oggi la *Ben & Jerry's* gioca un ruolo importante nel movimento *B Corp*, essendo una delle *B Corp* più globalmente note. La società, nella sua nuova veste di *B corp*, è consultabile al sito <https://www.bcorporation.net/community/ben-and-jerrys>.

⁴³ Il tema sarà trattato *infra*.

3. La gestione della società *benefit*

3.1. I doveri e la responsabilità degli amministratori

Il perseguimento del beneficio comune, divenuto clausola statutaria, apporta alcune conseguenze alla disciplina dell'amministrazione societaria.

Nella società *benefit*, la parola chiave dell'attività gestoria è «bilanciamento». La legge 208/2015, art.1, c. 380, stabilisce infatti che l'amministrazione di una società *benefit* deve bilanciare l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e l'interesse degli «altri portatori di interesse». Le categorie che questi ultimi comprendono sono richiamate dal comma 378; esse sono «il soggetto o i gruppi di soggetti coinvolti, direttamente o indirettamente, dall'attività della società [*benefit*], quali lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile».

Tale previsione affida agli amministratori il compito di considerare, nell'esercizio delle loro funzioni, gli interessi di quanti partecipano alla vita societaria. Dunque il baricentro della gestione si sposta dagli interessi monetari dei soci⁴⁴, verso un nuovo punto di equilibrio che meglio raccorda l'impresa con il sistema di relazioni in cui essa è immersa. Così, le società *benefit* richiedono che i proprietari del capitale si contendano il tempo e l'attenzione degli amministratori con altre categorie di portatori d'interesse. Considerato dalla prospettiva di chi amministra, ciò implica la possibilità di perseguire obiettivi che non sempre favoriscono la crescita del valore economico dei soci.

Tuttavia, l'altra faccia della medaglia induce a considerare che questi obiettivi generano un "profitto" nuovo, auspicato dai soci fondatori di società *benefit*, un profitto che gratifica i soci tramite criteri non ascrivibili ai tradizionali canoni aziendali. Questo tema sarà ripreso più avanti.

Concentrando l'attenzione sui doveri richiesti agli amministratori di società *benefit*, possiamo ritenere che essi costituiscano un ampliamento dei doveri cui è sottoposto l'organo amministrativo nelle società di persone, nelle società lucrative e nelle società cooperative.

Dalla disciplina comune delle società, emerge una distinzione tra doveri generici (gestire diligentemente l'impresa perseguendo l'interesse sociale) e specifici (per esempio, tenere la contabilità sociale, rispettare determinate regole a tutela del patrimonio sociale, ecc.)⁴⁵. Quando un ente del Libro V, Titoli V e VI, assume lo *status* di società *benefit*, l'organo amministrativo è tenuto ad adempiere un dovere generico più esteso: cioè, bilanciare l'interesse dei soci con il perseguimento di finalità di beneficio comune e con l'interesse di altre categorie di *stakeholders*. Su questa scia i doveri specifici si arricchiscono delle finalità (anch'esse specifiche) di beneficio comune stabilite nell'oggetto sociale.

Sempre secondo la comune disciplina societaria, la differenza tra doveri generici e doveri specifici si coglie in punto di prova dell'inadempimento: per i primi, chi accusa di inadempimento un amministratore deve

⁴⁴ Di questo parere è HASLER, *Contracting For Good*, cit., p. 1288.

⁴⁵ Sul punto, cfr. PRESTI e RESCIGNO, *Corso di Diritto Commerciale*, Zanichelli, 2008, p. 496 e CIAN (a cura di), *Manuale di diritto commerciale*, cit., p. 685.

dimostrare quale sarebbe dovuto essere il comportamento in un certo contesto e che l'amministratore ne ha tenuto uno diverso; per i secondi, in presenza di predeterminazione del comportamento dovuto, è sufficiente la prova della sua inosservanza⁴⁶.

Su questo tema, la legge 208/2015, nell'art. 1, c. 381, prevede soltanto che «l'inosservanza degli obblighi di cui al comma 380 può costituire inadempimento dei doveri imposti agli amministratori dalla legge e dallo statuto». È però ipotizzabile che, anche nelle società *benefit*, per la prova dell'inadempimento dei doveri imposti valga la norma comune del diritto societario; il parametro che cambia è invece il comportamento doveroso dell'amministratore, tenuto a rispettare una più ampia gamma di doveri.

Il prosieguo del comma 381 stabilisce che «in caso di inadempimento degli obblighi di cui al comma 380, si applica quanto disposto dal codice civile in relazione a ciascun tipo di società in tema di responsabilità degli amministratori». Pertanto, parallelamente alla disciplina civilistica, anche per una società *benefit* la responsabilità dell'amministratore presuppone un suo inadempimento, un danno per la società e il nesso di causalità tra inadempimento e danno. Quella degli amministratori non è una responsabilità patrimoniale per i debiti sociali e neppure una responsabilità "di risultato", derivante dall'insuccesso dell'attività svolta. Si tratta di responsabilità da violazione di norme di legge o clausole statutarie, come ricorda la prima parte del comma 381, che fa eco all'art. 2392 c.c..

Tuttavia, ciò non significa che il contenuto della gestione sia sempre esente dalla possibilità di censura. Gli amministratori, infatti, sono tenuti ad agire in modo informato e devono adempiere i loro doveri con la diligenza del mandatario, cioè quella del buon padre di famiglia (*ex art. 1710, c. 1*) nelle società di persone, e con la diligenza richiesta dalla natura dell'incarico (*ex art. 1176, c. 1*) e dalle loro specifiche competenze nell'ambito delle società di capitali e cooperative. Questo implica che è sindacabile il modo in cui gli amministratori prendono le decisioni, in particolare quando esso sia manifestamente imprudente o irrazionale.

Pertanto, la responsabilità degli amministratori è di mezzi e non di risultato. Responsabilità di risultato e responsabilità di mezzi si ritrovano distinte anche all'interno del MBCL. Secondo quest'ultimo, lo statuto di una *benefit corporation* può includere la previsione che assicura agli amministratori che, anche quando falliscano nel gestire in modo bilanciato i diversi interessi in gioco nella società (ovvero, non raggiungano il risultato), non siano comunque suscettibili di essere sottoposti ad azione di responsabilità. Ovviamente, a patto che essi abbiano agito in buona fede ed in linea con gli interessi dei diversi *stakeholders*⁴⁷.

Per i danni derivanti dai doveri loro imposti, gli amministratori rispondono solidalmente nei confronti della società. La solidarietà è esclusa per l'amministratore che dimostri di essere esente da colpa (*ex art. 2260, c. 2* per le Snc e 2476 per Srl); nelle società per azioni l'amministratore incolpevole deve manifestare senza

⁴⁶ Così, tra gli altri, PRESTI e RESCIGNO, *Corso di Diritto Commerciale*, cit., p. 496.

⁴⁷ Il tema è trattato nella sezione 301, alla voce *Exoneration from personal liability*, del *Model Benefit Corporation Legislation*. Cfr. *Model Benefit Corporation Legislation*, sezione 301.

ritardo il suo dissenso nel libro delle adunanze e delle deliberazioni del consiglio e darne immediata notizia per iscritto al collegio sindacale (ex art. 2392, c. 3). Inoltre, sempre nelle SpA, gli amministratori non sono solidalmente responsabili verso la società dei danni derivanti dall'inosservanza dei loro doveri, qualora si tratti di attribuzioni proprie del comitato esecutivo o di funzioni in concreto attribuite ad uno o più amministratori (ex art. 2392, c. 1). Ai sensi dell'art. 1, c. 381, legge 208/2015, possiamo ipotizzare che anche nel contesto delle società *benefit* è da applicare la regola della responsabilità solidale e che sono fatte salve le eccezioni destinate ai diversi tipi sociali del Libro V, Titoli V e VI.

Per quanto concerne l'azione di responsabilità nella società *benefit*, l'art. 1, c. 381, induce nuovamente a rifarci alla procedura dettata dalla disciplina civilistica. Dunque, l'azione sociale di responsabilità è promossa in seguito a deliberazione dell'assemblea ordinaria nelle SpA. Per evitare l'*impasse* derivante dal fatto che sono gli amministratori a stabilire l'ordine del giorno, la deliberazione in esame può essere presa in occasione dell'assemblea convocata per la discussione del bilancio (a patto che sia in relazione a fatti di competenza dell'esercizio cui si riferisce il bilancio, ex art. 2393, c. 2). La deliberazione dell'azione di responsabilità implica l'automatica revoca degli amministratori contro cui è proposta, qualora sia presa con il voto favorevole di almeno un quinto del capitale. Questa norma, valevole per le SpA, non ha un chiaro corrispettivo nell'ambito delle società di persone e delle Srl. Tuttavia, dall'art. 2260 c.c. è desumibile che la società di persone abbia «la facoltà di agire contro gli amministratori, per rivalersi del danno subito a causa del loro inadempimento ai doveri fissati dalla legge»⁴⁸ e lo stesso si può affermare per le Srl⁴⁹.

Inoltre nelle società per azioni (che hanno anche la qualifica di società *benefit*) l'azione sociale di responsabilità potrà essere esercitata anche da una minoranza di soci, proprietaria di una certa quota del capitale sociale, ai sensi dell'art. 2393-*bis* e dai due terzi dei componenti del collegio sindacale.

Principio invece applicabile a tutti i tipi sociali comuni e, per estensione, alla società *benefit*, è il seguente: un socio, un terzo o un creditore sociale possono esercitare l'azione di responsabilità qualora ne sussistano i presupposti. In particolare, il patrimonio del singolo socio e del terzo devono aver subito pregiudizio dal comportamento doloso o colposo degli amministratori, mentre il creditore sociale può procedere all'azione in seguito all'inosservanza degli obblighi inerenti alla conservazione dell'integrità del patrimonio sociale (o qualora questo risulti insufficienti al soddisfacimento dei crediti). Dunque, di regola, l'inosservanza del dovere specifico di perseguire il beneficio comune non fa scattare una responsabilità degli amministratori verso terzi o creditori sociali.

L'azione di responsabilità si prescrive in cinque anni dal compimento dell'atto che ha costituito pregiudizio.

Il parallelo con la disciplina comune delle società sembra però non esaurire l'argomento in tema di azione di responsabilità nella società *benefit*. Viene infatti da chiedersi come siano tutelati gli *stakeholders* che non

⁴⁸ Così stabilisce la Cassazione civile, sez. I, con la sentenza n. 12772, del 13 dicembre 1995. La sentenza è consultabile sulla banca dati *Ius Explorer (ex DeJure)*, edita da Giuffrè.

⁴⁹ Di questo parere PRESTI e RESCIGNO, *Corso di Diritto Commerciale*, cit., p. 589.

siano soci, terzi o creditori sociali e non rientrino nella casistica sopramenzionata. In una società *benefit*, ci sono portatori di interesse (stabiliti dall'art. 1, c. 378) verso cui la società si impegna tanto da dover considerare i loro interessi alla stregua degli interessi finanziari dei soci. Può però un qualsiasi destinatario dell'attività di beneficio comune esercitare l'azione di responsabilità contro gli amministratori, sindacando il merito delle scelte gestionali che hanno provocato un disequilibrio tra la sua categoria e quella dei soci? Se anche eventualmente egli disponesse delle informazioni per agire in questo modo, ritengo che la legge italiana non gli attribuisca un tale potere. Se così non fosse, l'operato degli amministratori sarebbe esposto ad un controllo troppo vasto e difficile da tenere sotto esame, e ciò probabilmente costituirebbe un disincentivo ad ottenere lo *status* di società *benefit*⁵⁰. Una risposta a questo interrogativo è data dalla considerazione che sono i soci ad aver reso *benefit* una società e pertanto sarà interesse della società stessa (vale a dire, della maggioranza dei soci in sede assembleare) vigilare sul doveroso operato degli amministratori⁵¹.

Il modello di legge americano dà più spazio al tema. Infatti, nella sezione 303 (d), si chiarisce che un amministratore non ha una responsabilità diretta nei confronti di un destinatario dell'attività di beneficio comune. Tuttavia, la sezione 305 (b) consente alla società *benefit* di identificare una categoria o un gruppo di persone che possano esercitare un'azione di responsabilità contro gli amministratori, per l'inosservanza dei doveri loro imposti. Pertanto, l'amministratore ha un dovere verso una categoria di portatori di interesse, a patto che la società stessa abbia decretato in tal senso. Altrimenti, si può supporre che spetti alla società intervenire quando la *mala gestio* degli amministratori pregiudica gli interessi dei destinatari delle attività di beneficio comune. Verosimilmente, anche le società *benefit* italiane potrebbero usufruire della facoltà espressa nella sezione 305 (b) del MBCL.

Infine, la legge italiana assegna all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato il compito ultimo di vigilare sull'operato delle società *benefit*, avendo particolare riguardo per le pratiche di pubblicità ingannevole e per ciò che concerne la tutela del consumatore. Ai destinatari dell'attività di beneficio comune rimane dunque la possibilità di rivolgersi all'AGCM, ai sensi dell'art. 1, c. 384, l. n. 208/2015⁵².

3.2. Un nuovo paradigma di *business*

Ci si potrebbe chiedere per quale motivo la finalità di beneficio comune iscritte nell'oggetto sociale di una società e i conseguenti doveri degli amministratori siano stati ritenuti tanto importanti da meritare un intervento legislativo.

Le ragioni principali sono due.

⁵⁰ Parere espresso in CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, cit., p. 21: «Similarly, the exclusion of any right of action by third parties protects the benefit corporation from unknown, expanded liability that would otherwise operate as a disincentive to becoming a benefit corporation».

⁵¹ Il tema è ripreso *infra*.

⁵² Il tema sarà trattato nel paragrafo 4.3.

La prima è volta a far cadere la “supremazia del profitto”: la società *benefit* prende le distanze dalla teoria economica prevalente, ovvero la *shareholders value norm*, secondo la quale l’operato di una impresa è massimamente finalizzato ad accrescere il profitto per i soci. La legge n. 208/2015, all’art. 1, commi 376-384, ha poi anche l’obiettivo di identificare quelle società che si distinguono nel perseguire finalità altruistiche e benefiche per la comunità. Di questo tratterò più avanti.

Analizziamo dunque la prima motivazione che ha condotto al riconoscimento legale delle società *benefit*, in alcuni degli Stati degli Stati Uniti d’America e in Italia.

Non di rado, i promotori della legge italiana in tema di società *benefit* hanno paragonato l’intervento legislativo a una modifica genetica, o a un’operazione a cuore aperto, della definizione di società⁵³. Questa espressione, seppur molto forte, ha il merito di indicare che la società *benefit* sradica la convinzione granitica per cui la finalità dell’impresa altro non è che massimizzare il profitto per i soci.

A supporto di questo dogma della società *for-profit*, da quasi un secolo è portata la sentenza della Suprema Corte dello Stato del Michigan, a riguardo del caso *Dodge v. Ford Motor Company*. Accadde infatti che, all’inizio del secolo scorso, i soci di minoranza della *Ford Motor Company*, Horace e John Dodge, portarono in giudizio la società poiché non erano stati loro pagati i dividendi sul capitale. Henry Ford aveva infatti smesso di distribuire i dividendi⁵⁴ quando era venuto a conoscenza del fatto che i fratelli Dodge li avrebbero usati per fondare una società concorrente, la *Dodge Brothers Company*. Ford motivò la mancata remunerazione del capitale con il suo intento di vendere automobili meno care e di pagare salari più elevati⁵⁵ (attività che possiamo definire di beneficio comune). Tuttavia, la sentenza della Suprema Corte del Michigan fu inequivocabile: essa stabilì che una attività economica è organizzata e implementata primariamente per accrescere il profitto degli investitori⁵⁶. Del resto, essa chiarì, i poteri degli amministratori servono proprio a raggiungere questo scopo; la loro discrezione attiene alla scelta dei mezzi con cui raggiungerlo e non può estendersi a un cambiamento del fine stesso, o alla riduzione dei profitti, o

⁵³ A tale proposito, rimando alla visione della Conferenza Stampa del 28 luglio 2015 (cfr. <http://maurodelbarba.it/benefit-corporation-la-conferenza-stampa-di-presentazione-del-ddl/>), durante la quale il sen. Mauro Del Barba presentò al Senato il disegno di legge in tema di società *benefit*.

⁵⁴ In particolare, prima del 1911 i dividendi annuali pagati ammontavano a 1.2 milioni di dollari; tra il 1913 e il 1915 la società pagò dividendi speciali tra i 10 e gli 11 milioni di dollari all’anno. Infine, nel 1916, Henry Ford annunciò che la *Ford Motor Company* non avrebbe più pagato dividendi speciali. Infatti, nella sentenza è riportato che lo stesso Ford dichiarò a soci querelanti che, siccome tutti i soci avevano ricevuto più di quanto avessero investito, essi non avevano diritto di ricevere alcun dividendo addizionale oltre al dividendo regolare pari al 5% dell’utile mensile. Egli aveva deciso di destinare i profitti alla costruzione di un nuovo impianto produttivo, all’aumento dei salari dei lavoratori e alla riduzione del prezzo delle auto. Cfr. *Dodge v. Ford Motor Co.*, 170 *Northwestern Reporter*, Michigan, 1919, p. 671.

⁵⁵ Così in HASLER, *Contracting For Good*, cit., p. 1292; in modo simile in ROBSON, *A New Look at Benefit Corporations: Game Theory and Game Changer*, in *American Business Law review*, 2015, p. 510.

⁵⁶ L’evidenza di ciò è rinvenibile nella sentenza *Dodge v. Ford Motor Co.*, cit., p. 668. Stride con questa tesi la frase di Henry Ford riportata in SMITH, *The Shareholder Primacy Norm*, in *The Journal of Corporation Law*, 1998, p. 317, il quale dichiarò «*Business is a service, not a bonanza*», ovvero «L’attività economica è un servizio e non un facile guadagno».

alla mancata distribuzione dei profitti tra i proprietari del capitale al fine di devolverli ad altri scopi. Henry Ford fu quindi costretto a pagare i dividendi ai fratelli Dodge.

La sentenza, datata 7 febbraio 1919, divenne l'emblema del predominio dell'interesse dei soci su qualsiasi altro interesse che graviti intorno alla società⁵⁷.

In seguito altre sentenze hanno dato vigore alla *shareholder value norm*. Cito come esempio il caso *eBay Domestic Holdings v. Newmark*, risalente ai primi anni del 2000. Il contenzioso si sviluppò all'interno della società *Craigslist* - portale che ospita annunci dedicati al lavoro e ad altri servizi - e vide la società *eBay*, suo azionista di minoranza, citare in giudizio gli altri due proprietari del capitale, Craig Newmark (fondatore di *Craigslist*) e James Buckmaster.

I due soci maggioritari ebbero delle divergenze con *eBay*, dovute alla *vision* di beneficiare la collettività, propria di *Craigslist*. Newmark e Buckmaster posero allora in atto delle misure difensive (in particolare tramite il *Rights Plan*) nel rispetto delle attività di *Craigslist* e atte a limitare i poteri dei soci su di esse⁵⁸. In particolare, il *Rights Plan* era finalizzato a diluire la partecipazione azionaria di *eBay* nel capitale sociale di *Craigslist*, tramite un aumento meno che proporzionale, rispetto agli altri soci, della sua quota. Queste misure comportarono quindi una perdita economica per *eBay*.

Anche in questa situazione, la Corte del Delaware ordinò che il *Rights Plan* venisse rimosso. Infatti, essa ribadì che promuovere, proteggere o perseguire interessi che non sono dei proprietari del capitale deve comunque accrescere il valore di coloro che ne sono proprietari. In merito a ciò, alcuni studiosi ritengono che il caso *Dodge v. Ford Motor Company* avrebbe avuto un esito diverso se Henry Ford non avesse ammesso di aver posto l'interesse altruistico di aiutare i lavoratori e i consumatori al di sopra dei suoi doveri nei confronti degli altri soci. Se avesse trattenuto i dividendi con la motivazione di creare un valore di lungo periodo per i soci, favorendo la fedeltà dei dipendenti e dei clienti, forse avrebbe vinto la causa⁵⁹.

Nella sentenza del caso *eBay Domestic Holdings v. Newmark*, il cancelliere Chandler affermò inoltre: «Newmark e Buckmaster sono davvero convinti che *Craigslist* non si debba fossilizzare sulla massimizzazione della ricchezza dei soci, né adesso né in futuro. Se fosse un caso astratto, non ci sarebbe nulla di inappropriato in un'organizzazione economica che vuole aiutare le comunità locali, nazionali o globali. [...] Tuttavia, la forma giuridica con cui *Craigslist* opera non è un veicolo appropriato per fini filantropici, almeno non quando ci sono altri investitori interessati nel ritorno economico. Jim [Buckmaster] e Craig [Newmark] hanno scelto di fondare *Craigslist* come una società *for-profit* secondo la legge del

⁵⁷ Questa tesi è ritenuta valida anche in SMITH, *The Shareholder Primacy Norm*, cit., p. 317, che tuttavia rivisita il caso rilanciando il problema dei soci di minoranza, spesso soggetti a fenomeni di abuso da parte degli altri soci. La sentenza è infatti passata alla storia come sinonimo di *shareholder primacy norm*, ma troppo spesso i commentatori hanno trascurato che l'intento altruistico di Henry Ford era in parte motivato dalla volontà di ledere gli interessi economici dei fratelli Dodge, i quali avevano l'intenzione di fondare una società concorrente.

⁵⁸ A dimostrazione dell'accaduto, cfr. STRINE, *Our Continuing Struggle With The Idea That For-Profit Corporations Seek Profit*, in *Wake Forest Law Review*, 2012, p. 148-149.

⁵⁹ STRINE, *Our Continuing Struggle With The Idea That For-Profit Corporations Seek Profit*, cit., p. 148 sostiene che Ford, confessando il suo interesse altruistico, abbia portato la Suprema Corte ad una decisione a lui sfavorevole.

Delaware e hanno volontariamente accettato milioni di dollari da *eBay*, che è divenuto socio. Avendo optato per la forma giuridica delle *privately held company* [società gestite da un limitato numero di soci e che non fanno ricorso al pubblico per raccogliere capitale di rischio], essi sono legati ai doveri fiduciari e agli *standard* propri di questo tipo societario. Questi *standard* includono un operato che persegue l'interesse sociale a beneficio dei soci. [...] Così non posso accogliere come valida una politica societaria che chiaramente ed effettivamente cerca di *non* massimizzare il valore economico dei soci – poco importa se questi soci siano persone fisiche con pochi mezzi o un colosso del commercio *online*»⁶⁰.

Posto che alle società *for-profit* tradizionali sono attribuiti i significati finora descritti, non risulta difficile pensare alle società *benefit* come a un nuovo modello di *business*. Tornando alla metafora della modifica genetica dell'impresa, le società *benefit* lasciano intatto il gene della produttività, mentre intaccano quello della voracità. I soci acconsentono infatti a destinare parte del capitale alle attività di beneficio comune, distogliendo l'obiettivo dalla pura massimizzazione del profitto. È in questo snodo che la gestione della società *benefit* prende le distanze dalle tradizionali forme giuridiche e vincola gli amministratori all'espletamento di nuovi compiti.

Inoltre, tramite l'adozione dell'assetto organizzativo di società *benefit*, ai soci fondatori è offerta la possibilità di dichiarare quali siano le diverse priorità societarie, manifestandole anche agli investitori interessati ad acquistare quote di capitale. Questo può prevenire le controversie tra i soci, che consapevolmente entrano in una società la quale, *ceteris paribus*, probabilmente pagherà dividendi minori.

Nel considerare che la società *benefit* incarna una nuova filosofia di impresa, è importante ribadire che la società medesima crea una certa complementarità tra l'orientamento *for-profit* e quello *non-profit*. Essa traccia una terza via, chiamata nel mondo anglosassone *for-benefit*, in cui la *mission* orientata ai profitti è combinata a valori etici da cui non può prescindere. In sostanza le società *benefit* appartengono all'universo delle società commerciali, anche se si abbinano soltanto a quelle società che intendono seguire una *Corporate Social Responsibility* con *commitment*.

3.3. Il controllo dei soci sui fini e sui mezzi

La disciplina delle società *benefit* apporta un'altra implicazione interessante in tema di gestione. Essa riguarda un nuovo e più minuzioso controllo dei soci sull'andamento della società stessa. Per convalidare questa affermazione prendo in considerazione le società che non sono *benefit*.

Come ho chiarito sopra, nel dibattito su quale debba essere il giusto rapporto tra i soci e gli amministratori, è diffusa la convinzione che l'operato degli amministratori in una società debba essere finalizzato a creare valore per gli azionisti. Questo assegna ai soci il controllo sui fini della amministrazione societaria, ma altresì conferisce agli amministratori un'ampia libertà nel decidere quali mezzi impiegare per massimizzare il già

⁶⁰ Cfr. la sentenza *eBay Domestic Holdings v. Newmark*, 16 *Atlantic Reporter*, p. 38, Delaware, 2010, firmata dal cancelliere William B. Chandler.

citato *shareholder value*⁶¹. Così, il panorama che la gestione societaria offre è alquanto variegato: ci sono amministratori che non si fanno scrupoli a distruggere valore per la società e per l'ambiente⁶², mentre altri accompagnano all'analisi dei costi e dei benefici (tipicamente di matrice utilitaristica) considerazioni di carattere morale, che pongono dei limiti alla massimizzazione dei profitti. Possiamo dire che l'amministratore, posti i vincoli di legge e stabilito lo scopo ultimo di massimizzare il valore monetario dei soci, cerca di operare seguendo i dettami della sua coscienza.

Su questo tema è indicativo un sondaggio effettuato dall'*Economist* nel 2013, che indaga l'importanza dei principi etici tra amministratori finanziari di tutto il mondo. Emerso questo dato: il 53% degli intervistati dichiarò che sarebbe stato difficoltoso un suo avanzamento di carriera, se egli non fosse stato "flessibile" nel considerare *standard* morali. La stessa percentuale affermò che l'adesione a principi morali avrebbe danneggiato la competitività dell'impresa⁶³. Questo perché, sottolineano alcuni studiosi, se la legge permette ad altri amministratori di ricercare profitti a basso costo, un amministratore che desideri conseguire profitti in modo nobile, rispettando diversi portatori di interesse, potrà sentirsi obbligato a compromettere la sua integrità, a ragione del fatto che i soci gli chiederanno di tenere il ritmo dei concorrenti che si preoccupano meno degli altri⁶⁴.

La costruzione della società *benefit* è invece realizzata su basi diverse. In questo contesto, l'amministratore è tenuto a massimizzare il valore *soggettivo* dei soci, ovvero a rispettare ciò che i soci hanno stabilito come meritevole di valore⁶⁵. Pertanto, se i soci richiedono agli amministratori non solo di massimizzare i loro investimenti, ma anche le modalità attraverso cui massimizzarli, essi esercitano un controllo sui mezzi tramite i quali l'amministrazione opera. In tal caso l'amministratore non ha motivo di, o meglio non può, scartare determinati *standard* morali.

È dunque notevole la differenza tra l'operato degli amministratori che possono decidere di perseguire finalità sociali e i doveri imposti agli amministratori di società *benefit*. Infatti, il primo caso focalizza l'obiettivo sull'organo amministrativo, che ha la possibilità di non ricercare sistematicamente il solo

⁶¹ Sul tema è nuovamente significativa la sentenza *Dodge v. Ford Motor Co.*, cit., la quale afferma: «*A business corporation is organized and carried on primarily for the profit of the stockholders. The powers of the directors are to be employed for that end. The discretion of directors is to be exercised in the choice of means to attain that end, and does not extend to a change in the end itself*». Lo stesso punto è sostenuto in HASLER, *Contracting For Good*, cit., p. 1281-1282.

⁶² Un caso fra tanti, la ricerca commissionata dagli amministratori della Philip Morris volta a testimoniare che i morti di cancro ai polmoni, causato dal fumo, avrebbero giovato alle casse statali in termini di minor numero di pensioni da pagare. Lo scopo finale era quello di convincere i Paesi esteri a diminuire i dazi sulle importazioni di sigarette, in modo tale da ridurre i costi in vista della massimizzazione del profitto. In questo caso, il presidente della Philip Morris chiese pubblicamente scusa per il modo sconsiderato con cui era stata fatta tale ricerca. Cfr. SANDELL, *Giustizia*, Feltrinelli, 2013, p. 51-52.

⁶³ Si possono verificare i dati nel report dell'*Economist*, KAPOOR, *A Crisis Of Culture: Valuing Ethics And Knowledge In Financial Services*, in *Economist Intelligence Unit*, 2013, p. 1-30

⁶⁴ Il sondaggio è citato all'interno dell'articolo STRINE, *Making It Easier For Directors To "Do The Right Thing"?*, cit., p. 3, in cui è evidenziata l'esigenza di una nuova forma giuridica, costituita per beneficiare in modo più significativo la comunità e l'ambiente.

⁶⁵ Tesi sostenuta in particolare da HASLER, *Contracting For Good*, cit., p. 1317 e ss.

profitto dei soci, ma può anche svolgere attività che favoriscono altri portatori di interesse. Diversa è la previsione della legge 208/2015, art. 1, commi 376-384, che è indirizzata a quei soci che non vogliono rimanere incastrati nei dettami della *shareholder value norm*⁶⁶. In sostanza sono i soci stessi a richiedere che gli amministratori non si limitino a ricercare soltanto l'utile. La disciplina speciale delle società *benefit* ridefinisce infatti il valore dei soci, tenendo in considerazione le percezioni soggettive degli stessi in merito ai concetti di ricchezza e di prosperità; concetti che oggi più che mai devono essere intrecciati con una responsabilità sociale di impresa "a prova di futuro". In questo modo, i soci stessi sono investiti di poteri nuovi e di un maggiore controllo sulle modalità con cui l'amministrazione adempie i suoi doveri.

Questo tema si ricollega anche all'azione di responsabilità esercitata dagli «altri portatori di interesse» (ex art. 1, c. 378 della legge di stabilità 2016). La legge sembra non accordare a questi ultimi il diritto di far esaminare l'operato degli amministratori, anche quando essi manifestamente procurino un danno a una determinata categoria di soggetti. Tuttavia, è bene ricordare che i soci fondatori di società *benefit* auspicano il rispetto degli interessi delle categorie destinatarie delle attività di beneficio comune. Essi richiedono agli amministratori l'osservanza di tutti i doveri loro imposti, i quali necessariamente comprendono anche gli obblighi nei confronti degli «altri portatori di interesse»⁶⁷. È dunque ipotizzabile che la responsabilità degli amministratori per non aver tutelato gli «altri portatori di interesse» possa essere esercitata solo dai soci, se non è previsto diversamente. Per tali categorie di soggetti resta comunque valida la possibilità di rivolgersi all'AGCM per ottenere la dovuta tutela.

⁶⁶ Come, d'altronde, è successo ad Henry Ford nel 1919 e a Craig Newman e James Buckmaster nel 2010. Cfr. il paragrafo 3.2.

⁶⁷ Lo stesso parere si trova in CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, cit., p. 21, il quale sottolinea che un socio ha il potere di esercitare l'azione di responsabilità contro l'organo amministrativo che non raggiunga il beneficio comune o che non consideri gli interessi dei diversi *stakeholder*: «A shareholder is expressly given the right to bring a legal action on the basis that a director or officer failed to pursue or create the stated general or specific public benefit purposes, failed to consider the interests of the various stakeholders set forth in the statute, or failed to meet the transparency requirements in the statute. For reasons stated in Section III, this expanded accountability to shareholders is specifically desired by most of the mission-driven entrepreneurs and investors interested in new corporate form legislation».

4. La trasparenza nelle società *benefit*

4.1. Il Responsabile dell'Impatto

L'art. 1, c. 380, della legge di stabilità 2016, prevede che «la società *benefit*, fermo quanto disposto dalla disciplina di ciascun tipo di società prevista dal codice civile, individua il soggetto o i soggetti responsabili a cui affidare funzioni e compiti volti al perseguimento delle finalità [di beneficio comune]».

Nello statuto delle società *benefit*, questo soggetto è denominato «Responsabile dell'Impatto»⁶⁸.

L'articolato della legge che disciplina i compiti del responsabile dell'impatto è talmente scarno che risulta difficoltoso comprendere le competenze e i requisiti a lui attribuiti. Anche in questo caso, può essere utile confrontare il dettato italiano con il MBCL.

Nel modello di legge americano, il responsabile dell'impatto è denominato *benefit director*. Le società ad azionariato diffuso (*public companies*) che hanno duplice finalità di lucro e di beneficio comune sono obbligate ad eleggere un responsabile dell'impatto, fatto che non è richiesto alle società *benefit* che non fanno ricorso al pubblico per raccogliere capitale di rischio. Esse possono decidere se nominare o meno il soggetto responsabile⁶⁹.

Tale precisazione manca nella legge italiana, pertanto si può desumere che la società *benefit*, qualunque sia il tipo sociale prescelto, debba designare un soggetto responsabile dell'impatto.

Chi può essere incaricato di questo compito? La norma è collocata nell'ambito delle previsioni sui doveri e sulle responsabilità degli amministratori. Pertanto, è ragionevole interpretare che il responsabile possa essere un componente dell'organo gestorio della società, cui sono delegati alcuni compiti aggiuntivi. Potrebbe però anche trattarsi di un dipendente o di un collaboratore della società *benefit*. È invece da ritenere che un membro dell'organo di controllo non possa essere designato dell'incarico di responsabile all'impatto, proprio in virtù delle competenze che gli sono assegnate.

Secondo alcuni commentatori, il compito generale del *benefit director* è la sorveglianza dell'operato degli amministratori, in tema di attività di beneficio comune⁷⁰. Egli è infatti incaricato di valutare se l'organo amministrativo adempie i suoi doveri in materia di beneficio comune (specificati nella prima parte del comma 380 e, soprattutto, nell'oggetto sociale della società). A tale fine, si ritiene che sia dovere specifico

⁶⁸ Così si legge negli statuti delle società Nativa, Croqer Italia e D-Orbit, le quali anche prima del riconoscimento giuridico come società *benefit* erano *Certified B Corp*. Invece, la società *benefit* Ex Terra non menziona nel proprio statuto il soggetto responsabile che per legge dovrebbe individuare. Essa affida però all'organo amministrativo il compito di redigere la relazione annuale sull'impatto, di cui dirò dopo.

⁶⁹ Così infatti stabilisce il MBCL: «*The board of directors of a benefit corporation that is a publicly traded corporation shall, and the board of any other benefit corporation may, include a benefit director*», cfr. *Model Benefit Corporation Legislation*, Sezione 102.

⁷⁰ Robson sostiene che il compito del *benefit director* sia non tanto la *compliance*, l'obbedienza a un determinato dovere, quanto l'*oversight*, ovvero un controllo generalizzato e diffuso su come la società persegue le finalità di beneficio comune e crea valore. Cfr. ROBSON, *A New Look at Benefit Corporations: Game Theory and Game Changer*, cit., p. 541.

del responsabile dell'impatto curare la redazione di un *report* annuale concernente il perseguimento del beneficio comune, del quale si tratterà nel paragrafo successivo.

Il MBCL prevede inoltre un parallelo tra l'esercizio delle funzioni del *benefit director* e quelle attribuite ad un qualsiasi amministratore di società *benefit*⁷¹; pertanto il responsabile dell'impatto è soggetto agli stessi *standard* richiesti ad un amministratore.

Estendendo questa regola alla disciplina italiana, anche l'operato del responsabile dell'impatto sarà soggetto al controllo del collegio sindacale (o dell'organo deputato al controllo sulla gestione e sulla situazione contabile della società) e, per questa ragione, sembra logico che tale incarico sia incompatibile con lo *status* di sindaco.

4.2. La relazione annuale

4.2.1. La pubblicazione

Ai sensi dell'art. 1, c. 382, della legge 208/2015, la società *benefit* redige annualmente una relazione concernente il perseguimento del beneficio comune e la allega al bilancio societario. Questa previsione costituisce il nodo centrale tramite cui una società, in virtù del suo operato trasparente e responsabile, consegue lo *status* di società *benefit*.

Prima di esaminare il contenuto proprio di tale relazione, mi soffermo brevemente sulle modalità della pubblicazione della medesima.

La legge prevede che «la relazione annuale sia pubblicata sul sito *internet* della società, qualora esistente». Anche in questo caso, la legge non sembra esaurire la discussione sul tema.

La relazione annuale è inoltre «da allegare al bilancio societario»; da ciò è desumibile che la sua pubblicazione deve rispettare le norme attinenti la pubblicazione del bilancio.

Per quanto riguarda le società di persone, vale la seguente regola: non vi è un obbligo espresso di pubblicazione del rendiconto (redatto dalle società semplici) e del bilancio d'esercizio (proprio delle società in nome collettivo e della società in accomandita semplice, ai sensi dell'art. 2217 c.c.). Questo si giustifica con il fatto che la redazione dei documenti contabili delle società di persone non costituisce una esigenza di tutela dei terzi e della collettività a cui invece è soggetto il bilancio delle società di capitali. La relazione annuale richiesta alla società *benefit* costituita come una società di persone non è quindi sottoposta a pubblicazione presso il registro delle imprese; è invece richiesta la pubblicazione sul sito *web* della società (qualora esista).

Come viene verificato il perseguimento delle finalità di beneficio comune da parte della società, se essa non ha l'obbligo di pubblicare la relazione sull'impatto all'interno del registro delle imprese o se non possiede

⁷¹ Così è infatti precisato: «*The act or inaction of an individual in the capacity of a benefit director shall constitute for all purposes an act or inaction of that individual in the capacity of a director of the benefit corporation*», cfr. *Model Benefit Corporation Legislation*, Sezione 302.

un sito *internet*? Qualora si verificassero queste ipotesi, un'indicazione sul comportamento da tenere è data dal modello di legge americano; esso afferma che, in mancanza di sito *internet*, la società debba fornire gratuitamente una copia del *report* più recente a qualsiasi persona che ne faccia richiesta⁷².

Nelle società di capitali la pubblicazione del bilancio è prevista dall'art. 2435 c.c., il quale richiede che una copia del bilancio d'esercizio, corredato dalla relazione sulla gestione (*ex art. 2428 c.c.*), da quella dei sindaci (*ex art. 2429*) e dal verbale dell'assemblea o del consiglio di sorveglianza (che approvano il bilancio), sia depositato presso l'ufficio del registro delle imprese (o spedito al medesimo tramite lettera raccomandata) entro trenta giorni dalla sua approvazione. Allo stesso modo, sarà resa pubblica la relazione che attesta l'impatto di una società *benefit*.

Infine, la legge prevede la possibilità di non pubblicare taluni dati finanziari dalla relazione, a tutela dei soggetti beneficiari dell'impatto. Il MBCL afferma che possono essere omessi i compensi pagati agli amministratori, dato che comunque deve rientrare nel contenuto del *report*. Anche su questo aspetto, la legge italiana tace.

Considerato che le società *benefit* sono state introdotte nel nostro ordinamento a partire da gennaio 2016, sarà necessario attendere l'anno 2017 per poter visionare le prime relazione annuali redatte dalle società medesime.

4.2.2. Lo *standard* di valutazione esterno

La relazione annuale, sempre secondo il comma 382 dell'art. 1 l. n. 208/2015 deve contenere al suo interno «la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato». Essa mira ad una valutazione della *performance* sociale, che permetta ai soci di giudicare come gli amministratori hanno adempiuto il loro dovere.

Posto che il beneficio comune è descritto, all'interno della legge, come il perseguimento di un impatto positivo, o la riduzione di quello negativo, su diverse categorie, il dato fondamentale in questa descrizione è l'impatto reale generato dalla società. Per la misura dell'impatto, la società *benefit* si deve servire di uno *standard* di valutazione esterno, il quale risponda a determinati requisiti (fissati nell'allegato 4 della legge di stabilità 2016) .

Innanzitutto, è bene tenere a mente che lo *standard* è creato da un ente terzo ed è utilizzato dalla società *benefit* stessa, la quale esamina gli effetti da lei prodotti sulla comunità o sull'ambiente secondo i criteri dettati dallo *standard* di valutazione. Si esclude così che una società *benefit* e la sua relazione annuale

⁷² Stabilisce infatti il *Model Benefit Corporation Legislation*, Sezione 402: «*If a benefit corporation does not have an Internet website, the benefit corporation shall provide a copy of its most recent benefit report, without charge, to any person that requests a copy*».

possano essere esaminate direttamente da chi cura gli *standard* di valutazione esterni. Se fosse stabilito altrimenti, l'obbligo di verifica dell'impatto da parte di un ente terzo costituirebbe un costo (nessun ente esaminerebbe l'impatto di una società gratuitamente). È ipotizzabile che le società di piccole dimensioni tenderebbero a non richiedere il riconoscimento legale di società *benefit*, se ciò comportasse un onere economico⁷³. Si noti che questo è uno dei punti che differenzia le società *benefit* dalle *Certified B Corp*, alle quali è richiesto il pagamento annuale di una tassa per mantenere la certificazione.

Fatte queste considerazioni è implicito che la legge non impone alle società *benefit* di valutare il loro impatto sulla base di un determinato *standard* o da parte di un determinato ente certificatore (magari designato a livello governativo); esse sono infatti libere di scegliere uno *standard* di valutazione cui fare riferimento, a patto che esso abbia i requisiti dettati dalla legge⁷⁴. Anche in questo caso, le società *benefit* si allontanano dalle *Certified B Corp*, le quali sono obbligate a confrontarsi con il *Benefit Impact Assessment*.

Per quanto riguarda i requisiti che lo *standard* di valutazione esterno deve avere, l'allegato 4 della l. n. 208/2015 fa riferimento *in primis* al fatto che esso sia «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, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse». I criteri dello *standard* devono dunque essere applicabili a tutte le possibili aree di valutazione di un'impresa. In questo senso, una difficoltà che può palesarsi attiene al fatto che le società *benefit* possono operare in moltissimi settori. Per ognuna di loro, sarà necessario lo *standard* che meglio indagherà quella determinata attività.

L'ente che sviluppa lo *standard* deve, come si è accennato, essere indipendente dalla società *benefit* che adotta lo *standard* medesimo. L'allegato 4 della legge di stabilità 2016 afferma, infatti, che l'ente terzo non deve essere controllato dalla società o collegato con la stessa. Per un'indicazione precisa dei concetti di società controllata e società collegata, si consideri l'art. 2359 c.c., che stabilisce i criteri per attestare adeguatamente l'influenza di una società su un'altra.

Inoltre, lo *standard* di valutazione è reso «credibile» dalle caratteristiche proprie dell'ente. Il medesimo allegato richiede che l'ente abbia accesso alle competenze necessarie per valutare l'impatto sociale ed ambientale di una società e che utilizzi un approccio scientifico e multidisciplinare per sviluppare lo *standard*. A tal fine, l'ente può prevedere un periodo di consultazione pubblica.

⁷³ Di questo parere sono CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, cit., p. 26. Essi sottolineano che sarebbe un vincolo troppo stringente imporre alle *benefit corporation* di pagare la valutazione dell'ente terzo.

⁷⁴ Cfr. CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, cit., p. 24. Qui sono suggeriti diversi enti i cui *standard* di valutazione potrebbero essere impiegati dalle *B Corp* americane. Tra questi, *The Global Reporting Initiative (GRI)*, *GreenSeal*, *Underwriters Laboratories (UL)*, *ISO2600*, *Green America* e *B-Lab*.

Tuttavia, il dettato della norma lascia alcuni interrogativi aperti. Chi infatti è deputato a dichiarare che l'ente in questione ha i requisiti richiesti dalla legge? E se nessuno svolgesse questa funzione, come potrebbe una società *benefit* indentificare un ente davvero competente in materia? Il legislatore italiano non affronta tali questioni, forse anche al fine di non creare interferenze nel mercato. Dunque è lasciato proprio al mercato il compito di scegliere lo *standard* che meglio risponde alle esigenze di misurare l'impatto⁷⁵. Come detto, nella difficoltà di disciplinare tale materia il legislatore prevede la possibilità che gli enti di valutazione conoscano le opinioni dei cittadini, tramite la consultazione pubblica.

In mancanza di ulteriori precisazioni, ritengo che le società *benefit* non cadano in errore se scelgono di quantificare il loro impatto per mezzo del *Benefit Impact Assessment*. Questo in virtù sia del legame, almeno concettuale, insito tra il BIA e le società *benefit*, sia del fatto che il BIA è continuamente rinnovato e migliorato, anche dai *feedback* delle 40 mila aziende che ad oggi lo utilizzano.

Infine, ultimo requisito dello *standard* è la trasparenza. In particolare, esso è definito trasparente «se le informazioni che lo riguardano sono rese pubbliche». Informazioni rilevanti sono «i criteri utilizzati per la misurazione dell'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso; le ponderazioni utilizzate per i diversi criteri previsti per la misurazione; l'identità degli amministratori e l'organo di governo dell'ente che ha sviluppato e gestisce lo *standard* di valutazione; il processo attraverso il quale vengono effettuate modifiche e aggiornamenti allo *standard*; un resoconto delle entrate e delle fonti di sostegno finanziario dell'ente per escludere eventuali conflitti di interesse». Si desume che spetti all'ente che cura lo *standard* la pubblicazione di queste informazioni. Si deve tuttavia constatare che, anche in questo caso, non sono debitamente specificati quali debbano essere i criteri utilizzati per la misurazione dell'impatto e le loro ponderazioni.

La difficoltà a disciplinare tale materia risiede probabilmente nel fatto che la misurazione della *performance* delle imprese che agiscono a beneficio di società ed ambiente è attualmente argomento di ricerca e di studio e non si è ancora giunti ad un punto fermo. La complessità del tema è stata trattata recentemente da Arena, Azzone, Bengo nell'articolo «*Performance Measurement for Social Enterprises*»⁷⁶. Questi tre ricercatori propongono un modello per quantificare l'impatto di un'impresa a favore del sociale. Il loro lavoro costituisce un tentativo di unificare le ricerche sulla misurazione della *performance* nel settore *for-profit* e in quello *non-profit*, coerentemente con la natura ibrida delle imprese oggetto di studio.

È comunque lecito supporre che il legislatore italiano non esiterà ad apportare modifiche o miglioramenti alla disciplina delle società *benefit*, anche in riferimento ai problemi che riscontreranno, man mano, le società stesse nel valutare l'impatto da loro generato.

⁷⁵ La proliferazione di diversi *standard* lascia alle imprese la decisione su quali siano i più adatti e completi a misurare il loro impatto sociale. Così sottolineano CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, cit., p. 25.

⁷⁶ L'articolo in questione è il seguente: ARENA, AZZONE, BENGIO, *Performance Measurement for Social Enterprises*, in *Voluntas*, 2015, p. 649-672.

4.2.3. Le aree di valutazione

L'allegato 5 della legge di stabilità 2016 chiarisce gli ambiti aziendali che la valutazione dell'impatto deve comprendere. Dalla lettura di questa norma è evidente il nesso con il *Benefit Impact Assessment*. Il legislatore italiano stabilisce infatti che le aree da valutare, in una società *benefit*, sono il governo d'impresa, i lavoratori, altri portatori di interesse (che fanno riferimento alla comunità nella quale la società è inserita) e l'ambiente.

In particolare, la valutazione del governo d'impresa è volta ad esaminare il grado di responsabilità e trasparenza proprie della società nel perseguimento di finalità di beneficio comune. Una speciale attenzione è rivolta all'esame dello scopo sociale, del coinvolgimento dei portatori d'interesse e della trasparenza delle politiche e pratiche adottate dalla società. Per quanto riguarda la valutazione dello scopo della società, è importante soppesare il conseguimento dei profitti con quello del beneficio comune, al fine di esaminare l'importanza dell'uno sull'altro.

Nell'ambito dei lavoratori, la legge focalizza l'attenzione sulle retribuzioni dei dipendenti e dei collaboratori, sulla formazione e sull'opportunità di crescita personale all'interno della società. Al fine della misurazione dell'impatto sociale, il legislatore rileva anche la qualità dell'ambiente di lavoro, la comunicazione interna, la flessibilità e la sicurezza del lavoro. Per quanto riguarda l'ambiente di lavoro, trovo interessante una dichiarazione di Francesco Mondora, CEO dell'omonima *Certified B Corp* italiana, nonché società *benefit* a partire da giugno 2016. Mondora ha infatti affermato che, da quando la sua società è entrata nel mondo e nella mentalità *benefit*, i lavoratori (di cui la maggior parte ingegneri, essendo essa una società di *software*), «si sono sentiti autorizzati ad essere se stessi, e non più ingegneri molto inquadrati, che corrono sui binari». Questo, a suo parere, ha reso l'ambiente di lavoro più amichevole, i lavoratori più soddisfatti e più legati alla causa sociale⁷⁷.

L'impatto sociale deve essere inoltre considerato in relazione alla catena di distribuzione (o *supply-chain*), ovvero ai processi logistici, interni ed esterni. La problematica riguarda dunque anche le imprese che si trovano a monte e a valle del processo produttivo. Oltre a ciò, è da esaminare l'operato della società *benefit* sul territorio e sulle comunità locali in cui opera, relativamente ad azioni di volontariato, donazioni, attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale.

Infine, gli effetti della società *benefit* sull'ambiente sono indagati nel ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime. La valutazione dell'impatto attiene anche agli sprechi e ai rifiuti generati nel processo produttivo.

⁷⁷ Ho avuto l'occasione di sentire il parere di Mondora nel convegno *B-Corp & Terzo Settore: Nuovi orizzonti imprenditoriali e capitale sociale*, svoltosi a Torino il 5 marzo 2016. In quel contesto, il sen. Mauro Del Barba, insieme ad altri promotori della legge in materia di società *benefit*, ha portato a conoscenza della società civile il mondo *benefit*.

4.2.4. Relazione annuale e bilancio d'esercizio

La legge richiede che la relazione annuale in questione sia allegata al bilancio d'esercizio. Nel prevedere tale relazione il legislatore non chiarisce se essa sia un documento esterno al bilancio o se invece debba essere parte integrante del bilancio, insieme agli altri documenti contabili.

In mancanza di una più precisa direttiva in merito, si creerebbero situazioni di incertezza sia in un caso che nell'altro. Esaminiamole brevemente.

Se la relazione sull'impatto fosse da allegare al bilancio come documento esterno, tale previsione farebbe eco all'art. 2428 c.c., il quale esamina la relazione sulla gestione. Quest'ultima è redatta dagli amministratori e «correda» il bilancio societario. Ai sensi del citato articolo, gli amministratori, appunto, redigono un resoconto, «contenente un'analisi della situazione della società e dell'andamento e del risultato della gestione, nel suo complesso e nei vari settori in cui essa ha operato»: dunque una descrizione dello scenario attuale e delle prospettive dell'attività. La relazione sulla gestione deve rispettare principi analoghi a quelli fondamentali del bilancio. Essa deve, infatti, contenere «un'analisi fedele, equilibrata ed esauriente», «coerente con l'entità e la complessità degli affari della società». Tuttavia la relazione sulla gestione rimane esterna al bilancio e non deve essere approvata dall'assemblea dei soci insieme ad esso. In tale modo, l'omissione di informazioni, all'interno della relazione, non rende il bilancio falso, scorretto o non chiaro. Così, qualora la relazione violi i principi cui deve attenersi, la delibera relativa al bilancio resta valida e le conseguenze della violazione si porranno su piani diversi (responsabilità degli amministratori, ecc.). Pertanto, sostenere che la relazione richiesta dall'art. 1, c. 382, della legge di stabilità 2016, sia esterna al bilancio, implica che essa non debba essere approvata dai soci. Tuttavia, ciò non preclude il fatto che essa sia trasmessa dagli amministratori al collegio sindacale e al soggetto incaricato della revisione legale dei conti, unitamente al bilancio e alla relazione che lo correda (ex art. 2428 c.c.) almeno trenta giorni prima di quello fissato per l'assemblea che deve discuterlo (ai sensi dell'art. 2429, c. 1, c.c.). Inoltre, il comma 3 dell'art. 2429 dispone che detta complessiva documentazione (in cui rientra ora anche la relazione sull'impatto), debba restare depositata in copia nella sede della società durante i quindici giorni che precedono l'assemblea e finché il bilancio non sia approvato. In tal modo si garantisce che i soci possano prendere visione di tutti i documenti, in vista dell'approvazione del bilancio.

Se invece la legge finanziaria 2016 intende indicare che la relazione sull'impatto è uno dei documenti costitutivi del bilancio, allora si dovrà fare un'altra considerazione. Fatte salve le norme sancite dall'art. 2429 e richiamate sopra, bisognerà infatti supporre che anche la relazione sull'impatto propria della società *benefit* debba essere approvata dai soci, unitamente agli altri documenti contabili.

In attesa che questa disciplina sia meno lacunosa, possiamo ritenere che l'inserimento della relazione sull'impatto all'interno del bilancio d'esercizio rafforzi il legame tra amministratori e soci. In tal caso, i

secondi avrebbero infatti la possibilità di appurare ed approvare che i primi hanno agito in linea con il *commitment* della società.

4.3. Il controllo dell'AGCM

La legge di stabilità 2016 all'art. 1, c. 384 introduce un'ultima previsione in tema di società *benefit*. Essa è finalizzata a garantire una maggiore trasparenza all'operato della società medesima. A tale scopo, la legge sottopone le società *benefit* che non perseguano le finalità di beneficio comune «alle disposizioni di cui al decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, in materia di pubblicità ingannevole e alle disposizioni del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206». In relazione a ciò, sono assegnate nuove competenze all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, l'*Antitrust*. Essa le esercita «nei limiti delle risorse disponibili e senza nuovi o maggiori oneri a carico dei soggetti vigilati».

Incominciamo con l'analizzare le competenze assegnate all'AGCM.

La legge sembra attribuire un certo grado di discrezionalità, all'*Antitrust*, in merito a questo compito aggiuntivo, senza imporle un vincolo cogente. Questo è segnalato dal fatto che l'AGCM, nell'espletamento di questa funzione, non dispone di un *budget ad hoc*. Il legislatore impone, appunto, che l'operato dell'AGCM sia espletato «nei limiti delle risorse disponibili» e non possa comportare «nuovi o maggiori oneri a carico dei soggetti vigilati», in questo caso le società *benefit*. Dato un certo *budget* per la tutela contro la pubblicità ingannevole e a favore dei consumatori, si può ipotizzare che l'ente intervenga nell'ambito delle società *benefit* se tale intervento sarà ritenuto prioritario rispetto ad altro. Questa disposizione si allontana dalle regole che l'Autorità segue quando adempie i suoi doveri in tema di concorrenza tra imprese. In quel caso, essa si finanzia chiedendo alle società - che superino determinate dimensioni - di versare una percentuale proporzionata al loro fatturato, in virtù del fatto che essa rende più trasparente il mercato e garantisce il rispetto della concorrenza⁷⁸. In quella veste, l'*Antitrust* compie una funzione che dà giovamento a tutto il mercato e tutte le società ne possono beneficiare.

Nell'ambito delle società *benefit*, le competenze affidate all'AGCM non riguardano la concorrenza tra imprese dettata dalla legge n. 287, del 10 ottobre 1990, bensì la tutela del consumatore stabilita dal codice del consumo (d. lgs. 6 settembre 2005, n. 206) e la tutela delle imprese dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali (d. lgs. 2 agosto 2007, n. 145).

Il codice del consumo del 2006, cui è soggetta la società *benefit*, ha la finalità di garantire un'efficace protezione ai consumatori così da bilanciare l'asimmetria informativa e dimensionale che li vede parte debole nei rapporti con le imprese. In tale decreto, il consumatore è colui che agisce nel mercato al di fuori di un'attività d'impresa; è infatti salvaguardato da abusi il contraente occasionale e non professionale, privo

⁷⁸ L'autonomia di gestione delle spese per il funzionamento dell'Autorità è stabilita dall'art. 10, commi 7 e ss., l. 10 ottobre 1990, n. 287 (*Norme per la tutela della concorrenza e del mercato*).

di specifica competenza. È colui che del bene, del servizio, della merce acquistata fa un uso esclusivamente personale, per soddisfare le limitate esigenze della sua vita personale o familiare. Al contrario, la società *benefit* svolge il ruolo del «professionista», ovvero della persona giuridica che agisce nell'ambito della propria attività professionale o imprenditoriale.

Il decreto n. 145 ha invece come principale finalità la tutela del concorrente dalla pubblicità ingannevole (art. 1), definita come «qualsiasi pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua presentazione è idonea ad indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento economico ovvero che, per questo motivo, sia idonea a ledere un concorrente» (art. 2). Esso inoltre si propone di stabilire le condizioni di liceità della pubblicità comparativa, ovvero quella pubblicità che identifichi in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un concorrente. A tali fini la società *benefit*, parimenti alle altre imprese che operano nel mercato, è sottoposta ad una serie di regole, che hanno l'intento di arrestare il fenomeno del *greenwashing*, di cui dirò meglio più avanti. Esso rappresenta la pratica sleale attuata dalle società che danno un'immagine positiva del loro operato, che nel concreto è invece tutt'altro che responsabile e trasparente. In questo senso, l'adesione a norme che tutelino i consumatori o i concorrenti è più delicata per le società *benefit* rispetto che alle altre società, in quanto le prime sono riconosciute dalla legge come responsabili e trasparenti, ma spetta a loro dare prova di ciò. Il rispetto di queste regole risulta quindi una prova a cui le società *benefit*, per loro natura, sono particolarmente soggette.

La legge di stabilità tuttavia non segnala che cosa accade qualora una società *benefit* non rispetti le norme in questione e, più in generale, non persegua finalità di beneficio comune. Come illustrato, l'AGCM può indagare sul mal comportamento della società ma non è affatto chiaro se il suo intervento possa portare alla revoca dello *status* di società *benefit* e tantomeno chiare sono le modalità con cui questo dovrebbe verificarsi. È comunque lecito ipotizzare che, nel caso in cui l'autorità accerti la violazione delle norme citate nell'art. 1, c. 384, l. n. 208/2015, essa possa irrogare le sanzioni già previste per l'inosservanza di tali norme. Per quanto riguarda la tutela del consumatore, il d. lgs. 206 del 2005 associa ad ogni violazione prevista dal codice del consumo una sanzione. Nel fare ciò esso richiama numerose altre norme. Invece, in caso di pubblicità ingannevole, il d. lgs. 145 del 2007 dispone che l'AGCM può infliggere una sanzione amministrativa pecuniaria da €5.000 a €500.000, a seconda della gravità e della durata della violazione. Nel caso di pubblicità che possono comportare un pericolo per la salute o la sicurezza, o che sono suscettibili di raggiungere, direttamente o indirettamente, minori o adolescenti, la sanzione non può essere inferiore a €50.000.

4.4. Il capitale reputazionale

A questo punto ci si potrebbe chiedere quali siano gli incentivi di una società ad assumere lo *status* di società *benefit*.

Innanzitutto chiarisco che non si tratta di incentivi finanziari. La società *benefit* rappresenta infatti un modo nuovo di fare impresa che persegue l'obiettivo di durare nel tempo. Infatti, le finalità di beneficio comune che essa si prefigge non sono esercitate *una tantum*, ma in modo strutturale esse sono parte dello scopo sociale. Per questo il legislatore preferisce non alterare l'operato responsabile di queste società, nemmeno tramite benefici fiscali o altre agevolazioni. In questo modo, si evita l'immistione dell'apparato governativo statale in quello societario.

A chi dunque fosse portato a credere che il riconoscimento di società *benefit* sia foriero di soli oneri e adempimenti aggiuntivi, vorrei suggerire di considerare la "sostanzialità" del mercato odierno. Tutti noi siamo infatti attori di un mercato sempre più evoluto e attento, caratterizzato da consumatori esigenti, oltre che sensibili a determinate questioni (ambientali, sociali, ecc.). I consumatori sempre più spesso dichiarano, infatti, che preferiscono basare le loro scelte di acquisto sul loro senso di responsabilità sociale ed ambientale. Alcuni consumatori usano il loro potere d'acquisto per punire le società che mal si comportano nei confronti della comunità e dell'ambiente, oppure per premiare quelle altre società attente alle tematiche sociali. La generale preferenza verso le "buone società" non è circoscritta ai consumatori; anche i lavoratori sono più propensi a lavorare per società che sono davvero interessate alle questioni sociali ed ambientali. Secondo alcuni sondaggi americani, più dei due terzi dei lavoratori statunitensi (il 69%), ritiene che l'esperienza di un'impresa, in materia di attività destinate alla collettività, incida sulla loro decisione di lavorare o meno per la stessa⁷⁹. Questa preferenza è tanto più forte tra i laureati in *Business Administration*, che in grande maggioranza (l'88%) hanno dichiarato che sceglierebbero il salario inferiore dato da una società che agisce in modo etico, piuttosto che quello più elevato guadagnato in un'impresa eticamente riprovevole.

In un tale contesto può davvero fare la differenza, per una società, presentarsi sul mercato come società *benefit*. Tale qualifica può infatti rappresentare un *quid pluris*, un valore aggiunto che conferisce alle società incentivi di contesto e di identificazione.

Pertanto, lo *status* di società *benefit* fa pubblicità a ciò che nel sistema economico è sano e funziona bene. Inoltre, esso identifica le imprese che producono qualità e le fa accedere ad un circuito internazionale di aziende virtuose e considerate all'avanguardia.

Le società *benefit* si arricchiscono così di un capitale non intrinsecamente economico, ma "reputazionale". Il capitale reputazionale indica i valori e comportamenti sociali che influenzano il potere contrattuale di un'azienda. Esso ha la capacità di costruire relazioni sociali eticamente significative (con clienti, fornitori, comunità locali, media, ecc.) e ciò regala alle aziende un considerevole vantaggio competitivo.

In questa finalità gioca un ruolo importante la relazione concernente l'impatto sociale. Tramite la sua pubblicazione, la società *benefit* consente di sottoporre alla verifica dei terzi la responsabilità e la

⁷⁹ Il sondaggio è riportato in CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, cit., p. 3.

trasparenza che la caratterizzano. Tra i terzi rientrano certamente lavoratori, clienti e fornitori, ma anche investitori e banche che, fanno notare alcuni studiosi, sovente non investono in società attente al beneficio comune a causa dell'asimmetria informativa⁸⁰. In tal senso, la qualifica di *benefit* e la relazione annuale si propongono di mettere in risalto l'operato responsabile di talune società.

Ciò ha un'altra implicazione importante, concernente il *greenwashing*. Il *greenwashing* è il fenomeno di cui si macchiano quelle società che costruiscono un'immagine ingannevolmente positiva di sé sotto il profilo sociale ed ambientale, spesso allo scopo di distogliere l'opinione pubblica dagli effetti negativi dovuti alla loro attività. In sostanza queste società utilizzano nella loro attività di *marketing* parole come "green", "sostenibile", "responsabile" ma senza effettivamente misurare, nei confronti di uno *standard*, il valore da esse creato. La società *benefit* ha invece il dovere di comunicare, per mezzo della relazione allegata al bilancio, la specifica attività che ha svolto a favore di una più vasta gamma di portatori di interesse. In questo senso, la società medesima opera con maggiore trasparenza rispetto alle altre imprese.

Nel lungo periodo ci si aspetta che il mercato premi tali società. Esse non solo raggiungeranno una elevata *performance* sociale ed ambientale, ma anche, secondo il parere dell'economista Robert J. Shiller, premio Nobel per l'Economia nel 2013, «avranno risultati economici migliori di tutte le altre aziende»⁸¹. Questo sarà possibile in un sistema economico-sociale che ha cura delle persone e dell'ambiente.

⁸⁰ In modo analogo ARENA, AZZONE, BENGIO, *Performance Measurement for Social Enterprises*, cit., p. 652. Gli autori sottolineano che, a causa della mancanza di informazioni precise riguardanti la *performance* delle imprese attente alle finalità sociali, gli investitori sono scoraggiati dal detenere quote di capitale di rischio di dette società.

⁸¹ Al sito <https://www.youtube.com/watch?v=anh1K10nA8U> è visionabile il commento di Robert J. Shiller sul tema delle *Benefit Corporations*.

Conclusione

Ho illustrato come le società *benefit* meglio incontrino le esigenze degli imprenditori, degli investitori, dei clienti e dei legislatori interessati ad usare il potere delle imprese per risolvere problemi di carattere sociale ed ambientale.

Il *business* sostenibile, l'*impact investing* e il settore della *social enterprise* (o, per dirla in italiano, dell'impresa sociale) si stanno oggi sempre più diffondendo nei mercati, ma sono frenati da leggi datate, non in grado di soddisfare gli enti *for-profit* che fondano la loro esistenza in parte sulle finalità sociali, a beneficio della collettività⁸². La legge sulle società *benefit* costituisce dunque un approdo importante, perché incoraggia l'operato responsabile di società a scopo di lucro, ma a vocazione sociale.

Questa legge è significativa anche in considerazione dell'arretramento del *welfare state*. Se infatti lo Stato non fornisce e non garantisce diritti e servizi sociali a tutti i cittadini che ne hanno bisogno, è bene che supplisca a questo compito non solo il mondo *non-profit*, ma anche quello *for-profit*, anche e soprattutto in virtù dell'art. 118, c. 4, della nostra Costituzione. Esso invita le istituzioni pubbliche a favorire l'iniziativa della società civile, ovvero di noi cittadini, singoli o associati (dunque anche in forma di società), a svolgere attività di interesse generale. Questo principio costituzionale (la cosiddetta sussidiarietà orizzontale) trova quindi un alleato nella disciplina delle società *benefit*, che passando attraverso il mercato vogliono beneficiare la collettività e l'ambiente *nel loro complesso*.

⁸² Di questo avviso sono CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, cit., p. 3, i quali più volte ritornano sulla necessità di una legge che dia spazio all'attività sociale anche nelle società commerciali.

Bibliografia

ARENA, AZZONE, BENGO, *Performance Measurement for Social Enterprises*, in *Voluntas*, 2015, p. 649-672

ADAMS, *Capitalist Monkey Wrench*, pubblicato online in *Forbes*, 2010

ANDRÈ, *Assessing the Accountability of the Benefit Corporation: Will This New Gray Sector Organization Enhance Corporate*, in *Journal of Business Ethics*, 2012, p. 133-150

BUONOCORE (ideato da), *Manuale di Diritto Commerciale*, Giappichelli, 2015

BROMBERGER, *A New Type of Hybrid*, in *Standard Social Innovation Review*, 2011, p. 48-53

CIAN (a cura di), *Manuale di diritto commerciale*, Giappichelli, 2015

CLARK & BABSON, *How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations*, in *William Mitchell Law Review*, 2012, p. 1-29

CUMMINGS, *Benefit Corporations: How To Enforce A Mandate To Promote The Public Interest*, in *Columbia Law Review*, 2012, p. 579-627

FOMCENCO, *Rise of a New Corporate Vehicle: Public Benefit Corporation*, in *European Company Law*, 2014, p. 276–280

GELLES, *How the Social Mission of Ben & Jerry's Survived Being Gobbled Up*, in *New York Times*, 2015

GOLDMARK, *The Benefit Corporation: Can Business Be About More Than Profit?*, in *Good Business*, 2011

HASLER, *Contracting For Good: How Benefit Corporations Empower Investors And Redefine Shareholder Value*, in *Virginia Law Review*, 2014, p. 1279-1322

KAPOOR, *A Crisis Of Culture: Valuing Ethics And Knowledge In Financial Services*, in *Economist Intelligence Unit*, 2013, p. 1-30

LAWRENCE, *Making the B List*, in *Stanford social innovation review*, 2009, p. 65-66

Model Benefit Corporation Legislation, versione del 13 gennaio 2016

MURRAY, *Ben & Jerry's Struggles with Corporate Social Responsibility in an International Context*, in *Journal of Legal Studies Education*, 2015, p. 287–312

MURRAY, *Choose your own master: social enterprise, Certifications, and benefit corporation statutes*, in *American University Business Law Review*, 2012, p. 1-41

MURRAY, *Social Enterprise Innovation: Delaware's Public Benefit Corporation Law*, in *Harvard Business Law Review*, 2014, p. 345-371

PRESTI e RESCIGNO, *Corso di Diritto Commerciale*, Feltrinelli, 2008

ROBSON, *A New Look at Benefit Corporations: Game Theory and Game Changer*, in *American Business Law review*, 2015, p. 501–555

STANDLEY, *Lessons Learned From The Capitulation Of The Constituency Statute*, in *Elon Law Review*, 2012, p. 209-233

STRINE, *Making It Easier For Directors To "Do The Right Thing"?*, in *Harvard Business Law Review*, 2014, p. 1-16

STRINE, *Our Continuing Struggle With The Idea That For-Profit Corporations Seek Profit*, in *Wake Forest Law Review*, 2012, p. 135-172

WILBURN, *The double bottom line: Profit and social benefit*, in *Business Horizon*, 2014, p. 11-20

Ringraziamenti

Ringrazio il mio relatore Emanuele Cusa, che mi ha consigliato di studiare le società *benefit*. Egli ha saputo individuare un tema che soddisfa il mio desiderio di studiare un'economia dal volto più umano, un'economia che non parla esclusivamente di profitto. Lo ringrazio anche per avermi esortata a migliorare le mie ricerche e il mio lavoro, invitandomi a dialogare con le società *benefit* già presenti in Italia.

Ringrazio dunque anche le società *benefit* che si sono rese disponibili ad aiutarmi a conoscere meglio il loro paradigma di *business*. Ho la speranza che altre imprese seguano il loro esempio.

Ringrazio i miei genitori per l'amore incondizionato, prezioso sostegno in questi (primi) tre anni lontana da casa. Da loro ho imparato che il successo del proprio lavoro deriva da sacrifici spesso nascosti e ignorati, non da gesti eclatanti. Ringrazio mio fratello, che involontariamente mi ha sempre dato la spinta per raggiungere mete più alte, e la nostra (bis) Nonna Min, grande maestra di tante lezioni economiche...

Ringrazio le "ragazze", che ci sono sempre e da sempre, e tutti gli amici con i quali in questi tre anni di vita e di università ho dato voce a domande importanti. Ringrazio Valentina, vicina anche da lontano.

Ringrazio la mia insostituibile coinquilina Gloria, con la quale ho condiviso la gioia di fare una miriade di piccole cose (prima fra tutte truccarci e metterci gli orecchini dopo 72 ore chiuse in casa a studiare).

Infine dico grazie a Simone, fondamentale compagno di studio e di tutto il resto. Milano con te non è mai stata così bella.