

# L'Italia scopre le società benefit

*Siamo il secondo Paese al mondo ad avere una legge per le imprese che per statuto cercano il bene comune (se non lo fanno l'Antitrust le multa)*

**ANDREA DI TURI**  
 MILANO

**S**e il buongiorno si vede dal mattino, potrebbe prepararsi un avvenire importante per le società benefit appena introdotte nel nostro ordinamento, da molti considerate l'ultima frontiera della responsabilità sociale d'impresa. Una frontiera, tra l'altro, dove il nostro Paese si posiziona all'avanguardia a livello internazionale, essendo il primo dopo gli Stati Uniti ad aver riconosciuto per legge le "benefit corporation": imprese che pongono fra le finalità statutarie non solo il legittimo perseguimento di risultati economici positivi, ma anche quello di un impatto positivo sulla comunità. Accettando di farsi misurare e valutare su questo aspetto.

A lasciar intuire che la società benefit potrebbe incontrare grande favore in Italia, e forse anche rapidamente, è quanto emerso nel partecipatissimo incontro svoltosi nei giorni scorsi a Milano, organizzato da Fondazione Eni Enrico Mattei, Aiccon (il centro studi dell'Università di Bologna sull'economia sociale) e *Vita magazine*. Al quale è intervenuto lo stesso senatore Mauro Del Barba,

promotore dell'emendamento approvato nell'ultima legge di Stabilità con cui l'Italia ha appunto dato alle società benefit (sb) veste legale.

L'intenzione del legislatore è stata quella di costruire una norma snella, agile da applicare, capace di liberare energie possibilmente in tempi rapidi e, in particolare, di andare nella direzione di una sorta di "modifica genetica" dell'impresa, non più votata unicamente alla massimizzazione del profitto. La norma richiede che le finalità di beneficio comune perseguite dall'impresa siano infatti indicate nell'oggetto sociale; che le società benefit siano amministrate bilanciando l'interesse dei soci con quello degli altri portatori d'interesse, o stakeholder (lavoratori, clienti e fornitori, pubblica amministrazione, società civile); e che, insieme al bilancio d'esercizio, le società benefit producano una relazione annuale nella quale dev'essere inclusa una valutazione dell'impatto generato, effettuata utilizzando uno standard di un ente terzo che prenda in considerazione la governance d'impresa, i lavoratori, gli altri portatori d'interesse, l'ambiente. Chi non fa quanto dichiara, per intendersi, è soggetto alle disposizioni previste dall'Authority per la concorrenza in materia di pubblicità ingannevole e codice del consumo.

Partite una decina di anni fa negli Stati Uniti, dove opera l'ente certificatore non profit B Lab, le B Corp sono oggi oltre 1.600, presenti in quasi 50 Paesi, ma sono più di 40mila quelle che hanno affrontato il percorso di valutazione che può sfociare nella certificazione. «Le B Corp non sono per tutti, ma per chi vuol essere leader nella sostenibilità e nell'innovazione», ha detto Marcello Palazzi, co-fondatore di B Lab Europe, che ha annunciato che a marzo il movimento B Lab, dopo Usa, Europa, Sud America e Australia, metterà radici anche in Asia. Ci sono poi 31 Stati americani che, come ha fatto ora l'Italia, hanno riconosciuto le benefit corporation per legge. «Ma una legge, anche innovativa, non basta - ha spiegato il sociologo Aldo Bonomi -, occorre accompagnare i processi. Facendo sì che possano contaminare i tanti capitalismi biodiversi che esistono in Italia. Nella consapevolezza che oggi per l'impresa la questione reputazionale è un problema di mercato». In questo senso è interessante il fatto che «ci sono cooperative che stanno pensando a trasformarsi in società benefit», ha affermato Stefano Granata, presidente di Gruppo Cgm (la più grande rete di imprese sociali in Italia). Quasi a dire che la norma sulle società benefit sembra aver colto un'esigenza diffusa e trasversale: quella di sviluppare un'economia ibrida, oltre la distinzione profit-non profit, ma soprattutto inclusiva e sostenibile.



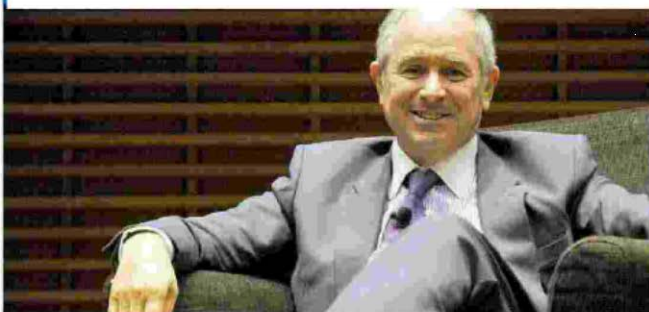
**Partite dieci anni fa negli Stati Uniti, le B Corporation da gennaio sono una realtà anche nel nostro Paese**

## Il passo avanti

Il modo di fare impresa da poco inquadrato nella legge di Stabilità non prevede più una distinzione dei piani di responsabilità sociale e di obiettivi economici: tutto si tiene e si integra in un'unica forma di azienda tradizionale che però si obbliga a perseguire il benessere delle comunità in cui opera

### IL MANAGER DA 810 MILIONI DI DOLLARI

Stephen Schwarzman, amministratore delegato e socio-fondatore di Blackstone, colosso americano degli investimenti che gestisce oltre 336 miliardi di dollari, si è premiato per i buoni risultati del 2015 (3,8 miliardi di utili) con un compenso veramente formidabile: 89,5 milioni di dollari di salario, 645 milioni in dividendi, 65,5 milioni per gli investimenti nei suoi fondi e 10,8 milioni di "tax benefit". In totale il suo incasso annuale ammonta così a 810,6 milioni di dollari, cifra di poco inferiore al Pil dello Stato africano del Gambia. Che però ha quasi 2 milioni di abitanti...



### da sapere

#### Le nuove "Sb" e le loro regole

Sono i commi tra il 376 e il 382 della legge di Stabilità del 2016 ad avere introdotto anche in Italia le società benefit, imprese che, spiega la norma «nell'esercizio di una attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse». Le finalità della società benefit sono indicate specificatamente nell'oggetto sociale e vengono perseguite attraverso una gestione che bilanci l'interesse dei soci con quello di coloro sui quali l'attività sociale possa avere un impatto: lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile. Ogni anno l'azienda - che può introdurre la dicitura "Società benefit" alla sua denominazione sociale - deve redigere la relazione sul suo lavoro per il perseguimento degli obiettivi di beneficio comune, da allegare al bilancio. Il mancato perseguimento di quelle finalità è soggetto alle norme che riguardano la pubblicità ingannevole e al codice del consumo, con la responsabilità di vigilanza affidata all'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

