ANALISI

# Società Benefit e B-Corp in Italia: facts & figures



Condividi questo articolo

**Le principali caratteristiche delle Società Benefit e delle B Corp con una analisi del quadro normativo e una visione dei vantaggi e degli adempimenti derivanti dall'acquisizione dello status di Società Benefit e dalla scelta di diventare una società certificata B Corp.**

Pubblicato il 27 Apr 2022

Marco Seregni

Sophie Bertoletto

* *

In un mondo degli affari storicamente in continua evoluzione, le presenti sfide globali – dai cambiamenti climatici alle crisi sanitarie – spingono le imprese a **ripensare il proprio modo di operare**, non solamente in relazione agli aspetti finanziari. In questo contesto, sembra che il ruolo primario degli azionisti venga messo in discussione: in alcune realtà, infatti, l'obiettivo è divenuto di soddisfare le aspettative di altri portatori di interessi, promuovendo lo **sviluppo sostenibile** e creando valore per la società.

Il concetto di **sviluppo sostenibile** è stato introdotto nel rapporto Brundtland del 1987, che lo definisce come "*uno sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere le capacità delle generazioni future di soddisfare i propri*" ("Report della Commissione Mondiale sull'ambiente e lo sviluppo: Our Common Future", United Nations 1987).

Di conseguenza, i concetti di responsabilità sociale di impresa,

sostenibilità aziendale e condotta d'impresa responsabile si sono impadroniti del dibattito in diversi ambiti, portando le imprese a garantire maggiore trasparenza nei confronti di tutti gli stakeholder rilevanti. Tuttavia, nonostante la vasta letteratura in materia di responsabilità sociale di impresa, non esiste ad oggi una definizione o un quadro giuridico consolidato a livello globale.

La commissione Europea ha dichiarato che per RSI (*Responsabilità sociale d'impresa*) s'intende "l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate." (Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale europeo "Il partenariato per la crescita e l'occupazione: fare dell'Europa un polo di eccellenza in materia di responsabilità sociale delle imprese"). Parimenti, **manca una fonte giuridica** che definisca le imprese sostenibili o socialmente responsabili.

Questo fenomeno si è via via affermato nel mondo degli affari, e ha portato nel **2006** alla fondazione dell'ente no-profit **B-Lab**, quale organo creatore e promotore della certificazione "**B Corporation**" per le aziende mission-driven che, se certificate, diventano appunto "B-Corp". Sulla scia di questo movimento, nel **2010** il **Maryland** è divenuto il primo Stato a introdurre una legge che riconosce la "**Benefit Corporation**" quale forma giuridica che può essere assunta da una società. Ha fatto seguito nel **2015** il **nostro Paese**, che ha approvato una legge istitutiva di un nuovo tipo di organizzazione

sociale denominato **Società Benefit ("SB")**. A fronte di tale intervento normativo, l'Italia si è affermata come il precursore in Europa di questo trend, nonché quale primo paese al mondo ad adottare legalmente questo nuovo *modello di business* su tutto il territorio nazionale. La comunità imprenditoriale italiana pare aver accolto con entusiasmo e interesse la novità: a riprova, circa 100 SB sono state registrate nel primo anno successivo all'entrata in vigore della legge.

A questi due esempi hanno fatto seguito altre giurisdizioni. Oggi, ove permesso dalla normativa nazionale, sempre più imprese stanno acquisendo la forma di Benefit Corporation. Parimenti, il numero di società che cercano assistenza da B-Lab per ottenere la certificazione e diventare B-Corp è in costante aumento. A titolo di esempio, oltre 170 società francesi hanno, ad oggi, ottenuto la certificazione B-Corp, mentre sono circa 40 le società tedesche certificate.

Al fine di comprendere meglio questo nuovo modello di business, il presente articolo delinea dapprima le caratteristiche di Società Benefit e B Corp, per poi analizzare il quadro normativo rilevante e la performance di alcune importanti Società Benefit italiane. Da ultimo, vengono illustrati i possibili vantaggi e svantaggi derivanti dall'acquisizione dello status di Società Benefit e/o dal divenire una società certificata B Corp.

## Indice degli argomenti


- **Benefit Corporation e B Corp**
- **Il quadro normativo in Italia**

- Analisi dei risultati: case study rilevanti
  - Performance economica
  - Performance sociale
- Performance ambientale
- Il Green Deal europeo indirizza le imprese verso la sostenibilità
- Un modello vincente per il futuro?

## Benefit Corporation e B Corp

Sia le società certificate B Corp sia le Società Benefit sono **aziende mission-driven** che, oltre a generare profitto, hanno come obiettivo la creazione di valore condiviso, mirando ad avere un **impatto positivo sulla società**.

WHITEPAPER

**Sfrutta l'identità digitale per accelerare l'onboarding e migliorare la relazione con i tuoi clienti**

# Dematerializzazione

# Marketing

Scopri di più!

Scarica il Whitepaper

Una società diventa **B Corp** dopo aver ottenuto la certificazione rilasciata da B Lab che attesta il livello di condotta responsabile dell'impresa. Nello specifico, B Lab ha messo a punto il **Benefit**

**Impact Assessment ("BIA")**, un questionario pensato per misurare l'impatto dell'azienda nel corso di un anno prendendo in considerazione cinque variabili: **lavoratori, clienti, ambiente, comunità e governance**. Il BIA è composto da 200 domande personalizzate in base alle caratteristiche specifiche di ogni azienda, alle attività quotidiane e al modello di business. Come risultato, alla società viene dato un punteggio complessivo su 200, con un punteggio minimo di 80 per acquisire il certificato B Corp. Attualmente, questo punteggio è stato raggiunto da quasi 5.000 B Corp in ben 77 paesi.

Diversamente dalla certificazione B Corp, quando si parla di **Benefit Corporation** si intende una **forma giuridica legalmente riconosciuta** che una società può assumere nel caso in cui persegua, tra le altre cose, finalità di beneficio comune. Comprensibilmente, la nozione di beneficio comune è ampia e spazia dalla creazione di posti di lavoro alla protezione dell'ambiente: le aziende, dunque, possono scegliere di perseguire una grande varietà di obiettivi, purché abbiano effetti positivi sulla comunità in cui operano e/o sull'ambiente. Di solito, in ogni caso, le Società Benefit adottano un approccio caratterizzato dall'attenzione a un **triplice fattore P: profitto, persone e pianeta**.

Dalla promulgazione della legge in Italia nel 2015 (Legge 28 Dicembre 2015, n.221,), si è assistito a un graduale aumento del numero di società italiane che diventano Società Benefit. Attualmente, ci sono oltre 1.000 Società Benefit in Italia, una cifra che è cresciuta ancora più rapidamente negli ultimi due anni (Nel

periodo tra marzo 2020 e aprile 2021, il numero di Società Benefit in Italia è quasi raddoppiato, passando da 511 a 926).

Anche se una società può decidere di diventare SB senza il bisogno di ottenere la certificazione B Corp, B Corp e Società Benefit non sono comunque due concetti completamente differenti. Infatti, il lavoro di B Lab include una collaborazione con governi e legislatori dei vari paesi per supportarli nell'introduzione di strumenti giuridici per le imprese mission-driven. B Lab ha anche stabilito dei requisiti specifici per i paesi con una normativa sulle Società Benefit. In Italia, per esempio, le aziende con meno di 50 dipendenti devono diventare una Società Benefit prima di ottenere la certificazione B Corp. Le aziende con 50 o più dipendenti, invece, devono assumere la forma di Società Benefit entro 2 anni dall'ottenimento della certificazione.

## Il quadro normativo in Italia

Il legislatore italiano è intervenuto a disciplinare le società Benefit con la Legge del 28 dicembre 2015, n. 208, c.d. Legge di stabilità 2016, all'art. 1, commi 376-384 e agli allegati 4-5.

In sintesi, le Società Benefit sono definite come società che, nell'esercizio di un'attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente (In linea con l'obiettivo di promuovere la crescita delle Società Benefit, il legislatore ha chiarito che qualsiasi società o cooperativa regolata dal Codice Civile, Libro V, Titolo V e VI può diventare una Società Benefit).

L'azione di una SB deve riflettersi su almeno uno di un numero significativo di soggetti/campi (Compresi gli individui, le comunità, l'ambiente, il patrimonio culturale e sociale, enti e associazioni, ecc.), mirando o alla creazione di effetti positivi o alla riduzione di quelli negativi.

Comprensibilmente, il legislatore impone un preciso **obbligo di rendicontazione ad ogni Società Benefit**, ed elenca negli allegati 4 e 5 della legge di stabilità quali siano le caratteristiche principali dello standard di valutazione esterno richiesto (Lo standard di valutazione esterno deve essere in particolare (i) esauriente nell'analisi, (ii) sviluppato da un ente che non è controllato dalla società benefit ed è credibile, (iii) trasparente) nonché le aree di valutazione (Le maggiori aree indicate sono: (i) grado di trasparenza e di responsabilità della società, (ii) rapporti coi lavoratori, (iii) rapporti con altri portatori d'interesse, (iv) ambiente). In pratica, le società hanno l'obbligo di **redigere una relazione annuale da allegare al bilancio societario** in cui vengono illustrate le specifiche azioni intraprese, il loro impatto e gli obiettivi futuri della Società Benefit.

È interessante notare come tale obbligo non soddisfi semplicemente esigenze di trasparenza, ma si intrecci anche con l'esercizio dei poteri di indagine e sanzionatori affidati all'**Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ("AGCM")**. Il potere di indagine dell'AGCM differenzia il sistema italiano dalla sua controparte statunitense, dove la mancanza di controllo governativo e le fragili misure volte a garantire l'accountability delle Società Benefit sono

state spesso oggetto di critiche (Mara Del Baldo (2019) Acting as a benefit corporation and a B Corp to responsibly pursue private and public benefits. The case of Paradisi Srl (Italy) page 6, si veda QUI ).

Viceversa, il ruolo dell'AGCM e le sanzioni nel quadro giuridico italiano si spiegano con i vantaggi competitivi che una Società Benefit potrebbe trarre sul mercato vis-à-vis altre società.

Da un punto di vista formale, le parole "Società Benefit" possono essere aggiunte accanto alla denominazione sociale. Inoltre, la stessa denominazione può essere riportata in qualsiasi titolo della Società Benefit, nella documentazione ufficiale e nella corrispondenza con i terzi. Da un punto di vista più sostanziale, l'analisi oggetto del presente contributo evidenzia come essere una SB – e poterlo mostrare sul mercato – sembra migliorare la performance aziendale sotto una varietà di aspetti.

In sintesi, per diventare SB, una società deve in primo luogo **modificare il proprio statuto o l'atto costitutivo**, includendo le finalità di beneficio comune che si intendono perseguire.

In secondo luogo, gli amministratori della società devono gestire la SB tenendo conto – accanto agli interessi degli azionisti – del perseguimento degli **obiettivi di beneficio comune** e delle aspettative degli altri portatori di interesse. A tal fine, ogni Società Benefit deve individuare uno o più soggetti responsabili a cui affidare tali compiti.

Da ultimo, ciascuna SB ha il dovere di pubblicare (solitamente sul sito web della società) una relazione annuale sulla propria attività, informando così contemporaneamente il pubblico, gli amministratori e gli azionisti.

Un'ultima chiosa sulla normativa italiana. Consapevole dei costi iniziali che potrebbero dissuadere le imprese dall'intraprendere il percorso per diventare Società Benefit, il legislatore italiano ha introdotto nel 2020 un **credito d'imposta che copre il 50% delle spese di costituzione o trasformazione in SB**. Il contributo è stato concesso anche per il 2021, ed è stato chiarito che il credito d'imposta ha un tetto massimo di 10.000 euro e potrà essere utilizzato in relazione a tutte le spese "notarili e di iscrizione nel registro delle imprese nonché' le spese inerenti all'assistenza professionale e alla consulenza sostenute e direttamente destinate alla costituzione o alla trasformazione in società benefit" (Decreto-legge 25 Maggio 2021 n. 73 – Art. 19 bis).

## Analisi dei risultati: case study rilevanti

Alla luce di quanto esposto sopra, è tempo di analizzare le relazioni annuali di impatto di **nove rinomate Società Benefit italiane**, relativamente alle loro performance economica, sociale e ambientale negli ultimi anni.

Le relazioni annuali d'impatto esaminate sono state redatte dalle seguenti società. Vengono altresì specificati il settore, la data di

trasformazione in SB e il punteggio ottenuto per la certificazione B Corp (ove presente):

· Yves Rocher Italia Srl (Cosmetica; SB dal 2021)

· Save the Duck SpA (Abbigliamento; SB dal 2019; BIA punteggio: 95/200)

· Nativa Srl (Services; SB dal 2019; BIA punteggio: 115.1/200)

· Illycaffè SpA (Bevande; SB dal 2019; BIA punteggio: 80.6/200)

24 Bottles Srl (Consumer products; SB dal 2020; BIA punteggio: 81.1/200)

· Antica Erboristeria SpA (Cosmetica; SB dal 2020; BIA punteggio: 100.4/200)

· Panino Giusto SpA (Alimentari; SB dal 2019; BIA punteggio: 87.1/200)

· Fratelli Carli SpA (Alimentari; SB dal 2019; BIA punteggio: 98.3/200)

· Danone SpA (Alimentari; SB dal 2020; BIA punteggio: 82/200)

La scelta tra oltre mille Società Benefit italiane non è stata semplice;

tanto meno farlo con un criterio statistico coerente. Alla fine, senza pretese di scientificità, si è optato per una combinazione di diversi fattori, dalla rappresentatività del settore ad alcuni esempi degni di nota (ad esempio, Nativa Srl è stata la prima Benefit Corporation in Europa e la prima società certificata B Corp in Italia). In ogni caso, le società scelte sono di medie e grandi dimensioni, il che ha aiutato in termini di livello di dettaglio e ampiezza delle relazioni d'impatto oggetto di analisi.

## Performance economica

Anche se non ci sono informazioni sufficienti per affermare che la performance economica di una società sia influenzata dalla decisione di diventare una SB, valutare gli indicatori economici delle SB è importante per dissipare la preoccupazione che diventare una SB significhi rinunciare a fare profitti.

Partendo da Illycaffè, nel 2019 l'impresa ha registrato una crescita del fatturato dell'11,9% rispetto al 2018, l'utile netto è aumentato del 5,2% raggiungendo 19 milioni di euro mentre l'indebitamento netto è sceso di 3 milioni di euro. Anche se il consiglio di amministrazione aveva previsto una frenata nella crescita nel 2020 a causa della pandemia, le cifre hanno continuato a essere positive.

Analizzando la performance finanziaria di Antica Erboristeria, emerge una crescita di 2 milioni di euro del fatturato annuo tra il 2019 e il 2020, con un aumento da 10 a 12 milioni di euro all'anno. Per quanto riguarda Fratelli Carli, l'azienda negli ultimi due anni ha

mantenuto un fatturato stabile nell'ordine dei 160 milioni di euro, ma ha quasi raddoppiato gli utili. Il costo per dipendente è rimasto costante, mentre i costi operativi sono calati di circa 8 milioni di euro. Coerentemente con una delle sue missioni, Fratelli Carli ha continuato a destinare più del 70% dei costi della sua catena di approvvigionamento a fornitori locali.

Yves Rocher ha chiuso il 2020 con una crescita significativa (11%) grazie alla sua rete di retail omnichannel, composta dai negozi che meglio hanno resistito alla pandemia, e dal social selling, in piena espansione con oltre 200.000 consulenti di bellezza in tutta Italia. Il loro obiettivo per il 2021 era quello di continuare ad aumentare questi risultati con una crescita a due cifre per il settimo anno consecutivo in termini di fatturato.

Nel 2019, Yves Rocher Italia ha distribuito il valore generato (circa 38 milioni di euro) come segue: circa il 70% ai fornitori, il 7% ai dipendenti e il 4% agli equity holders, mentre nessun dividendo è stato distribuito agli azionisti. Inoltre, un importo corrispondente a circa l'1% dei ricavi è stato donato (sotto forma di denaro o in natura) a numerosi enti e associazioni, per rafforzare e perseguire gli obiettivi espressi dai valori e dai principi rappresentati dal brand.

In conclusione, pur tenendo a mente il caveat riguardante la difficoltà di individuare una precisa relazione causa-effetto tra il diventare una Società Benefit e l'avere successo nel business, gli indicatori economici sopra riportati rassicurano almeno sul fatto che

intraprendere la strada della sostenibilità non significa abbandonare la crescita economica e i profitti. Anzi, la performance di queste società sembra confermare i numerosi studi a supporto del fatto che la domanda dei consumatori sta cambiando in favore di aziende che dimostrano un effettivo impegno sui temi della sostenibilità. Borin, N. et al. (2013), "An analysis of consumer reactions to green strategies", J. OF PRODUCT & BRAND MANAGEMENT, 2013, Vol. 22, No. 2, pp. 118-128 e Nidumolu R. et al., Why Sustainability Is Now the Key Driver of Innovation, HARVARD BUSINESS REV., 2009, pp. 57-64.

## Performance sociale

Diventando una SB, Illycaffè ha sperimentato un cambiamento positivo anche dal punto di vista degli aspetti sociali. Il suo tasso di assunzione (calcolato dividendo il numero di assunti/cessazioni per il numero totale di dipendenti) è leggermente aumentato dal 2018 al 2019, poiché il numero di persone assunte è salito da 308 a 353. Nel 2019, l'azienda ha ottenuto la certificazione ISO 45001 Occupational Health and Safety Management System, uno standard internazionale che ha lo scopo di migliorare la sicurezza dei dipendenti, ridurre i rischi in ambito lavorativo e creare condizioni di lavoro migliori e più sicure. Gli impatti di tale adozione sembrano positivi, dato che a fronte degli 11 infortuni sul lavoro occorsi nel 2018, il numero è sceso a 6 nel 2019 e non vi sono stati casi di malattie professionali.

Antica Erboristeria, invece, ha aumentato la percentuale di donne nel proprio organico dal 39% al 42,5% negli ultimi due anni. L'azienda si impegna a sensibilizzare le comunità e le imprese fuori dall'Italia e a

questo scopo ha organizzato diverse attività di formazione all'estero per un totale di 104 ore nel 2019 e 120 ore nel 2020.

Per quanto riguarda Fratelli Carli, il numero di dipendenti è passato da 359 nel 2019 a 373 nel 2020, il 90% dei quali con contratto a tempo indeterminato. Anche se nel consiglio di amministrazione c'è solo una donna su cinque membri, nell'organico complessivo le donne rappresentano la maggioranza. Nel 2020, su 614.952 ore lavorate, si sono verificati solo 2 infortuni sul lavoro. A partire dal 2020, Fratelli Carli ha inoltre iniziato a prendere nota del tempo medio di formazione per dipendente, e si impegna a farlo anche nei prossimi anni in modo da poter confrontare i dati. Infine, i reclami dei clienti legati alla privacy sono diminuiti, passando da 4 nel 2020 a 3 nel 2019.

Venendo a Danone, l'azienda si distingue per importanti politiche a sostegno della famiglia. Danone non solo offre benefici specifici per i genitori nei primi 1000 giorni di vita dei loro figli, concedendo sussidi economici e congedi parentali oltre i requisiti di legge e registrando nel 2020 un rientro al lavoro del 100% delle madri. In aggiunta, la società ha introdotto una Caregivers Policy e un programma che offre ai dipendenti che si prendono cura di un parente anziano l'opportunità di discutere con un esperto qualsiasi problema pratico, psicologico o legale. In riferimento all'impegno per la comunità, Danone ha appoggiato diverse organizzazioni di volontariato, come la "Mensa della Carità" a Milano e il "Banco Alimentare" della Regione Lombardia. Inoltre, Danone concede ai dipendenti permessi retribuiti

per attività di volontariato.

Rimanendo nel settore alimentare, anche Panino Giusto si è distinto in termini di sostenibilità sociale. Per quanto riguarda i dipendenti, l'azienda si caratterizza per un organico giovane e diversificato, con un'età media di 30 anni per gli uomini e 31 per le donne, il 30% di stranieri (con 36 diverse nazionalità) e un significativo 80% di donne in posizioni dirigenziali. La flessibilità e i benefit offerti dall'azienda sembrano essere apprezzati dai dipendenti, che nel 2020 hanno comunicato un tasso di coinvolgimento di 3,32 su 4 in termini di soddisfazione. Panino Giusto presta poi attenzione ai propri fornitori, e ha emesso un Codice di Condotta che richiede ai propri partner commerciali di rispettare la parità di genere, adottare politiche di non discriminazione e garantire la massima qualità dei prodotti utilizzati. È importante sottolineare che ogni grave violazione del Codice di Condotta può portare alla risoluzione del rapporto commerciale con il partner.

Dall'analisi dei dati della performance sociale di Save the Duck è possibile ricavare un quadro esaustivo. Al 31 dicembre 2019, l'azienda conta 54 dipendenti (32% in più rispetto all'anno precedente), il 78% dei quali sono donne (+35% rispetto al 2018). Per quanto riguarda i contratti di lavoro, il 93% dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato, a conferma dell'impegno della società a investire nelle proprie risorse umane in modo duraturo e a garantire stabilità nei rapporti di lavoro. I dipendenti assunti con contratti a tempo pieno rappresentano l'89% del totale (di cui il 75%

sono donne); i restanti hanno contratti part-time (di cui il 100% sono donne).

Sebbene il lavoro non comporti di per sé un alto livello di rischio per la salute e la sicurezza dei lavoratori, Save the Duck redige e aggiorna sistematicamente un Documento di Valutazione dei Rischi, da cui si desume che nel 2019 non sono stati registrati incidenti sul lavoro. In ottemperanza al Decreto Legislativo 9 aprile 2008, n. 81 (Testo Unico in materia di salute e sicurezza sul lavoro), la Società effettua una valutazione periodica dei rischi relativi alle attività aziendali e attua di conseguenza le misure preventive e/o protettive. Per garantire l'allineamento con i propri obiettivi sociali lungo tutta la catena di approvvigionamento, inoltre, Save the Duck richiede periodicamente audit esterni ai propri fornitori di primo e secondo livello. Nel 2018, sono stati eseguiti solo 12 audit e solo su fornitori di primo livello (92% del totale e che rappresentano il 99,7% della spesa). Nel 2019, sono stati monitorati 16 fornitori di primo livello (89% del totale, che rappresentano il 99,6% della spesa) e, per la prima volta, anche i fornitori di secondo livello sono stati incorporati nel processo di audit.

Durante il periodo di riferimento di 3 anni, tutti i fornitori che sottoposti agli audit hanno riportato un livello "accettabile" nelle tredici aree di performance. Inoltre, durante gli audit non sono emerse situazioni problematiche relative alla sicurezza sul lavoro e nessuno degli audit ha identificato fornitori "a rischio". Di conseguenza, nessun rapporto con i fornitori è stato interrotto.

## Performance ambientale

Nel 2019, Illycaffè ha registrato una spesa per la protezione ambientale di 670.000 euro, con un leggero aumento rispetto al 2018. L'acqua utilizzata presso i principali siti produttivi di Illycaffè nel 2019 è stata calcolata come inferiore del 25,5% rispetto al 2018, il che può essere facilmente attribuito alle rafforzate attività di monitoraggio, controllo e capacity building. Nel 2019, Illycaffè è riuscita a recuperare il 99,6% del totale dei rifiuti prodotti. Inoltre, non solo Illycaffè ha iniziato a produrre cialde di caffè bio senza uso di plastica, ma ha anche intensificato i suoi sforzi nell'Iperespresso Recycle Program per la raccolta di capsule usate negli Stati Uniti. Grazie all'iniziativa, nel 2019 sono state raccolte 1.513.700 capsule, con un aumento del 25,6% rispetto al 2018.

24 Bottles, i cui obiettivi commerciali si concentrano sulla protezione dell'ambiente ha fornito dati approfonditi sul proprio impatto ambientale. L'azienda ha stampato su ogni bottiglia la cifra – 0,08, che indica la quantità di CO2 emessa nell'atmosfera che si risparmia a ogni utilizzo della bottiglia al posto di un'alternativa di plastica monouso. Tuttavia, poiché i loro prodotti servono principalmente per l'uso esterno, 24Bottles ha sperimentato un calo nelle riduzioni di CO2 dal 2019 al 2020 a causa del Covid-19, che ha limitato quasi ogni tipo di attività esterna. In particolare, mentre nel 2019 vi è stato un risparmio di 27.590 tonnellate di emissioni di CO2, nel 2020 questa cifra è scesa a 19.600 tonnellate. In aggiunta, 24Bottles traccia in dettaglio le emissioni di CO2 causate dalle proprie attività

di produzione e trasporto, e le compensa piantando alberi attraverso la società Treedom Srl SB (che è altresì una società certificata B Corp). Sia nel 2019 che nel 2020 24Bottles ha rispettato il proprio impegno di raggiungere quota zero emissioni di carbonio.

Sebbene Fratelli Carli abbia iniziato a registrare alcuni dati sul consumo di materiali solo nel 2020, è stato possibile fare un confronto con il 2019 per quanto riguarda il consumo di energia. La buona notizia è che Fratelli Carli ha diminuito i suoi consumi complessivi, mentre ha aumentato la produzione di energia rinnovabile di oltre 15.000 kwh. Di contro, i consumi idrici sono rimasti stabili, ma con dati molto positivi (il saldo tra prelievo e rilascio dell'acqua è nell'ordine dei 2-3 litri). Per quanto riguarda la gestione dei rifiuti, mentre la quantità complessiva di rifiuti è diminuita da 7.914t a 7.114t, il recupero dei rifiuti è peggiorato, con un declino nel riciclaggio di materiali pericolosi nel 2020.

Infine, Panino Giusto dedica un'attenzione significativa alla riduzione dei rifiuti e a una catena di produzione sostenibile. Per quanto riguarda la prima, nel 2020 l'azienda ha scartato settimanalmente solo 4 panini su 11.000, ha utilizzato un imballaggio riciclabile al 90% e si è fatta rifornire di energia 100% rinnovabile da un'altra società certificata B Corp. Per quanto riguarda la seconda, l'impresa controlla le emissioni dei suoi fornitori e intende continuare a sviluppare una logistica a basso impatto ambientale, il che naturalmente fa la differenza per un'azienda che lavora abbondantemente con prodotti freschi e offre la consegna a

domicilio.

## Il Green Deal europeo indirizza le imprese verso la sostenibilità

Dato uno sguardo alle performance di alcune SB italiane, è ora utile ricordare che non solo gli Stati Uniti e l'Italia, ma anche altri paesi come la Colombia, l'Ecuador e il Canada hanno istituito delle leggi che riconoscono lo stato giuridico delle Benefit Corporation. Proposte legislative simili sono attualmente in discussione in Australia, Argentina e Cile.

Anche se non c'è **nessun paese europeo oltre l'Italia** che abbia riconosciuto questa forma giuridica d'impresa, una legge sulle Benefit Corporation non è l'unico strumento che potrebbe spingere le imprese ad adottare una condotta responsabile. L'Unione Europea ("UE") ha dato prova della sua volontà di incoraggiare le imprese ad adottare politiche sostenibili con varie iniziative. In primo luogo, nel 2019 la Commissione ha pubblicato una comunicazione che illustra un "**Green Deal europeo per l'Unione Europea e i suoi cittadini**".

Il Green Deal europeo è diventato la strategia di crescita per l'UE e ha come obiettivo la trasformazione dell'UE in una società giusta e prospera, dotata di un'economia moderna, efficiente sotto il profilo delle risorse e competitiva. In altre parole, una società che nel 2050 non genererà emissioni nette di gas a effetto serra, in cui l'ambiente e la salute dei cittadini europei siano protetti e in cui la crescita

economica sia raggiunta con l'uso più efficiente e sostenibile possibile delle risorse naturali. Il Green Deal mira anche a proteggere, conservare e migliorare il capitale naturale dell'UE e a proteggere la salute e il benessere dei cittadini dai rischi di natura ambientale. Per raggiungere questi obiettivi, si è ravvisata la necessità di trasformare le problematiche climatiche e le sfide ambientali in opportunità.

Altre priorità dell'UE includono la costruzione di un'economia che sia al servizio delle persone e il rafforzamento dell'economia sociale di mercato dell'UE, facendo in modo che questa sia pronta per il futuro e che fornisca stabilità, posti di lavoro, crescita e investimenti, senza lasciare indietro nessuno. Questi obiettivi sono particolarmente importanti considerando il grave impatto socioeconomico della crisi COVID-19 e la necessità di una ripresa sostenibile, inclusiva ed equa. Per porre in essere queste strategie, sono stati già adottati diversi strumenti giuridici come parte del "**Piano d'Azione dell'UE per la finanza sostenibile**" del marzo 2018 (Commissione Europea 2018, Piano d'azione per finanziare la crescita sostenibile, COM(2018) 97, 8 marzo 2018, p. 2), che comprende dieci azioni da intraprendere per: (i) favorire la canalizzazione degli investimenti finanziari verso un'economia maggiormente sostenibile; (ii) considerare la sostenibilità nelle procedure per la gestione dei rischi e (iii) rafforzare la trasparenza e gli investimenti di lungo periodo.

In generale, sono stati fatti numerosi sforzi legislativi a livello europeo volti ad **incentivare il comportamento responsabile delle**

**imprese** e ad assicurare la responsabilità delle imprese per i danni causati alle persone e all'ambiente. Direttiva 2014/95/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, recante modifica della direttiva 2013/34/UE per quanto riguarda la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte di talune imprese e di taluni gruppi di grandi dimensioni, Regolamento (UE) n. 995/2010 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 ottobre 2010, che stabilisce gli obblighi degli operatori che commercializzano legno e prodotti da esso derivati; Regolamento (UE) 2017/821 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 maggio 2017 che stabilisce obblighi in materia di dovere di diligenza nella catena di approvvigionamento per gli importatori dell'Unione di stagno, tantalio e tungsteno, dei loro minerali, e di oro, originari di zone di conflitto o ad alto rischio; Regolamento (UE) 2019/2088 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019 relativo all'informativa sulla sostenibilità nel settore dei servizi finanziari.

Inoltre, una direttiva sulla governance aziendale sostenibile è attualmente in discussione e sarà concepita per monitorare rigorosamente e con uno spettro più ampio la condotta responsabile delle imprese (Di recente, Il Consiglio ha preso posizione sulla proposta avanzata dalla Commissione Europea).

In conclusione, anche se una normativa a livello europeo sulle Società Benefit non è prevista nel prossimo futuro, l'UE si sta ambiziosamente impegnando a reindirizzare le attività delle imprese

verso un percorso sostenibile.

## Un modello vincente per il futuro?

In un mondo in profonda e rapidissima trasformazione, le forme giuridiche d'impresa sono rimaste praticamente immobili per decenni. È indispensabile una **evoluzione di tali forme** per rispondere alla crescente attenzione dei mercati alla sostenibilità, che sempre più porta altresì a interventi legislativi. Le Benefit Corporation sembrano rappresentare una valida risposta alle esigenze del nostro tempo. La forma giuridica della Società Benefit dà agli "impact investor" la certezza che un'azienda mantenga la promessa di perseguire la propria missione in modo sostenibile, aiutando ad attrarre capitali di impact investment.

Il modello Società Benefit è già stato adottato da **oltre 1000 aziende italiane**, e questo suggerisce che molte società l'hanno riconosciuto come strumento ottimale per implementare la stakeholder governance e essere pronte per affrontare le sfide presenti e future. In sintesi, diventare una B Corp certificata e/o una SB può portare a un'azienda **diversi vantaggi**; per elencarne alcuni:

- la denominazione "Certified B Corp" o lo status giuridico di "Società Benefit", che può creare un vantaggio competitivo in mercati dove i consumatori sono sempre più attenti alla responsabilità sociale d'impresa e alla sostenibilità;
- una Società Benefit è tenuta a perseguire solo gli obiettivi stabiliti

nello statuto e non può essere ritenuta responsabile di altri obblighi;

- il quadro normativo esistente permette di diventare una Società Benefit in modo abbastanza semplice e i costi possono essere in parte recuperati tramite crediti d'imposta;
- creare un network con altre imprese responsabili ed impegnate in percorsi di sostenibilità può offrire l'opportunità di condividere best practice e aumentare redditività e produttività.

Allo stesso tempo, il cammino verso la sostenibilità non è privo di ostacoli, poiché diventare una Società Benefit e/o una B Corp richiede investimenti iniziali e comporta ulteriori obblighi di reportistica/monitoraggio. Naturalmente, le aziende che intraprendono questa strada credono che l'investimento ripaghi nel lungo periodo e, più in generale, che un modo diverso di fare impresa sia possibile (H. Sabeti, The For-Benefit Enterprise, HARVARD BUSINESS REVIEW, November 2011, p. 1).

In conclusione, puntare sulla sostenibilità in Italia appare oggi più facile e le performance economiche, sociali e ambientali delle Società Benefit analizzate paiono confermare i vantaggi di tale scelta.

** **Al presente articolo ha anche collaborato Asli Deniz, ex intern di De Berti Jacchia**

WHITEPAPER

# Ripensare il performance management. Quali nuovi approcci possibili? Scopri l'app Feedback4You!

#️⃣ Risorse Umane/Organizzazione

#️⃣ Smart working

**Leggi l'informativa sulla privacy**

**Email**

Email aziendale

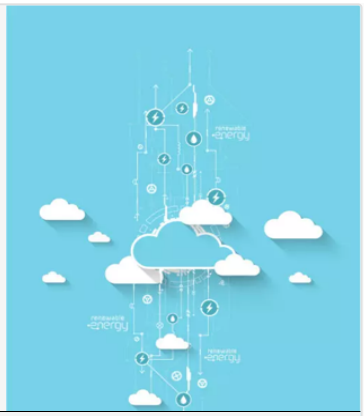
☐ **Consente l'invio di comunicazioni promozionali inerenti i prodotti e servizi di soggetti terzi rispetto alle Contitolari che appartengono al ramo manifatturiero, di servizi (in particolare ICT) e di commercio, con modalità di contatto automatizzate e tradizionali da parte dei terzi medesimi, a cui vengono comunicati i dati.**

SCARICA IL WHITEPAPER

@RIPRODUZIONE RISERVATA

25 Gennaio

## Risparmio energetico e sostenibilità dell'infrastruttura IT: le chiavi sono monitoraggio e ottimizzazione



Argomenti del webinar

Cloud | Efficienza energetica | sostenibilità

Inizia tra 12 gg 22 ore 51 min 20 sec

ISCRIVITI

White Paper

## Come generare profitto sostenibile: una guida pratica per i CFO

21 Dic 2022

Argomenti del whitepaper

CFO | ESG | sostenibilità | sviluppo sostenibile

Scaricalo gratis!

DOWNLOAD

# Argomenti trattati

Personaggi

M Marco Seregni

S Sophie Bertoletto

Aziende

D De Berti Jacchia

Approfondimenti

B best practice | C carbonio | C Corporate Social Responsibility | L logistica | N Normative | S sostenibilità | S Sviluppo sostenibile

## Articoli correlati

Sostenibilità

### ESG: tutto quello che c'è da sapere per orientarsi su Environmental, Social, Governance

30 Gen 2021

Eventi

### Opportunità e innovazione per l'ESG: verso una sostenibilità come vantaggio competitivo

20 Dic 2021

Industry 4.0 360 Summit

### Servitization, supply chain e procurement innovation al servizio di sostenibilità e ESG

20 Mar 2022

Water management

### Water management in Italia: verso una transizione "smart" e "circular"

10 Apr 2022