

Società benefit (B-Corp.)

1. Premessa.....	pag.1
2. Cosa sono le società benefit.....	pag.1
3. Chi può essere interessato.....	pag.1
4. Adempimenti.....	pag.2
5. Pro e contro.....	pag.2
All. 1. Standard di valutazione esterno (All. 4 alla Legge di Stabilità 2016).....	pag.4
All. 2. Aree di valutazione (All. 5 alla Legge di Stabilità 2016).....	pag.5

1. PREMESSA

La Legge di Stabilità 2016 introduce nell'ordinamento giuridico italiano le società benefit, che sono società con scopo di lucro ma che perseguono anche finalità di beneficio comune e hanno un significativo impatto sociale. I riferimenti normativi sono i commi da 376 a 382 della Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (c.d. "Legge di stabilità 2016").

2. COSA SONO LE SOCIETA' BENEFIT

Introducendo, con la Legge di Stabilità 2016, la nuova forma giuridica delle società a beneficio comune, il Legislatore ha inteso favorire la costituzione e la diffusione nel nostro ordinamento di società che operino sia con finalità di lucro, sia a vantaggio di altri *stakeholders*.

Più precisamente, nell'esercizio di una attività economica, **la società benefit affianca alla finalità classica di realizzazione di un utile economico e di divisione degli utili, il perseguimento di una o più finalità di beneficio comune, operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente, nei confronti di persone, comunità, territori, ambiente ed altri portatori di interesse.**

Tale forma societaria, in un certo senso "ibrida", cercando di coniugare alcuni aspetti delle società commerciali con il mondo non-profit, si pone come obiettivo quello di facilitare ed incrementare le ricadute sociali positive da parte delle società commerciali.

3. CHI PUO' ESSERE INTERESSATO

La duplice natura di impresa for profit e for benefit ha portato le prime analisi a concentrarsi nella terra di mezzo del mondo delle società commerciali e del non profit, nell'ipotesi che la nuova forma societaria possa trovare lì il terreno più fertile per affermarsi.

L'esperienza statunitense, dove le B-Corp esistono da diversi anni, mostra come la sperimentazione italiana sia in perfetta sintonia con la virtuosa linea di tendenza nella quale si inserisce pure la Responsabilità Sociale d'Impresa (Corporate Social Responsibility), che di recente è stata al centro di ampi dibattiti in ambito nazionale e comunitario.

Pertanto, **il destinatario naturale dell'innovazione appare principalmente l'impresa for profit, un ampio insieme all'interno del quale si apre un gruppo di società che, volontariamente, dichiarano di perseguire finalità di beneficio comune, pur senza rinunciare all'obiettivo del profitto.**

4. ADEMPIMENTI

All'atto pratico, mantenendo ferma la disciplina prevista dal Codice Civile per la tipologia societaria prescelta, la società benefit deve:

1. indicare nell'oggetto sociale (inserendolo *ex novo* nell'atto costitutivo o nello statuto societario, oppure modificando lo stesso) le finalità di beneficio comune che si intendono perseguire;
2. essere amministrata in modo da bilanciare l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune, nonché gli interessi degli *stakeholders* menzionati in precedenza;
3. individuare il soggetto o i soggetti (amministratore, dipendente a livello dirigenziale, consulente esterno) responsabili cui affidare funzioni e compiti volte al perseguimento delle finalità di beneficio comune;
4. redigere annualmente una relazione relativa al perseguimento delle finalità di beneficio comune da allegare al bilancio di esercizio e da pubblicare sul sito della Società, che deve includere:
 - a. la descrizione degli obiettivi specifici attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;
 - b. la valutazione dell'impatto generato, mediante l'applicazione dello "standard di valutazione esterno" (allegato 4 alla Legge di Stabilità 2016) che comprende le "aree di valutazione" (allegato 5 alla Legge di Stabilità 2016);
 - c. una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

5. PRO E CONTRO

La società a beneficio comune presenta, come è naturale che sia, alcuni elementi favorevoli ed altri, inevitabilmente, sfavorevoli. Partendo da questi ultimi, certamente un elemento non trascurabile risiede nella responsabilità degli amministratori delle società benefit per la violazione dei doveri imposti dalla legge o dallo statuto, qualora non abbiano adempiuto all'obbligo di gestire la società in modo da bilanciare i diversi interessi coinvolti. Inoltre, la società benefit che non persegue le finalità di beneficio comune è sottoposta alle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole e del codice del consumo ed è soggetta alla vigilanza dell'Autorità Antritrust.

A fronte di tali aspetti, quale sarebbe la ragione che potrebbe spingere un imprenditore ad approcciarsi al mondo delle società benefit? Anzitutto il mercato, oggi molto evoluto e attento, con consumatori esigenti e sensibili a temi quali il rispetto dell'ambiente e, più in generale, al benessere collettivo. **A fronte di un mercato così "s sofisticato", la legge consente alle società benefit di inserire accanto alla propria denominazione sociale, l'abbreviazione SB (società benefit) e di utilizzare tale denominazione nei titoli emessi, nella documentazione e nelle comunicazioni verso terzi.**

Potersi spendere e presentare al mercato come società benefit potrebbe rappresentare per una società un elemento distintivo, in grado di generare un vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti o di modificare la collocazione della stessa nel mercato.

In altre parole, la società benefit porta con sé un marchio di trasparenza con relativo vantaggio reputazionale.

ALLEGATO 1 – STANDARD DI VALUTAZIONE ESTERNO

Allegato 4
(articolo 1, comma 378)

STANDARD DI VALUTAZIONE ESTERNO

Lo standard di valutazione esterno utilizzato dalla società benefit deve essere:

1. Esauriente e articolato nel valutare l'impatto della società e delle sue azioni nel perseguire la finalità di beneficio comune nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse;
2. Sviluppato da un ente che non è controllato dalla società benefit o collegato con la stessa;
3. Credibile perché sviluppato da un ente che;
 - a. ha accesso alle competenze necessarie per valutare l'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso;
 - b. utilizza un approccio scientifico e multidisciplinare per sviluppare lo standard, prevedendo eventualmente anche un periodo di consultazione pubblica.
4. Trasparente perché le informazioni che lo riguardano sono rese pubbliche, in particolare:
 - a. i criteri utilizzati per la misurazione dell'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso;
 - b. le ponderazioni utilizzate per i diversi criteri previsti per la misurazione;
 - c. l'identità degli amministratori e l'organo di governo dell'ente che ha sviluppato e gestisce lo standard di valutazione;
 - d. il processo attraverso il quale vengono effettuate modifiche e aggiornamenti allo standard;
 - e. un resoconto delle entrate e delle fonti di sostegno finanziario dell'ente per escludere eventuali conflitti di interesse.

ALLEGATO 2 – AREE DI VALUTAZIONE

Allegato 5
(articolo 1, comma 378)

AREE DI VALUTAZIONE

La valutazione dell'impatto deve comprendere le seguenti aree di analisi:

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