

Università degli Studi Roma Tre

Facoltà Di Economia



Corso di laurea magistrale in economia
dell'ambiente e dello sviluppo

TESI DI LAUREA

in Economia aziendale ambientale e impresa sostenibile

**Benefit Corporation: un nuovo modo di fare
impresa**

Relatore: Prof. Riccardo Giovannini

Correlatore: Dott. Carlo Regoliosi

Candidato: Leonardo Di Pompeo

Anno Accademico 2015/2016

Indice

<i>INTRODUZIONE</i>	4
<i>CAPITOLO I</i>	10
<i>VERSO UN NUOVO MODELLO DI BUSINESS</i>	10
<i>1.1 Il concetto di responsabilità sociale di impresa</i>	15
<i>1.2 Evoluzione dell’Impresa Sociale.</i>	20
<i>CAPITOLO II</i>	30
<i>LE BENEFIT CORPORATION.</i>	30
<i>2.1 Le Benefit Corporation negli USA.</i>	32
<i>2.2 Il ruolo di B. Lab.</i>	42
<i>2.3 Certified B. Corp. e Benefit Corporation.</i>	44
<i>2.4 Le Benefit Corporation fuori dai confini USA e il Benefit Impact Assessment</i>	46
<i>2.5 Confronto tra Certified Benefit Corporation e altre imprese con un business sostenibile</i>	57
<i>2.6 Italia paese all’avanguardia.</i>	66

<i>CAPITOLO III</i>	73
<i>A TU PER TU CON LE CERTIFIED B. CORP ITALIANE</i>	73
3.1 Le Benefit Corporation secondo D-Orbit.	77
3.2 La visione di Nativa.	83
3.3 Le altre imprese italiane certificate B Corp.	88
CONCLUSIONI	94
INDICE DELLE FIGURE	98
BIBLIOGRAFIA	99

INTRODUZIONE

Il 28 dicembre 2015, insieme alla Legge di Stabilità, nel diritto societario italiano ha fatto ingresso una nuova forma d'impresa definita "Benefit Corporation". L'attività di impresa ha da sempre avuto nel raggiungimento del profitto il proprio obiettivo principale, oggi però, e in particolar modo negli ultimi decenni, ci si pone sempre più spesso la domanda se effettivamente sia giusto, che l'impresa sia orientata unicamente verso il profitto subordinando come secondarie o a volte tralasciando la dimensione sociale ed ambientale.

Le vicissitudini incorse negli ultimi anni a livello ambientale o la crescente consapevolezza dei consumatori della necessità di preservare l'ambiente hanno focalizzato la risposta sempre più verso un secco no.

Se infatti è vero che la ricerca del profitto sia sempre alla base della sopravvivenza aziendale, lo è altrettanto che la strategia dell'impresa adottata nella sua attività produttiva non ha effetti solo sotto il profilo economico. Pertanto è la stessa impresa che si sta rendendo sempre più consapevole della necessità di divenire costantemente più attenta e responsabile alle conseguenze sociali ed ambientali del proprio comportamento, non relegandoli più ad aspetti marginali e fini a sé stessi ma addirittura parte integrante della propria mission. La necessità di assumersi nuove responsabilità ha reso tangibile nelle imprese un cambiamento nel modo di svolgere l'attività, diffondendo una nuova cultura organizzativa, non più focalizzata unicamente ad assumersi responsabilità solo nei confronti degli azionisti, massimizzandone la ricchezza, ma ponendo in primo piano anche la categoria degli stakeholder, soggetti che incidono fortemente sul benessere della stessa.

La Benefit Corporation è pertanto un business che vuole far coesistere la prospettiva lucrativa di una qualsiasi società commerciale con uno o più obiettivi sociali e ambientali di cui la stessa intende farsi carico.

Ho pertanto deciso, nell'affrontare un'analisi di questa nuova forma di business, di evidenziare nel primo capitolo due fenomenologie che sono state determinati per l'evoluzione delle Benefit Corporation.

Si noterà infatti che, come forma organizzativa, la B. Corp. nasce sia come un'evoluzione della responsabilità sociale d'impresa sia come un'evoluzione dell'imprenditoria sociale.

Nel primo caso siamo di fronte alla perdita di significato dell'antitesi tra ambiente e produzione industriale, che lascia spazio al concetto di interdipendenza tra sistema economico ed ambiente.

Il capitalismo basato unicamente sullo sfruttamento intensivo dei fattori produttivi subisce delle trasformazioni: la tutela dell'ambiente non si configura più come un mero costo aggiuntivo da dover sostenere, ma viene vista come una strategia che l'impresa vuole perseguire al fine di ottenere una maggiore competitività nei confronti dei concorrenti e con la possibilità per le imprese di iniziare a guardare più in profondità gli aspetti etici e quindi tutti gli effetti delle politiche perseguite, che possono creare impatti sia sui soggetti umani che su quelli naturali.

Questi elementi, vedremo che non sono solo un vestito etico indossato dall'impresa, ma vanno annoverati come necessari per la sopravvivenza del business della stessa.

In questa chiave di lettura si colloca la responsabilità sociale d'impresa; una politica di autoregolamentazione adottata in modo volontario dall'impresa al fine di far evolvere il proprio business come socialmente responsabile ed etico.

Vedremo quindi che attraverso l'istituzione di una Benefit Corporation vi è addirittura un ulteriore passo in avanti, uno sforzo maggiore da parte dell'azienda nella direzione della responsabilità sociale.

Nel secondo caso invece siamo di fronte alla ricerca di una conciliazione dell'interesse del privato alla remunerazione del capitale, armonizzato con l'interesse della comunità.

Si cerca cioè di rendere l'impresa sociale più attrattiva nei confronti di investitori e capitalisti.

Evidenzieremo seguendo questo punto di vista come il nostro Paese, rispetto alle sorelle estere presenta una struttura legale, per questa particolare tipologia di impresa, più rigida e che pertanto rende al tempo stesso poco attrattivo un investimento nelle imprese sociali, configurandolo come puramente filantropico. Diverso invece è il modo di interpretare l'impresa sociale fuori dai confini nazionali, in cui il concetto per cui il profitto e il bene comune sono perfettamente integrati e l'uno non esclude l'altro, viene sempre più visto come requisito di base per dettare un'attrattività sempre maggiore verso questo tipo di impresa.

Noteremo come nel modello anglosassone e americano si è infatti riusciti ad associare una distribuzione, seppur sempre limitata, degli utili realizzati con il perseguimento di finalità sociale.

Tutti questi elementi se considerati congiuntamente mettono in evidenza la spinta che si è generata verso la creazione di un'impresa, che racchiuda in sé tutti questi elementi di cambiamento, che riesca cioè a far coesistere, sia il mondo profit che quello del no profit, sia a contenere elementi di questa nuova classe imprenditoriale sempre più attenta alla responsabilità sociale di impresa.

In tal modo si riesce ad andare oltre l'obiettivo del profitto e massimizzare il proprio impatto positivo verso i dipendenti, le comunità in cui operano e l'ambiente, facendo diventare il proprio business una forza rigeneratrice sia per la società che per il pianeta.

E proprio seguendo questo filo conduttore che il secondo capitolo concentrerà l'attenzione proprio su un'analisi dettagliata della forma imprenditoriale della Benefit Corporation.

Vedremo come questo business nato e sviluppatosi a pieno negli Stati Uniti, dall'idea di Jay Coen Gilbert, Bart Houlahan, and Andrew Kassoy, che nel 2006 fondano, con sede a Philadelphia, un ente no profit chiamato B. Lab, condividendo la visione di voler creare un nuovo settore dell'economia, che avrebbe utilizzato il potere delle imprese private per creare un beneficio pubblico.

Saranno pertanto evidenziati i vari passaggi che a partire dallo stato del Maryland e successivamente in altri 27 stati, hanno portato alla generazione di questo particolare tipo di aziende in cui gli imprenditori sono guidati e motivati da scopi sociali e ambientali.

Analizzeremo nelle varie legislature federali statunitensi tutti gli elementi che configurano questa tipologia imprenditoriale e fanno sì che le Benefit Corporation da un lato riescono a perseguire, come organizzazione non profit, una vasta gamma di missioni sociali, dall'altro come impresa profit, generare una vasta serie di prodotti e servizi che migliorano la qualità della vita dei consumatori, creano posti di lavoro e contribuiscono più in generale al miglioramento dell'economia.

Tutto questo, vedremo, che unito alla possibilità di includere all'interno del proprio statuto gli obiettivi di impatto sociale e ambientale, rende il modello

delle Benefit Corporation capace di ridefinire gli obblighi di responsabilità e trasparenza verso tutti gli stakeholders, soci, dipendenti, governance, cittadini e più in generale tutte le categorie che entrano in contatto e possono essere impattate dall'attività aziendale.

Passeremo poi ad evidenziare la crescente attrattività delle Benefit Corporation nei confronti non solo delle nuove generazioni definite Millennials, ma anche nei confronti di fondi di investimento sempre più attenti alle politiche rivolte verso il sociale e in particolar modo all'ambiente come nel caso degli impact investment.

Andremo anche a compiere un confronto parallelo con le imprese già leader in materia di sostenibilità al fine di verificare l'efficienza delle imprese for Benefit, comparando i punteggi ottenuti nella redazione del B Impact Assessment.

Vedremo quindi come la media dei punteggi delle B. Corp. sarà maggiore rispetto alla media di altri modelli di business sostenibile, a dimostrazione di un'eccellenza che il modello delle Benefit Corporation vuole perpetrare e figlio al tempo stesso delle grandi potenzialità che esso racchiude.

Successivamente sposteremo l'attenzione nel nostro paese, analizzando il disegno di legge, n. 1882, sulle disposizioni per la diffusione di società che perseguono il duplice scopo di lucro e di beneficio comune, divenuto legge insieme alla Legge di Stabilità, che ha reso l'Italia il 28 dicembre 2015, il secondo paese al mondo dopo gli Stati Uniti ad adottare questa innovativa forma giuridica di impresa for Benefit.

Il terzo ed ultimo capitolo, sarà invece un viaggio effettuato all'interno delle varie aziende for Benefit Italiane; proponendo delle interviste realizzate con le imprese Nativa, D-Orbit e Fratelli Carli, saremo in grado di porre in risalto il pensiero dei veri protagonisti di questo nuovo modello di business, analizzando

sia gli aspetti positivi che le criticità incontrate nel percorso, sostenuto dalle varie aziende italiane, per divenire una Benefit Corporation.

CAPITOLO I

VERSO UN NUOVO MODELLO DI BUSINESS.

<<Dopo un tempo di fiducia irrazionale nel progresso e nelle capacità umane, una parte della società sta entrando in una fase di maggiore consapevolezza. Si avverte una crescente sensibilità riguardo all'ambiente e alla cura della natura e matura una sincera e dolorosa preoccupazione per ciò che sta accadendo al nostro pianeta¹.>>

A partire dalla fine degli anni 60 del '900 inizia ad emergere una prima "coscienza ambientalistica" in ambito sociale ed economico. L'antitesi tra ambiente e produzione industriale inizia a perdere significato, mentre sale alla ribalta il concetto di interdipendenza tra sistema economico ed ambiente.

Si inizia a comprendere che la visione antropocentrica che sino ad allora aveva classificato l'ambiente e più precisamente il pianeta, come una mera risorsa subordinata alla produzione industriale per il soddisfacimento delle esigenze dell'uomo, avrebbe potuto portare in un'ottica di lungo periodo a distruggere il precario equilibrio dell'ambiente, in quanto quest'ultima risorsa non illimitata, ma consumabile.

Questa precarietà, generata dalla continua e incessante attività antropica, viene evidenziata già nel 1972 nel rapporto sui limiti dello sviluppo (dal libro *The Limits to Growth*).

¹ Papa Francesco, *Laudato si*, enciclica sulla cura della casa comune, 2015.

Nello studio si mette in luce un crescente e insostenibile tasso di crescita della popolazione, della produzione, dell'industrializzazione, dell'inquinamento, di cibo e dello sfruttamento delle risorse.

La conseguenza è che se esso continuerà inalterato, i limiti dello sviluppo su questo pianeta saranno raggiunti, con il risultato più probabile di un declino improvviso ed incontrollato della popolazione e della capacità industriale.

Il pianeta possiede infatti una certa Carrying Capacity o capacità di carico, con la quale si intende il numero massimo di popolazione per le risorse disponibili che l'ecosistema può tollerare.

Considerando che con l'attuale tasso di crescita siamo proiettati a raggiungere, entro il 2050, i 9 miliardi di individui e la crescita economica e lo sviluppo di moderne tecnologie, che da molti decenni hanno migliorato lo stile di vita e il benessere dell'uomo, stanno determinato una crescente domanda di prodotti e servizi spinti dal crescente consumismo.

Tutto ciò genera inevitabilmente un consumo di risorse naturali e una produzione di rifiuti, che porta al limite la Carrying Capacity del nostro pianeta.

Così verso la fine del XX secolo si innescano i primi forti dibattiti sugli impatti ambientali dell'attività di impresa e più in generale dell'attività dell'uomo, culminati nel 1987 con il rapporto Brundtland e con la definizione del concetto di sostenibilità ambientale: *<<Lo sviluppo sostenibile è uno sviluppo che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri²>>*.

Si mette in luce quindi un fondamentale principio etico: la responsabilità da parte delle generazioni di oggi nei confronti delle generazioni future, toccando quindi

² Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo (WCED), 1987.

almeno due aspetti dell'eco-sostenibilità: il mantenimento delle risorse e dell'equilibrio ambientale del nostro pianeta.

Lo sviluppo sostenibile è divenuto da quel momento uno dei principali temi sull'agenda politica internazionale, dopo il già citato rapporto Brundtland infatti, si sono susseguite numerose conferenze e protocolli: a partire dalla conferenza di Rio e il protocollo di Kyoto sino al più recente accordo di Parigi, nei quali si è andato definendo sempre con più chiarezza tale concetto.

Secondo una teoria definita dei cerchi concentrici³, la sostenibilità sociale ed economica può essere raggiunta solamente in un pianeta in buona salute. Il modello suggerisce che l'economia è creata dalla società e per tale motivo non può esistere se non all'interno di essa, ma a sua volta una società umana non può sopravvivere senza un ambiente naturale che la accolga e la sostenga.

Allora risulta evidente che intaccare in maniera negativa il pianeta significa incidere negativamente anche sui sistemi socio-economici.

Come mostra la figura sottostante, l'atteggiamento di mitigazione richiesto

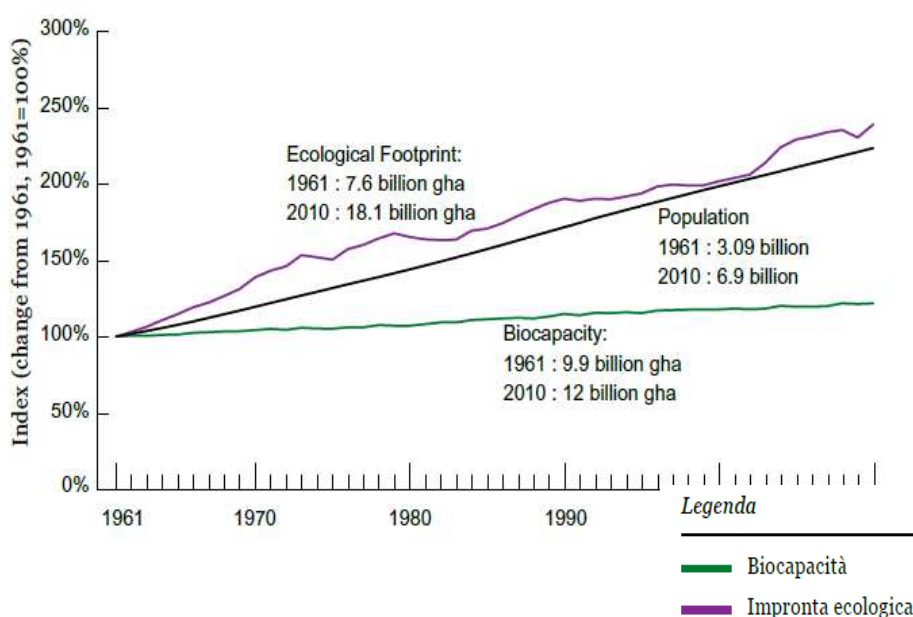


Figura 1: Crescita dell'impronta ecologica globale, dati e grafico forniti dal WWF, Living Planet Report 2014.

³ Carlo Alberto Pratesi, *il cibo perfetto dilemmi e certezze della sostenibilità alimentare*, 2015.

all'umanità per garantire il mantenimento del pianeta non viene esercitato.

Da oltre 40 anni la pressione portata dall'uomo sull'utilizzo delle risorse ha ecceduto la capacità rigenerativa del pianeta.

La bio-capacità della terra, che secondo la definizione data dall'agenda 21: “misura l'offerta di bio-produttività, ossia la produzione biologica di una data area. Essa viene stimata dalla produzione aggregata dei diversi ecosistemi appartenenti all'area designata, che vanno dalle terre arabili, ai pascoli, alle foreste sino alle aree marine produttive comprendendo, in parte, anche aree edificate o in degrado⁴”, se pur in leggero aumento è stata superata, per un consumo oggi di risorse del valore allarmante di un pianeta e mezzo l'anno.

La conseguenza è una diminuzione di stock di risorse disponibili e una rapida accumulazione di rifiuti, che il sistema naturale non è in grado né di assimilare né di smaltire.

Nel frattempo, anche l'impronta ecologica che è invece un indicatore della domanda di risorse: “misura cioè la quantità di area bio-produttiva (sia essa terra o acqua) di cui una popolazione necessita per produrre, in maniera sostenibile, tutte le risorse che consuma e per assorbire i rifiuti che genera con la tecnologia prevalente⁵”, è cresciuta notevolmente a livello pro capite, rendendo così insufficiente l'aumento della bio-capacità della terra, per compensare le richieste della popolazione globale.

Queste considerazioni hanno portato le organizzazioni internazionali a ridefinire l'ottica economica in cui siamo chiamati ad agire.

⁴ L'impronta ecologica e l'analisi della biocapacità come indicatori di sostenibilità per le Aree Geografiche Sub-nazionali: raccomandazioni, Rapporto Finale 27 agosto 2001.

⁵ L'impronta ecologica e l'analisi della biocapacità come indicatori di sostenibilità per le Aree Geografiche Sub-nazionali: raccomandazioni, Rapporto Finale 27 agosto 2001.

Ci siamo lasciati così alle spalle un'economia lineare, basata sul presupposto che il ciclo di vita del bene di consumo sia scandito: dall'estrazione della materia prima, seguita con la trasformazione in semilavorati e prodotti finiti di breve durata, che vengono utilizzati dai consumatori, per concludersi con lo smaltimento e l'eliminazione degli scarti considerati come rifiuti non più riutilizzabili.

Abbracciando una nuova "circular economy" che secondo la definizione che ne dà la Ellen MacArthur Foundation: *«è un termine generico per definire un'economia pensata per potersi rigenerare da sola. In un'economia circolare i flussi di materiali sono di due tipi: quelli biologici, in grado di essere reintegrati nella biosfera, e quelli tecnici, destinati ad essere rivalorizzati senza entrare nella biosfera».*

Siamo quindi di fronte ad un'economia che riconosce i limiti oggettivi alla capacità di carico del nostro pianeta, tenendo conto di diversi fattori: dal numero di esseri umani che abitano la terra, al loro stile di vita, dai livelli di produzione all'impiego di risorse ed energia, fino alla produzione di rifiuti, che questa volta non possono essere considerati come scarti inutilizzabili, ma devono essere visti in un'ottica di riciclo e riutilizzo.

1.1 Il concetto di responsabilità sociale di impresa

Il cambiamento del rapporto tra ambiente naturale ed imprese è iniziato all'incirca nei primi anni del nuovo millennio “quando le tematiche ambientali, inserite nel più ampio concetto della responsabilità sociale d'impresa (CSR), sono diventate per queste ultime una questione di buona reputazione⁶”.

Le prime forme di impresa profit, nascono tra il XVIII e XIX <<*Le compagnie ferroviarie che di fatto divennero le prime società capitalistiche moderne, creando un nuovo modello di azienda in cui la proprietà era distinta dall'amministrazione e dal controllo. Da quel momento in poi le imprese di grandi dimensioni sarebbero state gestite interamente da professionisti stipendiati, manager la cui principale responsabilità sarebbe stata quella di garantire agli azionisti un ritorno degli investimenti*⁷>>.

Lo sviluppo di questo capitalismo, nelle sue diverse forme ha iniziato a caratterizzare, dominando, il sistema economico.

L'attività d'impresa era basata unicamente a raggiungere un vantaggio economico, il profitto, tramite uno sfruttamento intensivo degli elementi produttivi senza un'attenzione verso i fattori sociali come le condizioni di lavoro o gli impatti che tali attività potevano generare sulle risorse naturali.

Fino alla seconda metà del '900 l'impatto ambientale delle attività di impresa era considerato, da quest'ultime, come un problema marginale e di poco conto.

Anche con l'evolversi della normativa ambientale sempre più permeata di regole stringenti e vincolanti, le imprese badavano unicamente a rimanere nei vincoli di legge al fine di non incorrere in sanzioni onerose. Se veniva deciso dal

⁶ Carlo Alberto Pratesi, *Il cibo perfetto dilemmi e certezze della sostenibilità alimentare*, 2015.

⁷ Jeremy Rifkin, *La società a costo marginale zero*; 2014.

management di andare oltre la semplice ottemperanza legislativa, lo si faceva non per consapevolezza dell'importanza della tutela ambientale, ma per ottenere un posizionamento che raggiungesse un numero esiguo di potenziali consumatori, rivelandosi quindi come una strategia imprenditoriale di nicchia.

Operare in questo modo cioè ripartendo ciò che è economico da ciò che è sociale porta non soltanto ad un impoverimento delle imprese ma anche dell'intera società in cui esse operano.

Con il passare del tempo la tutela dell'ambiente inizia però a muovere i suoi primi passi anche tra i valori e gli obiettivi ricercati dalle imprese.

Il capitalismo basato unicamente sullo sfruttamento intensivo dei fattori produttivi subisce delle trasformazioni: la tutela dell'ambiente non si configura più come un mero costo aggiuntivo da dover sostenere, ma viene vista come una strategia che l'impresa vuole perseguire al fine di ottenere una maggiore competitività nei confronti dei concorrenti.

Questo diede la possibilità alle imprese di iniziare a guardare più in profondità gli aspetti etici e quindi tutti gli effetti delle politiche perseguite, che potevano creare impatti sia sui soggetti umani che su quelli naturali.

Questi elementi non sono solo un vestito etico indossato dall'impresa ma vanno annoverati come necessari per la sopravvivenza del business della stessa.

La consapevolezza dell'importanza della sostenibilità ambientale e della tutela sociale investe non soltanto l'impresa in quanto tale ma anche altri soggetti portatori di interesse sia interni che esterni all'impresa, come gli stakeholder e i consumatori, con cui l'impresa tesse fitti rapporti economici.

Tutto ciò fa maturare nelle aziende la consapevolezza che è solo attraverso la creazione di un saldo rapporto di fiducia con tali soggetti, che si riesce ad ottenere una performance economica migliore.

È in questo articolato contesto che si sviluppa, nella definizione avanzata dalla U.E, la Corporate Social Responsibility o Responsabilità Sociale d'Impresa definita come: “l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate⁸”.

Il concetto di CSR pone in risalto la possibilità da parte delle imprese, di decidere in maniera volontaria ed autonoma di applicare quelle politiche che permettono di conciliare gli obiettivi economici, di ricerca del profitto, con quelli ambientali e sociali in ottica di sostenibilità futura, contribuendo in tal modo sia a migliorare la società, che a rendere più pulito l'ambiente.

Si ricerca quindi quella sinergia che sta alla base della Triple Botton Line, in cui le imprese devono sviluppare investimenti sostenibili e decisioni societarie perseguendo simultaneamente i tre obiettivi di: equità sociale, qualità ambientale e crescita economica.

A questo occorre aggiungere un costante impegno da parte dell'impresa nell'adottare politiche ambientali e sociali che non siano strettamente legate alla regolamentazione, a cui comunque l'impresa deve essere sottoposta perché fanno parte della sua identità e del suo finalismo, ma che riescano ad andare oltre quest'ultima.

In questo modo si vengono così a creare delle azioni commerciali, relative a tutte le proprie attività che da un lato concretamente rispecchiano questi principi sociale e ambientali prefissati, dall'altro mantengono e fanno crescere il rapporto di fiducia e dialogo con tutti gli stakeholder.

⁸ “Libro Verde. Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese”. COM (2001) 366 definitivo, 18 luglio 2001.

La scelta di aderire ad una responsabilità sociale, viene comunque alimentata da diversi fattori che stanno condizionando il nostro tempo, la globalizzazione dei mercati, i criteri sociali, che influiscono sempre più sulle decisioni di investimento degli stakeholder e dei consumatori, il crescente deterioramento dell'ambiente provocato dalle attività industriali delle stesse imprese, nonché una crescente trasparenza richiesta da numerosi mezzi di comunicazione e dalle moderne tecnologie.

Questo conduce ad affermare che un impegno attivo e responsabile verso la sostenibilità non può più quindi essere considerato come in passato, una mera strategia di posizionamento nel mercato, o lo strumento per vestirsi di un'immagine etica, ma un cambio di rotta necessario per la sopravvivenza del proprio business.

Così, la responsabilità Sociale seguendo la definizione che ne viene data dal Libro Verde, si va a configurare in due dimensioni, definite interna ed esterna all'impresa, a seconda delle relazioni che l'organizzazione aziendale ha nella gestione della propria attività con le varie parti interessate.

Nella dimensione interna all'impresa "le prassi socialmente responsabili presentano riflessi in primo luogo sui dipendenti e riguardano gli investimenti nel capitale umano, nella salute e nella sicurezza e in secondo luogo sulla gestione delle risorse naturali utilizzate nella produzione.

Esse aprono una via che consente di gestire il cambiamento e di conciliare lo sviluppo sociale e una maggiore competitività⁹".

Con riferimento a queste ultime si necessita una ricerca delle ripercussioni che le attività d'impresa generano nell'ambiente.

⁹ "Libro Verde. Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese". COM (2001) 366 definitivo, 18 luglio 2001.

In generale, possiamo affermare che l'impresa dovrebbe promuovere lungo tutto il processo produttivo un impiego consapevole delle risorse naturali necessarie per la produzione e dell'energia, una riduzione delle emissioni di inquinanti o della produzione di rifiuti, generando così una strategia che non soltanto può ridurre conseguenze dannose sull'ambiente, ma può portare anche ad un vantaggio economico e competitivo, rendendo in questo modo sia l'impresa che l'ambiente stesso tutti vincenti.

Se ci spingiamo oltre il perimetro interno dell'impresa, possiamo individuare una responsabilità sociale che coinvolge le comunità locali e le parti interessate con cui l'azienda sviluppa una rete di scambi come: fornitori, clienti, partner commerciali, e ONG che rappresentano la comunità locale e l'ambiente.

Molti dei problemi ecologici hanno poi ripercussioni transfrontaliere, si consumano infatti risorse provenienti dal mondo intero, quindi sotto questo punto di vista, le imprese diventano anche attori sul palcoscenico ambientale a livello planetario e così la responsabilità sociale deve estendersi necessariamente anche ad un più ampio raggio internazionale.

1.2 Evoluzione dell'Impresa Sociale.

Nel mondo economico vige da sempre la marcata dicotomia tra imprese profit e non profit, derivante dal diverso scopo verso cui esse sono orientate. Possiamo infatti facilmente sostenere che lo scopo di lucro, ossia la generazione di profitto, risulti molto spesso inconciliabile con l'attività di utilità sociale e di tutela dell'ambiente. Troviamo così da un lato l'impresa profit, impegnata prioritariamente nella realizzazione di risultati economici, volti a soddisfare gli stakeholder, dall'altro il non profit impegnato nel garantire invece unicamente il benessere della società e dell'ambiente, con il sociale che viene anche visto troppo spesso come una mera componente riparatoria dell'attività dell'impresa profit.

La definizione di imprese no profit inizia a delinarsi nella seconda metà del XX secolo, favorita da un aumento dell'attenzione sociale per le attività di solidarietà. Si presentano quindi delle organizzazioni private che mettendo alle spalle la ricerca del profitto, dedicando tutte le loro forze e attenzioni verso servizi di utilità sociale.

Possiamo individuare diverse tipologie delle aziende not for profit:

- 1) Le aziende auto-produttrici, che destinano la produzione, verso enti o persone che le hanno istituite o le mantengono attive¹⁰. Tipiche aziende auto-produttrici possono essere considerate le associazioni.
- 2) Aziende di erogazione che cedono la loro produzione senza richiesta di alcuna controprestazione, mediante atti di libertà o dietro compensi

¹⁰ Nelle aziende auto produttrici, le risorse necessarie per coprire i costi di produzione sono fornite dai loro aderenti in quanto unici destinatari della produzione, Andrea Francesconi, Comunicare il valore dell'azienda non profit, 2007.

simbolici¹¹. Le tipiche aziende di erogazione che troviamo sono le fondazioni e le associazioni di volontariato.

- 3) Aziende che destinano la loro produzione allo scambio su mercato prescindendo dall'ottenere logiche di profitto. Le imprese di questo tipo vengono definite Imprese Sociali.

Questa breve suddivisione ci fa capire come il settore del no profit si sia evoluto in maniera articolata e in realtà molto diverse tra loro, *“un universo di organizzazione, attori e iniziative che erogano e producono servizi di pubblica utilità sociale senza scopo di lucro¹²”*.

Dal punto di vista strettamente legato al nostro lavoro e senza entrare nel dettaglio di una materia peraltro molto dibattuta in sede economica, ci concentriamo in particolar modo sulle imprese sociali.

Queste possono essere divise seguendo due filoni di pensiero che caratterizzano lo sviluppo di queste nuove forme di impresa: da un lato troviamo, quello Americano e Anglosassone, maggiormente focalizzato sull'analisi di “ibridi organizzativi” che si posizionano tra il non profit e logiche di profit, dall'altro, quello di stampo prettamente Europeo, assimilato anche dall'Italia, dove troviamo un pensiero che si concentra maggiormente su un ibrido organizzativo che agisce a metà strada tra l'operato dello Stato e quello dei soggetti non profit. Generalmente le imprese sociali, nascono per dare una concreta soluzione agli emergenti bisogni, che spesso vengono trascurati sia dalle imprese profit che dallo stato, volgendo l'attenzione verso la ricerca di un fine di carattere sociale,

¹¹ Possono contare su una pluralità di risorse finanziarie: contributi volontari, patrimonio, trasferimenti pubblici, attività produttive e marginali. Andrea Francesconi, *Comunicare il valore dell'azienda non profit*, 2007.

¹² Carlo Borzaga, Luca Fazi, *azione volontaria e processi di trasformazione del settore no profit*, 2001.

manifestato nei confronti della comunità in cui l'impresa opera e l'ambiente circostante, attraverso comportamenti etici che vengono definiti di "responsabilità sociale d'impresa", riscontrati peraltro anche nelle principali finalità dell'impresa sociale che vengono identificate: nel dare lavoro a persone svantaggiate e produrre beni e servizi non prodotti né dallo stato né dal mercato¹³.

In Italia con l'articolo 1 della legge n. 118/2005 viene fornita una regolamentazione dell'impresa sociale, individuando in particolar modo "alcune caratteristiche strutturali e di mission potenzialmente applicabili a qualsiasi forma giuridica privata anche di tipo capitalistico¹⁴". La legge definisce l'impresa sociale come: "*una organizzazione privata senza scopo di lucro che esercita, in via stabile e principale, un'attività economica di produzione o di scambio di beni o di servizi di utilità sociale, diretta a realizzare finalità di interesse generale.*" I beni o servizi di utilità sociale individuati dalla legge sono sintetizzabili in:

- Assistenza sociale;
- Assistenza sanitaria;
- Educazione, istruzione e formazione;
- Valorizzazione del patrimonio culturale;
- Turismo sociale;
- Formazione universitaria e post-universitaria;
- Ricerca ed erogazione di servizi culturali;
- Formazione extra-scolastica;
- Servizi strumentali alle imprese sociali;

¹³ Andrea Francesconi, *Comunicare il valore dell'azienda non profit*, 2007.

¹⁴ *L'impresa sociale*, Carlo Borzaga.

- Tutela dell'ambiente e dell'ecosistema.

Il decreto inoltre evidenzia l'obbligo per l'impresa sociale di destinare eventuali utili e avanzi di gestione allo svolgimento dell'attività statutaria o ad incremento del patrimonio. Per questo motivo è vietata la distribuzione, anche in forma indiretta¹⁵, di utili e avanzi di gestione, in favore di amministratori, soci, partecipanti, lavoratori o collaboratori. Stesso vale per le imprese sociali di stampo Europeo, nel 1995, il Parlamento belga ha approvato una legge che permetteva la creazione di imprese con finalità sociale.

La peculiarità di questa legge è che si applica a qualsiasi tipo di impresa commerciale¹⁶ che può così essere definita “Société à finalité sociale” purché essa non si prefigga il profitto economico dei propri soci come fine della propria attività. In particolare l'atto costitutivo di tali imprese prevede così come quello di stampo italiano che “i soci perseguano soltanto un profitto limitato, o non perseguano alcun tipo di profitto, e che non si pongano come finalità essenziale dell'impresa quello di procurare ai soci alcun profitto indiretto”.

Come accennato precedentemente nel mondo economico Anglosassone e Statunitense invece l'attenzione si è concentrata nello sviluppare una cosiddetta

¹⁵ Nello specifico secondo il Decreto Legislativo 24 marzo 2006, n. 155 "Disciplina dell'impresa sociale, a norma della legge 13 giugno 2005, n. 118, articolo 3: " Si considera distribuzione indiretta di utili: a) la corresponsione agli amministratori di compensi superiori a quelli previsti nelle imprese che operano nei medesimi o analoghi settori e condizioni, salvo comprovate esigenze attinenti alla necessità di acquisire specifiche competenze ed in ogni caso, con un incremento massimo del venti per cento; b) la corresponsione ai lavoratori subordinati o autonomi di retribuzioni o compensi superiori a quelli previsti dai contratti o accordi collettivi per le medesime qualifiche, salvo comprovate esigenze attinenti alla necessità di acquisire specifiche professionalità; c) la remunerazione degli strumenti finanziari diversi dalle azioni o quote, a soggetti diversi dalle banche e dagli intermediari finanziari autorizzati, superiori di cinque punti percentuali al tasso ufficiale di riferimento.

¹⁶ L'impresa sociale in prospettiva europea, Diffusione, evoluzione, caratteristiche e interpretazioni teoriche, Carlo Borzaga e Jacques Defourny, 2001

impresa “sociale” che si potesse posizionare come una sorta di ibrido fra il mondo del profit e il mondo del non profit.

Fanno parte di queste tipo di imprese le Low Profit Limited Liability Company dal lato U.S.A. e le Community Interest Company, dal lato Anglosassone.

Le Community Interest Company o (CICs), vengono introdotte nel modello legislativo anglosassone nel 2005, seguendo il modello giuridico delle Limited Liability Company, (società a responsabilità limitata). “Il modello CIC è progettato per fornire una forma giuridica efficace per le imprese che mirano a fornire benefici per la comunità o al commercio con una finalità sociale, piuttosto che per realizzare un profitto”.

Le community Interest Company si configurano quindi come imprese che perseguono finalità sociali i cui dividendi devono essere reinvestiti per legge nell’attività stessa o nella comunità, piuttosto che essere orientati alla massimizzazione del profitto per i propri soci. Infatti, così come le imprese sociali, mirano a realizzare un’attività di impresa che vada a favore degli interessi della comunità, ma a differenza di queste ultime, sono concepite nell’ambito delle dinamiche concorrenziali del mercato, alla stregua di una qualsiasi impresa for profit.

I fini che queste organizzazioni si pongono possono essere di varia natura per citarne alcuni possono occuparsi di:

- Tutela ambientale e riduzione dell’inquinamento.
- Salvaguardia del territorio e gestione di aree verdi.
- Servizi di supporto per re-inserimento lavorativo delle persone disoccupate.
- Supporto dei progetti della comunità locale.

Una CIC si configura come una società a responsabilità limitata sotto le forme di limited by shares, o limited by guarantee, create per l’utilizzo da parte di

persone che vogliono intraprendere un business o altre attività che siano utili, ossia che generino benefici per la comunità e non per vantaggio strettamente personale.

La tipologia maggiormente utilizzata è la limited by guarantee, in quanto questa forma, permette di non sfruttare il modello CIC per un guadagno personale e al tempo stesso di rassicurare l'opinione pubblica, che le motivazioni dietro la costituzione di una società con attività e finalità benefiche siano autentiche e mantenendo un mezzo efficace per attrarre il sostegno finanziario, necessario, in quanto la disciplina di queste società non prevede alcun tipo di agevolazione fiscale, perché considerate imprese a tutti gli effetti.

In particolare le Community Interest Company britanniche presentano anche un asset-lock, requisito fondamentale per fare in modo che le attività del CIC siano rivolte esclusivamente all'ottenimento di un beneficio per la comunità, gli unici corpi i quali sono autorizzati a ricevere il trasferimento di beni delle CICs sono altri "corpi asset-locked", cioè quelle organizzazioni che hanno già un blocco di asset e ciò significa che i beni possono essere trasferiti solo ad altri enti di beneficenza, o ad altri CICs.

Le Community Interest Company possono inoltre, se lo statuto lo prevede, distribuire gli utili generati da diverse attività senza limitazioni particolari, al fine di attrarre finanziatori ed investitori e verso gli enti che presentano un asset-locked ma sempre nel rispetto del dividend cap per soggetti privati.

Il dividend cap ha il compito di generare un incoraggiamento verso i soggetti ad investire nell'ambiente delle CICs, confermando che la linea di principio seguita da queste società deve essere quella che impone che le attività svolte e i profitti generati dovrebbero essere dedicati al beneficio della comunità.

Il dividend cap contribuisce quindi a garantire che i dividendi elargiti non siano sproporzionati rispetto alla somma investita e agli utili realizzati dalla società.

Le Community Interest Company, possono emettere quindi anche azioni ove la forma societaria lo permetta, obbligazioni ed usufruire di finanziamenti bancari. Questo modello societario genera le giuste caratteristiche per attrarre nuovi investitori, conciliando l'interesse del privato alla remunerazione parziale, del capitale conferito, con l'interesse della comunità alla produzione di beni e servizi socialmente utili.

Per quanto concerne il contesto statunitense, il concetto di settore non profit ha profonde radici storiche. È alla fine del XIX secolo, che l'idea della creazione di un tale settore ha iniziato effettivamente a prendere forma.

Le organizzazioni non profit furono promosse, a partire da quel momento, non soltanto per "integrare" gli interventi degli enti pubblici, ma anche perché ritenute uno strumento migliore per soddisfare alcuni bisogni collettivi.

Nel 2008 vengono introdotte nel territorio USA le Low Profit Limited Liability Company o L3CS, riferendosi per lo più a piccole identità aziendali assimilabili principalmente alle società a responsabilità limitata, vengono definite dal loro creatore Robert Lang: "Is the for profit with the non profit soul", e presentano l'obiettivo di combinare i vantaggi finanziari della forma tradizionale di impresa, con i benefici sociali portati da un ente senza scopo di lucro,

Anche in questo caso i fini per cui vengono costituite queste tipologie di imprese possono essere diversi:

- Iniziative di sviluppo della comunità.
- Un'organizzazione di servizio sociale.
- Un business che sviluppa tecnologia all'avanguardia in rapida evoluzione ambientale.

- Salvaguardia del territorio.
- Sforzo di mitigazione ambientale.

La L3C è essenzialmente un business a scopo di lucro che deve essere trainato principalmente da scopi di beneficenza, modellata secondo lo schema giuridico delle Limited Liability Company.

Questa tipologia di impresa possiede una struttura legale che permette di facilitare il recepimento di investimenti a finalità sociale semplificando anche le conformità richieste dall'amministrazione fiscale statunitense.

Negli Stati Uniti la legge federale permette numerose esenzioni fiscali purché le fondazioni private destinino i loro investimenti, in maniera accorta, per non venir meno alle finalità benefiche che garantiscono le esenzioni fiscali. È compito dell'amministrazione fiscale statunitense (IRS) vigilare sull'osservanza della legislazione vigente ed emettere sanzioni quando necessario, ossia quando queste fondazioni investono in determinate attività commerciali e/o imprenditoriali.

In sostanza le L3C rappresentano una tipologia di società con specifiche caratteristiche:

- 1) Devono perseguire una finalità sociale o educativa senza la quale non si sarebbe neppure costituita la società.
- 2) Il profitto generato dalle attività dell'impresa deve essere sempre subordinato alle finalità sociali.
- 3) Non devono perseguire finalità politiche o legislative.

Sono anche riconosciute come program related investments (PRI) una particolare forma di investimento che attrae investimenti sia da fondazioni private che da for profit corporations, sia da singole persone che vogliono

effettuare investimenti a basso rischio, non avendo nessun vincolo sui profitti, cosa che invece è presente nelle CIC Inglesi.

La L3C è quindi in grado di sfruttare la flessibilità di appartenenza che un LLC offre al fine di creare una strategia di investimento a più livelli, spesso chiamato un meccanismo a tranche.

In conclusione possiamo sostenere che in questa prima parte, abbiamo analizzato due fenomeni che stanno cambiando il modo di fare impresa.

Da un lato ci stiamo spingendo verso la creazione di un'economia più responsabile in cui le performance ambientali non vengono considerate meramente in funzione del profitto.

In tal senso la responsabilità sociale di imprese nel corso degli ultimi anni, ha evidenziato che l'attuazione di comportamenti etici da parte delle imprese, che diano attenzione e risalto alla società e all'ambiente in cui operano, permette di creare valore sia sotto forma di business, consentendo di raggiungere anche ottime performance economiche, sia sotto forma di valore per l'intera comunità e per l'ambiente.

Siamo di fronte quindi ad una nuova figura di capitalista, che senza abbandonare la possibilità di ottenere valore economico dalle proprie attività vuole abbracciare un'etica che condiziona le proprie azioni, considerando gli impatti su tutti gli stakeholders, senza privilegiarne nessuna categoria e operando al tempo stesso sempre in favore della comunità e dell'ambiente tramite la realizzazione dei principi di Triple Bottom Line.

Dall'altro lato siamo di fronte anche ad una evoluzione del modo di fare impresa sociale.

Il nostro paese da questo punto di vista rispetto alle sorelle estere presenta la struttura legale, di questa particolare tipologia di imprese, più rigida e che rende

al tempo stesso poco attrattivo un investimento nelle imprese sociale, che si configura come puramente filantropico.

Diverso invece è il modo di interpretare l'impresa sociale fuori dai confini nazionali, in cui il concetto, per cui il profitto e il bene comune sono perfettamente integrati e l'uno non esclude l'altro viene sempre più visto come requisito di base per dettare un'attrattività sempre maggiore verso questo tipo di impresa.

Nel modello anglosassone e americano si è infatti riusciti ad associare una distribuzione, seppur sempre limitata, degli utili realizzati con il perseguimento di finalità di utilità sociale.

In questo modo la conciliazione dell'interesse del privato alla remunerazione del capitale viene armonizzato con l'interesse della comunità, rendendo così l'impresa sociale più attrattiva nei confronti di investitori e capitalisti.

Tutti questi elementi se considerati congiuntamente mettono in evidenza la spinta che si è generata verso la creazione di un'impresa, che racchiuda in sé tutti questi elementi di cambiamento, che riesca cioè a far coesistere sia il mondo profit con quello del no profit, sia a contenere elementi di questa nuova classe imprenditoriale sempre più attenta alla responsabilità sociale di impresa.

Che vada cioè oltre l'obiettivo del profitto e riesca ad innovarsi per massimizzare il proprio impatto positivo verso i dipendenti, le comunità in cui operano e l'ambiente, facendo diventare il proprio business una forza rigeneratrice sia per la società che per il pianeta.

CAPITOLO II

LE BENEFIT CORPORATION.

“The benefit-corporation concept is an experiment, and it’s too soon to know how it will fare. My guess is that it will be a big success, because it can inspire loyalty, cooperation and real purpose, which helps create profits, too¹⁷”.

Al di fuori dei tradizionali schemi di azienda sta emergendo come già accennato nel capitolo precedente, un diverso modello di impresa definito “Benefit Corporation”.

In questo particolare tipo di aziende gli imprenditori sono guidati e motivati da scopi sociali, elemento che definisce la caratteristica principale che differenzia questo innovativo profilo di impresa, in maniera netta, dalle classiche forme imprenditoriali.

Lo scopo è quello di creare, svolgendo il proprio business, accanto al canonico obiettivo di massimizzazione del profitto un impatto positivo sulla società e sull’ambiente.

Questo fa sì che le Benefit Corporation, da un lato riescono a perseguire, come organizzazione non profit, una vasta gamma di missioni sociali, dall’altro come impresa profit, generare una vasta serie di prodotti e servizi che migliorano la qualità della vita dei consumatori, creano posti di lavoro e contribuiscono più in generale al miglioramento dell’economia.

¹⁷ Robert Shiller, Donors Give More When They Have a Sense of Belonging, 8 luglio 2014.

Il modello delle Benefit Corporation presenta anche un altro elemento cardine, vuole ridefinire gli obblighi di responsabilità e trasparenza verso tutti gli stakeholders, soci, dipendenti, governance, cittadini e più in generale tutte le categorie che entrano in contatto e possono essere impattate dall'attività aziendale.

Da un punto di vista del modello economico sono quindi società di stampo tradizionale, che mirano ad ottenere profitto e generare utili, la novità risiede nel fatto che, a differenza di tutte le altre tipologie di impresa profit, le Benefit Corporation nello statuto includono gli obiettivi di impatto sociale e ambientale¹⁸.

Tutto questo vedremo che porterà siffatta nuova forma di business, ad affiancarsi come terza via, sia a quelle aziende, che decidono strategicamente di adottare i principi di responsabilità sociale, mantenendo comunque sempre come principale il fine economico di ricerca del profitto, sia alle organizzazioni non profit dove la prevalenza dell'impatto sociale mette in secondo piano il principio della sostenibilità economica¹⁹.

¹⁸ Il Sole 24 ore, *Benefit corporation, la sostenibilità entra nel business*, 13 dicembre 2015.

¹⁹ Benefit Corporation, *Nuove possibilità di fare impresa tra profit e non profit*. CSR Piemonte 2015

2.1 Le Benefit Corporation negli USA.

Il fenomeno delle Benefit Corporation nasce negli Stati Uniti, dove nel 2010 lo stato del Maryland seguito da quello del Vermont diviene il primo ad approvare la legge sulle B. Corp.

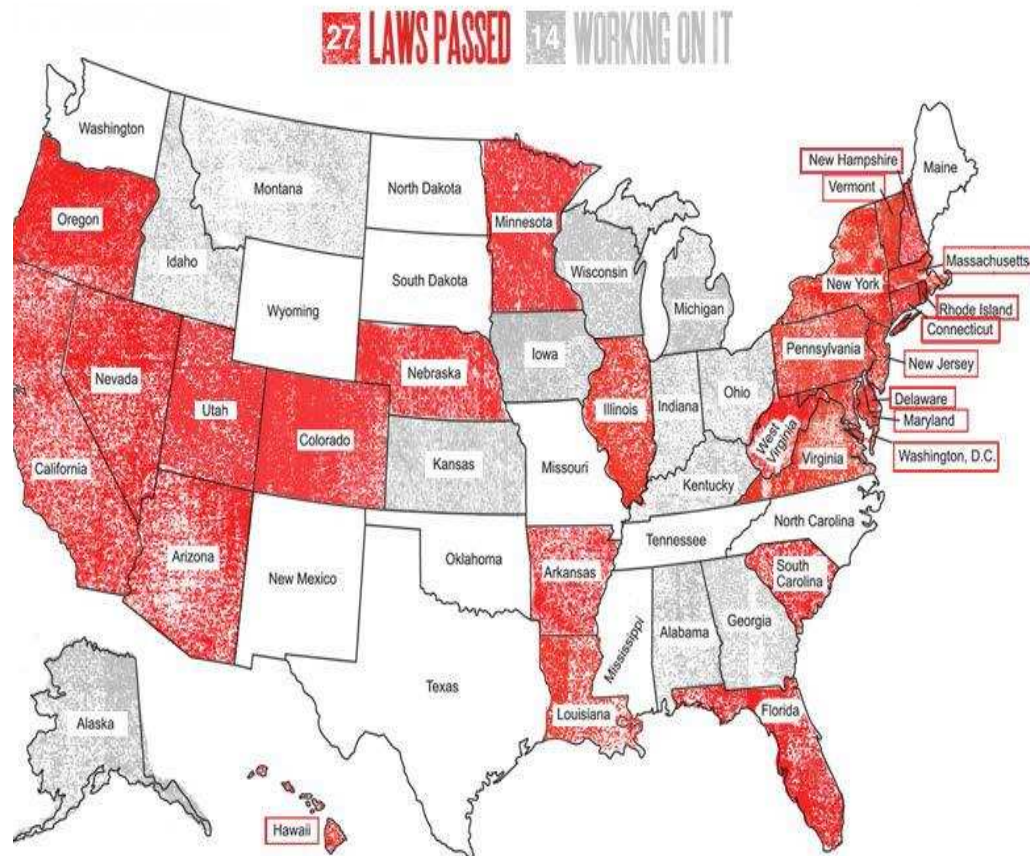


Figura 2: Stati USA, in cui è stata approvata la legge sulle Benefit Corporation e in cui è in via di approvazione; (Fonte NATIVA)

Come mostrato dalla figura 2, oggi sono 27 gli Stati federali Americani (come Oregon, Arizona, California, Delaware e New Jersey), in cui esiste la forma societaria di Benefit Corporation e un iter di approvazione è in corso in altri 14 Stati.

Prima di analizzare il modello legale che regola questa fenomenologia di imprese, occorre precisare che il mondo legislativo federale statunitense è tuttavia complesso e crea spesso un mosaico di differenti standard di

responsabilità e trasparenza, a scapito di amministratori, funzionari, imprenditori sociali e consumatori.

D'altro canto vedremo che la regolamentazione delle Benefit Corporation, se pur con qualche fisiologica diversità tra stati, presenta comunque un filo conduttore bene preciso.

La legislazione dello stato del Maryland consente la creazione di una Benefit Corporation definita come: “una nuova e volontaria entità aziendale che permette alle imprese di prendere in considerazione il profitto e nello stesso modo la società e l'ambiente, consentendo di bilanciare il dovere fiduciario tra i suoi shareholders e gli stakeholders”.

Questa forma societaria definita nella legge viene a costituirsi di tre parti principali che sono: lo scopo (Purpose), la responsabilità (Accountability) e la trasparenza (Transparency).

Lo scopo delle Benefit Corporation si differenzia, come accennato in precedenza, da quello della classica impresa tradizionale, per il semplice fatto che, mentre queste ultime presentano l'unico obiettivo di massimizzazione del profitto, le B. Corp. vanno oltre, inserendo nella mission aziendale anche la società e l'ambiente.

In particolar modo:

- a. La forma richiesta per le imprese che vogliono incorporare il modello di una Benefit Corporation, è che esse devono dichiarare il loro impegno per la creazione di pubblica utilità generale, definito come un "materiale, impatto positivo sulla società e l'ambiente nel suo complesso, valutato rispetto a uno standard di terze parti, dal business e dalle operazioni poste in essere dalla società benefit”.

- b. Per convertire un'azienda in una Benefit Corporation occorre un voto di super maggioranza (o semplicemente di maggioranza a seconda degli stati) pari ai 2/3 di tutte le categorie di azionisti. Questo al fine di assicurare un alto livello di accordo.
- c. Ogni azienda è tenuta a valutare sé stessa attraverso uno standard di terze parti, al fine di garantire che la società, stia generando effettivamente degli impatti positivi.²⁰

Dal punto di vista della responsabilità, la legge evidenzia che per garantire la responsabilità del business nel creare un impatto materiale positivo, le Benefit Corporation esigono dagli amministratori dell'impresa di prendere in considerazione la società e l'ambiente.

Più in generale gli elementi di responsabilità non si discostano da quelli adottati dalle tradizionali imprese profit, tuttavia essi vengono integrati dalla considerazione primaria che la Benefit Corporation deve fornire alla società e all'ambiente.

La diversità che il modello delle B. Corp. presenta rispetto le classiche forme imprenditoriali, risulta anche rispetto al profilo dei compiti attribuiti agli amministratori.

²⁰Nello specifico le tre condizini descritte sono indicate nel documento, *Maryland Benefit Corporation How-To-Guide: Incorporating as a Benefit Corporation Step-by-Step*, October 2013, B Lab. 1) The form requires that businesses incorporating as a benefit corporation must declare their commitment to creating general public benefit (defined as a “material, positive impact on society and the environment, taken as a whole, as assessed against a thirdparty standard, from the business and operations of a benefit corporation.”), and in some cases may be required to declare a specific benefit that the business produces. 2) Conversion into and out of a benefit corporation form takes a supermajority vote of 2/3 of all classes of shareholders. This ensures a high level of agreement amongst the shareholders. (Especially relevant for businesses looking to amending articles of incorporation.) 3) Each business is required to assess itself by a third-party standard to ensure that the benefit corporation is creating positive impact.

Infatti si è soliti inquadrare le loro mansioni, come orientate verso il raggiungimento di creazione di valore per gli azionisti in un'ottica di lungo periodo.

Così un impegno costante rivolto a perseguire una missione sociale o ambientale, può essere accreditato come portatore di svantaggio, sotto un profilo meramente capitalistico, nel raggiungimento e nella massimizzazione del tanto agognato utile.

Questo viene amplificato dalla legislazione statunitense che può prevedere una sanzione civilistica per quegli amministratori che non riescono a perseguire il profitto dell'impresa.

Pertanto se essi trovano un'espansione dei propri doveri rispetto alle attività impresa, di carattere non prettamente finanziario, al tempo stesso, onde evitare sanzioni di vario genere, trovano anche una maggiore tutela giuridica che permette loro di poter perseguire la missione sociale.

Esaminando la legge dello stato del Vermont, in ambito dei compiti affidati agli amministratori di una Benefit Corporation, essi durante lo svolgimento dei propri doveri devono prendere in considerazione gli effetti di ogni azione o non azione su:

- a) Gli shareholders della Benefit Corporation.
- b) I dipendenti e la forza lavoro della Benefit Corporation le sue controllate e i fornitori.
- c) Gli interessi dei clienti, nella misura in cui essi sono beneficiari dei fini generali o specifici di pubblica utilità della Benefit Corporation.
- d) Della comunità e della dimensione sociale, comprese quelle di qualsiasi comunità in cui si trovano uffici o strutture delle Benefit Corporation, sue controllate o fornitori.

- e) L'ambiente locale e globale.
- f) Gli interessi a lungo termine e a breve termine della Benefit Corporation.
- g) Può prendere in considerazione qualsiasi altro fattore pertinente, o gli interessi di un qualsiasi altro gruppo che l'amministratore determina appropriato da considerare.

L'eterogeneità presente nelle leggi federali degli Stati Uniti, ha anche generato delle figure professionali, con compiti specifici e pertinenze relative a queste tipologie di aziende che possono affiancare gli amministratori.

Sempre nel caso dello stato del Vermont, ad esempio, la legislazione ha istituito le figure del Benefit Director e de Benefit Officer.

Nel primo caso la legge prevede che il consiglio di amministrazione di una Benefit corporation deve includere almeno un Benefit Director che oltre a possedere tutti i poteri, doveri e diritti nonché le immunità previste per gli amministratori delle B. Corp²¹, detiene anche le responsabilità sia sulla preparazione del benefit report annuo, previsto dalla legge, che sulla valutazione delle performance sociali e ambientali.

In particolar modo deve includere nella relazione annuale, anche una dichiarazione in cui esprime un giudizio se l'impresa ha agito in conformità con il suo specifico scopo di public benefit, in tutti gli aspetti rilevanti, durante il periodo coperto dal rapporto ed evidenziare se i direttori e i funzionari, hanno agito in conformità con i requisiti previsti dalla legge.

²¹ *The Vermont Statutes Online, Title 11A: Vermont Business Corporations, Chapter 021: Benefit Corporations, §21.10. Benefit director: "the board of directors of a benefit corporation shall include at least one director who shall be designated a "benefit director" and shall have, in addition to all of the powers, duties, rights, and immunities of the other directors of the benefit corporation, the powers, duties, rights, and immunities provided in this section"*.

In caso di parere negativo il Benefit Director deve altresì redigere una nuova dichiarazione, che comprende una dettagliata descrizione delle modalità per cui l'impresa in generale, o nel caso più specifico i suoi amministratori, non sono stati in grado di agire in conformità con lo scopo di public benefit previsto dallo statuto aziendale.

Alla figura del Benefit Officer vengono invece attribuiti compiti di analisi, verifica e valutazione delle informazioni, al fine di garantire il rispetto delle vigenti normative, fornendo anche servizi dedicati ai clienti nonché consulenza, assistenza e orientamento relativi ai vari programmi di sussidio sociale ove presenti.

Sotto il profilo della trasparenza le Benefit Corporation sono tenute a produrre una relazione annuale, definita Benefit Report, che viene valutata rispetto a uno standard di terze parti elaborato da soggetti indipendenti rispetto all'azienda.

Questo particolare Report funge quindi come una misurazione del beneficio pubblico che l'azienda deve fornire, venendo redatto, reso pubblico e condiviso con tutti gli shareholders aziendali per ottemperare ai requisiti di trasparenza previsti proprio all'interno dello statuto delle Benefit Corporation.

Il contenuto minimo stabilito dalla legge prevede che il Benefit Report debba contenere²²:

- Una descrizione del modo in cui il general public benefit²³ viene perseguito, ed informare sul grado di raggiungimento dello stesso.

²² Il contenuto complessivo può essere visto sul sito:
<<www.legislature.vermont.gov/statutes/section/11A/021/00021.14>>

²³ Viene definito come un impatto positivo e materiale, ossia tangibile, sulla società e sull'ambiente, che può essere misurato attraverso una standard di terze parti.

- Una descrizione su come gli specifici pubblici benefit, inseriti all'interno dell'atto costitutivo, vengono raggiunti ed informare sul grado di raggiungimento degli stessi.
- Una descrizione di tutte le circostanze che hanno ostacolato l'eventuale raggiungimento del pubblico benefit.
- Riportare una valutazione delle performance, effettuata in conformità allo standard di terze parti e comparata con l'anno precedente ed eventualmente spiegare in maniera dettagliata il discostamento e l'utilizzo di eventuali deroghe agli standard applicati in passato.²⁴

Attualmente la legge federale Americana, che come abbiamo visto può variare nelle sue sfumature a seconda dello stato, (nel Delaware non si è tenuti infatti a riferire pubblicamente o emettere un confronto con uno standard di terze parti, ma è solo consigliato), non esprime nella totalità dei casi un ente principale verso il quale rivolgersi e in via esclusiva a cui è conferita l'attività di verifica o redazione del benefit report.

Esistono infatti diverse organizzazioni che sono accreditate come organismi che possono emettere lo standard di terze parti e che quindi offrono supporto alle imprese per la sua redazione.

Per citarne alcuni troviamo:

- ✓ Il GRI (Global Reporting Initiative);
- ✓ L'ISO 26000 (International Standardization Organization);
- ✓ Sustainability Accounting e Management System framework for product and eservice, certificazioni rilasciate da People 4 Earth;
- ✓ Certificazioni rilasciate da Green Seal Business;

²⁴ Bruno Maia Franceschetti, *Verso un'azienda sociale ibrida e meno not for profit*, pag.87.

- ✓ Il B Impact Assessment, un “free tool” prodotto direttamente da B-Lab (quest’ultimo come vedremo è l’organismo principale a cui fa capo anche la certificazione al di fuori dei confini statunitensi), per valutare la corporate social performance e la sostenibilità ambientale.

Sganciandoci per un istante dalle linee guide dettate dalle varie leggi federali statunitensi, le Benefit Corporation sembrerebbero quindi presentare dei vantaggi per tutte le parti interessate. *“Becoming a benefit corporation has advantages for every stakeholder in your business, from consumers and talent to shareholders and directors²⁵”*.

Gli stakeholders ottengono vantaggi da un punto di vista della trasparenza ed un allargamento della responsabilità aziendale, che inserisce la creazione di valore condiviso come elemento statutario vincolante²⁶.

Gli amministratori vedono un beneficio relativo ad una riduzione delle loro responsabilità, in quanto la B. Corp. forniscono un aumento della protezione legale per bilanciare gli interessi finanziari e non finanziari.

Anche sotto l’ottica di attrattività di investimento le Benefit Corporation presentano tutte le potenzialità per attrarre investitori.

La maggiore tutela legale, (questa tipologia di impresa, non seguendo le logiche standard del mercato, non presenta la possibilità che venga acquistata e utilizzata per finalità diverse da quelle stabilite a livello statutario), la responsabilità, la trasparenza intorno alla propria mission e la redazione del benefit report annuo (che descrive in maniera dettagliata le proprie attività finalizzate alla produzione

²⁵ <<www.benefitcorp.net/businesses/why-become-benefit-corp>>

²⁶ CSR Piemonte, Benefit corporation, nuove possibilità di fare impresa tra profit e non profit, 2015.

di un public benefit), sono elementi cardini che possono veicolare gli investimenti.

Come emerge da un rapporto della Ernst and Young (network mondiale di servizi professionali di revisione e organizzazione contabile, fiscalità, transaction e advisory), in un'indagine che coinvolge più 200 investitori istituzionali²⁷ in tutto il mondo, si evidenzia che gli investitori, nei loro processi decisionali di investimento, ricercano sempre più un'analisi ambientale, sociale e di governance (ESG²⁸), insieme ad altri parametri non finanziari.

Il rapporto mette in risalto che vi è quindi la necessità per le imprese di migliorare le informazioni non finanziarie attraverso una maggiore trasparenza, al fine di soddisfare queste nuove esigenze²⁹, tutto alla luce del fatto che questa tipologia di investimenti negli USA ha compiuto negli ultimi anni un deciso balzo in avanti, arrivando a destinarvi oltre 6 mila miliardi di dollari.

Un'altra tipologia di investimento di recente costituzione che può essere attratta grazie alle caratteristiche presentate dalle Benefit Corporation è il cosiddetto “Impact Investing”.

Il termine è stato coniato nel 2008 dalla Rockefeller Foundation e viene definito come “un insieme di investimenti in società, organizzazioni e fondi, con

²⁷ I tipici investitori istituzionali sono: banche, assicurazioni, società di gestione di risparmio, fondi pensione, fondi di investimento, ecc.

²⁸ L'acronimo ESG è composto da tre parole (Environmental, social and governance) che racchiudono tre distinti universi. Il primo relativo all'ambiente, che comprende rischi quali i cambiamenti climatici, le emissioni di CO₂, l'inquinamento dell'aria e dell'acqua, gli sprechi e la deforestazione. Il secondo relativo alla società che include tutte di genere, i diritti umani, gli standard lavorativi e i rapporti con la comunità civile. Il terzo universo è relativo alle pratiche di governance societaria, comprese le politiche di retribuzione dei manager, la composizione del consiglio di amministrazione, le procedure di controllo, i comportamenti dei vertici e dell'azienda in termini di rispetto delle leggi e della deontologia.

²⁹ Ernst and Young, Global Survey of Institutional Investors: *Tomorrow's Investment Rules 2.0 Emerging risk and stranded assets have investors looking for more from nonfinancial reporting*, 2015

l'intenzione di generare un impatto quantificabile a livello sociale e ambientale oltre che rendimenti finanziari”.

È evidente anche in questo caso lo scopo di generare benefici ambientali e sociali per l'intera collettività attraverso un'attività di business che genera profitto.

Non soltanto sotto il profilo di attrattività di investimenti, le Benefit Corporation sembrerebbero trovare successo anche nella tendenza ad attrarre giovani talenti, incuriositi da questa nuovo modo di fare impresa che combacia con alcuni trend socio economici tipici degli ultimi anni.

Prendendo spunto dalla ricerca condotta da Deloitte, che ha raccolto le opinioni di oltre 7.800 individui definiti Millennials (nati nel 1983 o in anni successivi, e che rappresentano ad esempio circa un quarto della popolazione degli Stati Uniti), provenienti da 26 paesi tra Nord America, Europa Occidentale, America Latina e Asia, che presentano un titolo di studio del college o universitario.

L'idea comune condivisa è che questa generazione vuole lasciare il segno nel mondo, lavorando per organizzazioni che portino un beneficio per la comunità, incoraggino l'innovazione, forniscano loro l'opportunità di ampliare le proprie competenze e vedano nel “miglioramento della società” l'obiettivo primario verso cui orientare l'attività di impresa mentre la ricerca di profitto se ne riduce ad obiettivo subordinato³⁰.

Tutto ciò trova conferma in un sondaggio promosso dalla Nielsen, in cui il 58% dei laureandi statunitensi, nel 2012, ha dichiarato che accetterebbe una riduzione del 15% della retribuzione pur di lavorare all'interno di un'azienda che condivida i propri valori³¹.

³⁰ Deloitte, *Big demands and high expectations, The Deloitte Millennial Survey*, January, 2014.

³¹ CSR Piemonte, *Benefit corporation, nuove possibilità di fare impresa tra profit e non profit*, 2015.

Dopo aver sottolineato lo schema legale e le grandi potenzialità attrattive che presentano queste imprese, occorre aprire una piccola parentesi sull'ente certificatore chiamato B. Lab.

In realtà vedremo che esso gioca un ruolo fondamentale nella nascita delle Benefit Corporation sul suolo Statunitense e nella rapida espansione che questo concetto di impresa sta avendo nel resto del globo.

2.2 Il ruolo di B. Lab.

Nel 2006 Jay Coen Gilbert, Bart Houlahan, and Andrew Kassoy, fondano, con sede a Philadelphia, un ente no profit chiamato B. Lab, condividendo l'idea di voler creare un nuovo settore dell'economia, che avrebbe utilizzato il potere delle imprese private per creare un beneficio pubblico.

L'idea di fondo era che per poter accelerare la crescita di questo nuovo settore economico, che avrebbe spostato il potere del mercato attraverso nuovi scopi dettati dalla società civile, dal benefico sociale ed ambientale era necessario:

1. Costruire una comunità di Certified B Corporation, capaci di soddisfare i rigorosi standard di performance sociali e ambientali e che avessero la possibilità di espandere legalmente le responsabilità aziendali, nell'ottica di includere in esse i diversi interessi degli stakeholders, aiutare i consumatori, investitori, dipendenti ed i policy maker, al fine di rendere trasparente la differenza tra una buona impresa o un buon livello di marketing ambientale.
2. Migliorare le politiche pubbliche necessarie per poter creare un'infrastruttura legale (attraverso la costituzione di una nuova forma societaria chiamata Benefit Corporation) e il raggiungimento di incentivi di mercato, sia a livello fiscale, che nel reperire nuove forme di investimento, per accelerare la crescita di questa nuova economia.

3. Sviluppare un sistema di Global Impact Investing Rating System per aiutare a guidare il capitale di investimento istituzionale oltre il tradizionale investimento socialmente responsabile³².

Così nel 2007 si assiste al lancio da parte di B. Lab del “Benefit Impact Assessment”, uno standard generato al fine di misurare l'impatto sociale e ambientale di un business e al tempo stesso strumento di analisi comparativa dell'impatto di una società rispetto a quello di imprese simili, includendo anche strumenti interattivi per aiutare le aziende a migliorare il loro impatto nel tempo. Lo standard, che vedremo nel dettaglio nei successivi paragrafi, varia a seconda delle dimensioni (numero di dipendenti) e del tipo di azienda (il settore in cui essa opera).

Quando la valutazione si conclude il B. Impact Assessment genera un rapporto, in cui viene evidenziato l'impatto della attività dell'impresa sugli elementi cardini di responsabilità, lavoratori, consumatori, comunità e ambiente.

Nel 2008 si assiste così alle prime certificazioni di imprese a carattere lucrativo, che sottoponendosi volontariamente alla compilazione del Benefit Impact Assessment, divengono imprese Certified B. Corp.

In parallelo B. Lab decide di lavorare anche verso un obiettivo ben più ambizioso: *“Our vision is simple yet ambitious: to create a new sector of the economy that uses the power of business to solve social and environmental problems³³”*.

³² Christopher Marquis, Andrew Klaber, Bobbi Thomason, harvard business school: *b lab: building a new sector of the economy*, 2010.

³³ B Corporation Annual Report, 2009

L'idea era quella di riuscire a creare, in collaborazione con la legge federale degli stati USA, una nuova entità giuridica per le imprese sociali che racchiudesse tutti i caratteri e i requisiti previsti nell'idea originale.

Così nel 2010, la legislazione dello stato del Maryland in collaborazione proprio con il B Lab, genera l'atto che scaturisce la nascita delle Benefit Corporation e porta a compimento l'ambizioso progetto nato quattro anni prima.

2.3 Certified B. Corp. e Benefit Corporation.

Sorge spontaneo quindi chiarire, al fine di non incorrere in errori di definizione, gli elementi in comune e le differenze che se pur lievi caratterizzano in maniera diversa le aziende certificate, dalle Benefit Corporation vere e proprie.

Sicuramente entrambe possono essere definite come leader di un movimento che usa il proprio business, insieme ad alti standard di trasparenza e responsabilità, per creare opportunità che sblocchino in pieno il potenziale umano e la creatività, necessari per ottenere alti scopi che siano di aiuto nel risolvere problemi sociali e molte sfide ambientali³⁴.

Per quanto concerne le differenze, esse si presentano come molto sottili ma di grande importanza.

In generale possiamo dire che lo status di Benefit Corporation da parte di un'azienda è sicuramente utile di per sé, ma non implica necessariamente la certificazione.

Lo stato giuridico di azienda benefit infatti presenta unicamente l'obbligo di redigere un benefit report annuo, che deve essere come abbiamo visto valutato rispetto ad uno standard di terze parti.

³⁴ <<www.benefitcorp.net/businesses/benefit-corporations-and-certified-b-corps>>

Sottoporsi invece al B. impact Assessment e ottenere il punteggio minimo richiesto sono invece gli elementi chiave per poter ambire sia al logo della certificazione, che al portafoglio di servizi associati alla comunità delle Certified B. Corp.

Essere una Benefit Corporation riconosciuta dal sistema USA, non esclude di poter essere una azienda certificata da B Lab, e viceversa.

Questo significa ovviamente che qualsiasi tipo di azienda può provare ad ottenere una certificazione, ma perseguire un approccio orientato alla sostenibilità d'impresa sul modello legale delle Benefit Corporation, facilita notevolmente il raggiungimento dei requisiti necessari per riuscire a superare il rigido standard ed aggiudicarsi la certificazione.

In alcuni stati come ad esempio nel Delaware avere i requisiti di Benefit Corporation è l'unico modo legale per ottenere una certificazione B. Corp.

Patagonia, una delle più grandi aziende degli USA (con all'incirca 540 milioni di dollari di fatturato), ne è un caso emblematico.

Essa come molte altre imprese, dopo essere divenuta un'azienda benefit, ottenendo tutti i parametri legali previsti dalla legge USA, decise di accedere successivamente alla certificazione (divenendo per altro una Certified B Corporations dai punteggi più elevati), ritenendo che portasse un grande valore aggiunto al proprio modello di business.

In estrema sintesi quindi: *“la Società Benefit permette di allineare e proteggere la Mission nel lungo termine, infatti le B Corp, pur avendo parametri molto stringenti in termini di indicatori di impatto, non hanno ancora ufficializzato nel loro statuto il legame fra quegli indicatori e l'obiettivo sociale dell'azienda³⁵”*.

³⁵ << www.wired.it/economia/business/2016/01/19/societa-benefit/>>

2.4 Le Benefit Corporation fuori dai confini USA e il Benefit Impact Assessment.

Il grande successo che questo rivoluzionario modello di business ha ottenuto nei confini statunitensi, ha reso possibile una sua esportazione anche nel resto del mondo.

Se da un lato le prassi legislative non hanno immediatamente permesso un riconoscimento giuridico delle Benefit Corporation, dall'altro il vuoto è stato colmato grazie al grande lavoro effettuato da B. Lab.

Attraverso la creazione di un network mondiale, stringendo diverse partnership con vari paesi tra cui: Canada, Australia, la Nuova Zelanda, Sud America ed Europa, l'organizzazione no profit è riuscita a realizzare un'espansione del movimento delle Certified B. Corp.

Così ad esempio nel Sud America troviamo il Sistema B (la più grande e attiva comunità fuori dagli Stati Uniti), mentre in Europa troviamo il B. Lab. Europe.

Oggi (come mostra la figura 3) le Benefit Corporation certificate possono

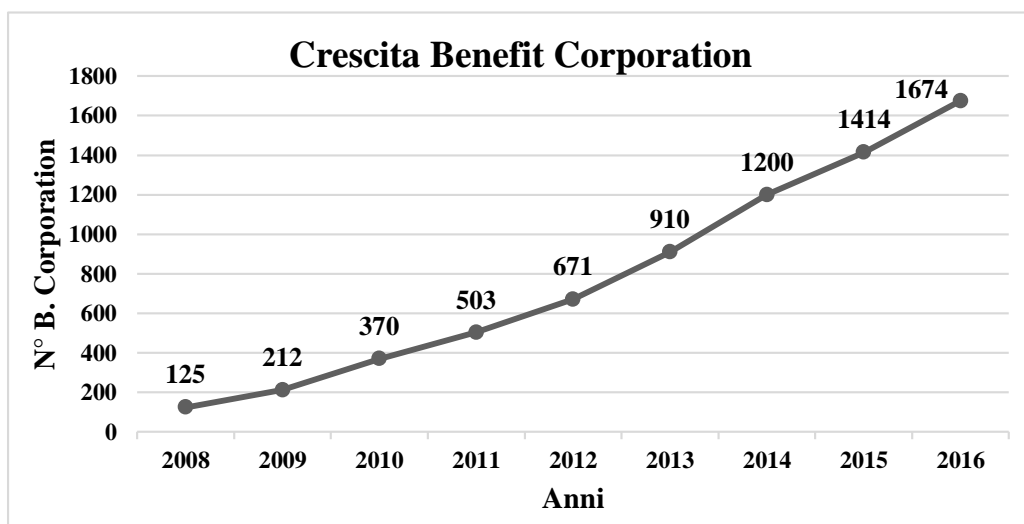


Figura 3: Crescita delle Benefit Corporation dal 2008 ad oggi.

vantare il raggiungimento di oltre 1600 unità in 64 diversi paesi, numeri destinati ad aumentare essendo il business in netta crescita esponenziale ed abbracciando una vasta eterogeneità di settori in cui queste imprese operano.

Si può infatti notare (figura 4) come esse spazino dall'edilizia, all'educazione fino ai servizi finanziari e legali, con una maggiore concentrazione nelle attività di fornitura di prodotti e servizi sia per altre aziende che per i consumatori.

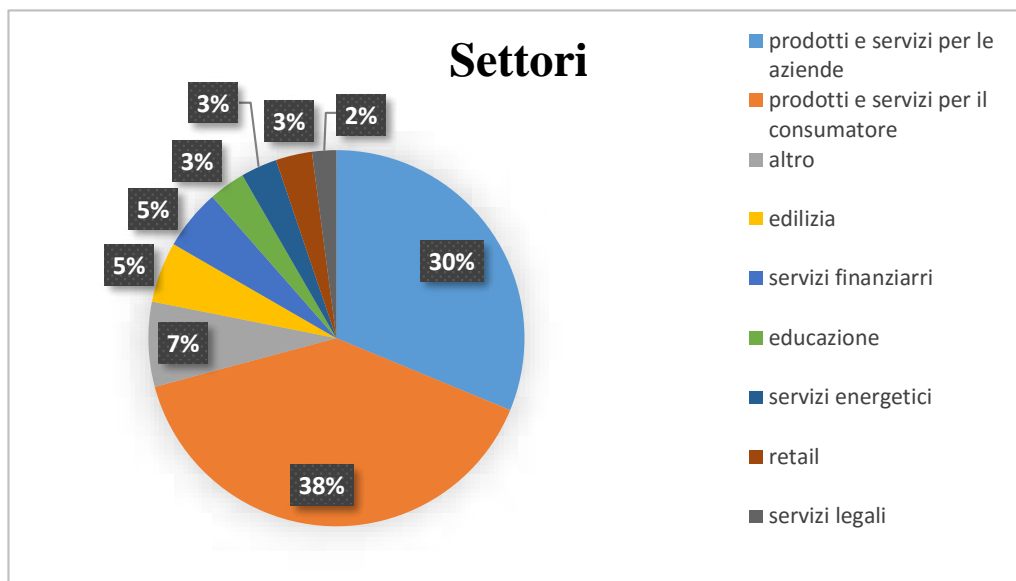


Figura 4: Settori in cui operano le B. Corp.

Il percorso verso la certificazione si snoda attraverso tre fasi, una prima definita di auto-valutazione dell'impresa, uno step successivo definito come il raggiungimento del cosiddetto "legal requirement" e quello conclusivo in cui viene sancito l'accesso nella community come membro ufficiale del network, tramite la sottoscrizione della Dichiarazione di Interdipendenza.

La prima fase di auto-valutazione può essere definita come "il primo passo fondamentale" per ottenere la certificazione.

Essa si basa principalmente sul dimostrare, da parte dell'impresa in oggetto, di essere in possesso di quei requisiti, essenzialmente di performance, di impegno sociale ed impatto ambientale, necessari per diventare una Certified Benefit Corporation.

Per assolvere a questa prima fase è quindi necessario compilare il cosiddetto Benefit Impact Assessment, lo strumento gratuito ideato da B. Lab, che analizza l'impatto dell'impresa nei confronti di tutti i suoi stakeholders.

Il B. Impact Assessment si presenta sotto la veste di un questionario di circa 120 domande (previsto in varie versioni a seconda del settore in cui opera l'azienda) e articolato in cinque diverse parti, a loro volta suddivise in sezioni a seconda dell'argomento che in esse viene trattato e prevede sia domande a risposta multipla che a risposta aperta.

A seconda di alcune caratteristiche dell'impresa in oggetto:

1) Area geografica:

- Mercati sviluppati;
- Mercati emergenti.

2) Settore in cui la società opera:

- Servizi;
- Vendita all'ingrosso/ dettaglio;
- Manifattura;
- Agricolo.

3) Numero di dipendenti, iscritti a tempo pieno nel libro paga della società:

- 0 dipendenti;
- 1-9 dipendenti;
- 10-49 dipendenti;
- 50-249 dipendenti;
- 250-1000 dipendenti;
- Più di 1000 dipendenti.

L'assessment on line regola automaticamente il valore da attribuire ad ogni domanda.

Ad esempio le aziende che presentano un numero più alto di dipendenti avranno una ponderazione maggiore nel valore delle risposte per la sezione riguardante i

EN5.1 - Is an annual carbon inventory of company activities conducted? [Equally Weighted]

Yes No

EN5.2 - By what % has your carbon footprint been reduced on a per capita basis over the last 12 months? [Heavily Weighted]

0% <10% 10-19% 20-30% >30% Don't Know

EN5.3 - What % of energy (relative to company revenues) was saved in the last year for your corporate facilities? [Heavily Weighted]

0% 1-4% 5-9% 10-15% >15% Don't Know

EN5.4 - What % of energy is used from renewable sources at your corporate facilities? [Equally Weighted]

0% 1-4% 5-24% 25-50% >50%

Figura 5: Tipologia di domanda a risposta multipla contenuta nel B. Impact Assessment.

rapporti con i lavoratori, mentre le aziende particolarmente affini nel produrre beni di consumo avranno un maggior peso assegnato alle domande (nel complesso del punteggio finale) presenti nella categoria “ambiente” e così via.

La prima parte che si incontra viene definita “Environment” ed è quella relativa all’ambiente.

Come mostra la figura 5, viene suddivisa in sei sezioni, in cui vengono valutate le prestazioni ambientali della società (l’impatto viene valutato su tutta la filiera, dalla fornitura di materie prime fino ai rifiuti), attraverso un’analisi delle sue strutture, dei materiali, delle risorse, dell’utilizzo dell’energia e delle emissioni.

Vengono valutati anche il trasporto e i vari canali di distribuzione utilizzati dalla società.

<i>Environment</i>
Environmental Products & Services (e.g. Renewable energy, recycling)
Environmental Practices
Land, Office, Plant
Energy, Water, Materials
Emissions, Water, Waste
Suppliers & Transportation

Figura 6: Sezione dell'assessment relativa alla voce ambiente.

Questa prima parte si propone anche di misurare se i prodotti o i servizi della società in oggetto, sono progettati per risolvere un problema ambientale.

Viene pertanto richiesto all'azienda se è in possesso o comunque utilizzi prodotti che aiutano la fornitura di energia rinnovabile, favoriscano la conservazione delle risorse e una riduzione degli sprechi, che permettano la promozione e salvaguardia del territorio e della fauna selvatica e che non comportino l'emissione di sostanze tossiche ed inquinanti.

La seconda parte definita "Workers" analizza invece il rapporto che l'impresa detiene con la sua forza lavoro, valutando tutte le policy, con particolare attenzione rivolta all'ambiente lavorativo e ai meccanismi di remunerazione.

Il punteggio di questa sezione viene quindi stabilito in base alle varie opportunità fornite ai dipendenti non soltanto relative alla compensazione, ma riguardanti anche benefici e formazione.

<i>Workers</i>
Compensation, Benefits & Training
Worker Ownership
Work Environment

Figura 7: Sezione dell'assessment relativa alla voce lavoratori.

Rivolge l'attenzione anche verso un'analisi sull'ambiente di lavoro interno alla società, attraverso una valutazione della comunicazione che intercorre tra management e lavoratori, la flessibilità del lavoro, la cultura d'impresa, nonché misurando la salute vera e propria dei lavoratori e le pratiche di sicurezza.

Una terza parte viene definita "Customers" e misura l'impatto che l'impresa esercita nei confronti dei propri clienti.

<i>Customers</i>
Customer Products & Services
Products & Services
Serving Those in Need

Figura 8: Sezione dell'assessment relativa alla voce clienti.

Qui le sezioni si concentrano sul momento in cui la società in oggetto vende prodotti o servizi che promuovono la pubblica utilità e ne valutano l'effettiva destinazione verso il servizio pubblico.

Le domande nel assessment relative a questa sezione vengono orientate pertanto verso una stima dell'efficienza del prodotto o servizio erogato dall'impresa.

Di conseguenza misurano anche se il prodotto è stato progettato per risolvere un problema di natura sociale o ambientale, come ad esempio migliorare la salute,

conservare l'ambiente, o se riesce a creare opportunità economiche per la persona o la comunità.

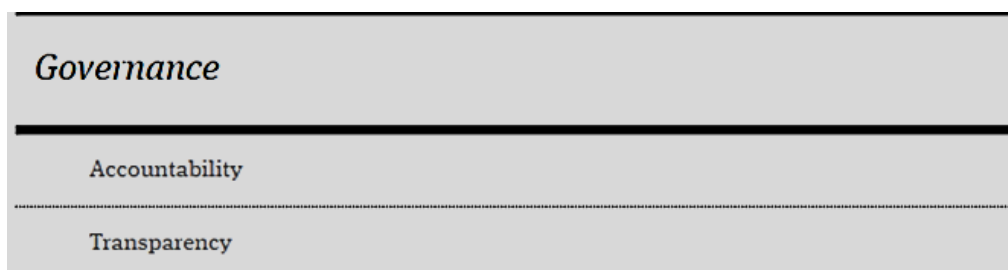
La quarta parte è denominata "Community", qui le varie sezioni valutano l'impatto della società sulla comunità, misurando le politiche di tutti i servizi



<i>Community</i>
Community Practices
Suppliers & Distributors
Local
Diversity
Job Creation
Civic Engagement & Giving

Figura 9: Sezione dell'assessment relativa alla voce comunità.

forniti alla stessa e progettati per risolvere un problema sociale, tra cui l'accesso ai servizi di base come ad esempio sanità ed istruzione.



<i>Governance</i>
Accountability
Transparency

Figura 10: Sezione dell'assessment relativa alla voce governance.

L'ultima parte dell'assessment riguarda la "Governance", che valuta la responsabilità e la trasparenza nei meccanismi di gestione dell'impresa.

Qui le varie sezioni si concentrano sulla missione, sul coinvolgimento degli stakeholders e la trasparenza complessiva delle politiche aziendali.

Dopo aver completato il questionario viene generato un punteggio finale, calcolato in base alle risposte fornite dall'impresa e che può variare da un minimo di 0 fino ad un massimo di 200 punti.

Per superare questo primo step l'impresa deve necessariamente conseguire un punteggio minimo di 80 su 200 punti.

Il questionario sarà poi verificato tramite una conference call effettuata dall'impresa con alcuni membri del B. Lab addetti ad effettuare una revisione di valutazione sulle affermazioni rilasciate nell'assessment e richiedendo una documentazione di supporto³⁶ necessaria per il completamento del primo step.

Una volta assegnato il punteggio vi è la possibilità di comparare la valutazione di impatto con altre imprese.

In questo modo B. Lab è riuscito a creare un benchmark che aiuta a comprendere in maniera qualitativa il punteggio ottenuto, le imprese infatti riescono a valutare sotto quali profili si risulta essere più efficienti rispetto ad altre aziende e dove invece occorre migliorare.

Viene inoltre offerta da parte dell'ente no profit anche la possibilità di ottenere strumenti gratuiti, che permettono di migliorare l'impatto dell'impresa in quei settori più critici evidenziati nell'assessment.

Il secondo step, per ottenere la certificazione, consiste nell'ampliare i requisiti legali dell'impresa, questo percorso viene suddiviso in varie fasi che si snodano prima e dopo il conseguimento della certificazione.

In questo modo si può ottenere un'espansione degli obblighi della governance, al fine di includere in essi gli interessi di tutti gli stakeholders in contatto con l'azienda.

Questo, risulta quindi essere un "secondo passaggio chiave".

³⁶<www.bimpactassessment.net/how-it-works/frequently-asked-questions/the-verification-process>> Solo a titolo di esempio: se una società afferma che il 35% dei suoi ingredienti, utilizzati per produrre un bene, sono composti da materiali riciclati, allora dovrà dimostrare, tramite la presentazione di fogli di calcolo con le specifiche percentuali e fatture che illustrano le caratteristiche degli ingredienti utilizzati, come si è arrivati alla risposta data nell'assessment.

Infatti come abbiamo visto nella fattispecie delle Benefit Corporation Statunitensi, permette di dare una maggiore tutela agli amministratori, che possono, liberi dagli stretti vincoli legali, rivolgere una maggiore attenzione in fase decisionale agli interessi degli stakeholders.

L'obiettivo ricercato da B. Lab è quello di rendere, tramite il soddisfacimento di questi accorgimenti, insito nel DNA dell'impresa un operare sostenibile tale che assicuri un perpetuo raggiungimento degli obiettivi che vengono previsti nella mission.

In tal modo non soltanto vengono attirati capitali e risorse, ma viene data la possibilità di promuovere un miglioramento continuo in termini sociali e ambientali, ottenendo l'appoggio e un consequenziale aumento dei rapporti, di tutte le parti che entrano in contatto con l'attività di impresa.

Il terzo ed ultimo step consiste nel rendere ufficiale, al termine del percorso intrapreso, la certificazione divenendo a tutti gli effetti una "Certified Benefit Corporation".

Questo avviene tramite l'apposizione della firma in calce sulla Declaration of interdependence.

"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:

- 1) dobbiamo essere il cambiamento che vogliamo vedere nel mondo*
- 2) tutte le aziende dovrebbero essere gestite in modo da creare benessere alle persone e al pianeta*

3) *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."



Declaration of Interdependence

We envision a new sector of the economy which harnesses the power of private enterprise to create public benefit. This sector is comprised of a new type of corporation — the B Corporation™ — which is purpose-driven and creates benefit for all stakeholders, not just shareholders.

As members of this emerging sector and as entrepreneurs and investors in B Corporations™,

We hold these truths to be self-evident:

That we must be the change we seek in the world;

That all business ought to be conducted as if people and place mattered;

That, through their products, practices, and profits, businesses should aspire to do no harm and benefit all.

To do so, requires that we act with the understanding that we are each dependent upon another and thus responsible for each other and future generations.

Director / Officer

Director / Officer, B Lab

Date

Company

Date

the change we seek™

©2009 B Lab, Inc

Figura 11: Dichiarazione di Interdipendenza.

E la sottoscrizione dei Therm Sheet in cui si dichiara che:

- a) La certificazione ha validità di due anni, (al termine di essi la società dovrà affrontare nuovamente tutti gli step per ottenere la certificazione).
- b) L'azienda soddisfa il requisito di prestazioni previsto per la certificazione B Corp.
- c) L'azienda soddisfa requisiti legali previsti per la particolare struttura societaria.
- d) L'azienda parteciperà ad una revisione in loco, ove selezionata in modo casuale (il 10% delle aziende certificate B corp vengono selezionate a caso ogni anno).
- e) L'azienda pagherà le tasse annuali di certificazione, basate su una struttura a più livelli relativa ai saldi annuali ottenuti dall'impresa stessa³⁷.

³⁷ Per la strutturazione della tassa annuale si può consultare il sito:
<<www.bcorporation.net/become-a-b-corp/how-to-become-a-b-corp/make-it-official>>

2.5 Confronto tra Certified Benefit Corporation e altre imprese con un business sostenibile.

È interessante, dopo aver evidenziato le caratteristiche delle aziende certificate come B. Corp. effettuare un confronto tra queste ultime e le imprese già leader in materia di sostenibilità.

Sappiamo infatti che la sostenibilità contribuisce non soltanto alla generazione di profitto, ma anche alla creazione di un vantaggio competitivo, all'attrazione di talenti e alla creazione di consenso intorno all'immagine dell'impresa.

Le aziende che praticano un'attività sostenibile mirano principalmente a soddisfare i propri clienti attraverso la realizzazione di prodotti e servizi innovativi e di qualità.

Se questo è sicuramente uno dei fini principali, per le imprese leader nel settore della sostenibilità, non è d'altro canto l'unico elemento verso il quale rivolgono l'attenzione:

- a) Il personale: viene posta una particolare attenzione alla formazione lungo tutto l'arco della vita lavorativa, alla motivazione tramite un aumento dei gradi di responsabilizzazione, al lavoro in team ed alla comunicazione tramite un miglioramento del circuito d'informazione.
- b) La comunità: le imprese CSR tendono a creare una buona integrazione dell'impresa nell'ambiente locale, recando un contributo tangibile alla comunità in cui essa opera e creando in tal modo valore, tramite ad esempio la creazione di posti di lavoro, salari e prestazioni ed entrate fiscali, consapevole del fatto che la reputazione a livello locale e la sua immagine influiscono sulla sua competitività³⁸.

³⁸ Libro verde: Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese, Bruxelles, 18.7.2001, COM (2001) 366 definitivo.

- c) La governace: in un'ottica di allargamento dei doveri nei confronti degli stakeholders dell'impresa.
- d) L'ambiente: attraverso una sua tutela tramite riduzione dei consumi energetici, riduzione delle emissioni, aumento dell'utilizzo di energie rinnovabili, riciclo di rifiuti e via dicendo, che comportano vantaggi sia in termini di riduzione delle fatturazioni energetiche, sia dal punto di vista delle riduzioni di spese di eliminazione dei rifiuti e di misure contro l'inquinamento, con un consequenziale aumento della redditività e della competitività.

Tutto questo alla luce del fatto che le imprese, inserite nel business della responsabilità sociale, ritengono che vi sia una forte relazione tra sostenibilità e competitività.

Tutti gli elementi appena descritti trovano una relazione con quanto descritto per le Benefit Corporation che ci permette di confrontare le due tipologie di impresa sotto un'ottica di efficienza.

In particolar modo è interessante verificare che il punteggio ottenuto da aziende già leader in materia di sostenibilità, che si sottopongono al B. Impact assessment, risulti essere largamente inferiore a quello della media delle B. Corp. Utilizzando i dati presenti nell'articolo del Sole 24 ore: "Benefit corporation, la sostenibilità entra nel business", in cui sia le Certified Benefit Corporation sia altre imprese che presentano business sostenibili, vengono sottoposte al B. Impact Assessment di B Lab, viene analizzata ogni singola sezione, mettendo a confronto la percentuale di risposte date affermative rispetto alle varie domande sull'impatto e paragonando la media dei punteggi ottenuti dalle B. Corp. con quelli degli altri business sostenibili.

La prima categoria analizzata, come mostrato nella figura 12, è quella relativa alla comunità, qui le risposte affermatrici date nel B. Impact Assessment e revisionate dal personale di B. Lab, ci mostrano come le aziende certificate Benefit con un 62% superino le imprese che esercitano altri modelli di business

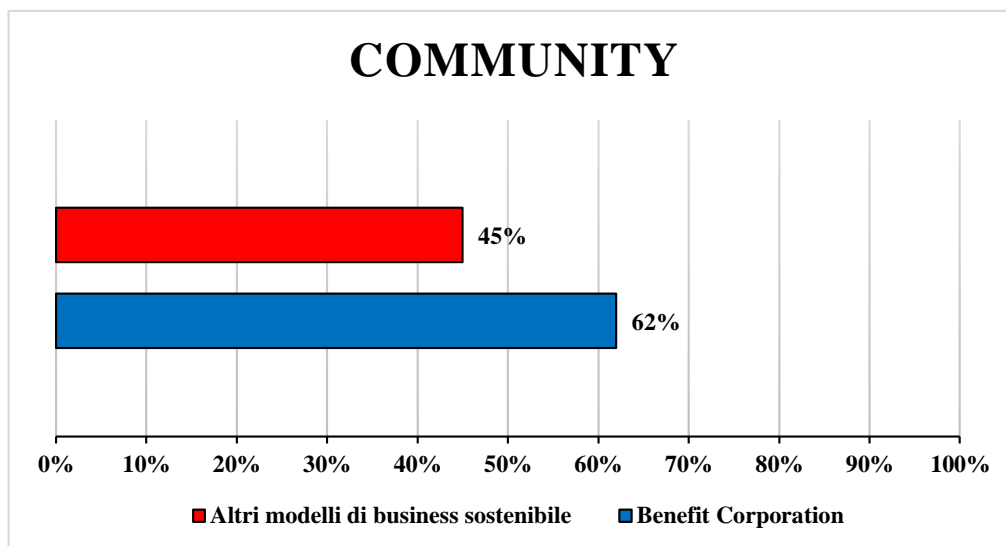


Figura 12: Percentuali generali a confronto sulla categoria relativa alla comunità.

sostenibile che ottenendo invece il 45% di risposte affermatrici alle domande presenti nell'assessment.

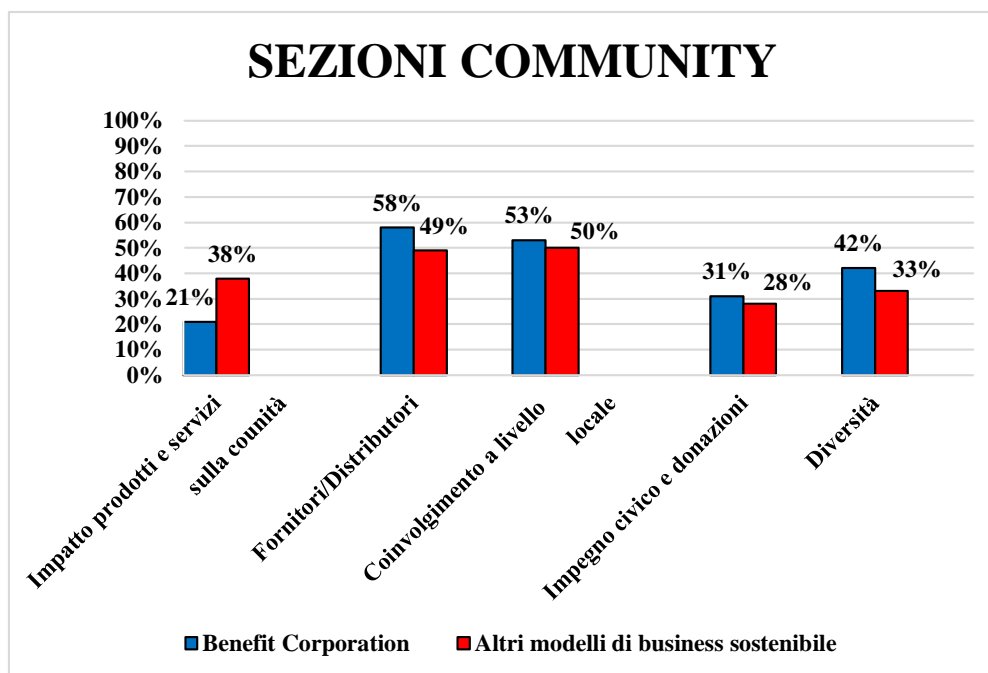


Figura 13: Confronto nelle varie sezioni della categoria relativa alla comunità.

Scendendo nel dettaglio, si può notare che le Benefit Corporation tendono ad essere migliori per tutte le sezioni, ad eccezione di quella relativa all'impatto che i prodotti e servizi forniti dall'azienda hanno sulla comunità in cui essa opera.

Questo dato può essere spiegato dal fatto che, mentre per molte imprese già leader nella sostenibilità, la comunità assume un'importanza strategica rilevante per il proprio business, per le aziende certificate Benefit Corporations, non esiste una preventiva specializzazione del business verso questo elemento, in quanto qualsiasi tipologia di impresa, senza preclusioni, può essere certificata.

Anche nella categoria relativa ai lavoratori, come per quella precedente, le risposte affermative ottenute nell'assessment pongono in evidenza una migliore propensione ad ottenere un punteggio finale complessivo più alto a favore delle

B. Corp.

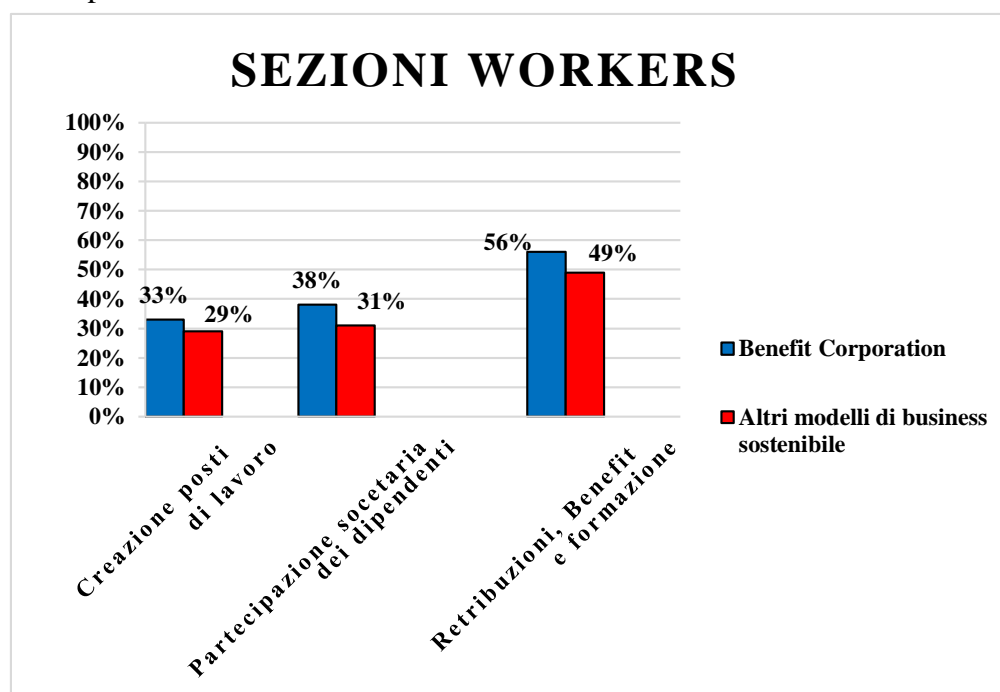


Figura 14: Percentuali generali a confronto sulla categoria relativa ai lavoratori.

Nello specifico, come mostra la figura 15, si può notare che le aziende certificate Benefit ottengono una percentuale maggiore, se pur con lievi differenze in tutte le sezioni.

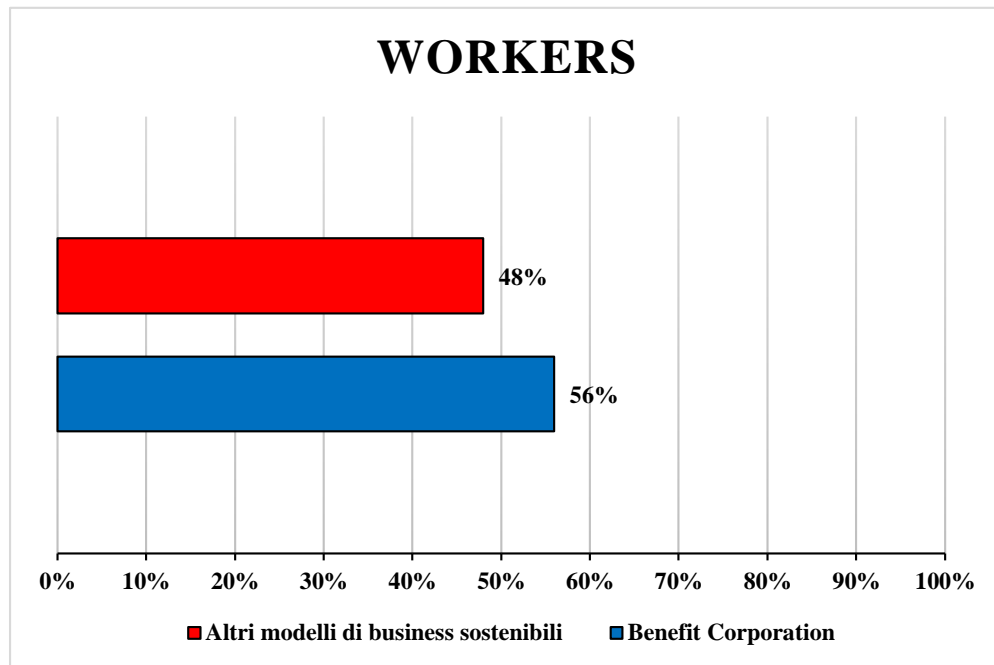


Figura 15: Confronto nelle varie sezioni della categoria relativa ai lavoratori.

Questo avviene perché, per entrambi i concetti di business esaminati, i dipendenti vengono considerati i principali interlocutori delle imprese.

Se non si riscontrano grandi differenze sotto il profilo relativo al trattamento dei lavoratori, stesso non può essere sostenuto in relazione alla categoria relativa all'ambiente.

I dati, come mostrato nella figura 16, evidenziano la grande disparità che intercorre tra le aziende B. Corp. e le imprese che possiedono un altro tipo di

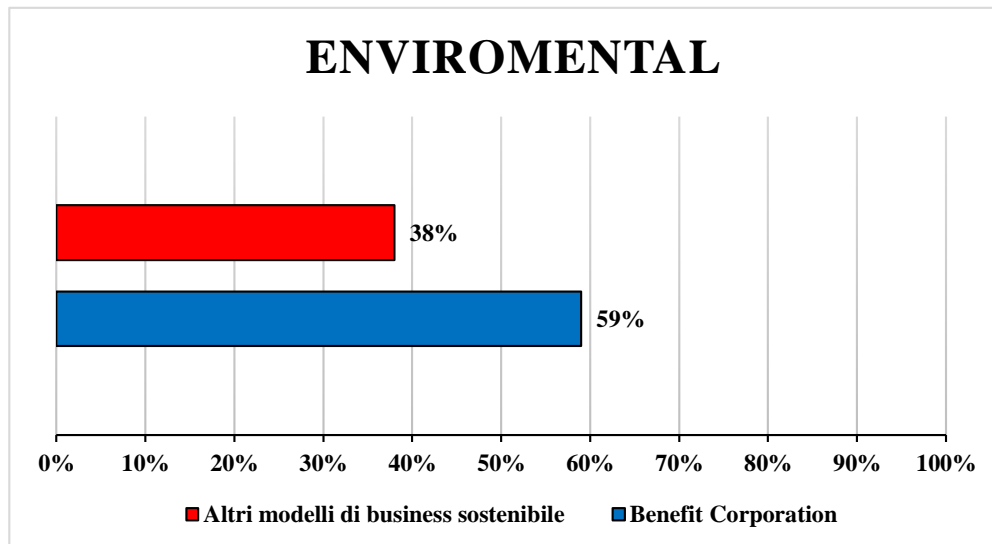


Figura 16: Percentuali generali a confronto sulla categoria relativa all'ambiente

business sostenibile, mostrando il differenziale della percentuale più alto, ben 21%.

La grande disparità viene riscontrata soprattutto (come mostrato nella figura 17), se adiamo ad analizzare nel dettaglio le sezioni di cui si compone la valutazione

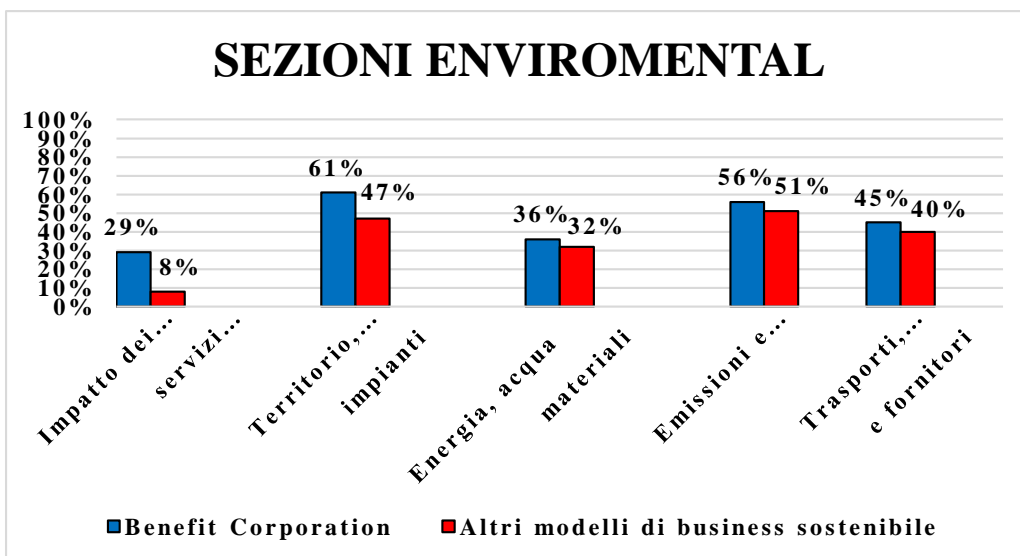


Figura 17: Confronto nelle varie sezioni della categoria relativa all'ambiente.

dell'impatto ambientale nell'assessment.

Qui infatti in tutte le varie parti le Benefit Corporation ottengono percentuali migliori.

Questo dato sembrerebbe essere molto singolare.

Infatti le imprese già leader nella sostenibilità, perseguono numerosi interventi significativi dedicati all'ambiente.

Ricordiamo però che il B. Impact Assessment trova nell'ambiente una delle sezioni sulle quali rivolge un più alto grado di attenzione.

La singolarità del dato potrebbe quindi essere spiegata dal fatto che, le imprese già certificate B. Corp. spinte da questa attenzione mostrata nell'assessment generato da B Lab, in sede di implementazione delle loro prestazioni, rivolgono una maggiore attenzione, al fine di ottenere un miglioramento significativo nel punteggio finale, proprio al profilo della tutela ambientale.

Ed è forse proprio questa attenzione che rende le B. Corp. un'eccellenza sotto questo profilo anche rispetto ad aziende già leader in materia di sostenibilità.

L'ultimo elemento dell'assessment che viene considerato è la governance.

Anche qui, come viene mostrato dalla figura 18, abbiamo una netta

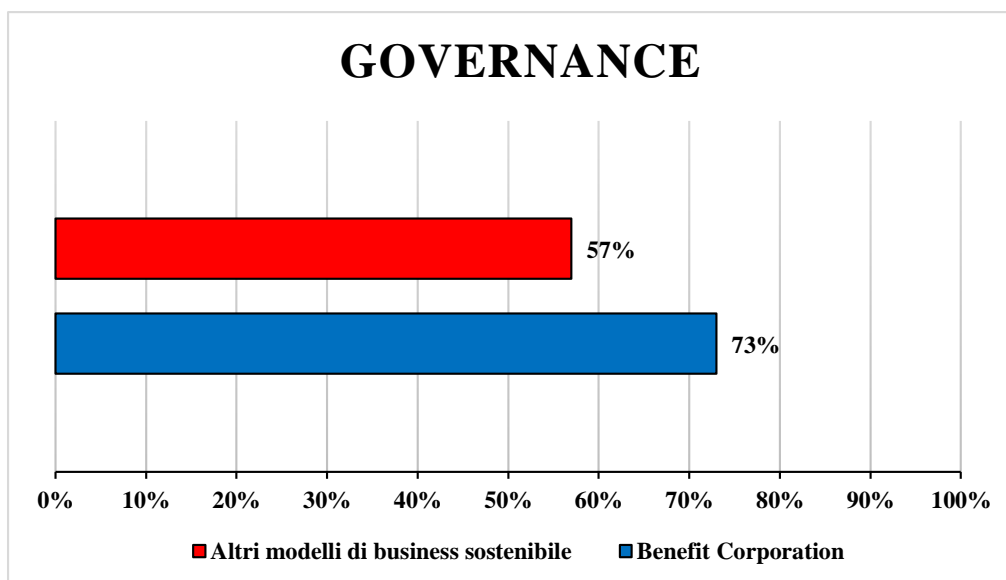


Figura 18: Percentuali generali a confronto sulla categoria relativa alla governance.

predominanza in termini di percentuali sulle risposte affermative ottenute, a favore delle imprese B. Corp. raggiungendo il valore medio più alto (73%) rispetto alle altre categorie.

Questo ovviamente viene riscontrato anche nelle due sezioni che contraddistinguono la valutazione sulla governance dell'azienda.

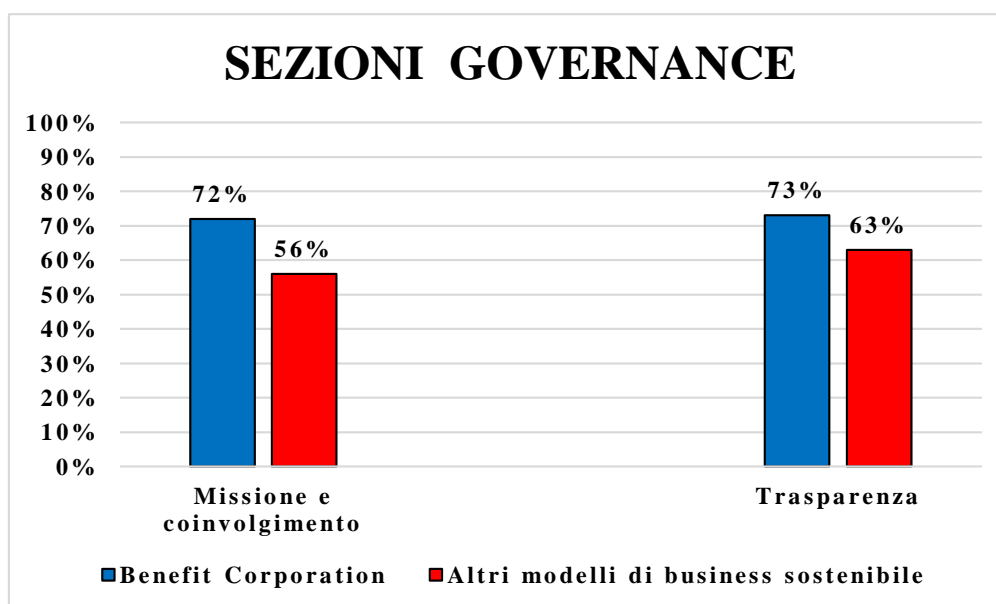


Figura 19: Confronto nelle varie sezioni della categoria relativa alla governance.

L'elevato risultato ottenuto viene determinato dal fatto che, come abbiamo ampiamente trattato nei precedenti paragrafi, uno degli obiettivi principali della certificazione è la trasparenza dell'azienda e la capacità di prendere in considerazione tutti gli stakeholders.

Per fare ciò ricordiamo che viene richiesta un'implementazione anche legale dei doveri e obblighi degli amministratori.

In conclusione possiamo sostenere che comparando i punteggi totali ottenuti nell'assessment (vedi figura 20), la media dei punteggi delle B. Corp. è maggiore rispetto alla media di altri modelli di business sostenibile.

Queste ultime se pur già leader nella sostenibilità, si posizionano vicino al livello minimo di punteggio richiesto per ottenere la certificazione come B. Corp.

La differenza riscontrata è sicuramente simbolo di un'eccellenza che il modello di business delle Benefit Corporation vuole perpetrare e figlia al tempo stesso delle grandi potenzialità che esso racchiude.

COMPARAZIONE PUNTEGGI ASSESSMENT

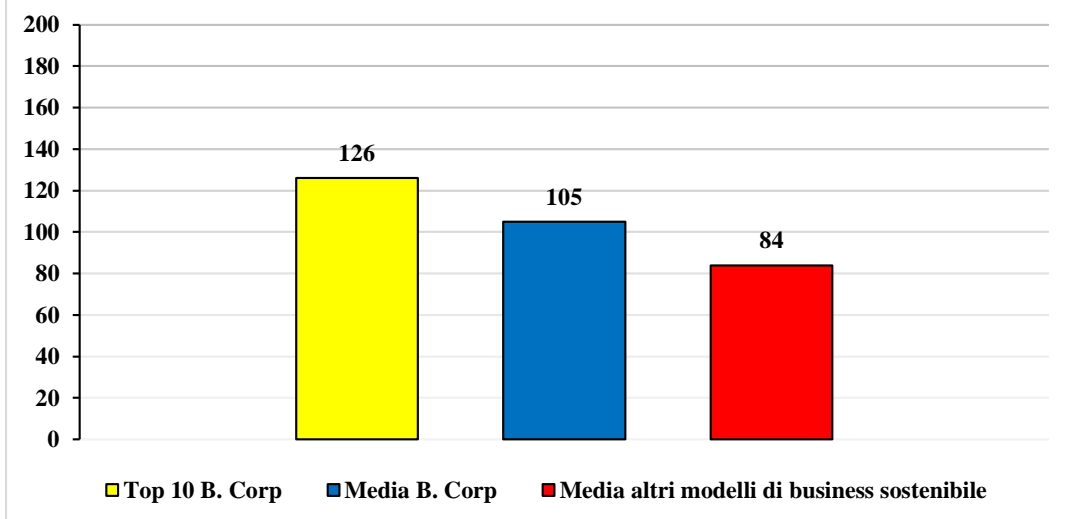


Figura 20: Comparazione punteggi medi totali ottenuti nell'assessment.

2.6 Italia paese all'avanguardia.

Con l'approvazione della legge di stabilità, il disegno di legge proposto dal senatore Mauro Del Barba³⁹, primo firmatario e comunicato alla presidenza del consiglio il 17 aprile 2015, ha fatto sì che il nostro paese sia divenuto il primo al mondo, dopo gli Stati Uniti, a riconoscere la forma giuridica delle Benefit Corporation.

Sei articoli che mettono l'Italia un passo avanti rispetto agli altri Paesi Europei. Lo stesso senatore in un'intervista ha commentato così l'iniziativa: *“Le Benefit Corporation rappresentano un formidabile strumento per instradare lo sviluppo economico lungo direttrici di sostenibilità economica ed ambientale. L'Italia, tra i Paesi avanzati, è uno di quelli che da sempre ha sviluppato in maniera originale il tema della sostenibilità sociale e ambientale. Questo disegno di legge si propone quindi di fornire al nostro Paese uno strumento innovativo, all'avanguardia, che cambi la natura stessa delle imprese e aiuti a modificare fin nel DNA il comportamento sociale che le stesse imprese tengono. L'obiettivo naturalmente è quello più generale di massimizzare gli impatti positivi nello svolgimento delle attività produttive, minimizzando fino a ridurre quelli negativi⁴⁰.”*

La legge redatta con l'ausilio dell'azienda Nativa, una delle prime B. Corp. nel panorama Europeo, si propone l'obiettivo di dare impulso e sostenere la costituzione e la diffusione nel nostro ordinamento di una società che presenta la duplice finalità di ricerca e divisione dell'utile di esercizio e la persecuzione

³⁹Gli altri firmatari del disegno di legge sono: Mauro Maria MARINO, SANTINI, COCIANCICH, ASTORRE, COLLINA, CUOMO, DI GIORGI, FABBRI, FRAVEZZI, GUERRIERI PALEOTTI, LAI, LUCHERINI, MIRABELLI, PEZZOPANE, SANGALLI, SCALIA e SPOSETTI.

⁴⁰ <<www.futuroquotidiano.com>>

di una o più finalità di beneficio comune nei confronti della comunità, territorio, persone, ambiente ed ogni altro portatore di interesse ossia il soggetto o i gruppi di soggetti coinvolti, direttamente o indirettamente, dall'attività delle società (come ad esempio lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile).

Tutto ciò avviene seguendo sulla falsa riga il modello legale previsto negli USA. Così la duplice finalità viene inserita all'interno dell'atto costitutivo o nello statuto dell'impresa (nell'ambito delle attività dell'oggetto sociale), perseguita tramite una gestione trasparente, sostenibile e responsabile che miri da un lato a soddisfare gli interessi dei soci e dall'altro a generare effetti positivi.

Entrando nel merito, i primi due articoli descrivono le finalità del provvedimento e alcune definizioni, ma è dall'articolo tre che si entra nel cuore della legge.

L'articolo definisce infatti l'oggetto sociale e la denominazione della società benefit: *“1. La società benefit, fermo restando quanto previsto nel codice civile, deve indicare nell'ambito del proprio oggetto sociale, le finalità specifiche di beneficio comune che intende perseguire.*

2. Le società diverse dalle società benefit, qualora intendano perseguire anche finalità di beneficio comune, sono tenute a modificare l'atto costitutivo o lo statuto, nel rispetto delle disposizioni che regolano le modificazioni del contratto sociale o dello statuto, proprie di ciascun tipo.

3. Le modifiche di cui al comma 2 sono depositate, iscritte e pubblicate nel rispetto di quanto previsto per ciascun tipo di società dagli articoli 2252, 2300 e 2436 del codice civile.

4. La società benefit può introdurre, accanto alla denominazione sociale, le parole: «Società benefit» o l'abbreviazione: «SB», e utilizzare tale

denominazione nei titoli emessi, nella documentazione e nelle comunicazioni verso terzi.⁴¹”

Come nel caso delle sorelle Statunitensi, l’articolo stabilisce che la società benefit deve indicare nell’oggetto sociale le finalità di beneficio comune che intende perseguire.

Le società diverse dalle società benefit, qualora intendano perseguire anche finalità di beneficio comune, sono tenute a modificare l’atto costitutivo o lo statuto, nel rispetto delle disposizioni che regolano le modificazioni del contratto sociale o dello statuto proprie di ciascun tipo e a registrare tali modifiche nel registro delle imprese.

Senza dubbio questo articolo, viene ad imporsi come il più importante in quanto, segna il passaggio, così come abbiamo visto per lo stato del Maryland o del Vermont, dei principi previsti dalle società benefit all’interno dello statuto ed estendendo agli amministratori l’impegno a perseguire la duplice finalità che caratterizza questa forma di impresa.

È proprio poi nell’articolo successivo, il quarto, che quest’ultimo concetto si viene ben a delineare.

Infatti nella descrizione dei doveri e le responsabilità che gli amministratori della società benefit devono ottemperare, l’articolo prevede che:

“1. La società benefit è amministrata in modo da bilanciare l’interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi delle categorie indicate nell’articolo 1, comma 1, conformemente a quanto previsto dallo statuto.

⁴¹ Senato della Repubblica, XVII legislatura, disegno di legge, n. 1882, *Disposizioni per la diffusione di società che perseguono il duplice scopo di lucro e di beneficio comune*, 17 aprile 2015.

2. *La società benefit, fermo quanto disposto dalla disciplina di ciascun tipo prevista dal codice civile, individua il soggetto o i soggetti responsabili a cui affidare funzioni e compiti volti al perseguimento delle finalità di cui al comma 1.*
3. *L'inosservanza degli obblighi di cui al comma 1 può costituire inadempimento dei doveri imposti agli amministratori dalla legge e dallo statuto.*
4. *In caso di inadempimento degli obblighi di cui al comma 1, si applica quanto disposto dal codice civile in relazione a ciascun tipo di società in tema di responsabilità degli amministratori.⁴²*

Anche qui troviamo molte corrispondenze con il modello Statunitense, infatti, viene previsto che la società benefit debba essere amministrata in modo da bilanciare l'interesse dei soci con l'interesse di tutti coloro sui quali l'attività di impresa genera un effetto.

Gli amministratori devono pertanto gestire l'azienda con lo stesso impegno e la stessa autorità di un'azienda tradizionale sia nella valutazione delle performance economico-finanziarie, sia nella performance qualitative e nel raggiungimento degli obiettivi di beneficio comune dichiarati nello statuto.

Essi se da un lato trovano un'espansione dei loro doveri, che ove inadempiti comportano sanzioni civilistiche come avviene per le classiche società profit.

Dall'altro incorrono anche in un rafforzamento della tutela che permette loro di svolgere le pratiche necessarie, per ottenere gli impatti positivi di tutela sociale e ambientale, come avviene per le aziende no profit, previsti nello statuto della società benefit.

⁴² Senato della Repubblica, XVII legislatura, disegno di legge, n. 1882, *Disposizioni per la diffusione di società che perseguono il duplice scopo di lucro e di beneficio comune*, 17 aprile 2015.

Anche nel quinto articolo si è deciso di seguire la traccia dettata dalle Benefit Corporation Statunitensi, prevedendo una relazione annuale sull'attività di beneficio comune, che ricalca lo stile del benefit report annuale previsto per le sorelle americane:

“Ai fini di cui alla presente legge, la società benefit redige annualmente una relazione concernente il perseguimento del beneficio comune, da allegare al bilancio societario e che include: a) 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; b) la valutazione dell'impatto generato utilizzando lo standard di valutazione esterno con caratteristiche descritte nell'allegato A e che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato B; c) una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

2. La relazione annuale è pubblicata nel sito internet della società, qualora esistente. A tutela dei soggetti beneficiari, taluni dati finanziari della relazione possono essere omessi.⁴³”

La disposizione di legge vuole pertanto garantire la trasparenza dell'operato delle società benefit.

La società è quindi tenuta a redigere annualmente una relazione attinente al perseguimento del beneficio comune.

Essa deve altresì essere allegata al bilancio societario e includere la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuate dagli amministratori

⁴³ Senato della Repubblica, XVII legislatura, disegno di legge, n. 1882, *Disposizioni per la diffusione di società che perseguono il duplice scopo di lucro e di beneficio comune*, 17 aprile 2015.

per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato ed una valutazione dell'impatto generato utilizzando uno standard di valutazione esterno che comprende specifiche aree di valutazione:

- 1) Governo d'impresa: per valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società.
- 2) Lavoratori: per valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro.
- 3) Altri portatori d'interesse, per valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura-
- 4) Ambiente, per valutare gli impatti della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.

È qui che sorge la prima differenza con quanto previsto invece nella legislazione federale statunitense.

Infatti se per le Benefit Corporation americane non vi è un ente principale verso il quale rivolgersi per lo standard di valutazione esterno (o di terze parti),

esistendo infatti diverse organizzazioni che sono accreditate come organismi che possono emettere lo standard di valutazione.

Per le società benefit italiane, se pur non previsto un ente o organizzazione specifica “lo standard deve essere sviluppato da un ente che non è controllato dalla società benefit o collegato con la stessa”, risulta essere chiaro il riferimento implicito al B. Impact Assessment previsto da B. Lab.

La relazione deve essere infine resa pubblica e inserita nel sito della società.

Anche l’ultimo articolo della legge, segna una differenza con il modello legislativo statunitense:

“1. La società benefit che non persegua le finalità di beneficio comune è soggetta 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.

2. L’Autorità garante della concorrenza e del mercato svolge i compiti e le attività di cui al comma 1, nei limiti delle risorse disponibili e senza nuovi o maggiori oneri a carico dei soggetti vigilati.⁴⁴”

Qui viene infatti affidata all’Autorità garante della concorrenza e del mercato o Antitrust, preposta alla tutela della concorrenza e con la funzione di garantire il corretto funzionamento del mercato in modo che agli operatori economici sia consentito di accedervi liberamente e di competere con pari opportunità, l’onere di vigilare sul corretto comportamento delle società benefit, sanzionando quelle che, senza giustificato motivo e in modo reiterato, non perseguano le finalità di beneficio comune.

⁴⁴ Senato della Repubblica, XVII legislatura, disegno di legge, n. 1882, *Disposizioni per la diffusione di società che perseguono il duplice scopo di lucro e di beneficio comune*, 17 aprile 2015.

CAPITOLO III

A TU PER TU CON LE CERTIFIED B. CORP ITALIANE

Nelle pagine seguenti verrà affrontato il tema delle B. Corp. a tu per tu con tre delle tredici aziende italiane certificate benefit.

Vedremo le rilevanti differenze che intercorrono tra di esse, se osservate tramite i tradizionali aspetti di settore di mercato, dimensione e storia, ma al tempo stesso emergerà con forza il profondo senso comune dell'essere un'azienda for benefit nel DNA.

Saranno pertanto proposte le interviste realizzate con la partecipazione delle aziende Olio Carli, D-Orbit e Nativa, imprese di primo piano nel panorama italiano ed europeo delle Certified Benefit Corporation, che ci permetteranno di risalire alle motivazioni che hanno spinto tali aziende ad affacciarsi nel mondo delle B. Corp.

Nata nel cuore della Liguria all'inizio del secolo scorso, Fratelli Carli è un'azienda, che da poco ha festeggiato i cento anni di vita, un dato sicuramente rilevante considerando che in Italia su all'incirca sei milioni di aziende attive quelle ultracentenarie sono solo lo 0,036% per un numero poco superiore alle duemila unità.

Questa longevità è stata frutto del lavoro di una famiglia, che ha saputo tramandare di generazione in generazione, la passione per la coltivazione dell'olio di oliva, per altro prodotto simbolo della cultura e della tradizione mediterranea.

L'idea di base sulla quale fondare la loro longevità è stata quella di creare delle forti relazioni con i propri fornitori, con duecento produttori d'olio di oliva di

fiducia con i quali ha definito un nuovo livello di qualità in termini di salubrità di contenuti organolettici e di sapore ma non solo, con la partecipazione dei propri fornitori stanno creando un nuovo standard di qualità relativo all'uso dell'energia nella coltivazione dell'olio (acqua, elettricità ecc.), con cui tutti gli altri produttori dovranno cimentarsi nel futuro.

“Vogliamo essere un punto di riferimento nella diffusione della tradizione gastronomica e della cultura mediterranea, senza alcun compromesso su etica e qualità, nel rispetto dell'ambiente e delle persone”

Questo ha permesso oggi all'azienda Fratelli Carli di produrre cinque diversi olii di oliva distribuiti tramite vendita diretta “porta a porta” mediante centoventicinque consegnatari e contando quasi trecento dipendenti (di cui il 40% donne) per un fatturato di 150 milioni di euro

Così alla domanda su come è nata l'idea di divenire una B. Corp i responsabili hanno risposto:

<<Nel 2014 siamo stati la prima realtà produttiva italiana a diventare ufficialmente una Benefit Corporation ma, in realtà, ci sentiamo di dire che lo siamo sempre stati.

Da più di un secolo siamo al centro della grande tradizione del Mediterraneo.

Da questa storia abbiamo imparato l'importanza della cultura del territorio, la passione per la qualità, il rispetto per i nostri Clienti e per il lavoro che genera valore concreto e rende il mondo un po' migliore.

Ecco perché ci siamo sempre sentiti una Benefit Corporation e perché abbiamo intrapreso con convinzione questo nuovo percorso che ci consentirà di esserlo sempre di più e sempre meglio.>>

Con queste parole si evidenzia perfettamente il profondo legame che intercorre tra l'azienda Fratelli Carli e il modello delle B Corp, che ha portato l'azienda ad intraprendere il percorso di certificazione.

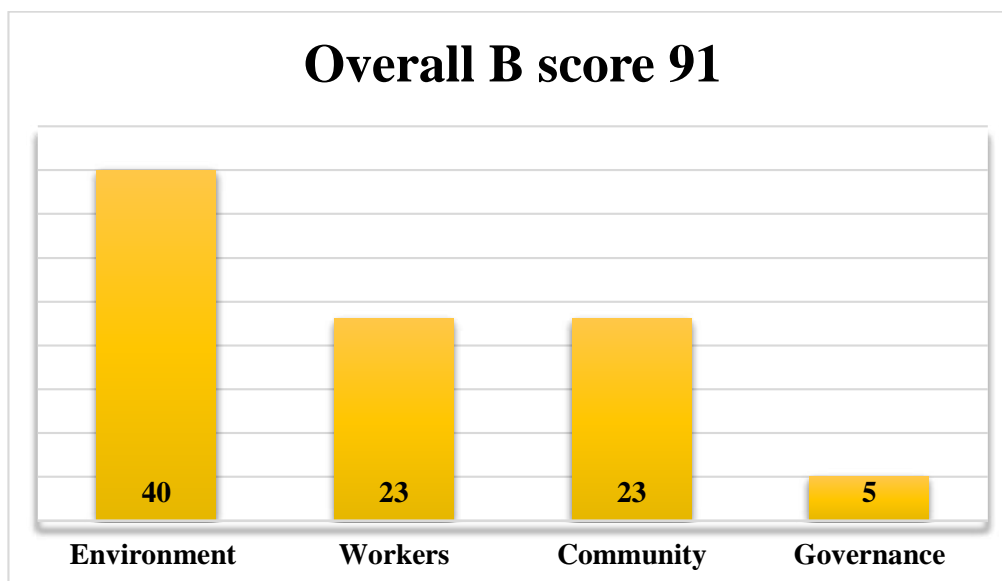


Figura 21: Overall B score dell'azienda Fratelli Carli.

Certificazione che come evidenzia la società racchiude delle caratteristiche che l'impresa ricercava da tempo e che rappresentano il cambiamento che il mercato e in particolar modo i consumatori oggi richiedono alle varie aziende:

<<Oggi ci si aspetta che un'azienda sia attenta alla sostenibilità, che metta al centro della propria attività produttiva le esigenze delle persone e del pianeta. Ma anche quando questo impegno è portato avanti con serietà e convinzione, come nel nostro caso, non è facile "certificarlo" e comunicarlo all'esterno. Le Benefit Corporation hanno risposto pienamente a questa esigenza: B Lab infatti, non prende in considerazione un prodotto, un materiale, un processo ma l'azienda nella sua interezza, valutandone, in tutti gli ambiti, le performance in tema di sostenibilità.>>

<< Quindi quali benefici vi aspettavate dal diventare una B Corp e quali avete effettivamente riscontrato?>>

<< In realtà non abbiamo intrapreso il cammino della certificazione per ragioni puramente commerciali, né avevamo previsto ritorni economici diretti. Sicuramente abbiamo riscontrato un forte impatto positivo sui nostri clienti e su quelli potenziali ed anche sull'apprezzamento e la conoscenza del nostro marchio.

Inoltre, sebbene sia una voce difficilmente inquadrabile nelle colonne di un bilancio aziendale, abbiamo potuto verificare come la sostenibilità produca spesso un risparmio di risorse e un indubbio beneficio economico, a conferma della tesi sostenuta da Robert Shiller, Nobel per l'economia nel 2013 che afferma: *“Le Benefit Corporation sono aziende che hanno un doppio scopo e avranno risultati economici migliori di tutte le altre aziende”*.>>

<< Qual è stata la sorpresa più grande nel diventare B Corp?>>

<<Sapevamo che la procedura di certificazione sarebbe stata impegnativa ma non immaginavamo che sarebbe diventato uno strumento di crescita così coinvolgente.

Il poderoso percorso di valutazione ed i molteplici spunti di miglioramento che nascono da questa analisi hanno saputo coinvolgere, nel reperimento e nell'analisi dei dati prima e nel comune impegno di miglioramento poi, tutte le funzioni aziendali.>>

<< Normalmente, a tal proposito, si riscontra che coinvolgere i dipendenti in questi processi di certificazione risulta essere molto complesso, come avete affrontato il problema e come hanno reagito alla certificazione B Corp?>>

<<Tutti i dipendenti sono pienamente coinvolti nel percorso di sostenibilità aziendale: partecipano a specifici corsi di aggiornamento periodici e sono costantemente informati su ogni iniziativa, attraverso una newsletter semestrale

ed una sezione dedicata sul portale aziendale. Ma non solo, i nostri collaboratori svolgono anche un ruolo attivo proponendo costantemente i loro suggerimenti al Comitato di Sostenibilità.

La certificazione B Corp si è inserita perfettamente in questo percorso, ed è stata vissuta come un autorevole riconoscimento degli impegni presi e dei risultati raggiunti. >>

Vorrei concludere parlando del vostro Benefit Report in quanto possiede delle caratteristiche molto particolari?>>

<<Il Benefit Report Fratelli Carli è il primo del suo genere in Europa. Abbiamo deciso di non servirci degli standard classici dei Sustainability Report ma di utilizzare un linguaggio semplice, non riservato agli addetti ai lavori, che sapesse parlare con chiarezza ad un pubblico molto più ampio di quello solitamente interessato a queste pubblicazioni e, soprattutto, ai nostri clienti.

Nessun grafico complicato, quindi, ma pochi e chiari numeri che offrono un quadro immediato delle azioni intraprese e dei risultati raggiunti nei diversi ambiti di lavoro, senza dimenticare gli impegni per il futuro di cui daremo certamente conto nel Benefit Report 2016-2017.>>

3.1 Le Benefit Corporation secondo D-Orbit.

Classificata fra le 100 aziende più innovative al mondo, D-Orbit viene fondata a Milano nel 2011 da Luca Rossetini e Renato Panesi e nel breve periodo di quattro anni, grazie ad un investimento globale erogato da Fondi di Investimento italiani per un valore complessivo, ad oggi, di circa 2.2 milioni di euro, l'impresa entra con decisione nel panorama internazionale.

"Il nostro obiettivo è portare avanti i nostri rendimenti per gli azionisti attraverso la crescita globale, e l'innovazione per lo spazio", l'ambizioso obiettivo che Luca

Rossettini propone per la propria impresa viene realizzato attraverso un meticoloso lavoro svolto sui detriti spaziali.

Questi infatti rappresentano una grossa limitazione allo sviluppo di espansione dell'uomo, considerando che il nostro pianeta vede all'incirca 6000 satelliti circolare intorno alla sua orbita di cui l'85% è rappresentato da quelli non più operativi che si muovono incontrollati ad altissima velocità.

A questi occorre aggiungere la presenza di centinaia di milioni di frammenti di rifiuti spaziali orbitanti intorno la terra che possono danneggiare gravemente i satelliti e addirittura in alcuni casi deviarne la rotta.

Considerando infine che le previsioni sul mercato aereospaziale vedono nei prossimi anni lanci programmati per all'incirca 1.200 nuovi satelliti risulta quanto mai innovativa ed urgente la soluzione di mitigazione del fenomeno dei detriti spaziali intorno alla Terra.

<< Il nostro intento è quello di portare i principi di sostenibilità strategica anche nel settore spaziale. Lo spazio è un altro ambiente dove l'essere umano sta facendo business, come l'aria l'acqua e la terra, e riteniamo che sia altrettanto importante allo stesso livello degli altri. Questo perché in futuro lo spazio acquisterà sempre più importanza, le attività del genere umano si espanderanno al di fuori dell'atmosfera e se creiamo delle condizioni in questo ambiente, tali per cui ci venga preclusa la possibilità di fare business e svolgere attività, potremmo quindi impedire una possibilità di espansione del genere umano.

Lo facciamo applicando un framework denominato "The Natural Step Framework", una NGO ossia una no profit internazionale che si occupa di portare enti ed aziende, tipicamente multinazionali, ad andare verso percorsi di sostenibilità strategica, aumentando il proprio vantaggio competitivo, i propri profitti e riducendo i costi. Non salviamo gli alberi ma salviamo la società ed in

conseguenza gli alberi saranno salvati. Questo framework è molto completo, semplice ed interessante possiede diversi tools che possono essere utilizzati, ad esempio l'impresa Nativa svolge consulenza al fine di adattare proprio questo framework ad altre realtà.>>

Come evidenziato dal founder Rossetini, lo spazio deve essere quindi considerato come un altro ambiente naturale dove l'uomo sta portando il proprio business e come gli altri meritevole di attenzione e protezione.

Pertanto D-Orbit ha deciso di lavorare attivamente al fine di garantire la possibilità di preservazione dello spazio e dell'attività di espansione dell'uomo ideando e sviluppando un dispositivo di decommissioning da installare a bordo dei satelliti prima del lancio in orbita e in grado rimuoverli in modo sicuro e controllato a fine vita e mitigando in questo modo l'incombente problema dei detriti spaziali.

Risulta pertanto evidente la natura sostenibile dell'attività dell'impresa italiana, primo passo e per il momento unica soluzione disponibile al problema dell'inquinamento spaziale, elemento cardine che ha spinto D-Orbit verso una certificazione come impresa B. Corp.

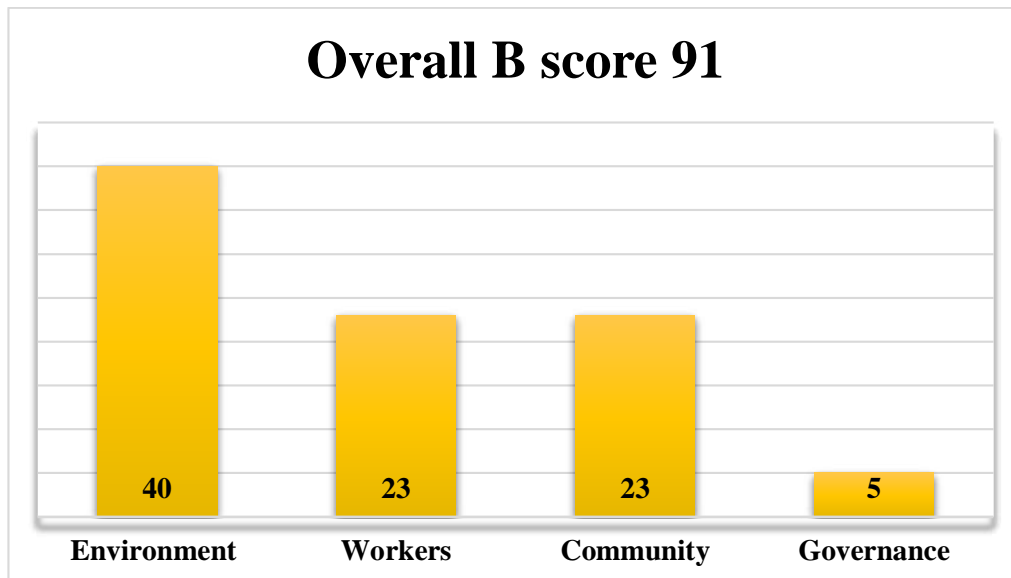


Figura 22: Overall B score azienda D-Orbit.

Pertanto è risultato spontaneo chiedere a Luca Rossetini su cosa è effettivamente basato il benefit report di D-Orbit:

<<Le linee guida sono quelle che vengono spiegate durante la fase di certificazione B-Corp e che accogliamo pienamente. Gli aspetti su cui puntiamo al momento sono un modo diverso di lavorare all'interno dell'azienda, più incline a quelle che sono le esigenze delle persone che ci lavorano, forzando al limite quelli che sono i vincoli contrattuali del nostro paese e continuare a spingere a livello di business e a livello di settore del mercato, sull'importanza di fare business con una Vision che includa requisiti e principi di sostenibilità.>>

<< Quindi quali vantaggi o elementi di criticità si sono riscontrati nel processo che ha portato l'impresa ad essere un'azienda certificata B Corp?>>

<<Oggi si parla di for benefit corporation come se si parlasse di una nicchia di mercato, in realtà sto vedendo che il trend di costituzione di nuove società, sta andando verso imprese che hanno tutte un impatto sociale molto forte, in cui i manager credono fortemente non solo di dover generare profitto, ma anche di dover generare vantaggi per la società in cui l'azienda opera.

In futuro a mio parere non esisteranno società non for benefit e questo lo trovo logico in quanto prima o poi, se una società basa il proprio profitto solo sul soddisfacimento dei propri interessi, in breve tempo arriverà qualcuno a bussare alla porta di questa società impedendole di svolgere tali attività, mentre una B-Corp difficilmente potrebbe trovarsi in una situazione di questo tipo. Dato quindi per assunto che in futuro tutte le aziende saranno molto simili alle Benefit Corporation sicuramente essere tra i primi ha dei vantaggi in fatto di comunicazione.

Non si può parlare di vantaggi economici diretti, ma di vantaggi indiretti, come l'essere più attraente per le persone. La nostra azienda infatti ha del personale che è stato scelto perché essi hanno esplicitamente cercato l'azienda D-Orbit, al fine di lavorare per una società che fa del bene ai propri dipendenti, alla società e collettività in cui è inserita ed ha uno scopo sociale che non è volto solamente al profitto.

Questo è un vantaggio notevole perché la ricerca di talenti non è mai facile ed infine anche se personalmente noi ancora di questo non abbiamo utilizzato, si stanno creando dei fondi di investimento specifici per investire in aziende di questo tipo e questo in futuro dovrebbe aiutare anche la crescita di aziende come la nostra.

Per quanto riguarda le criticità non le vedo, vi è ancora qualche barriera psicologica, occorre essere molto chiari nella descrizione dell'azienda perché vi è un alto rischio di essere associati alle no profit, e le no profit soprattutto in Italia hanno una reputazione molto bassa in ambito di business.

Una criticità che vedo potrebbe essere legata al concetto di certificazione anziché costituzione. È vero che in Italia è stata approvata in senato la legge delle B-Corp e stiamo andando verso una strutturazione diversa a livello legale e

societario, ma al momento esiste solo questa certificazione, che come tutte le certificazioni si basa su un modello di business che costa molto di più al crescere della società.

Ma per fortuna in Italia vi è una legge che sta per divenire realtà e sarà possibile divenire una B-Corp con o senza certificazione.>>

<<L'idea che circola ampiamente fra gli addetti ai lavori, in ambito delle Benefit Corporation è che il fenomeno peraltro in rapida crescita, possa portare alla generazione di un nuovo settore economico, un "quarto settore" nel mercato?>>

<<Per rispondere a questa domanda, io credo che il primo settore sparirà e lascerà il posto a quello che lei definisce "quarto settore". In realtà non c'è differenza in termini di capacità di successo e di soddisfacimento degli azionisti tra for benefit e for profit. Quindi di fatto le for benefit vanno pesantemente a sovrapporsi sulle no profit.

Per un fatto di elementi costitutivi di business arriveranno ad avere costi di funzionamento più bassi, vantaggi competitivi, risposte da parte dei clienti della società molto più positivi andando a cancellare di fatto quello che è il concetto di for profit.

Mi aspetto quindi che in futuro non vi sarà più differenza, oggi quello che chiamiamo for benefit, domani sarà un nuovo termine che sostituirà quello di profit.>>

<<In Italia siamo pronti a sostenere una Benefit Corporation a livello statutario o le imprese italiane non sono ancora predisposte da questo punto di vista?>>

<<Le società non sono pronte per il semplice fatto che non conoscono questo modello, non se ne parla da nessuna parte e c'è bisogno soprattutto a livello

universitario di mettere a conoscenza gli studenti, che esistono forme societarie diverse da quelle canoniche, molto più evolute, migliori sotto certi punti di vista. È importante fare quindi un grosso lavoro di comunicazione per rendere le società italiane consapevoli dell'esistenza di questo modello. Credo che molte persone all'interno del mondo imprenditoriale italiano sarebbe d'accordo nel trasformare le società in B Corp.

L'Italia altresì a mio modo di vedere è un paese strano molto difficile sotto certi punti di vista, ma anche un paese con molte risorse in termini di innovazione.

Siamo infatti stati i primi su tantissime cose, siamo un paese minuscolo conosciuto in tutto il mondo e adorato da tutti. È importante che in Italia passi questa legge perché quello che fa l'Italia viene percepito nel mondo come un qualcosa di cool, un qualcosa di bello e di interessante. Faremo il possibile per tale motivo per dare una mano al senatore perché questo si possa realizzare.>>

3.2 La visione di Nativa.

Partner di B Lab ed espressione del nuovo paradigma economico delle società for benefit Nativa ha nelle sue attività che mirano a creare un impatto positivo sulle persone e la biosfera, aiutando le aziende a incorporare nel loro DNA i principi di evoluzione sostenibile, creando nuove aziende, prodotti e servizi che siano rigenerativi “by design”, l'essenza delle Benefit Corporation.

Nativa è la prima Certified B Corporation in Italia e una delle prime al mondo. Fondata proprio sulla scia delle Benefit Corporation americane incorpora applica e aiuta a diffondere le metodologie di innovazione di The Natural Step, una ONG internazionale che dal 1989 è leader nella ricerca e implementazione di strategie di sostenibilità nelle aziende.

La sua visione è semplice e dirompente allo stesso tempo: contribuire a creare un futuro in cui tutte le attività economiche siano condotte nel pieno rispetto delle persone e del pianeta⁴⁵, “lo scopo ultimo di Nativa è la felicità di tutti quanti ne facciano parte, sia come soci sia in altri ruoli, attraverso un impegno motivante e soddisfacente in un’attività imprenditoriale di successo”.

Anna Cogo, Benefit Unit Officer così definisce il modello di funzionamento di Nativa.

<<Al momento della fondazione di Nativa i soci si sono ispirati al modello delle Benefit Corporation proprio per redigerne lo statuo, così lo scopo sociale di Nativa è che tutti coloro che ne facciano parte siano felici, attraverso un modello di business che ha lo scopo d far evolvere la società verso una sostenibilità.

Per tale motivo lo scopo sociale principali non è quello tipico ed unico della divisione del profitto, ma è questo scopo più alto. Da qui è anche nata l’idea di collaborare con il senato insieme ad alcuni giuristi ed avvocati per portare in Italia questa nuova forma giuridica, attraverso la proposta di legge che è stata approvata.

Il modello di funzionamento di Nativa è quello di aiutare le aziende a trasformarsi, in modo tale da svolgere le proprie attività di business, inventando prodotti e servizi, che non diventino domani un problema, cioè che siano già innovativi in ottica di sostenibilità che non creino problemi né oggi e che né in futuro.”

La collaborazione con il Senato per la redazione della legge sulle Benefit Corporation italiane nasce dalla propensione dell’impresa a svolgere non solo

⁴⁵ CSr Piemonte: Benefit Corporation, Nuove possibilità di fare impresa tra profit e non profit. 2015.

attività di consulenza strategica, lavorando al fianco dei vertici di alcune importanti aziende italiane e internazionali aiutando ad inventare e impiegare nuovi modi di operare che risolvano i problemi di oggi senza crearne altri per il futuro, ma anche nella divulgazione sin dalla propria nascita in decine di convegni, conferenze e attraverso i mass media i temi relativi alle Benefit Corporation.

Questa proattività nel 2013 è stata premiata da B Lab che ha reso Nativa prima “Ambassador” e poi “Italian Partner” e primo punto di riferimento per le aziende italiane sul tema delle Benefit Corporation e successivamente Nativa è divenuta collaboratrice nell’elaborazione e redazione del disegno di legge sulle Benefit Corporation italiane.

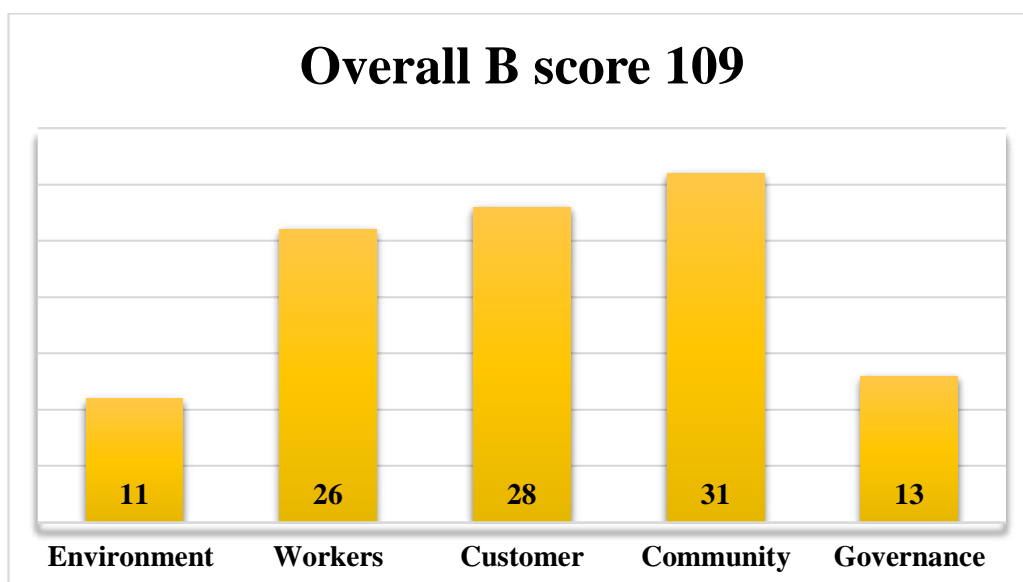


Figura 23: Overall B score azienda Nativa.

<<Siete stati la prima imprese italiana che si è certificata B. corp, quali sono stati gli elementi di vantaggio o le criticità che si sono riscontrati in questa certificazione?>>

<<È complicato per noi parlare di svantaggi, Nativa infatti come impresa ha scelto ed importato questo modello di Benefit corporation. Per tale motivo abbiamo infatti riscontrato solo opportunità in questa scelta sia per noi, che per il paese.

Le difficoltà sono state legate più ad elementi come la compilazione dell'assessment, difficoltà comunque relative al comprendere ciò che ci veniva chiesto nella certificazione e a calarsi nel contesto.

Avendo però già la Benefit Corporation nel nostro DNA, non siamo infatti un'azienda che si sta trasformando in benefit corporation ma siamo nati già con questo spirito, per noi non è mai esistita una difficoltà o svantaggio.>>

<<Il fenomeno delle Benefit corporation è un fenomeno in rapida crescita, secondo voi queste Benefit corporation potrebbe portare alla generazione di un nuovo settore economico una sorta di “quarto settore” oltre a quello profit, non profit e pubblico?>>

<<Esiste il for profit puro e ad ogni costo ed abbiamo sempre pensato che fosse l'unico modello di business contrapposto al non profit.

Noi di Nativa invece siamo convinti che il mondo for profit stia evolvendo proprio attraverso le Benefit Corporation.

Esistono infatti tantissime realtà anche molto giovani, come delle start-up, che decidono di avere un certo tipo di business di impatto già sotto quest'ottica, cercano di sganciarsi dalla classica produzione, perché si rendono conto che questo provocherà dei danni sia al loro futuro che a quello dei propri figli.

Ora non sappiamo se le Benefit Corporation andranno a formare un quarto settore o un'evoluzione del mondo profit, ma sappiamo che il business tende a cambiare, solo 100 anni fa il modello di business più diffuso era basato sulla schiavitù, era normale che un'azienda avesse i propri "schiavi", nessuno lo riteneva una cosa sbagliata, poi per fortuna il business si è evoluto, esistono ancora oggi in alcuni paesi delle gravi situazioni di sfruttamento, ma questo è da tutti fortemente condannato, così allo stesso modo noi pensiamo che tra 20 50 o 100 anni sarà inconcepibile trovare, o pensare che fossero esistite aziende che facevano profitto, creando dei danni alle persone e all'ambiente.

Creando quindi delle esternalità negative che qualcun altro avrebbe sanato e non contabilizzandole nemmeno nel proprio bilancio.

Per noi questa sarà una vera e propria evoluzione del business. >>

<<Molte imprese italiane stanno provando ad effettuare la certificazione B Corp. ma per via dei loro modelli di funzionamento, non riescono a superare i requisiti richiesti per tale certificazione. Alla luce di questo, ritenete che le imprese italiane non siano ancora pronte per ottenere questa certificazione?>>

<<Crediamo che non sia corretto pensare in termini di italiano, francese o americano, le Benefit Corporation oggi sono un'eccellenza e non è facile essere l'eccellenza, non basta essere buone aziende.

Sicuramente è più facile diventare B. Corp o nascere come B.corp, se produci un prodotto o servizio, scegliendo con attenzione una certa catena di fornitura, un certo ingrediente biologico rispetto ad uno tradizionale o scegliendo di assumere delle persone che generalmente nessuno vorrebbe mai assumere.

Sono tanti i modelli di business che possono avere un impatto positivo, in questo caso parliamo di eccellenza, quindi di imprenditori illuminati che hanno ben chiaro come voler fare i loro prodotti o servizi.

Per alcune aziende risulta difficile perché hanno eseguito degli investimenti premiando una certa catena di fornitura, che magari punta ad esternalizzare il lavoro che essi avevano in Italia, approvvigionandosi ad esempio tramite un sub-contratto in Bangladesh, di cui magari non si sa nulla o molto poco.

Quindi richiede molto impegno per alcune aziende per altre invece potrebbe succedere di non essere nemmeno a conoscenza del fatto che se provassero a fare l'assessment richiesto per la certificazione scoprirebbero di essere molto vicine al suo superamento.

Per tale motivo non parlerei di Italiano, ma di eccellenza. Superare la soglia di 80 punti necessari per ottenere la certificazione è presupposto per chi fa la differenza per qualcuno. E quindi l'eccellenza viene premiata solo quando è vera eccellenza.>>

3.3 Le altre imprese italiane certificate B Corp.

A conclusione di questo capitolo ritengo opportuno citare anche le altre aziende che insieme a Nativa, Fratelli Carli e D-Orbit compongono il mosaico delle Benefit Corporation italiane.

- 1) Equilibrium: start up italiana fondata a Vicenza nel 2011, opera nel settore della bioedilizia, e delle soluzioni per l'efficienza energetica, proponendosi come “modello di impresa a prova di futuro⁴⁶.” L'azienda infatti mira alla creazione di un valore sostenibile attraverso la riduzione dei consumi energetici degli edifici sia attraverso il miglioramento del comfort abitativo.

⁴⁶ <<www.equilibrium-bioedilizia.it>>

Tutto ciò è reso possibile attraverso dei sistemi di costruzione e di isolamento naturale brevettati Biomattone® e Natural Beton® composti a base di calce e canapa con un impatto ambientale prossimo allo zero.

- 2) Treedom: è un'azienda Toscana fondata nel 2010 che offre soluzioni innovative di green marketing e sostenibilità alle aziende attraverso la partecipazione a progetti di riforestazione. L'impresa come definiscono gli stessi creatori “permette a chiunque di contribuire affinché un nuovo albero sia piantato nel mondo, attraverso un sito web trasparente ed interattivo. È come un'adozione a distanza di un albero⁴⁷”. Pertanto un semplice albero diventa in questo modo uno strumento di interazione e al tempo stesso di coinvolgimento. Attraverso questa proposta quanto mai singolare Treedom riesce a combinare un approccio smart e divertente alla sostenibilità trascinandolo in campagne di riforestazione sia aziende che privati.
- 3) Habitech-Energy and Environment District: è il Distretto Tecnologico Trentino per l'energia e l'ambiente, una realtà composta da circa 300 fra università, laboratori, enti di ricerca, imprese ed agenzie pubbliche, per un totale di 8.000 addetti e un volume d'affari generato di circa 1,5 miliardi di euro che opera per integrare il know-how favorendo la simbiosi tra le diverse esperienze ed agevolando la sperimentazione di nuove combinazioni di conoscenza e tecnologie. “Crediamo nella sostenibilità intesa come modo di approcciare i problemi globali, l'impresa, la persona: andiamo oltre un'impostazione puramente economica ed imprenditoriale, guardando allo sviluppo locale come strumento strategico per offrire ai nostri soci e clienti i migliori servizi e le capacità per affrontare le sfide di oggi e di domani.⁴⁸”

⁴⁷ <<www.treedom.net>>

⁴⁸ <<www.bcorporation.eu>>

Habitech favorisce così in ambito dell'edilizia un polo di eccellenza nazionale di innovazione e sostenibilità.

- 4) Little Genius International: è una scuola internazionale alternativa nata a Roma nel 2005, che nel 2014 ha ottenuto la certificazione come B Corp. “Mira a fornire un’istruzione di alta qualità a bambini da 2 anni e mezzo sino ad 11 anni, volta ad enfatizzare e incoraggiare l’analisi critica, il pensiero creativo, l’opportunità e la libertà di pensiero, iniziando o migliorando la lingua inglese nei bambini a qualsiasi livello.⁴⁹” L’idea è stata quella di fare innovazione sia nel settore educativo, creando un metodo unico a livello globale denominato ICE® Infinite Child Evolution e al tempo stesso avviare un’azienda etica nei rapporti con i clienti, fornitori dipendenti e collaboratori connessa con il contesto sociale e ambientale del territorio in cui opera.
- 5) Cometech: nasce nel 2008 ed è un’azienda specializzata nella progettazione e sviluppo di programmi di cardio protezione affiancando il cliente dalla progettazione alla realizzazione. L’impresa ha ideato e promosso: “l’iniziativa SAVEyourLIFE con lo scopo di diffondere la cultura e la prevenzione sull’arresto cardiaco improvviso (AC) al fine di creare una rete capillare di punti d’emergenza di Defibrillatori Automatici Esterni (DAE), in modo da ridurre il tempo d’intervento e aumentare così la percentuale di sopravvivenza di persone colpite da arresto cardiaco improvviso⁵⁰”.
- 6) Mondora: è un’azienda valtellinese di Information Technology (IT), fondata nel 2002 e prima azienda di IT in Europa ad ottenere la certificazione di B Corp. La missione che si propone l’azienda è quella di promuovere attivamente le persone prima che la tecnologia nel campo dell'Information

⁴⁹ <<www.littlegenius.it>>

⁵⁰ <<www.cometech.it>>

Technology, con l'obiettivo di ispirare attraverso la tecnologia ed i processi i clienti e più in generale le persone vadano al di là dell'essenzialità del proprio business, "Fate solo l'essenziale per il vostro business e spendete i vostri soldi per qualcosa di migliore."⁵¹

- 7) Dermophysiologique: Fondata nel 1989 nel Nord Italia con la missione di essere azienda leader nella cosmesi professionale, ottiene nel 2015 la certificazione B Corporation.

La spinta decisiva verso la certificazione anche in questo caso avviene per via della linea di pensiero che l'azienda si propone di seguire.

Infatti l'azienda ritiene che una migliore comprensione e soddisfazione delle esigenze dei consumatori e l'uso consapevole e rispettoso dell'ambiente saranno una combinazione in grado di fare la differenza nel futuro, e che le imprese finanziariamente di successo e al tempo stesso rispettose dell'ambiente e con una considerazione consapevole della comunità possono e devono coesistere. "Dermophysiologique in quanto B Corp. certificata ambisce ad essere non solo la migliore azienda dell'Estetica Professionale al mondo, ma la migliore Azienda per L'estetica Professionale per il mondo"⁵².

- 8) Focus Lab: è una delle organizzazioni fondate sul concetto di CSR, offrendo servizi di consulenza su progetti di Competitività Sostenibile e Innovazione Sociale per enti pubblici, imprese e mondo no-profit, che ha deciso di ampliare questo elemento sottoponendosi alla certificazione di B Corp, ottenuta nel marzo del 2016.

⁵¹ <<www.bcorporation.eu>>

⁵² <<www.dermophysiologique.it>>

Come organizzazione Focus Lab, è parte integrante di un contesto locale e globale direttamente e indirettamente, una responsabilità sociale, economica e ambientale e per tale motivo mira a “svolgere un ruolo responsabile per una economia sana e di qualità, per un ambiente sostenibile, per una società “aperta”, innovativa, equa nelle opportunità e dialogante, essere parte attiva di processi di cambiamento e di innovazione e privilegiare la qualità alla quantità⁵³”.

- 9) NWG Energia: viene fondata a Prato nel 2014 con l'obiettivo statutario di fornire energia prodotta esclusivamente da fonti rinnovabili per le famiglie e le aziende italiane.

“Siamo convinti che sia il momento giusto per svincolarsi dalle fonti energetiche fossili, estremamente dannose per il nostro ecosistema, per passare definitivamente a forme di energia pulita e rispettosa del pianeta che abitiamo...Crediamo che un mondo più pulito sia realmente possibile, oltre che auspicabile. Perseguiamo questo obiettivo ogni giorno con costanza e tenacia, per noi adulti ma soprattutto per assicurare un futuro migliore e più sereno alle generazioni future.⁵⁴”

NWG Energia vuole quindi dare una vera e propria scelta, per chi si sente fautore non solo del proprio destino ma anche di quello delle generazioni future, di consumare solo da fonti di energia rinnovabile creando un beneficio ambientale a lungo termine per il pianeta.

Ponendosi inoltre l'obiettivo di sensibilizzare i cittadini, attraverso la promozione di diverse attività, sull'importanza di decisioni quotidiane di semplici azioni come accendere la luce o ricaricare il telefono cellulare, che

⁵³ <<www.focus-lab.it>>

⁵⁴ <<www.nwgenergia.it>>

se ben effettuate permettono di risparmiare una quantità considerevole di energia.

Così per tutti questi motivi e per le varie attività promosse nel 2016 NWG energia diviene una B Corp. con uno dei più alti livelli di overall italiani di 115 punti.

- 10) Tweegs infine così come la precedente aziende detiene un overall di certificazione B Corp. molto elevato di 118 punti.

Tweegs ha sviluppato una piattaforma online che promuove e semplifica i metodi e le soluzioni della ristrutturazione edilizia eco-compatibili.

Gli attori della piattaforma sono gli stessi clienti, professionisti, artigiani e produttori.

Il cliente sceglie professionista vicino per realizzare il suo intervento, al tempo stesso si attiva un circolo di contatti, una sorta di lavoro in squadra, anche fra lo stesso professionista e i produttori e gli artigiani locali al fine di richiedere aiuto e collaborazione una cosiddetta "pianificazione integrata", al fine di ridurre i costi e i tempi di realizzazione.

In questo modo Tweegs rende la ristrutturazione edilizia più semplice, accorcia la catena di fornitura facendo entrare in contatto diverse comunità professionali.

In questo modo si creano nuove opportunità di lavoro rivolte a persone che meritano una possibilità, e semplificano la diffusione di pratiche e soluzioni eco-compatibili.

Il risultato è un settore più equo e trasparente di costruzione per tutti.⁵⁵

⁵⁵ <<www.bcorporation.eu>>

Conclusioni

Questa tesi è stata pensata come un viaggio all'interno del pianeta delle Benefit Corporation, un mondo poco conosciuto e ancora tutto da scoprire che racchiude in sé grandissime potenzialità a livello economico, sociale ed ambientale.

Non c'è dubbio infatti della portata rivoluzionaria che un simile modello imprenditoriale porta in dote.

Il business delle Benefit Corporation sembra infatti essere riuscito a superare la dicotomia fra impresa profit e no profit, vero e proprio monolite invalicabile dell'economia, tramite l'applicazione del concetto "che si può essere impresa efficiente sotto il profilo economico anche dando priorità all'ambiente, le persone e più in generale la comunità con cui l'azienda entra in contatto".

Questa capacità delle Benefit Corporation sta portando molti economisti ad affermare che in breve tempo questo modello di business potrebbe andare a sovrapporsi al concetto di impresa profit, sovrapposizione che nel caso estremo potrebbe segnare la fine del classico modello imprenditoriale orientato unicamente verso il profitto.

È altrettanto vero che per i più sostenere la scomparsa del settore profit potrebbe sembrare un'affermazione alquanto pretenziosa e irrealistica, ma al tempo stesso occorre precisare che in effetti l'analisi del modello for benefit fa emergere alcuni elementi che permettono una riflessione in tal senso.

Possiamo infatti notare che non solo non vi è differenza in termini di capacità di successo e di soddisfacimento degli azionisti tra for benefit e for profit, ma anche che le aziende certificate presentano elementi di efficienza molto più alti non solo di imprese "puramente for profit", ma anche nei confronti di imprese già specializzate in un'ottica di responsabilità sociale.

L'analisi evidenzia inoltre come le Benefit Corporation presentano un'alta capacità di attrazione delle attuali generazioni, i cosiddetti "Millennials, che vedono in questa nuova forma di impresa una realizzazione delle proprie idee, volte principalmente a preferire l'accesso e il consumo di beni e servizi ad alto contenuto sociale e ambientale; questo si collega anche ad un'elevata attrazione di capitali di investimento che rivolgono sempre più la loro attenzione verso aziende che aderiscono al concetto di sostenibilità aziendale.

A questi elementi occorre aggiungere anche l'avvento di una conoscenza comune sempre più approfondita e attenta al sociale e alla tutela ambientale che obbliga le imprese alla massima trasparenza, perché in grado di riconoscere comportamenti poco sostenibili e di sanzionarli.

Altro elemento interessante che emerge dallo studio di questo modello di business è che a differenza di altre tipologie imprenditoriali le Benefit Corporation presentano la capacità di attrarre una eterogeneità di aziende che decidono di aderire al nuovo modello di impresa intravedendo le grandi potenzialità in termini di risultati economici.

Quindi considerando tutti questi aspetti e come anche evidenziato dal premio Nobel per l'economia Robert Shiller "*Le Benefit Corporation avranno risultati economici migliori di tutte le altre aziende*", l'affermazione di una sovrapposizione con il modello profit potrebbe diventare più di una semplice idea affascinante e stimolante.

A questo punto potrebbe venire spontaneo chiedersi se il movimento delle Benefit Corporation che già negli Stati Uniti sta avendo un'importante espansione riuscirà ad attecchire anche nel panorama imprenditoriale italiano.

Effettuare una tale previsione non è facile ma è comunque vero che nel nostro paese c'è una forte cultura d'impresa che spesso presenta anche un profondo

legame con il territorio in cui essa opera che è a sua volta uno degli elementi fondamentali per divenire una Benefit Corporation.

L'Italia è altresì un paese da sempre preposto ad assorbire in maniera repentina iniziative che riguardano la tutela sociale ed ambientale, si pensi ad esempio alla legislazione in tale ambito da sempre molto più restrittiva e attenta che negli altri paesi dell'unione e del mondo.

La consapevolezza di andare oltre la legislazione imposta è quindi una prerogativa presente anche all'interno delle stesse aziende italiane consapevoli del fatto che in questo nuovo modello economico che si sta andando a sviluppare l'abbracciare volontariamente aspetti sociali e ambientali è essenziale per uno sviluppo aziendale orientato verso un lungo periodo.

Tuttavia anche in questo caso si potrebbe obiettare che le imprese italiane adottanti il modello di corporate social responsibility vanno già in contro a tali esigenze.

Vero, come è altrettanto vero che la responsabilità sociale d'impresa non è esente però da alcuni aspetti negativi che spesso ostacolano la sua corretta realizzazione.

Questo avviene principalmente per via del fatto che i vantaggi che essa presenta non sono immediati ma si prospettano in un'ottica di lungo periodo, sfiduciando spesso il management nell'intraprendere tali decisioni, o come più comunemente avviene rivelandosi una strategia di business rischiosa, se ne fa uso unicamente, ed in particolar modo in Italia ancora troppo spesso, come mero strumento di marketing catalogabile nel più ampio contesto del "greenwashing".

Il modello Benefit grazie alla capacità di armonizzare le finalità economiche con quelle sociali, sembra proiettato a superare queste situazioni rendendo il modello imprenditoriale più stabile ed efficiente.

Importante a mio avviso è anche sottolineare che la presenza di una legge volta ad ordinare il business delle Benefit Corporation, non solo incentiva il management a prendere decisioni sostenibili, ma diviene fondamentale se consideriamo che potremmo trovarci per la prima volta di fronte ad un fenomeno imprenditoriale che potrà essere regolamentato e quindi applicato con modalità analoghe a livello globale, un'opportunità per rendere trasversale un movimento così innovativo e sostenibile.

In tal senso l'Italia, se il modello dell'impresa Benefit continuerà con questo trend potrebbe ritrovarsi presto come il Paese pioniere di un schema di business che cambierà il modo di concepire il paradigma economico dell'impresa for profit.

INDICE DELLE FIGURE

Figura 1: Crescita dell'impronta ecologica globale, dati e grafico forniti dal WWF, Living Planet Report 2014.	12
Figura 2: Stati USA, in cui è stata approvata la legge sulle Benefit Corporation e in cui è in via di approvazione; (Fonte NATIVA).....	32
Figura 3: Crescita delle Benefit Corporation dal 2008 ad oggi.....	46
Figura 4: Settori in cui operano le B. Corp.....	47
Figura 5: Tipologia di domanda a risposta multipla contenuta nel B. Impact Assessment.....	49
Figura 6: Sezione dell'assessment relativa alla voce ambiente.....	50
Figura 7: Sezione dell'assessment relativa alla voce lavoratori.	51
Figura 8: Sezione dell'assessment relativa alla voce clienti.	51
Figura 9: Sezione dell'assessment relativa alla voce comunità.	52
Figura 10: Sezione dell'assessment relativa alla voce governance.....	52
Figura 11: Dichiarazione di Interdipendenza.....	55
Figura 12: Percentuali generali a confronto sulla categoria relativa alla comunità.	59
Figura 13: Confronto nelle varie sezioni della categoria relativa alla comunità.	59
Figura 14: Percentuali generali a confronto sulla categoria relativa ai lavoratori.	60
Figura 15: Confronto nelle varie sezioni della categoria relativa ai lavoratori.	61
Figura 16: Percentuali generali a confronto sulla categoria relativa all'ambiente	62
Figura 17: Confronto nelle varie sezioni della categoria relativa all'ambiente.	62
Figura 18: Percentuali generali a confronto sulla categoria relativa alla governance.	63
Figura 19: Confronto nelle varie sezioni della categoria relativa alla governance.	64
Figura 20: Comparazione punteggi medi totali ottenuti nell'assessment.	65
Figura 21: Overall B score dell'azienda Fratelli Carli.	75
Figura 22: Overall B score azienda D-Orbit.	80
Figura 23: Overall B score azienda Nativa.....	85

BIBLIOGRAFIA

- Papa Francesco, Laudato sì, enciclica sulla cura della casa comune, 2015.
- WCED,1987.
- Carlo Alberto Pratesi, il cibo perfetto dilemmi e certezze della sostenibilità alimentare, 2015.
- L'impronta ecologica e l'analisi della biocapacità come indicatori di sostenibilità per le Aree Geografiche Sub-nazionali: raccomandazioni, Rapporto Finale 27 agosto 2001.
- Jeremy Rifkin, La società a costo marginale zero, 2014.
- "Libro Verde. Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese". COM (2001) 366 definitivo, 18 luglio 2001.
- Andrea Francesconi, Comunicare il valore dell'azienda non profit, 2007.
- Carlo Borzaga, Luca Fazi, azione volontaria e processi di trasformazione del settore no profit, 2001.
- Carlo Borzaga, l'impresa sociale.
- Il Sole 24 ore, Benefit corporation, la sostenibilità entra nel business, 13 dicembre, 2015.
- CSR Piemonte, Benefit Corporation, Nuove possibilità di fare impresa tra profit e non profit, 2015.
- Maryland Benefit Corporation How-To-Guide: Incorporating as a Benefit Corporation Step-by-Step, October 2013.
- The Vermont Statutes Online, Title 11A: Vermont Business Corporations, Chapter 021: Benefit Corporations, §21.10
- www.legislature.vermont.gov/statutes/section/11A/021/00021.14
- Bruno Maia Franceschetti, Verso un'azienda sociale ibrida e meno not for profit, pag.87, 2015.
- www.benefitcorp.net/businesses/why-become-benefit-corp
- Ernst and Young, Global Survey of Institutional Investors: Tomorrow's Investment Rules 2.0 Emerging risk and stranded assets have investors looking for more from nonfinancial reporting, 2015.
- Deloitte, Big demands and high expectations, The Deloitte Millennial Survey, January, 2014.
- Christopher Marquis, Andrew Klaber, Bobbi Thomason, harvard business school: b lab: building a new sector of the economy, 2010.
- B Corporation Annual Report, 2009.
- www.benefitcorp.net/businesses/benefit-corporations-and-certified-b-corps
- www.wired.it/economia/business/2016/01/19/societa-benefit/
- www.bimpactassessment.net/how-it-works/frequently-asked-questions/the-verification-proces
- www.bcorporation.net/become-a-b-corp/how-to-become-a-b-corp/make-it-official
- Senato della Repubblica, XVII legislatura, disegno di legge, n. 1882, Disposizioni per la diffusione di società che perseguono il duplice scopo di lucro e di beneficio comune, 17 aprile 2015.
- www.futuroquotidiano.com
- www.equilibrium-bioedilizia.it
- www.treedom.net
- www.littlegenius.it
- www.cometech.it
- www.dermophysiologique.it
- www.focus-lab.it

- <https://www.bcorporation.eu/>
- www.nwgenergia.it
- Giovanni Castellani, Dario De Rossi, Andrea Rampa Roma, Le società benefit, La nuova prospettiva di una Corporate Social Responsibility con Commitment 15 maggio 2016
- Maximilian Martin, Come rendere appetibile l'Impact Investing, Working Papers a cura di Impact Economy Vol. 4.
- Etica News - intervista/119-Paolo Di Cesare, Società Benefit, garanzia per il futuro, 20 gennaio 2016.
- WWF, Living Planet Report 2014.
- Heerad Sabeti, Harvard Business Review, The For-Benefit Enterprise A fourth sector of the economy is emerging, with the power to transform the course of capitalism. november 2011.
- Christopher Marquis, Andrew Klaber, Bobbi Thomason, B Lab: Building a New Sector of the Economy, Harvard Business School, september 2011.