



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED
AZIENDALI "M. FANNO"**

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN ECONOMIA

**PROVA FINALE
"BENEFIT CORPORATION"**

RELATORE:

CH.MO PROF. PAOLO GUBITTA PhD

LAUREANDA: CHIARA MARIN

MATRICOLA N. 1088862

ANNO ACCADEMICO 2016 – 2017

Sommario

Abstract	3
1. Capitolo primo – le caratteristiche delle benefit corporations.....	4
1.1. Introduzione.....	4
1.2. cosa sono le società benefit?.....	4
1.3. evoluzione della responsabilità sociale.....	5
1.4. approfondimento della legge italiana.....	8
1.5. conclusioni.....	11
2. Capitolo secondo – creare e organizzare una società benefit.....	12
2.1. Introduzione.....	12
2.2. Doveri assunti dagli amministratori.....	12
2.3. La gestione del personale.....	15
2.4. Conclusioni.....	19
3. Capitolo terzo – perché essere una società benefit.....	20
3.1. Introduzione.....	20
3.2. vantaggi delle società benefit.....	20
3.3. Nativa S.r.l SB.....	21
3.4. Conclusioni.....	28
Riferimenti bibliografici.....	29

Abstract

Il presente elaborato ha lo scopo di presentare il modello delle Benefit Corporations, sviluppato negli Stati Uniti, e di approfondire in particolare la legislazione italiana riguardante le società benefit. Come sostenuto da Robert Shiller, Premio Nobel per l'Economia, "queste società hanno un doppio e avranno risultati economici migliori di tutte le altre aziende".

Per fare ciò, nel primo capitolo sono brevemente esplicitate le caratteristiche chiave delle società benefit per poi porre l'attenzione sulla storia e sulle motivazioni e i contesti in cui si è sviluppato questo modello, approfondendo perciò il tema della Responsabilità Sociale d'Impresa. L'argomentazione tratta poi alcuni dei commi della Legge di Stabilità del 2015, riguardanti i punti salienti delle società benefit in Italia facendo riferimento alla Circolare 19 del 20 giugno 2016.

Nel secondo capitolo viene conclusa la trattazione dei rimanenti commi della Legge di Stabilità italiana, riguardanti gli obblighi imposti agli amministratori e le responsabilità. Perciò saranno proposti anche gli allegati 4 e 5 della Legge di stabilità in cui si delineano con maggiore precisione i termini di valutazione dell'operato dei responsabili dell'impegno sociale. La seconda parte descrive brevemente i processi di entrata e di sviluppo del personale in generale per tutte le imprese ma evidenziando quali possono essere le problematiche e le soluzioni migliori nel caso delle società benefit.

Il terzo ed ultimo capitolo, dopo aver esplicitato i più importanti vantaggi delle società benefit, basati sulle relazioni delle prime società benefit italiane, andrà a presentare alcuni articoli tratti dallo statuto della società Nativa S.r.l SB, prima società benefit in Italia, in modo da fornire un esempio reale di quanto discusso nei capitoli precedenti e saranno poi elencate la maggior parte delle società benefit riconosciute attualmente in Italia per far comprendere come sia possibile implementare questo modello di impresa in tutti i principali settori del mercato economico.

1. Capitolo primo

Le caratteristiche delle benefit corporations

1.1. Introduzione

In questo primo capitolo andremo ad introdurre il fenomeno delle società benefit nate da qualche anno in Italia ma presenti come benefit corporations negli Stati Uniti già da diverso tempo.

Dopo una prima breve indicazione storica che permette di comprendere il contesto in cui ci muoviamo e in cui nascono le società americane, si sviluppa un approfondimento sulla responsabilità sociale d'impresa in quanto questa è il motore e la causa più probabile della nascita di queste società. La parte più corposa tratta la parte dalla Legge di Stabilità del 2015 riguardante le società benefit e le difficoltà incontrate non solo per introdurle ma anche nell'applicazione poi della normativa.

1.2. Cosa sono le società benefit?

Fin dalla nascita del capitalismo e poi in seguito con la rivoluzione industriale prendono importanza le industrie. Queste imprese sia di piccole che di grandi dimensioni portano un cambiamento radicale nel modo di vivere e lavorare di molte persone, sono alla base di numerose evoluzioni e scoperte non solo in campo tecnologico, sebbene siano le più importanti, ma anche nei settori tradizionali come agricoltura, artigianato, allevamento, tessitura. Viene ad instaurarsi un clima di fiducia nel futuro e nelle scoperte che portano un considerevole miglioramento nelle condizioni di vita in generale della popolazione ma parallelamente si sviluppa anche il suo sfruttamento per permettere alle industrie di mantenere il passo con le nuove scoperte.

Si manifestano sul mercato fin dal principio le imprese con scopo di lucro e quelle senza scopo di lucro; le prime appunto caratterizzate dallo scopo del guadagno sopra qualsiasi altro e le seconde invece dedite a scopi puramente sociali per il benessere della popolazione e del territorio. Questa dicotomia si mantiene intatta nel tempo tuttavia recentemente nasce una nuova forma di impresa la cosiddetta benefit corporation in quanto nasce e sviluppa le sue caratteristiche principali negli Stati Uniti. In Italia viene introdotta solamente nel gennaio 2016

con l'approvazione della Legge di Stabilità ma ancora oggi rimane l'unico caso presente nei Paesi dell'Europa.

Questa nuova forma può essere vista solamente come un ibrido tra le imprese for profit e non profit e invece si tratta piuttosto di un connubio delle due infatti queste nuove imprese perseguono un'attività che sia redditizia e inoltre uno scopo sociale. Questo scopo sociale viene definito dalla legge come beneficio comune cioè il perseguimento di uno o più obiettivi che generino effetti positivi su persone, ambiente, territorio, comunità, associazioni, portatori di interesse e deve essere iscritto come tale nello statuto della società stessa. Il beneficio comune può rispecchiarsi anche nello sviluppo della propria attività lucrativa ponendo rimedio ai danni sociali o ambientali che questa può generare. Queste finalità devono svolgersi in modo materiale, rispettando tre criteri chiave: sostenibilità, trasparenza e responsabilità. La gestione si prospetta piuttosto complessa in quanto deve sempre considerare l'equilibrio tra gli interessi dei soci e quelli della collettività, nonché rispettare la redditività dell'attività ma tenendo conto delle conseguenze che le diverse decisioni possono avere sui diversi stakeholders. Questa nuova forma di impresa permette agli imprenditori di perseguire un fine sociale e di far conoscere questa loro differenza al mercato. Già ad oggi le imprese for profit coprono diversi settori e sviluppano molteplici obiettivi sociali come eliminare l'emarginazione sociale dei poveri o ridurre l'impatto ambientale. Tuttavia questo modello fatica a nascere in numerosi Paesi, a volte per ignoranza degli imprenditori o per disinteresse ma altre volte per difficoltà burocratiche legate alla sua costituzione. Nonostante le difficoltà queste imprese sono in continuo aumento e probabilmente andranno presto a rappresentare il quarto settore dopo quelli di agricoltura, artigianato e commercio dando una formulazione completamente diversa anche all'idea stessa di impresa non più concentrata solamente sul profitto ma attenta ai diritti e al benessere dell'uomo.

1.3. Evoluzione della responsabilità sociale

La tematica della responsabilità sociale d'impresa si sviluppa in diversi decenni ed è ancora molto dibattuto il suo significato nonché le sue applicazioni pratiche nella vita di una società.

In questo scritto non si intende riportare un'approfondita riflessione a proposito di questo tema ma brevemente trattarne i punti salienti del suo sviluppo fino agli anni più recenti poiché la nascita delle società benefit potrebbe racchiudersi proprio in una visione diversa del modo di fare impresa, guidata da una più accentuata responsabilità sociale.

La nascita della corporate social responsibility probabilmente si può datare contemporaneamente alla nascita delle imprese nel diciannovesimo secolo. Queste si sviluppano in origine a partire dall'Inghilterra, dalla Germania, dagli Stati Uniti per poi diffondersi in tutta l'attuale Europa e ben oltre, fino al Giappone. Le nascenti imprese sono prevalentemente legate ad un bisogno impellente per quel periodo quale lo sviluppo di energia da combustibili fossili che fornisca energia alle stesse macchine per produrre utensili e macchinari fino a quel momento solo immaginati ma che permettono una rapida crescita nei sistemi di comunicazione e di trasporto. Allo stesso tempo i dipendenti di queste imprese sono per la maggior parte contadini che lasciano le loro case per trasferirsi in città, vicino alle fabbriche in cui hanno dei salari più convenienti e sicuri; d'altra parte vengono richiesti turni di oltre dodici ore e condizioni di vita al limite in quanto le città non erano sviluppate per una certa mole di persone. Le abitazioni sono molto piccole, scadenti, tutte molto vicine una all'altra senza servizi igienici adeguati per permettere una crescita così smisurata. Si assiste allo sfruttamento di donne e bambini, sottopagati e sfruttati in ogni modo.

Da questi stessi Stati in cui nascono le fabbriche, si sviluppa anche un certo senso sociale di protezione verso i dipendenti e le loro famiglie. Si può iniziare a parlare di responsabilità sociale tuttavia solo dal ventesimo secolo. Negli anni 50', l'economista H. Bowen, sostiene che la responsabilità sia concentrata nelle mani dei leader aziendali, in quanto soggetti con capacità decisionali in grado di influenzare l'ambiente esterno. "What responsibilities to society may businesspeople reasonably be expected to assume?" la domanda pone l'accento sul soggetto prestabilito per questo compito: i businesspeople poiché sono questi a capo delle aziende ma si tratta ancora di una sorta di filantropia. Una prima definizione non puramente basata sulla figura del dirigente arriva nel '79 da A.B. Carroll secondo cui *"la responsabilità sociale dell'impresa comprende l'influenza economica ed etica che l'impresa può avere verso le altre organizzazioni in un dato momento"*. Un suo grande contributo si ha con la definizione di CRS costituita da quattro diversi gradi di responsabilità che devono essere vissuti trasversalmente e contemporaneamente:

- Economica: capacità di creare profitto;
- Legale: capacità di rispettare le norme di regolamento;
- Etica: capacità di rispettare comportamenti basati su principi di equità, giustizia ed imparzialità;
- Filantropica: capacità di agire per il benessere disinteressato della collettività.

Un altro contributo importante arriva negli anni 80' da R.E. Freeman, il quale per primo formula la "teoria degli stakeholders" cioè l'impresa deve tenere in considerazione non solo

gli azionisti ma tutti quei gruppi di persone che vengono definiti come portatori di interesse verso la società, cioè tutti quei gruppi di persone che sono influenzati o influenzano gli obiettivi dell'impresa e il moto di raggiungerli. Per questo motivo devono poter decidere in qualche modo sulla gestione e sul futuro dell'azienda. Non da tutti viene accettata questa teoria, la Stockholder View di Friedman fa emergere come l'attività sociale sia puramente un costo senza possibilità di futuri guadagni in termini economici e che spetti al governo dello Stato occuparsene. Una visione più generale si ha con la nascita dello sviluppo sostenibile e l'approccio della Triple Bottom Line. Quest'ultimo è stato preso in seria considerazione dalla Commissione Europea tanto che, prima con il Libro Verde (2001) poi con il Libro Bianco (2002), invita caldamente le imprese a redigere un report annuale in cui vengano descritte le attività dell'impresa che si basano su rendimento della stessa, impatto sulla comunità e sull'ambiente. Si parla della sostenibilità grazie alle tre "P": Profit, People, Planet. Sempre contenuta nel Libro Verde si può trovare una definizione maggiormente completa di Responsabilità Sociale d'Impresa cioè come l'inserimento volontario dei problemi e delle necessità sociali o ambientali nelle attività commerciali delle imprese e nei loro rapporti con tutti gli Enti esterni. Nel 2000 le Nazioni Unite propongono a tutte le imprese di adottare i 10 principi per portare un cambiamento positivo nel mondo; questi principi si basano su: diritti umani, lavoro, ambiente e anti-corruzione. Infine nel 2011 la stessa Commissione Europea propone una nuova definizione di responsabilità sociale: il processo attuato per integrare all'interno della società le problematiche sociali, ecologiche, etiche e di considerare i miglioramenti proposti da consumatori e collaboratori con l'obiettivo di creare un equo valore per gli azionisti e gli altri portatori di interesse.

L'impresa è chiamata ad agire in maniera volontaria e responsabile sui danni che provoca con la sua attività, a gestire in modo efficiente gli interessi di tutte le parti coinvolte ma soprattutto a far entrare la responsabilità sociale nella strategia di lungo termine della società stessa.

Le motivazioni che possono spingere ad applicare la CRS si possono ricercare nella soddisfazione di bisogni morali, per migliorare la propria reputazione ed ottenere magari vantaggi sui concorrenti ma principalmente dovrebbe essere guidata da uno spirito di innovazione e sostenibilità, implementando la strategia con la responsabilità sociale per permettere uno sviluppo efficiente al meglio delle proprie performance.

Sulla scia di cambiamenti che sono avvenuti in questi ultimi anni, nel 2006 Coen Gilbert, Bart Houlahan e Andrew Kassoy, tre imprenditori di successo nonché compagni di studi a Stanford, vogliono far nascere un nuovo settore economico che permetta alle imprese private di operare per il sociale, perciò fondano B-Lab, una società senza scopo di lucro che mira a

costruire un movimento globale per poter usare il business come forza positiva, creando una prosperità durevole e condivisa per la società, dando forma a quelle che poi saranno le Benefit Corporations. Dal movimento appena nato, viene sviluppata in alcuni Stati Federali americani una legislazione specifica che decreta la nascita delle Benefit Corporation. Gli imprenditori sentono la necessità, soprattutto in un Paese come gli Stati Uniti, di superare l'approccio puramente economico ma di sviluppare anche politiche di responsabilità sociale tuttavia necessitano di una legislazione adatta che non permetta ritorsioni da parte degli azionisti. Attualmente 31 stati americani su 50 hanno già approvato una legge per il riconoscimento delle Benefit Corporation, ed 8 stati hanno promosso un testo ancora in via di approvazione, tra questi possiamo ricordare: Hawaii, Washington D.C., Oregon, California, Idaho, Nevada, Montana, Utah, Arizona, Colorado, Nebraska, Minnesota, Arkansas, Louisiana, Illinois, Indiana, Tennessee, New Hampshire, Vermont, Massachusetts, New York, Rhode Island, Connecticut, Pennsylvania, New Jersey, West Virginia, Virginia, Delaware, Maryland, South Carolina e Florida; quelli in via di riconoscimento sono: Alaska, New Mexico, Oklahoma, Kansas, Mississippi, Iowa, Georgia e Kentucky. Ogni Stato presenta una propria legislazione sulle Benefit Corporations tuttavia tutte traggono spunto dal modello predisposto da B-Lab, in modo da soddisfare i criteri di performance sociali e ambientali richiesti seguendo i più alti standard e beneficiando inoltre dell'esperienza già acquisita da altri Stati e permettendo agli investitori di avere una certa sicurezza ponendo che i principi base di ogni società benefit, seppure in Stati diversi, siano comuni e dando allo stesso modo all'impresa di essere riconosciuta e premiata tra i concorrenti per questa scelta di cambiamento. In seguito anche in Europa iniziano a diffondersi le prime Benefit Corporation, tuttavia il loro numero è ancora molto limitato e non è ancora presente una legislazione per queste nuove società. L'Italia è il primo Paese in Europa a formulare una legge che riguardi e dia delle basi alle Società Benefit presenti sul territorio inoltre con questa introduzione il Legislatore contribuisce a sviluppare il concetto di Responsabilità Sociale di Impresa (RSI), in linea con gli obiettivi posti dall'Unione Europea.

1.4. Approfondimento della legge italiana

Con l'approvazione della Legge di Stabilità del 28 dicembre 2015 assistiamo all'inserimento della Società Benefit nel diritto italiano. Il promotore del Disegno di Legge è il Senatore Mauro Del Barba, il quale sottolinea l'importanza di questa norma in un momento di crisi in

cui lo Stato fatica ad occuparsi interamente dei problemi della società. Mauro Del Barba considerato come il “padre” dell’impresa for benefit per l’Italia è il primo firmatario del disegno di Legge che Egli stesso aveva presentato nell’aprile 2015 e che a novembre fa confluire nella Legge di Stabilità. Del Barba stesso definisce la società-benefit come “uno strumento preposto allo sviluppo economico basato sulla sostenibilità ambientale e sociale”. Nella Legge viene espresso come tutte le società presenti nel codice civile possano diventare società benefit tuttavia si tende a preferire le società for profit, le quali possono unire a questo scopo quello sociale in maniera più efficace rispetto alle non profit che basano le loro entrate su donazioni e per le quali sarebbe più difficile intraprendere un’attività commerciale redditizia in breve tempo. L’elemento fondamentale di questa Legge consiste nel porre uguale importanza allo scopo reddituale e a quello sociale permettendo a quest’ultimo di entrare nel core dell’impresa perciò definendo le linee guida dell’operato soprattutto nel lungo termine. Come sostiene anche Paolo Venturi “il sociale non è più accessorio, residuale o riparatorio, ma diventa uno degli obiettivi della catena di produzione al punto di essere contenuto nello statuto dell’impresa ed elemento di responsabilità per gli amministratori”. L’introduzione di questa forma giuridica porta dei cambiamenti importanti al nostro ordinamento giuridico in particolare, ma anche al modo in cui veniamo visti dagli altri Stati europei e non solo; si fornisce infatti, un forte segnale di sostenibilità e responsabilità.

Analizziamo di seguito, in modo più approfondito, i commi dal 376 al 382 della Legge di Stabilità che riguardano esclusivamente le Società Benefit e che tendono a promuovere la loro costituzione a diffonderle.

Il primo comma fornisce la definizione di società benefit: la società che unisce allo scopo di produrre un profitto economico anche uno o più finalità di beneficio comune, agendo in maniera responsabile, sostenibile e trasparente verso tutti i possibili portatori di interesse cioè coloro che influenzano e vengono influenzati dalla società stessa come dipendenti, fornitori, clienti, comunità, ambiente, associazioni. Viene così definita dal primo comma questa forma giuridica cioè una società con altre finalità oltre a quella economica di ricavare un profitto, che viene definito generalmente beneficio comune. Si pone perciò subito la questione di che cosa si intenda con questa terminologia. Non viene specificato in maniera troppo stringente l’attività che si debba andare a svolgere tuttavia si può privilegiare l’idea che gli obiettivi di beneficio riguardino strettamente il processo produttivo della stessa azienda in primis come uso di energie rinnovabili, politiche di sostegno ai dipendenti e alle loro famiglie. Non si esclude tuttavia che il beneficio sia rivolto solo o anche verso la comunità, la norma infatti

nomina persone, comunità, territorio e ambiente in generale ma anche associazioni e fondazioni già esistenti. Altro punto fondamentale si evince nella modalità con cui il beneficio comune deve essere perseguito in quanto l'azienda deve agire in modo responsabile, bilanciando accuratamente gli interessi di tutti gli stakeholders presenti; sostenibile, sia per la società stessa mantenendo il giusto equilibrio tra profitto ottenuto e beneficio da prestare ma anche nei confronti del territorio e della comunità che vi abita; trasparente, rendendo partecipi di tutte le informazioni utili i diversi portatori di interesse e fornendo a ciascuno nozioni dettagliate e comprensibili per i propri scopi. Nel Comma 377, come già detto precedentemente, vengono elencate le società che possono essere soggette a questa disciplina ovvero quelle presenti nel libro V, titoli V e VI del codice civile. Nel successivo comma viene specificato il significato di beneficio comune come il perseguimento, durante lo svolgimento dell'attività economica fondamentale, di effetti positivi o come riduzione di effetti negativi. In entrambi i casi si fa riferimento ai portatori di interesse come tutti i soggetti che influenzano lo svolgimento della gestione core dell'impresa e di quelli che vengono coinvolti, tra questi sono presenti i lavoratori, i clienti, i fornitori, i finanziatori ma anche la comunità, la pubblica amministrazione e l'ambiente in cui si sviluppa. Si denotano successivamente nel comma 379 le nozioni necessarie per costituire una società benefit. In particolare una spiegazione articolata dell'obiettivo che il beneficio comune intende perseguire o nel caso in cui la società sia già esistente, si richiede di adeguare l'atto costitutivo o lo statuto con le modifiche necessarie. Ciò deve permettere ai soci presenti e futuri di scegliere se investire o entrare in rapporti con questa determinata società proprio in base allo scopo che intende perseguire nel lungo termine. Nel caso di modifica dell'oggetto sociale si pone l'importante questione del recesso del socio. Nel nostro ordinamento ciò può accadere per trasformazione della società, trasferimento della sede sociale all'estero, revoca dello stato di liquidazione, modifiche dello statuto tra cui in particolare la modifica dell'oggetto sociale. Il diritto del recesso deve tutelare il socio dissenziente da decisioni che possano arrecargli danno e agevolare il disinvestimento del capitale. Nel caso specifico si tratterebbe di una modifica dell'oggetto sociale per cui va garantita la possibilità di recesso tuttavia la dottrina è propensa a negarlo nel caso in cui la società abbia fatto chiaramente intendere quale fosse l'indirizzo che intendeva perseguire ben prima del cambiamento dell'oggetto sociale. Si attendono delle normative specifiche per delineare la fattispecie di questo caso. Di maggiore rilevanza, il comma permette alla società di estendere la denominazione sociale permettendo all'azienda di essere riconosciuta in quanto società benefit e di ottenere perciò la pubblicità desiderata, sebbene nel caso in cui la società non persegua in maniera diligente l'obiettivo sociale, si possa parlare di pubblicità

ingannevole da parte della società verso soggetti terzi ed essere per questo soggetta alle disposizioni elencate nel comma 384, cioè il decreto legislativo n. 145 del 2 agosto 2007 e n. 206 del 6 settembre 2005. Infine possiamo riconoscere quindi due principali controlli sugli impatti della società, i quali sono: il primo prevalentemente pubblico poichè effettuato da tutti i portatori di interesse nel momento in cui la società rende pubblici il bilancio e la relazione annuale, un secondo controllo è effettuato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, la quale vigila sull'operato della società affinché sia rispettato l'obiettivo sociale prefissato.

1.5. Conclusioni

In questo capitolo vengono espone le principali motivazioni che hanno spinto gli imprenditori, prima negli USA e recentemente in Europa, a sviluppare questa nuova forma di impresa. Si comincia a sentire il bisogno di perseguire non solo un intento economico ma di implementare la strategia con una finalità di tipo sociale che può riguardare la comunità in cui si trova, i lavoratori e le loro famiglie, l'eliminazione dei danni provocati all'ambiente dalla stessa o per un benessere generale. Queste imprese ricercano nuovi stimoli per la propria attività e si sviluppano in tutti i settori del mercato ma sono necessarie delle leggi perfezionate su questo modello affinché l'impresa sia tutelata da un possibile ricorso da parte degli azionisti e perché sia giustificato la modalità di gestione e sia dato il valore che meritano in base ai risultati ottenuti conseguentemente agli sforzi sostenuti e ancora perchè sia fatta la necessaria pubblicità affinché le imprese concorrenti e i consumatori vengano a conoscenza di questa scelta di fare impresa. Ad oggi negli USA i modelli sono differenti per ogni Stato e ben consolidati nel tempo mentre in Europa solo l'Italia presenta una prima Legge che riguarda questi tipo societario e non ne definisce volutamente dei limiti troppo stringenti lasciando ampi margini di manovra alle imprese stesse. Si prospetta un incremento di questo fenomeno a breve termine per cui si presenta anche la necessità di uniformare e completare in maniera dettagliata la legislazione a livello statale per poi dare uniformità a livello europeo.

2. Capitolo secondo

Creare e organizzare una società benefit

2.1. Introduzione

In questo secondo capitolo saranno esposti i doveri e le responsabilità in capo agli amministratori. Nella prima parte verranno ripresi i commi della Legge di Stabilità italiana che riguardano la gestione della società da parte degli amministratori con gli obblighi che ne derivano dovendo bilanciare gli interessi di tutte le parti coinvolte, sarà data una spiegazione e saranno proposti anche gli allegati 4 e 5 della Legge in cui sono esplicitati gli standard di valutazione dell'obiettivo sociale sviluppato dalla società. Nella seconda parte invece si andranno a trattare le modalità di gestione del personale nella fase di entrata e di sviluppo in generale in un'impresa ma evidenziando in particolare quali possano essere i punti maggiormente critici per una Società Benefit.

2.2. Doveri assunti dagli amministratori

Il primo comma che tratta della gestione da parte di un amministratore è il comma 380, il quale si preoccupa di sottolineare la duplice attività a cui il manager deve prestare attenzione. Vanno infatti equamente bilanciati gli interessi economici della società e degli azionisti con le finalità di beneficio comune che sono state iscritte nello statuto della società e che vengono ad influenzare tutti gli stakeholders presentati nel comma 376. Di notevole importanza si evidenzia come la Legge si preoccupi che l'impresa individui almeno un responsabile che persegua entrambe le finalità tuttavia non viene specificato se i responsabili debbano essere i soli soci oppure manager esterni e quale debba essere il loro rapporto con la società medesima. Il comma successivo specifica il caso di inadempimento da parte dei responsabili nel caso non vengano rispettate le condizioni del comma 380 però viene rimandato ciascun caso al proprio statuto oppure al contenuto del codice civile che riguarda il tipo di società di cui in esame. Ciò non permette di delineare appieno quali siano i limiti per cui può agire il responsabile e inoltre fino a quanto possa essere ritenuto responsabile del proprio operato.

Il comma 382 e 383 si preoccupano di elencare i documenti che la società è tenuta a presentare alla fine dell'anno in corso e la pubblicità a cui devono essere soggetti.

Come ogni altra società anche quella benefit deve redigere un bilancio annuale a cui però si è tenuti ad allegare un bilancio, il quale deve trattare della gestione del beneficio comune prescelto. In questa relazione sono da indicare quali sono gli obiettivi fissati e in quale modalità son stati portati a termine dagli amministratori nonché quali sono le difficoltà o gli impedimenti che non lo hanno permesso. Va poi allegata una valutazione dell'impatto generato dal beneficio comune scelto secondo degli schemi standard presenti negli allegati 4 e 5 della Legge stessa e infine vanno date le linee guida della strategia che si intende perseguire nell'anno successivo. Il comma 383 prevede che la relazione sia pubblicata in maniera tale da permettere agli attuali investitori di conoscere l'operato e i risultati ottenuti ma anche alla società di farsi pubblicità a potenziali nuovi investitori, nonché di chiarire possibili dubbi a qualunque stakeholders della società anche l'intera comunità se ci fosse un'importante conseguenza per l'ambiente o per i dipendenti. Inoltre permette di farsi un'idea approssimativa di quelle che possono essere le strategie per gli anni futuri.

Gli allegati 4 e 5 sono collegati al comma 382 e danno una definizione dello standard di misurazione esterno e le aree di cui questa misurazione deve trattare. Questo sistema di misurazione deve essere: esauriente nello spiegare le modalità di intervento della società sui portatori di interesse, affidabile e credibile in quanto viene redatto da una società che non ha nessun tipo di collegamento con la società in esame tuttavia ha la possibilità di accedere alle informazioni necessarie ed ha le competenze sufficienti per valutare queste informazioni raccolte. Deve essere rispettato il principio chiave della trasparenza, per cui le informazioni raccolte saranno pubblicate spiegando i criteri usati e le ponderazioni effettuate per valutare l'impatto sociale, unito a questo saranno presentati alcuni dati riguardanti la società che sviluppa lo standard di valutazione in modo da evitare possibili conflitti di interesse. I responsabili hanno l'obbligo di redigere la relazione annuale che riguarda i punti salienti del programma sociale con i risultati ottenuti e le criticità eventualmente riscontrate, la valutazione effettuata da un ente terzo ed infine, un programma sugli obiettivi previsti per l'anno successivo. La legislazione non definisce uno standard specifico di misurazione dei risultati ma delinea chiaramente le nozioni chiave che devono essere presenti: il governo dell'impresa, valutando il coinvolgimento dei portatori di interesse e la trasparenza applicata ai processi di gestione; lavoratori, in base alle prospettive di carriera proposte, all'ambiente di lavoro, ai benefit previsti, alla retribuzione e ai rapporti sviluppati con la società stessa; altri portatori di interesse, quali fornitori, finanziatori, comunità locali per comprendere quale sia il rapporto con i rimanenti stakeholders; ambiente, per sapere quanto il processo produttivo influisca

nell'ambiente circostante e quali siano le azioni previste in termini di risparmio di energia e consumi.

Esistono diversi standard di misurazione per definire l'impatto di una società nell'arco dell'anno tra cui possiamo ricordare le linee guida di reporting G4 promosse dal Global Reporting Iniziative riconosciuto a livello internazionale come standard sulla sostenibilità; il sistema "Impresa Etica" che riprende le Linee Guida UNI ISO26000; la certificazione EMAS; il B Impact Assessment (BIA) sviluppato da B-Lab. Spetta ai responsabili in accordo con i soci e gli amministratori la decisione di quale sistema di misurazione utilizzare. L'allegato 5 invece definisce le aree di trattazione della valutazione che devono riguardare: il governo, i lavoratori, i portatori di interesse e l'ambiente.

Riportiamo come esempio di applicazione della legislazione presentata i punti chiave dell'articolo 32bis tratto dallo statuto di Nativa SB:

- la società deve individuare uno o più soggetti a cui venga affidata la gestione per raggiungere le finalità di beneficio comune presenti nell'articolo 2 del medesimo statuto;
- questo soggetto è definito responsabile dell'impatto;
- ogni anno la società è tenuta a produrre una relazione da unire al bilancio in cui siano presenti tutte le nozioni richieste per Legge e riguardante l'obiettivo del beneficio comune, la quale deve essere pubblicata sul sito internet della società;
- la valutazione dell'impatto dovrà corrispondere agli standard del B Impact Assessment. Dato questo esempio definiamo brevemente quali siano le caratteristiche tipiche di questo standard usato già da numerose imprese.

Il B Impact Assessment viene effettuato dalla società non profit B-Lab, la quale certifica una società se questa ottiene un punteggio superiore ad 80 su 200. Per effettuare ciò va redatto un documento di autovalutazione online che permette di misurare, valutare, confrontare e migliorare le proprie performance aziendali riguardanti profittabilità e sostenibilità. Sono stati generati 40 differenti test che si basano sui diversi settori presenti nel mercato e sulle caratteristiche intrinseche della società. Il test si basa su 150 domande riguardanti dati personali dell'azienda e serve per valutare il suo impatto sociale su 5 macroaree: governance, workers, community, environment e business model. La governance valuta in particolare la trasparenza della rendicontazione e l'inserimento di programmi sociali nella mission che quindi sia indipendente dal soggetto che formalmente amministra la società, sono valutati positivamente un alto grado di coinvolgimento dell'amministrazione e dei dipendenti nei programmi sociali nonché degli stakeholders e viene valutata la qualità dell'informazione e della pubblicità fatta per esprimere i risultati raggiunti. Nell'area dei workers si valutano le tipologie di contratti

offerti, le retribuzioni, la formazione offerta, la qualità dell'ambiente di lavoro ed ogni possibilità che l'azienda offre per rendere i suoi dipendenti più uniti possibili ad essa sviluppando al meglio le proprie capacità e potenzialità. La community riguarda la creazione di posti di lavoro basando la propria logistica sulla funzionalità della comunità in cui si trova e il volontariato che l'impresa offre. L'area dell'ambiente tratta di monitoraggio dei consumi, efficienza energetica, uso di energie rinnovabili, diminuzione dei rifiuti generati. L'ultima area riguarda il business stesso e come l'azienda si prodiga per porre a termine gli obiettivi prefissati. Le domande possono riguardare ad esempio il flusso di informazioni economiche che l'azienda scambia con i suoi dipendenti, i giorni che l'azienda concede come ferie ad ogni dipendente, se sono presenti dei programmi di benessere per i dipendenti o programmi di supporto ed inserimento i lavoratori facenti parte delle categorie svantaggiate, se l'impresa adotta strategie per il risparmio energetico o riduzione di sprechi riguardante la propria attività. Al termine viene assegnato un punteggio che identifica la situazione della società in quel dato momento in modo da poter migliorare nel futuro la propria performance e condividere i risultati raggiunti con tutti gli stakeholders. Ad esempio la società di abbigliamento Patagonia ha registrato nel bilancio dell'anno 2011 un record pari a 152 con i punteggi più alti nelle aree di ambiente e comunità. Nel corso degli anni infatti ha promosso pratiche eco-compatibili nella propria catena di distribuzione dei prodotti, ha implementato un piano pensionistico per i suoi impiegati e un programma di assunzione per le persone in situazione di difficoltà, ha incluso nel consiglio di amministrazione alcuni rappresentanti delle comunità in cui risiedono le maggiori fabbriche. Diverse iniziative sono state poste in essere da Ben&Jerry, la società produttrice di gelato si è distinta per le sue attività svolte per il benessere della comunità in cui è presente; in particolare ha promosso iniziative a favore dell'eliminazione delle ingiustizie locali e della violenza affinché siano ricercate pace e tolleranza. Le società italiane B-Corp hanno 2 anni per modificare lo statuto ed essere società benefit mantenendo la certificazione effettuata.

2.3. La gestione del personale

La gestione delle risorse umane riguarda l'organizzazione tra l'azienda e le persone ed è un nodo critico per tutte le società in quanto la corretta gestione del personale può rappresentare il vantaggio economico chiave per il successo e per essere in grado di fare la differenza sul

mercato tuttavia nel caso di non corretta gestione l'azienda può rischiare anche il fallimento. "La gestione del personale si definisce come quell'attività che ha l'obiettivo di assicurare la disponibilità quantitativa e qualitativa di risorse umane necessarie alla realizzazione della strategia aziendale e di assicurare le condizioni per una loro gestione in coerenza con la dinamica legislativa, contrattuale, tecnico-economica e sociale" (Costa, Gianecchini p.101) Non esistono delle regole specifiche per la corretta ed efficace gestione del personale in quanto essa dipende strettamente dalla realtà in cui si trova e dall'organizzazione strutturale presente. Di questo complesso sistema ci occupiamo di due principali processi che sono fondamentali per la corretta gestione del personale in una società benefit: la gestione delle risorse umane nella fase di entrata e di sviluppo.

Il processo di assunzione, che permette di identificare le persone necessarie per un determinato compito, deve tener conto di alcune difficoltà legate ad una programmazione a lungo termine in quanto sussistono degli ostacoli come i cambiamenti organizzativi, cambiamenti nei mercati e inoltre anche i cambiamenti normativi che modificano velocemente l'ambiente in cui l'impresa deve operare. La prima fase del processo perciò riguarda la programmazione, in cui si valutano le risorse esistenti in rapporto agli obiettivi che l'azienda si pone nel breve termine per individuare le necessità presenti. Dopo questo processo si può ricorrere alla "job description" e alla "person specification" per comprendere nel modo più dettagliato possibile quali siano le caratteristiche e le competenze che deve avere il soggetto per coprire una determinata posizione. La seconda fase riguarda il reclutamento, in cui si scelgono le figure adatte da assumere. Nel caso di società benefit è più semplice e più sicuro reclutare all'interno in quanto l'individuo ha già sviluppato un certo commitment con l'impresa e ne conosce le dinamiche e le strategie, tuttavia non è sempre possibile trovare le risorse necessarie già al proprio interno per cui la fase di selezione sarà maggiormente complessa e sviluppata. In questa terza fase del processo si vanno ad indagare in profondità i candidati per capire le sue capacità e conoscenze ma soprattutto le sue esigenze e aspettative riguardo al luogo e alla società per cui è disposto a lavorare. Nelle società benefit è fondamentale che il soggetto sappia le caratteristiche fondanti di questa società e le apprezzi notevolmente, in modo da facilitarne l'inserimento lavorativo. Lo strumento più efficace risulta essere l'autocandidatura, in quanto la persona fa già una selezione a monte delle società per cui vuole lavorare e risulta essere più motivata rispetto a chi viene selezionato dall'azienda stessa. Devono poi seguire delle interviste approfondite per capire se una relazione tra il soggetto e l'azienda sia possibile e profittabile per entrambi. Sono da individuare le motivazioni, i valori che spingono una persona a fare una determinata scelta affinché questa sia il più duratura possibile. Il colloquio motivazionale e i

test cognitivi sono degli strumenti validi per questa difficile operazione. Infine la fase di accoglienza permette che il soggetto scelto entri in contatto con la realtà lavorativa e con lo spirito, gli obiettivi e gli ideali dell'impresa. Il candidato deve sentirsi a suo agio e trovare un ambiente in cui ci sia trasparenza nelle dinamiche e relazioni buone tra i colleghi. Il soggetto verrà monitorato nella fase iniziale dell'apprendimento per capire se sia adeguato alla posizione scelta, capace di apprendere non solo le nuove conoscenze ma soprattutto la mentalità e il metodo di operare e di risolvere i problemi tipico dell'organizzazione. Nel caso il soggetto dimostri la volontà e la capacità di inserirsi nel contesto lavorativo saranno necessari dei periodi di affiancamento e dei corsi di formazione per renderlo sicuro nel suo modo di operare. Si entra così nel processo di sviluppo del personale in cui una fase molto delicata risulta essere la formazione, in cui i dipendenti acquisiscono nuove conoscenze teoriche, migliorano le capacità operative ma soprattutto prendono coscienza di sé e dell'importanza del ruolo che hanno per l'impresa. La formazione ha un'importanza strategica, legata alla creazione di capitale intellettuale; organizzativa e socializzante in quanto esula dal solito ambiente di lavoro; di ricompensa per il soggetto che si sente apprezzato in quanto risulta essere un investimento per l'impresa. Per la formazione si utilizzano spesso le lezioni in aula, le testimonianze di esperti, la discussione di casi tuttavia quella più efficace risulta essere quella "one to one" effettuata sul campo perché pone il dipendente a diretto contatto con problemi legati alla realtà con cui lavora e ha il sostegno di chi ha già effettuato tale percorso. Inoltre assieme alle competenze e alle conoscenze del coach, vengono trasmessi gli ideali fondanti di determinate scelte, la cultura dell'azienda, la sua strategia e tutto questo permette al soggetto di identificarsi con l'organizzazione e integrarsi meglio e più velocemente. In questo modo il dipendente tende a sviluppare uno strumento fondamentale per la vita delle società benefit: il contratto psicologico. Questo contratto "attiene ad una disposizione interiore ad adempiere un'obbligazione di tipo tecnico-giuridico, o a vivere una relazione organizzativa o sociale, con spirito di collaborazione, di fiducia e con un forte impegno affinché le attese implicite e esplicite, formali e informali, che sono alla base della relazione, trovino una risposta soddisfacente per entrambe le parti" (Costa, Gianecchini p. 268). Il contratto psicologico non deve essere una sostituzione di una mancanza di un contratto formale ma deve invece rafforzare il rapporto formato riducendo l'incertezza per il dipendente e riducendo la necessità di controllo da parte dell'azienda. In sostanza aumenta la fiducia da parte di entrambi e ciò permette di sviluppare un clima di lavoro più sereno e di dialogo. Il contratto preferibile per le società benefit è quello relazionale in quanto permette al dipendente di fondersi negli obiettivi dell'azienda e di interiorizzarne i valori.

A questa segue la fase di valutazione, passaggio piuttosto critico per qualsiasi organizzazione in quanto essere valutati pone già un distacco e dei pregiudizi nei valutati. Le società benefit non possono permettersi di rovinare o incrinare rapporti a causa delle valutazioni del personale tuttavia non è possibile evitare questo passaggio. Il manager deve rendere la valutazione come un sistema di autocritica del soggetto stesso in cui si vanno a valutare l'operato e gli obiettivi prestabiliti. In questo modo la valutazione deve essere funzionale all'interessato perché gli fornisce le informazioni necessarie ad agire in maniera migliore la volta successiva. Il manager deve essere come uno specchio in cui ogni individuo riflette le proprie abilità, competenze e mancanze affinché ci sia sempre uno stimolo al miglioramento. La valutazione non deve essere solo per un fine puramente economico in quanto perderebbe di efficacia ma deve permettere al dirigente di porre nuovi e stimolanti obiettivi ai dipendenti perché si sentano coinvolti nell'attività dell'impresa e inoltre premiare coloro che meritano ma soprattutto assicurare ai dipendenti il loro processo di sviluppo di capacità. La valutazione deve divenire uno strumento quotidiano di lavoro non legato solamente agli obiettivi di fine mese ma quasi giornaliero in modo da svilupparsi in contemporanea con il processo di formazione. La terza fase del processo riguarda la ricompensa come sistema per premiare i lavoratori. "La retribuzione è lo strumento principale attraverso il quale l'impresa persegue l'obiettivo di attirare, trattenere e motivare i lavoratori con le caratteristiche idonee a perseguire gli obiettivi aziendali" (Costa, Gianecchini p. 465). Un primo elemento è la parte di retribuzione fissa che permette di valutare al soggetto il lavoro svolto, un secondo elemento invece può essere la retribuzione variabile come incentivo per la realizzazione che supera le aspettative dell'impresa. Tuttavia di maggiore importanza per le società benefit sono le retribuzioni non monetarie e non retributive perché permettono all'azienda di dare maggiore rilevanza alla persona non solo riguardo alla sua esperienza lavorativa ma anche premiando degli aspetti chiave della sua personalità che sarebbero difficili da valutare in altro modo. Perciò si possono premiare i dipendenti tramite assicurazioni o benefici riguardanti la sua famiglia ma per il lavoratore stesso, lo strumento chiave risiede nella carriera e nel piano sviluppato per perseguirla. Questo infatti permette di conciliare le esigenze sia economiche che motivazionali del dipendente ma di programmare le risorse da parte dell'azienda. Ogni dipendente può interpretare la propria crescita professionale in maniera diversa: alcuni preferiscono valorizzare la propria formazione, altri preferiscono la gratitudine legata al successo per le operazioni compiute, altri come senso di autorealizzazione fine a se stessa e altri ancora preferiscono maggiori responsabilità legate al raggiungimento dei propri obiettivi. Di conseguenza la valorizzazione e la compensazione dei lavoratori deve dipendere dalle aspirazioni e dalle esigenze di ciascuno che sono guidate dalla conoscenza e dalla scoperta

delle potenzialità sviluppate grazie al proprio lavoro. Il manager deve essere in grado di valorizzare le potenzialità di ognuno, non solo trovando i punti di forza e di debolezza ma dando gli strumenti necessari perché siano degli obiettivi sempre più importanti per il dipendente e la possibilità di accedere ad un proprio sviluppo di crescita professionale. Per sviluppare un ottimo sistema di valorizzazione è necessario partire dalle motivazioni intrinseche a ciascun individuo, nel nostro caso non solo quelle legate ad un benessere economico o allo sviluppo del profitto della società ma anche all'obiettivo sociale che questa si pone nello statuto e nella strategia.

2.4. Conclusioni

In questo capitolo sono stati esposti e brevemente illustrati i commi della Legge di Stabilità italiana che riguardano i doveri e gli obblighi degli amministratori delle società benefit. Nonostante la normativa non sia troppo specifica su questo punto, dobbiamo ricordare che il responsabile è tenuto a soddisfare sia l'obiettivo economico che quello sociale, iscritto nello statuto, alla pari e tenendo in considerazione gli interessi di tutti di stakeholders della società senza influire negativamente per nessuno di questi. Sono stati inoltre riportati i due allegati alla Legge che forniscono in maniera dettagliata le aree su cui il responsabile deve estendere la sua relazione finale e quali debbano essere le modalità di valutazione del suo intervento, successivamente controllate da un ente terzo competente. La legge non identifica lo strumento a cui il responsabile deve ricorrere ma ne fornisce le linee guida e i contenuti principali. Abbiamo poi brevemente trattato il processo di entrata e di sviluppo di un dipendente per esprimere la difficoltà ulteriore che si presenta nel momento di selezionare il personale e poi motivarlo nelle società benefit. Il ruolo del manager in queste società non è certamente più semplice né dalla prospettiva economica, in quanto deve bilanciare gli interessi contrastanti di profitto e benessere sociale con tutti i portatori di interesse che ne fanno parte, né dalla prospettiva organizzativa, in quanto selezionare il personale adeguato risulta piuttosto complesso. Al manager si chiede di essere un leader più che un direttore, si chiede di dare l'esempio e di comprendere e trasmettere le motivazioni che spingono i lavoratori a dare il proprio meglio per la società.

3. Capitolo terzo

Perché essere una società benefit

3.1. Introduzione

In quest'ultimo capitolo si andranno ad elencare alcuni possibili vantaggi della Società Benefit a differenza di altre formule societarie, emersi dall'esperienza quotidiana delle aziende che hanno già intrapreso questa scelta. Verranno, infatti, riportati dei casi di aziende che sono nate come società benefit o che lo sono diventate per scelta; inoltre ci sarà un approfondimento finale sul caso della società Nativa S.r.l.

3.2. Vantaggi delle società benefit

In primis si vuole ricordare l'importanza di questo cambiamento non solo a livello giuridico ma soprattutto nel modo di intendere e vedere le potenzialità e le prospettive di un'impresa. Le società benefit sono il cambiamento nel modo di giudicare l'operato delle società nonché pioniere di un cambiamento che assicura valore a comunità ed ambiente prima che ad un mero profitto economico. L'impresa sarà funzionale soprattutto per il benessere del prossimo nel periodo presente ma molto di più per quello futuro.

Per questo motivo le società possono finalizzare i propri scopi sociali in piena regola con il proprio operato; non sono più necessarie raccolte di fondi, ricerca di azionisti o benefattori come nelle società non profit o nelle Onlus. La società benefit può essere completamente indipendente ed efficiente in modo da avere un guadagno e contemporaneamente sviluppare tematiche sociali in perfetto accordo con le legislazioni nazionali. Può anche influenzare altre società verso questa scelta essendo l'inizio per formulare un settore di completo cambiamento. Inoltre sarà giovata da questi stessi accordi con altre società benefit poiché potranno accordarsi su obiettivi e strategie a lungo termine con una vision comune, rendendo le operazioni tra società più semplici ed immediate e basate non solo su contratti economici ma su fiducia e stima reciproche.

Sarà inoltre riconosciuto un vantaggio reputazionale in quanto l'operato stesso della società sarà sufficiente a creare la pubblicità necessaria ad avere un continuo numero crescente di soci e consumatori del proprio prodotto. Sarà più semplice ottenere Investimenti a Impatto Sociale

ma anche investimenti da privati o consumatori esperti in quanto è possibile sviluppare un rapporto di maggiore fiducia e garanzia. Questo porterà ad una differenziazione sul mercato e ad una eccellenza e sicurezza per gli stakeholders basata sull'esperienza positiva dei risultati ottenuti. Sarà inoltre un polo di attrazione per talenti e persone che vogliono essere pioniere nel cambiamento per il proprio futuro per cui sarà più semplice evidenziare chi debba entrare a fare parte della società in quanto i valori che essa va a rappresentare sul mercato già preseleziona il personale, i consumatori, i soci. Il messaggio della propria vision aziendale scremerà il mercato da chi non è interessato a questa tipologia di società tuttavia trasmettendo in ogni caso il proprio messaggio di cambiamento.

Per i diversi stakeholders questa società risulterà in assoluto più vantaggiosa rispetto ad altre: in primis per gli obblighi di legge di rendere noto non solo il bilancio economico ma anche quello sociale, garantendo il benessere dei propri stakeholders; la sicurezza di una società che agisce per scopi sociali e che deve mantenere certi standard certificati. Inoltre deve avere una comunicazione trasparente e specifica per comunicare con tutti i molteplici portatori di interesse verso la società stessa, in maniera comprensibile e ben definita. Ritroviamo quindi maggiori possibilità di controllo rispetto ad altre società e di comunicazione con l'intera società ma anche con i responsabili del beneficio sociale per chiarire ogni eventuale dubbio. Gli stakeholders hanno la sicurezza di un investimento in una società solida che ha lunghe prospettive per il futuro per cui sia azionisti, che vedono i propri risparmi crescere ma soprattutto fornitori e clienti con cui si possono instaurare rapporti e contratti longevi senza il timore di ritrovarsi poi a mani vuote, per non parlare infine della comunità in cui cresce l'azienda o il territorio che vede delle pianificazioni strategiche per numerosi anni. Infine e più importante la sicurezza che la società si impegna a portare a termine tutti gli impegni presi sia economici che sociali bilanciando gli interessi di tutte le parti coinvolte.

Per riassumere i concetti principali riprendiamo le parole di Rose Marcario, CEO di Patagonia: *“The B Corp movement is one of the most important of our lifetime, built on the simple fact that business impacts and serves more than just shareholders—it has an equal responsibility to the community and to the planet.”*

3.3. Nativa S.r.l. SB

Il fenomeno delle società benefit sviluppatosi in Italia viene definito da Bart Houlahan, co-inventore delle Benefit Corporation e co-fondatore di B Lab come un movimento internazionale

capace di influenzare il mondo intero diffondendo attraverso l'operato delle persone un benessere durevole e ampiamente diffuso. L'imprenditoria italiana ha le capacità e anche le possibilità per essere leader nella diffusione di questo movimento.

Nativa viene fondata nel 2012 quando Eric Ezechieli e Paolo Di Cesare decidono di importare il modello delle benefit corporation in Italia, certificandosi come B-Corp e divenendo partner di B-Lab. Nativa si sviluppa come società s.r.l che tenta di porre come oggetto sociale il benessere dei lavoratori e fornire un impatto positivo nel mondo tuttavia questo viene rifiutato ben quattro volte dalla Camera di Commercio di Milano. L'idea originale era quella di creare una società for profit che perseguisse gli stessi scopi di una non-profit. Da questa prima idea entrano in contatto con il modello delle B-Corp americane e decidono di svilupparlo anche in Italia. Ad oggi questo è il loro principale obiettivo: diffondere e far crescere il modello in Italia e per portare avanti questo scopi tengono incontri, workshop con aziende per informarle e poi le assistono in tutto il processo di certificazione. Nativa diffonde un modello di sostenibilità fornendo alle aziende gli strumenti per poter cambiare la loro struttura e gli obiettivi a cui prima facevano riferimento. Fondamentale per Nativa è la partnership con The Natural Step, leader nella ricerca della sostenibilità, la quale fornisce anche software per implementare nelle società i criteri di sostenibilità ambientale grazie a nuovi strumenti tecnici e pianificazioni della catena produttiva. Al 2016 si contano 47 B Corp e si registra una continua crescita tuttavia le società che hanno modificato lo statuto per diventare società benefit sono ancora poche probabilmente perché la legislazione a proposito è piuttosto recente. In ogni caso l'obiettivo è rendere queste società e tutte quelle che vogliono seguire questo modus operandi al più presto società benefit riconosciute da tutto il mondo.

Riportiamo a seguire i punti principali dell'articolo 2 tratto dallo statuto di Nativa SB come esempio di applicazione non solo della struttura organizzativa e degli obiettivi di una B-Corp ma soprattutto della normativa italiana finora presentata.

La società si propone i seguenti obiettivi:

- Massimizzare la felicità di tutte le persone che compongono Nativa e che entrano in collaborazione con questa, rispettando gli impegni economici con motivazione e determinazione;
- Promuovere modelli economici e sociali come le Società Benefit e B-Corp, sostenendo le imprese nel lungo cammino di orientamento alla sostenibilità;
- Introdurre modelli innovativi di sviluppo sostenibile applicabili alle molteplici imprese in modo da rispettare i sistemi naturali e sociali in cui viviamo;

- Collaborare con differenti organizzazioni che partecipano agli obiettivi di Nativa in modo da rafforzare gli impatti tramite queste sinergie;
- Promuovere le attività di training, la realizzazione di workshop e seminari, la produzione di sondaggi e ricerche di mercato nonché lo sviluppo di prodotti software e di ricerche al fine di coinvolgere e aiutare le imprese che desiderano fare parte del cambiamento;
- Operare in maniera responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di tutti i portatori di interesse e dell'ambiente circostante, perseguendo la propria vitalità commerciale che porti maggiori risorse da investire in nuovi progetti e ricerche basati sullo sviluppo sostenibile e sull'uso delle energie rinnovabili;
- Investire nella ricerca e nell'innovazione per affrontare le future sfide economiche e sociali;
- Usare qualunque strumento finanziario necessario alla realizzazione dell'obiettivo sociale, rispettando le normative vigenti;

Vediamo inoltre alcune sfide che Nativa ha superato nell'anno 2016 e degli esempi di attività pratiche svolte:

- Supportare il binomio felicità-lavoro nella realizzazione delle persone, scegliendo clienti con l'adeguato commitment, misurando il grado di felicità e di realizzazione dei dipendenti costantemente per evitare problematiche intrinseche, concedendo flessibilità totale riguardo ad orari e luoghi di lavoro;
- Accrescere il numero di società benefit e i servizi che le riguardino, incrementando il numero di incontri, realizzando il website dedicato, implementando strumenti per facilitare l'approccio alle certificazioni.

Le Società Benefit italiane registrate ad ottobre 2017 sono le seguenti:

- 40 30 30 SB Srl SB
- Agromed Srl SB
- Aleoop Srl SB
- Alma Cordis Srl SB
- Antica Erboristeria SpA SB e B Corp®
- Amajor Srl SB
- Anima e corpo Srl Società Benefit
- Arca Srl SB
- Artes Srl SB
- Assicons Srl SB

- Auditability Srl SB
- BE SrlS Società Benefit
- BMP Srl Società Benefit
- Boboto Srl Società Benefit e Pending B Corp
- Bormio Booking Srl Srl Società Benefit
- C.A.F.A. Immobiliare Srl SB
- Cantiere Verde Società Agricola Srls SB
- Cartiera Srl Società Benefit
- Centri servire la famiglia Srl Società Benefit
- Centro di studio e di psicoterapia della persona-società benefit S.s.t.p.
- Ciboprossimo.net Srl SB
- Ciskusculum Srl SB
- Confini Azzurri Srl SB
- Croqer Srl SB e B Corp®
- D-Orbit Srl e B Corp®
- Dermophysiologique Srl SB e B Corp®
- Dialisi Sant'Angelo Srl Società Benefit
- E. DI C. SpA Società Benefit
- Edilgeo 4.0 SB a Responsabilità limitata
- Elidria Srl SB e B Corp®
- Esdebitami Srl Società Benefit
- Eso Srl SB
- Estia Soc. Cooperativa Benefit a RL
- Events Srl SB
- Executive service Srl SB e B Corp®
- Ex Terra Srl SB
- Ethicjobs Società Benefit Srl
- Eywa Hard Fun Srls SB
- European learning community S.n.c. Società Benefit di Carolina Eugenia Lopasso e Susana Alicia Grimaldi
- Fameroll Srl SB
- Firstfloor Srl – Yoroom Srl SB e Pending B Corp®
- Funky tomato Società agricola Srl SB
- Friends Srl SB

- Farmitalia Research SB
- Fit Srl Società Benefit
- Generativa Società Benefit a Responsabilità Limitata
- Grassi 1000 Srl Società Benefit
- Greenapes Srl SB e B Corp®
- Green Capital Alliance Società Benefit Srl
- Green Idea Technologies Srl SB
- Green Metal Srl SB
- Grup Srl Società Benefit
- ICS Maugeri SpA SB
- Il Faro Società Bene
- Immagina Srl Società Benefit
- Il ventricolo Srl Società Benefit
- Immobilcartiera Srl Società Benefit
- Impact Drinks SaS di Braguti Francesco & C. Società Benefit
- Insieme Soc. Cooperativa Benefit e B Corp®
- Intribe Società Benefit Srl
- Izmade Srl Società Benefit
- Klab Srl Società Benefit
- L'incanto Sas SB
- LanuovacoloniaspA
- Le tre vie Srl SB
- Leggiero Real Estate Spa SB
- Lifegate Spa SB
- Lightson Srl Società Benefit
- Little Genius International Srl SB e B Corp®
- Madre di Dio Srl Società Benefit
- Mailwork Ecosostenibili Srl SB e B Corp®
- Marioway Srl SB e B Corp®
- Mast Icc SB Srl
- Mefir Srl SB
- Merits Srl SB
- Millenotti e più Srl Società Benefit
- Mirroring Srl SB

- Mondora Srl SB e B Corp®
- Mozart Srl Società Benefit
- Mylifedesign Srl Società Benefit
- Nativa Srl Società Benefit e B Corp®
- Nature Talkers Società Benefit Srl
- Nested Srl Società Benefit
- NWG Energia Srl SB e B Corp®
- Onebarter Srl SB
- Open innovation Srl SB
- Ottocento Napoletano Srl SB
- Paradisi Srl e B Corp®
- Pasticceria Filippi Srl SB e B Corp®
- People Management Lab Società Benefit a Responsabilità Limitata
- Pieces of Venice S.r.l. - Società Benefit
- Positive Impact Srl SB Pending e B Corp
- Radici Srl SB
- Reynaldi Srl Società Benefit
- Rigenera innovation SB Srl
- Rpx partners Srls SB
- Santa Francesca Cabrini Srl SB
- Società Benefit AMD Srl SB
- Società Benefit Gemelli Medical Center SpA SB
- Soc. Cooperativa Stella Polare SB
- Soc. dei progetti SB a RL
- Sagelio Srl SB
- She Square Società Benefit Srl e Pending B Corp®
- Sind Neurottimo Srl Società Benefit
- Siquit Srl Società Benefit
- Slow Food Promozione Srl
- Spazio Noprofit Srl Società Benefit
- Synergie Società Cooperativa Benefit
- S.W.P. Sustainable Water Projects Srl Società Benefit
- Top in town Srl SB
- Texture S.r.l. Società Benefit

- Terre alte del Piceno Srl Società Benefit
- Trei Srl SB
- Trecuori SpA Società Benefit
- Turismo sostenibile Srl SB
- United4Business Srl SB
- Valli del Bitto Società Benefit e B Corp®
- Veganok Srl Società Benefit
- Villa Greca Srl Società Benefit
- Villamare Srl SB
- Vision Società Benefit
- Wami Srl SB
- Way2global Srl SB
- Welumen Srl Società Benefit
- Wise Srl Società Benefit
- Whatmatters Società Benefit Srl
- Worth Wearing Srl SB
- Yumax Società Cooperativa SB
- Xexagro Urban Farming Srl Società Benefit
- Zordan Srl SB e B Corp®

Esistono già numerose società benefit che spaziano tra i più differenti settori come ad esempio Antica Erboristeria che tratta prodotti per la cosmesi naturale del corpo, Boboto che fabbrica materiale didattico ma anche centri studi di psicoterapia, D-Orbit che si occupa di ricerca scientifica legata allo spazio, alcune trattano della consulenza imprenditoriale e pianificazione aziendale come Estia, società immobiliari, cooperative di assistenza a persone svantaggiate o in difficoltà, società per lo sviluppo informatico di software o reti di comunicazione, per la vendita e commercio di prodotti enogastronomici, per la lavorazione e commercio del legno. Le società benefit non si sono sviluppate in prevalenza da società che già prediligevano scopi sociali ma, anzi, si sviluppa da società che nascono come for-profit di qualunque settore per poi decidere di implementare uno o più obiettivi sociali nel proprio statuto e nella propria mission aziendale.

3.4. Conclusioni

Per riassumere in questo capitolo abbiamo analizzato alcuni dei possibili vantaggi delle società benefit tra cui ricordiamo la possibilità di avere due obiettivi, uno economico e uno sociale; l'essere i pionieri di un cambiamento che coinvolgerà lo sviluppo futuro del modo di fare impresa e poter essere di esempio per altre società che tendono a questo fine; formare un gruppo di imprese che possono sfruttare le loro sinergie e le loro conoscenze per raggiungere obiettivi simili infine la possibilità di avere un guadagno reputazionale per il proprio operato e per la visione strategica del futuro, beneficiando di maggiori investimenti sia in termini economici che sociali. Abbiamo poi analizzato l'articolo 2 della società Nativa S.r.l S.B. in cui si identificano i principali obiettivi sociali che riguardano l'ambiente ma anche lo sviluppo e la crescita di questo modello di società. Sono già piuttosto numerose le società benefit e suddivise in moltissimi settori differenti ma presentano tutte gli stessi principi guida:

- la visione dell'essere diverso dagli altri;
- l'internazionalità del proprio business basato su competenze specifiche del territorio (imprese glocal);
- la sicurezza di poter migliorare il mondo in cui viviamo.

Bibliografia

AMBROSIO G., BANDINI F. (1998) *La gestione del personale nelle aziende no profit* EtasLibri, Milano.

BANDINI F. (2003) *Manuale di economia delle aziende no profit* CEDAM, Padova.

CARRERA D., MESSINA A. (2008) *Economia e Gestione delle aziende nonprofit* Aracne editrice.

CASTELLANI G., DE ROSSI D., RAMPA A. (2016) *Le società benefit* Camera di Commercio di Taranto, Roma.

COSTA G., GIANECCHINI M. (2014) *Risorse umane persone, relazioni e valore* McGraw Hill Education.

COSTA G., GUBITTA P., PITTINO D. (2014) *Organizzazione aziendale mercati, gerarchie e convezioni* McGraw Hill Education.

CRIVELLARO M., VECCHIATO G., Scalco F. (2012) *Sostenibilità e rischio greenwashing* Libreriauniversitaria.

FRANCESCONI A. (2007) *Comunicare il valore dell'azienda no profit* CEDAM, Padova.

HILLER JS. (2013) *The benefit corporation and corporate social responsibility* Journal of Business Ethics, 118(2), pp. 287-301.

RIFKIN J. (2011) *La terza rivoluzione industriale* Mondadori.

SILVA E. (2016) *Il difficile debutto della benefit corporation* Sole 24 ore.

SLACK N., BRANDON-JONES A., JOHNSTON R. (2016) *Operations Management* Pearson.

SOLARI L. (2003) *Contratto psicologico ed equità in Produttività ed efficienza nelle organizzazioni non profit* Fondazione Sodalitas-HayGroup, Milano.

SOLARI L. (2008) *Alle sorgenti della motivazione. La gestione delle risorse umane nelle organizzazioni no profit* Fondazione Sodalitas-HayGroup, Milano.

SPAZZOLI F., LIUZZI F. (2010) *Il personale nel non profit* Maggioli Editore.

STANCHIERI L. (2006) *Essere Leader non basta: come costruire una leadership per il benessere e l'efficienza* Franco Angeli, Milano.

TURRI M. (2001) *La gestione del personale negli enti non profit* Liuc Papers, n.88, serie economia e istruzioni.

SITOGRAFIA

Strategic management. A stakeholder approach” (1984),

Associazione fra le società italiane per azione (ASSONIME) *La disciplina delle Società Benefit*

Circolare n.19 del 20 giugno 2016.

<https://www.edotto.com/download/assonime-circolare-n-19-del-20-giugno-2016>

D.L.g. 28 dicembre 2015, n. 208 commi 376-384.

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

<https://www.bcorporation.net/>

<http://www.nativalab.com/home>

<http://www.societabenefit.net>