

PLUS PLUS

24

DOSSIER Diritto



www.plusplus24diritto.ilsole24ore.com

AGGIORNAMENTO
MAGGIO 2017



LE SOCIETÀ BENEFIT



A cura della Redazione di Plus Plus24 Diritto

GRUPPO **24** ORE

Sommario

Introduzione	3
Premessa	6
1. Il movimento globale delle B corp e la nascita delle Società Benefit	7
2. Costituire una Società Benefit o diventare Società Benefit	13
3. Il beneficio comune	16
4. Risorse umane nelle Società Benefit	17
5. Alcuni esempi di benefici comuni	19
6. La “governance”	23
7. Responsabilità degli amministratori nelle Società Benefit	25
8. Il percorso per monitorare il perseguimento del benefici comune, la misurazione dell’impatto, la relazione annuale	27
9. Pubblicità ingannevole, codice del consumo e rimedi a disposizione dell’autorità	30
10. Trattamento fiscale	32

GUIDA ALLA LETTURA

Una piccola legenda per interpretare i simboli che incontrerete durante la lettura.

“Cliccando” sul numero di pagina riportato sul sommario vi sposterete direttamente sul documento interessato

Introduzione

di Sen. Mauro Del Barba

L' Italia, con la legge di stabilità per il 2016, è il primo Paese Sovrano al Mondo a dotarsi di una normativa, già adottata da trentuno Stati degli Stati Uniti, sulle Società Benefit.

In questo modo il nostro Paese si candida concretamente ad essere un punto di riferimento per il cambiamento virtuoso del modello di sviluppo economico, facendo fronte contemporaneamente ai problemi ambientali (al centro di numerosi provvedimenti e continue attenzioni del legislatore), ai problemi sociali, quali il crescente divario tra ricchi e poveri e le trasformazioni del *welfare-state*, nonché alla drammatica crisi economica, individuando modelli di impresa che si caratterizzano per la resilienza così da offrire maggiori garanzie per il futuro.

Questi obiettivi, decisamente ambiziosi e a un primo sguardo “fuori scala”, si rendono possibili in quanto le Società Benefit rappresentano nel concreto una “mutazione genetica” del modello di impresa che ben si coniuga con la contemporanea riforma del Terzo Settore e lo sforzo dello Stato di considerare nel proprio bilancio e nella propria programmazione economica grandezze qualitative inedite che han fatto la loro concreta apparizione nel Def 2017 che per primo introduce il Bes (Benes-

sere equo e sostenibile) come indicatore di benessere.

Le Società Benefit (*Benefit Corporation* in contesto internazionale) nascono come strumento che rafforza e consolida la cosiddetta “strategia B”, ideata e promossa da B lab in tutto il mondo, attraverso la proposta delle B corp. In Italia, per la felice circostanza riformatrice che ha caratterizzato gli ultimi anni di governo, questo strumento si inserisce in un cambiamento che promette di coinvolgere a breve anche l'intero mondo del volontariato e in cui, come ricordato, anche lo Stato comincia a modificare il proprio approccio alle grandezze economiche e a riconsiderare i modelli di sviluppo su cui basare le proprie scelte.

È pertanto opportuno avvicinarsi a questa innovazione fin da subito con la consapevolezza di costituire l'avanguardia di un movimento che è già collaudato e internazionale, per non cadere in valutazioni e analisi che porterebbero inevitabilmente ad approcciare questi nuovi soggetti omologandoli ad altre interessanti novità introdotte dal legislatore negli ultimi anni o a immaginare che l'estensione degli scopi aziendali a benefici comuni costituisca di per sé l'indicazione di particolari (e unici) settori di applicazione «*in primis* il sociale» o abbia unicamente a che vedere

con la cosiddetta “ibridazione”, quell'interessantissima zona di frontiera tra il profit e il non-profit.

In realtà, le Società Benefit rappresentano molto più radicalmente una critica e un tentativo di correzione dell'attuale funzionamento dell'economia di mercato, in particolare del dogma fondamentale che spinge le imprese ad organizzare i propri sforzi, la stessa *governance*, e dunque le scelte quotidiane, rispetto ad un'unica grandezza da massimizzare: l'utile per gli azionisti.

Non mancano per la verità da decenni sforzi concreti e di successo operati dalle singole aziende per sfuggire alla perversione di questo meccanismo e nel contempo garantire profitti adeguati agli investitori (si pensi alla importante tradizione della *Corporate Social Responsibility* o alle strategie di Sostenibilità e ai relativi Modelli organizzativi, descritti sempre più spesso nei “Rapporti di Sostenibilità” e nei “Bilanci Sociali”), ma mai prima d'ora tale sforzo di autoriforma ha trovato un sostegno così evidente dal sistema delle regole e un'impostazione così incisiva nella *governance* aziendale tanto da introdurre una gestione equilibrata nel perseguimento dei plurimi obiettivi in capo agli amministratori.

Si tratta certo di un'occasione di grande visibilità per quelle im-

prese che da sempre si sforzano di avere questa doppia anima, di recuperare l'originario sogno di chi fa impresa, che non è fare soldi, ma offrire servizi che migliorino la qualità della vita propria e di tutti i portatori di interesse. In fondo è una vecchia questione, relegata a rango inferiore più per l'incapacità dell'economia di misurare il valore non monetario del prodotto che per una reale e profonda convinzione dei poteri taumaturgici del mercato libero e sfrenato.

Oggi il contesto di fiducia è cambiato, come sono aumentate le nostre conoscenze. Mi capita spesso di dire, girando il Paese e incontrando gli imprenditori: «non lo sentite anche voi un sinistro scricchiolio?». Questa non vuole essere l'espressione di un timore o peggio una paura, gli effetti collaterali del modello di sviluppo sono del resto sotto gli occhi di tutti. Invece, è e vuole essere un invito all'ottimismo: abbiamo fatto tantissimo fin qui, ora è venuto il tempo di fare meglio, di chiedere all'imprenditore e al mercato di condividere maggiori responsabilità, di competere come prima, ma con una dimensione in più, quella del beneficio comune.

Le Società Benefit sono normali società di persone o di capitali, comprese le cooperative, che oltre allo scopo di dividere gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di

interesse (legge 28 dicembre 2015, n. 208, art. 1, comma 376).

Aggiungere al tradizionale oggetto sociale (che permane) uno o più obiettivi di beneficio comune comporta un cambio profondo nella responsabilità degli amministratori che sono tenuti a gestire la società in modo da bilanciare l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi dell'ambiente e delle comunità in cui operano (legge 28 dicembre 2015, n. 208, art. 1, comma 380).

Modificando in tal modo il proprio statuto, ovvero aggiungendo all'oggetto sociale gli obiettivi di beneficio comune che ne arricchiscono le finalità, le Società Benefit si impegnano a dimostrarne l'impatto sul modello di gestione dell'impresa stessa, sui propri lavoratori, sull'ambiente e le comunità in cui operano. In particolare le scelte e le modalità operative saranno tese a garantire il profitto e contestualmente gli obiettivi di beneficio comune. In questo modo le Società Benefit contribuiscono a diffondere un modello che restituisce agli imprenditori la loro vocazione originale, e piacciono anche ai consumatori, o meglio ai portatori di interesse, come dimostra il numero di imprese che vi hanno aderito, in costante aumento, e l'apprezzamento ricevuto dal mercato. Ma per quali ragioni la Società Benefit piace così tanto?

Le Società Benefit hanno il pregio di tradurre in realtà le istanze della contemporaneità. Il consumatore di oggi è cambiato, è interessato alla storia del prodotto e alla sua

realizzazione, all'impatto ambientale e sociale del ciclo produttivo. Non è più una persona passiva, ma attiva, che vuole poter scegliere e vuole poter scegliere il meglio e ciò che è più adatto non solo ai propri gusti, ma anche alle proprie convinzioni e ai propri ideali.

Inoltre chi acquista il prodotto o servizio è consapevole, sensibile, interessato ai cambiamenti del mondo che lo circonda, alla natura e al territorio, sceglie prodotti sostenibili con il minor impatto ambientale e sociale, in linea con i propri valori etici e morali. Si informa, e soprattutto vuole fidarsi del prodotto che compra e della società che lo vende. La Società Benefit è in grado di soddisfare le esigenze del consumatore più attento e di dare fiducia alle persone in virtù dei propri comportamenti trasparenti e misurabili.

La prassi fin qui sviluppatasi, soprattutto nelle B corp in tutto il mondo, mostra come gli obiettivi di beneficio comune non costituiscono un vincolo alla produttività e al profitto, ma uno stimolo verso un cambiamento positivo e profittevole.

Perché in Italia?

L'Italia si è dimostrata terra molto fertile per la proposta delle Società Benefit potendosi giovare di caratteristiche peculiari e storiche che denotano una naturale affinità con questo modello. La dimensione delle imprese, ma soprattutto la loro naturale relazione con il territorio, di cui i distretti sono una delle dimostrazioni più evidenti, attestano per le imprese italiane un'innata propensione al

modello “benefit”. Decenni di tradizione molto avanzata di “responsabilità sociale d’impresa” hanno inoltre consentito di creare esplicite esperienze anche nelle imprese di grandi dimensioni che si richiamano ai principi delle Società Benefit. A ciò si possono ben aggiungere importanti contributi di alcuni poli universitari del Paese nel diffondere i principi dell’economia civile e i paradigmi dell’economia circolare. Tutto ciò ha reso e rende l’Italia di oggi un *continuum* con il Paese in cui nel dopoguerra Adriano Olivetti si domandava: «Può l’industria darsi dei fini? Si trovano questi semplicemente nell’indice dei profitti?».

Ci si potrebbe infine domandare come possa una norma di legge così sintetica e introdotta repentinamente ambire a risultati tanto importanti e strategici. Va detto che il testo si presenta volutamente aperto, non segue i canoni formali e le definizioni iperdettagliate a cui spesso si è abituati. Lo fa volutamente, lasciando in alcuni casi aperti diversi canali interpretativi e differenti modalità d’azione, per

consentire a imprese anche molto diverse tra loro (micro imprese come multinazionali sono interessate dagli stessi commi della legge) di utilizzare lo stesso modello, lasciando all’originalità dei singoli imprenditori il compito di calare i principi di legge nel modello imprenditoriale prescelto. Così il piccolo imprenditore può, una volta compresa la radicalità della scelta, recarsi dal notaio e assumere lo *status* di Società Benefit nel giro di un pomeriggio, mentre la grande multinazionale, già abituata alla formalizzazione dei processi, può trovare vie ampie e più strutturate per arrivare al medesimo cambiamento. Anche il linguaggio utilizzato dal legislatore, proprio per favorire questa adesione quasi personale, si è scelto che fosse più ispiratore che descrittivo, pur indicando con inequivocabile chiarezza le peculiarità di una Società Benefit e le potenti ricadute sulla *governance* e sulla responsabilità degli amministratori. Anche laddove alcune scelte potevano essere effettuate senza pregiudicare l’adesione a tutte le imprese ita-

liane, si è preferito lasciare aperti alcuni temi, sia di ordine generale (il beneficio comune deve essere attinente all’attività caratteristica dell’impresa o aggiuntivo e separato dalla stessa?), sia di ordine particolare (la relazione annuale va depositata con il bilancio? Va redatta secondo particolari formalismi?), di nuovo allo scopo di individuare le migliori modalità sulla scorta delle esperienze sul campo e non su una presunzione meramente teorica e astratta operata dal legislatore.

Sarà fondamentale cogliere da questi primi “pionieri benefit” italiani le migliori pratiche, continuando a coltivare un confronto multidisciplinare e operativo come meritoriamente è avvenuto in questi primi mesi di adozione della legge e nel contempo tenere aperto il confronto con gli altri Stati che si stanno dotando di analoga legislazione. Abbiamo il vantaggio di essere i primi e di non essere soli in questa sfida avvincente che, ci auguriamo, potrà concorrere a rilanciare nel mondo l’idea dell’Italia che più ci piace.

Premessa

La “grande marcia” delle Società Benefit è iniziata da poco, ma immediato è stato l’interesse destato nel mondo dell’imprenditoria. Sono già circa 100 le aziende che hanno assunto la qualifica di Società Benefit, e molte altre stanno valutando di intraprendere questo percorso. Per dare uno strumento di supporto alle organizzazioni che desiderano diventare Benefit e mantenere tale stato giuridico nel tempo, EY s.p.a.

ha promosso – con il sostegno del senatore Mauro Del Barba - la creazione di un tavolo di lavoro a porte chiuse, al quale hanno preso parte esponenti del mondo imprenditoriale, universitario, professionisti, esperti in materia di sostenibilità. Il tavolo, mettendo a fattor comune competenze interdisciplinari, si è interrogato sui diversi aspetti che una organizzazione che voglia essere Società Benefit deve considerare nella scelta del proprio modello

imprenditoriale: individuazione del beneficio comune, principi, modelli gestionali, procedure eccetera.

I risultati del tavolo di lavoro sono in parte riprodotti nella presente monografia; gli spunti che seguono, frutto dell’interpretazione dei partecipanti, senza alcuna pretesa di esaustività, vogliono essere un contributo a disposizione di tutti al dibattito e al percorso di sviluppo delle Società Benefit nel nostro Paese.

PLUS PLUS

24

Diritto

© 2017 Copyright Il Sole 24 Ore S.p.A. Tutti i diritti sono riservati. È vietata la riproduzione anche parziale e con qualsiasi strumento. I testi e l’elaborazione dei testi, anche se curati con scrupolosa attenzione, non possono comportare specifiche responsabilità per involontari errori e inesattezze. Sede legale e Amministrazione: via Monte Rosa, 91, 20149 Milano

Dossier a cura della redazione di Plus Plus24 Diritto - Chiuso in redazione il 18 maggio 2017

www.plusplus24diritto.ilsole24ore.com

1. Il movimento globale delle B corp e la nascita delle Società Benefit

di Eric Ezechieli e Paolo Di Cesare

Cofondatori di Nativa, prima Società Benefit e Certified B Corp® in Europa,
Country partner per l'Italia di B Lab

Le aziende sono il più importante strumento di creazione di posti di lavoro, di generazione di ricchezza e diffusione di innovazione. Tuttavia allo stesso tempo, secondo la legge e nella pratica, l'azienda esiste con l'unico scopo di servire gli *shareholder*, attraverso la distribuzione degli utili, mentre gli *stakeholder* e più in generale la società e l'ambiente restano in secondo piano. È pur vero che le leggi stabiliscono soglie minime di *compliance* ma questa è di gran lunga insufficiente per assicurare che un'azienda crei valore per la società anziché distruggerlo, basti pensare alle industrie di tabacco, combustibili fossili e altre sostanze inquinanti che sono legali e fonte di profitti per gli azionisti, nonostante i danni che causano alla società e all'ambiente. Esistono anche casi virtuosi di aziende che dedicano grande attenzione alle persone, alle comunità in cui operano, ai loro impatti ambientali, alla creazione di valore condiviso. Tuttavia, a causa del fatto che le aziende nascono con un unico scopo codificato, la distribuzione dei dividendi, esse non potranno che causare, a tendere, un sistematico degrado della società e dell'ambiente per-

ché questi fattori non rientrano a pieno titolo nel paradigma attuale. Anche limitandosi ad una prospettiva puramente economica e finanziaria, come indica Robert Ayres, *emeritus* di INSEAD, è ovvio che la massimizzazione del valore per gli azionisti causi una stagnazione di proporzioni secolari: il valore, anziché circolare in una base più ampia e creare una prosperità durevole e diffusa, si concentra nelle mani di un numero di attori sempre più ristretto. Per contro, emerge con sempre più forza l'imperativo di nuovi paradigmi d'impresa che siano intrinsecamente rigenerativi e adeguati ad affrontare le enormi sfide sociali, ambientali ed economiche del XXI secolo. Tra questi nuovi paradigmi, spicca quello delle *Benefit Corporation*, aziende che rispondono alle esigenze del nostro tempo e che, come sottolinea il Nobel per l'economia Robert Shiller «(...) avranno risultati economici migliori rispetto ad altri tipi di aziende».

SOCIETÀ BENEFIT: IMPIANTO CONCETTUALE E MODELLO OPERATIVO

Partendo da questa necessità di evoluzione, l'impianto concettuale e il modello operativo delle *Bene-*

fit Corporation e Società Benefit nasce a partire dal 2006 negli Stati Uniti, grazie all'organizzazione non profit B Lab, riconosciuta in tutto il mondo come principale promotore del "paradigma Benefit" e del movimento globale delle B Corp. B Lab è nata con l'unica missione di accelerare una evoluzione dei paradigmi di *business* attraverso:

1. la creazione di una comunità globale di aziende for profit, le B Corp® certificate, che soddisfano i più alti standard al mondo di *accountability*, responsabilità e trasparenza;
2. la promozione di attività di *policy making* per introdurre nuove forme giuridiche per aziende for profit - come le *Benefit Corporation* negli Usa e il loro equivalente italiano, le Società Benefit - finalizzate ad allineare e proteggere la missione delle imprese "a doppio scopo", ovvero distribuzione di dividendi e beneficio per gli *stakeholder*;
3. lo sviluppo di robusti protocolli di misura degli impatti, disponibili liberamente online per chiunque nel mondo li voglia utilizzare, in particolare per le aziende che intendono migliorare e per gli investitori che mira-

no ad identificarle.

La visione di B Lab è che un giorno tutti gli impatti ambientali e sociali di un'azienda siano misurati in maniera altrettanto completa e solida quanto lo sono i risultati economici. In questo modo, le aziende inizieranno a competere per essere le migliori *per* il mondo e potranno contribuire a creare una prosperità durevole e diffusa.

Il modello di *B Corporation*, oggi, è presente in 50 Paesi del mondo e, dal 2012, anche in Europa, principalmente in due modi:

1. attraverso le *B Corp* certificate e la diffusione del protocollo di misura degli impatti *online B Impact Assessment*;
2. attraverso le *B Corp* certificate, il protocollo di misura e la forma giuridica *Benefit Corporation* disponibile in 32 stati Usa e in Italia, dove è stata introdotta con la denominazione di Società Benefit dal 1° gennaio 2016.

QUAL È IL RAPPORTO TRA SOCIETÀ BENEFIT E B CORP CERTIFICATA?

Le *B Corp* e le Società Benefit sono modelli complementari. La Società Benefit consente di allineare e proteggere la missione nel medio e lungo termine, integrando l'oggetto sociale dell'impresa con la descrizione degli impatti sulla società e ambiente che l'impresa si impegna a perseguire nel suo operato. La certificazione *B Corp*® identifica le aziende a più alta *performance* di impatto: la si può ottenere solo dopo avere misurato tutte le attività dell'azienda attraverso il protocollo *B Impact Assessment*

(*BIA*, vedi *infra*), ed avere verificato con B Lab il superamento di una selettiva soglia di qualifica. Ad aprile 2017, solo 2.100 aziende fra le prime 55.000 che hanno iniziato il *BIA*, hanno raggiunto questo traguardo. In Italia, grazie alla disponibilità della forma giuridica, le *B Corp* certificate sono chiamate a trasformarsi in Società Benefit entro due anni dalla certificazione. La forma giuridica di Società Benefit è complementare al modello *B Corp* in quanto esplicita la responsabilità del management e degli azionisti di perseguire obiettivi di impatto positivo. Per approfondimenti, si veda il sito curato da B Lab sulle Società Benefit www.societabenefit.net



legenda: Il logo "Certified B Corporation" è un marchio registrato che può essere utilizzato solo dalle aziende che creano più valore per la società e l'ambiente di quanto ne distruggano, ovvero hanno un punteggio ≥ 80 punti su 200, misurati attraverso il B Impact Assessment e verificati da B Lab. La B nel cerchio distingue da tutte le altre le aziende non migliori al mondo ma "migliori per il mondo".

IL PROTOCOLLO DI MISURA DEGLI IMPATTI "B IMPACT ASSESSMENT" E LA LEGGE SULLE "BENEFIT CORPORATION"

Per interpretare correttamente l'impianto concettuale e operativo delle Benefit, è importante capire che B Lab è partita fin dalle origini, nel 2006, da una prospettiva di materialità: per questo ha sviluppato prima il protocollo di misurazione degli impatti, il *B Impact Assessment* (*BIA*), rendendolo disponibile gratuitamente online a qualsiasi azienda volesse misurare i propri impatti economici, sociali e ambientali attraverso uno strumento specializzato per questa specifica finalità. Il *BIA* negli anni è diventato anche il più diffuso strumento al mondo, già utilizzato da oltre 55.000 aziende, in 140 settori e in 50 Paesi diversi. Durante i primi anni, l'impegno di B Lab e del nascente movimento Benefit è stato di fare emergere le *B Corp* certificate, ovvero quelle aziende che, operando già secondo un modello rigenerativo, potessero dimostrare la possibilità di un modo radicalmente nuovo di condurre un *business for profit*. Queste sono le aziende che misurano il proprio impatto, lo verificano con B Lab e superano una soglia di 80 punti su una scala da 0 a 200 del *B Impact Assessment* (meno del 5% di tutte le aziende che si misurano con il *BIA* superano gli 80 punti). Il *BIA* esiste in oltre 100 versioni per consentire un *benchmark* accurato e quindi una misurazione attendibile in base a settore di appartenenza, dimensioni e area geografica in cui

Qual è la differenza tra una B Corp certificata e una Benefit Corporation / Società Benefit?

Requisito	B Corp Certificata	Benefit Corporation e Società Benefit/Accountability
Accountability	Gli amministratori devono tener conto degli effetti delle loro decisioni sia sugli azionisti che sugli stakeholder	Uguale alle B Corp certificate
Trasparenza	L'azienda deve rendere pubblico un rapporto che valuta il suo impatto complessivo, redatto secondo uno standard indipendente	Uguale alle B Corp certificate
Performance	Le performance sono verificate e certificate dal B Lab attraverso lo standard B Impact Assessment. Va dimostrata una performance >= 80 punti su 200.	Auto-dichiarata
Verifiche Permanenti	Deve rinnovare la certificazione ogni due anni	L'unica verifica nel tempo è relativa ai requisiti di trasparenza
Assistenza e uso del Brand 'Certified B Corp®'	Accesso a una gamma di servizi e supporto da parte di B Lab. Le B Corp certificate possono usare il brand e il logo 'Certified B Corp' sui loro prodotti e in tutte le loro comunicazioni	Nessun tipo di supporto formale da parte di B Lab. Non è possibile usare il brand B Corp®
A chi si rivolge	Qualsiasi impresa privata in ogni parte del mondo	Solo negli Stati USA che hanno approvato la legge sulle Benefit Corporation e in altri paesi come l'Italia, dove dal 1 gennaio 2016 è stata introdotta la forma giuridica di Società Benefit
Oneri	La tariffa annuale per la certificazione B Corp varia tra 500 € e 50.000 €, in base al fatturato annuale dell'azienda. La fee copre parte dei costi operativi della non profit B Lab, consente l'accesso ai servizi per le B Corp certificate e sostiene la diffusione degli strumenti di misura dell'impatto delle B Corp (B Impact Assessment).	Negli Usa, gli oneri amministrativi variano in genere tra 70 e 200 \$. In Italia gli oneri sono quelli legati alle modifiche statutarie aziendali. Documenti standard e informazioni per la ricerca di un consulente legale sono disponibili sul sito www.benefitcorp.net (USA) e in Italia sul sito www.societabenefit.net

Fonte: <http://www.societabenefit.net/b-corp-e-societa-benefit-tabella-comparativa/>

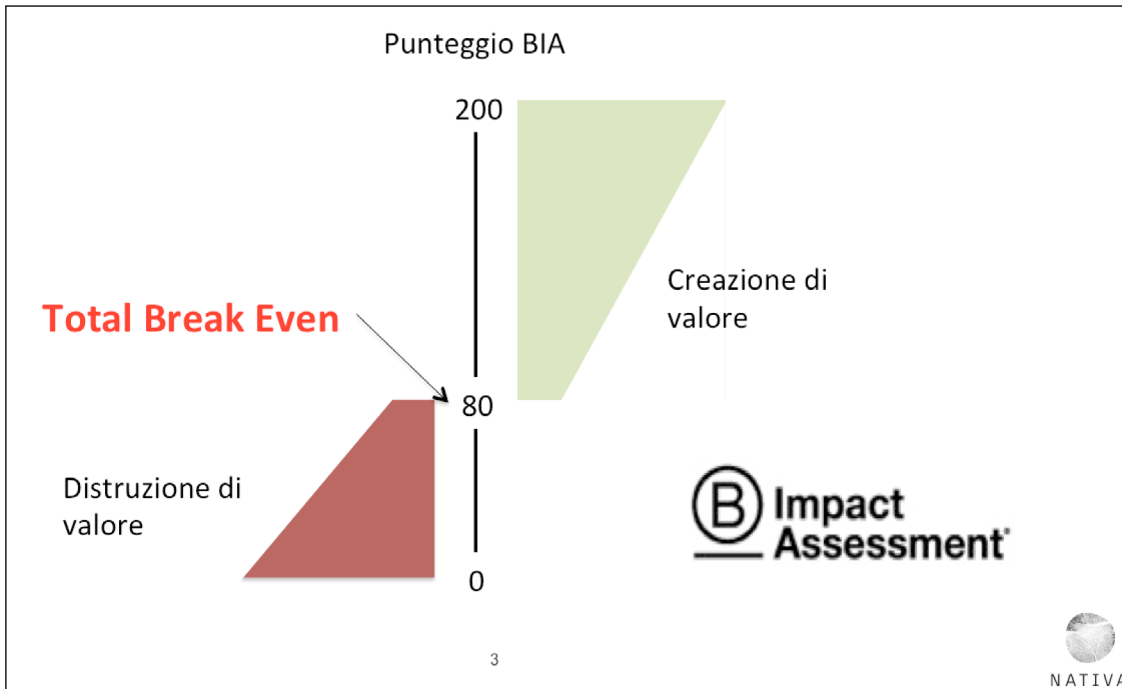
una data azienda opera.

Solo in seguito è iniziata un'azione di *policy making* finalizzata ad allineare e proteggere la missione profondamente innovativa e più "voluta" delle *Benefit Corporation*. B Lab dal 2007, insieme alle prime B Corp certificate, si è attivata per promuovere il modello giuridico Benefit, fino a giungere

all'approvazione della prima legge che istituiva le *Benefit Corporation* in Maryland, nel 2010. È bene sottolineare che non si tratta di un modello simile alle Imprese Sociali o di una evoluzione del non profit ma di una trasformazione positiva dei modelli dominanti di impresa a scopo di lucro, per renderli più adeguati alle gran-

di sfide globali e alle opportunità dei mercati del XXI secolo. Né le *Benefit Corporation*, né le Società Benefit godono di incentivi o sgravi fiscali o di altro tipo e non comportano, quindi, alcun costo per i contribuenti.

Il modello Benefit, oggi, sta diventando sempre più rilevante anche per grandi aziende: il Ceo di



legenda: Il B Impact Assessment consente di misurare in maniera rigorosa, completa e trasparente se un'azienda crei o distrugge valore per la società, valutandone a 360° tutti gli impatti economici, ambientali e sociali. Le aziende che superano la soglia di 80 punti su 200 al BIA, meno del 5% del totale, possono richiedere la qualifica di B Corp® certificata.

Danone, Emmanuel Faber, il 27 aprile 2017, ha dichiarato in sede di assemblea generale che DanoneWave, azienda appena acquisita da Danone negli Usa, è diventata *Benefit Corporation* (ad oggi, la più grande al mondo) e appena possibile raggiungerà la qualifica di B Corp. Nella stessa assemblea, Faber ha annunciato che l'intero gruppo Danone, che fattura oltre 27 miliardi di euro, ha nel proprio piano strategico il conseguimento della qualifica di B Corp.

IL CASO DELLE SOCIETÀ BENEFIT ITALIANE

In Italia, abbiamo vissuto una dinamica analoga: sono emerse prima le B Corp certificate nel

2013 - e con esse il loro standard di misurazione degli impatti. Dopo tre anni, grazie alla loro diretta attivazione nella promozione di una forma giuridica utile per proteggere e allineare la loro duplice finalità di profit e impatto positivo, sono state introdotte le Società Benefit. Questa innovazione è considerata rivoluzionaria da autorevoli personaggi, come il Nobel per l'economia, Robert Shiller, e gli a.d. di Danone e Unilever.

La collaborazione tra B Lab, i giuristi che hanno concepito la norma negli Usa, vari esperti di diritto internazionale, imprenditori, legislativi e altri *stakeholder*, assieme alla reattività dei *policy-maker* italiani ha reso possibile lo

straordinario risultato di rendere l'Italia il primo Paese al mondo fuori dagli Usa a recepire questo modello di società a scopo di lucro, già adottato - dopo poco più di un anno dall'entrata in vigore della legge - da circa 100 aziende italiane.

Avendo compreso "l'architettura" del modello e le sue fondamenta, diventa evidente come, ai fini dell'interpretazione e applicazione della legge sulle Benefit, Società o *Corporation* che siano, tanto in Italia quanto negli Usa è fondamentale che a monte sia dedicata la massima attenzione agli aspetti di materialità e di misurazione delle *performance*. Per questo esistono strumenti dedicati come il *B Im-*

pact Assessment, a cui il legislatore italiano ha fatto riferimento per esporre la struttura di misurazione degli impatti complessivi descritta nella legge. La legge lascia aperti spazi anche per altri protocolli di misurazione, tenendo presente che sia la natura stessa delle Società Benefit sia le indicazioni specifiche rispetto ai contenuti della relazione di impatto richiedono un approccio approfondito e strategico, di cui la misura degli impatti è uno degli aspetti.

In Italia, attualmente, le Benefit, sia Società che B Corp certificate, si sono aggregate per creare un vero e proprio movimento, che promuove la diffusione e il riconoscimento del modello in molteplici contesti, per accelerare un cambio di paradigma rispetto alla misurazione del valore creato dalle aziende. Il movimento Italiano delle Benefit è attualmente quello che sta crescendo più rapidamente in Europa.

SOCIETÀ BENEFIT: LE AZIENDE DUPLICE SCOPO COME NUOVO PARADIGMA

La legge italiana, in linea con le linee-guida per la normativa che sono diffuse in tutto il mondo in materia di *Benefit Corporation*, crea un “campo di gioco” su cui sperimentare, con l’intenzione di monitorare e fare emergere le migliori pratiche. L’aspetto più importante riguarda il “salto di paradigma” rappresentato dalle Società Benefit. Per la prima volta, **una società a scopo di lucro è guidata da uno scopo duplice**, riconoscen-

do da *stakeholder* e *shareholder* e ufficializzato attraverso una legge della Repubblica Italiana. Visto che la legge non prevede incentivi o sgravi fiscali, la scelta di configurarsi come Benefit costituisce una scelta di campo inequivocabile da parte degli azionisti e, come dimostra l’esperienza di quasi 5.000 *Benefit Corporation* negli Usa, rappresenta già una garanzia di qualità dell’operato delle Benefit. Le aziende a duplice scopo vanno viste anche secondo una prospettiva di opportunità, più che di vincolo: il management delle Benefit ha finalmente **la possibilità di perseguire anche gli interessi degli stakeholder**, mentre in tutte le altre società a scopo di lucro ha l’obbligo di perseguire gli interessi dei soli azionisti. Partendo da questa prospettiva, trovano una più facile interpretazione le indicazioni che seguono in questa monografia in materia di *governance*, individuazione e perseguimento delle finalità di beneficio comune, misurazione degli impatti e reportistica. La forma giuridica diventa quindi un aspetto complementare che consente di allineare e proteggere la missione di quelle aziende che abbiano già scelto a monte di riportare in maniera completa e trasparente i loro impatti economici e sociali, misurati con lo stesso rigore normalmente riservato ai risultati economici e finanziari. Per chiarire nella pratica il legame tra B Corp e Società Benefit, le aziende che conseguono la certificazione B Corp si impegnano anche ad adottare lo *status* giuridico di Società Benefit per mantenere la cer-

tificazione. Nel contempo, qualsiasi Società Benefit ha a disposizione il protocollo delle B Corp - oltre ad altri standard di terza parte - per misurare i propri impatti, senza alcun vincolo in quanto all’acquisizione dello *status* di B Corp.

IL CASO NATIVA: LA PRIMA SOCIETÀ BENEFIT B CORP® E IN EUROPA, COUNTRY PARTNER DI B LAB PER L’ITALIA

Nativa è stata la prima *Benefit Corporation* e *Certified B Corp* in Europa. È una *design company* dedicata completamente all’innovazione “a prova di futuro”. Opera attraverso “Benefit Unit” e ha esplicitato nel proprio statuto, all’oggetto sociale, la finalità di beneficio comune di promozione delle Società Benefit e delle B Corp. Dal 2014 è diventata *Country Partner* di B Lab per la promozione delle Benefit, sia B Corp che Società Benefit in Italia ed ha agito come catalizzatore del movimento italiano delle Benefit. Tutte le attività che Nativa svolge e i nuovi progetti imprenditoriali che avvia hanno *in primis* finalità di beneficio comune.

In quanto *Country Partner* italiano di B Lab, Nativa da anni promuove presso tutti gli *stakeholder* interessati il modello Benefit e rende disponibili ad un pubblico più ampio possibile informazioni tecniche e operative per contribuire ad accelerare un salto di paradigma. Siti internet dedicati, conferenze e *workshop*, libri e pubblicazioni, articoli, progetti di ricerca, insegnamento nelle Università, *coaching*

per ricercatori e tesisti, corsi di formazione, la traduzione in italiano del *B Impact Assessment* (giunto ormai alla *release 5*, dopo 11 anni di sviluppo) e altri materiali, la costante attività di informazione e supporto ai *policy maker* sia italiani che in altri Paesi del mondo,

il dialogo con molteplici *stakeholder*, l'ascolto e il supporto alle B Corp e Società Benefit sono alcune delle attività che Nativa svolge per sostenere il movimento in Italia. Nativa svolge anche attività di affiancamento, per aziende che ne facciano specifica richiesta, per

diventare Società Benefit o per misurarsi usando il *B Impact Assessment* come strumento di miglioramento, fermo restando che esso è disponibile liberamente per chiunque e che il ruolo di certificatore per le B Corp è competenza di B Lab.

Oggetto sociale

Oggetto sociale

LO SCOPO ULTIMO DELLA SOCIETA' E' LA FELICITA' DI TUTTI QUANTI NE FACCIANO PARTE, SIA COME SOCI CHE IN ALTRI RUOLI, ATTRAVERSO UN MOTIVANTE E SODDISFACENTE IMPEGNO IN UN'ATTIVITA' ECONOMICA DI SUCCESSO.
LA SOCIETA' VUOLE ACCELERARE UNA TRASFORMAZIONE POSITIVA NEI PARADIGMI ECONOMICI, DI PRODUZIONE, CONSUMO E CULTURALI, IN MODO CHE TENDANO VERSO LA SISTEMATICA RIGENERAZIONE DEI SISTEMI NATURALI E SOCIALI.
LE SUE ATTIVITA' MIRANO A CREARE UN BENEFICIO - INTESO COME UN IMPATTO POSITIVO - SULLE PERSONE CON CUI INTERAGISCE, SULLA SOCIETA' E SULL'AMBIENTE DI CUI E' PARTE.

La visione di B Lab e di Nativa è che, a tendere, tutte le aziende diventeranno non tanto B Corp ma “come una B Corp” ovvero il mercato premierà le aziende che concretamente migliorano il mondo. Per usare le parole dello scienziato e imprenditore Riccardo Sabatini, «l'idea di B Corp è così ovvia che il contrario suona sospetto». L'obiettivo del movimento è che entro 10 anni il modello Benefit sia talmente diffuso da diventare nor-

male. Le società “a puro scopo di lucro”, che non creino un tangibile impatto positivo, saranno sempre di più viste come eccezioni. Un profitto che deriva dall'aver causato problemi per qualcuno, o per le generazioni future sarà considerato un'anomalia. Sarà normale misurare tutte le dimensioni di un'azienda, quella ambientale e sociale, con la stessa attenzione e con lo stesso rigore che oggi dedichiamo alla dimensione econo-

mica e finanziaria. Sarà così nel mondo occidentale, ma anche nei Paesi in via di sviluppo perché, come dimostrano le più recenti ricerche sulle priorità dei Millennial in Africa, come in Cina o in Europa, è sempre più evidente che un modello capitalista classico è ormai obsoleto, perché comporta dei costi umani, sociali e ambientali troppo alti. È tempo di evolvere e la via che le Benefit tracciano diventa sempre più chiara.

2. Costituire una Società Benefit o diventare Società Benefit

di **Monica De Paoli**

notaio in Milano

e **Francesca Pasi**

avvocato in Milano Studio Milano Notai

L'espressione Società Benefit si riferisce dunque ad uno *status* di enti *for profit* che perseguono, accanto allo scopo tipico della divisione degli utili, finalità ulteriori di beneficio comune, volte ad ottenere un impatto positivo sull'ambiente e sulla società civile e che intendono operare in modo sostenibile e trasparente.

Una Società Benefit sceglie la propria veste giuridica tra i tipi societari disciplinati dal libro V del codice civile, che pertanto continua ad essere la principale normativa di riferimento, unitamente alla legge n. 208/2015.

Possono diventare Società Benefit:

- le società semplici (art. 2251 e ss. cod. civ.);
- le società in nome collettivo (art. 2291 e ss. cod. civ.);
- le società in accomandita semplice (art. 2312 e ss. cod. civ.);
- le società per azioni (art. 2325 e ss. cod. civ.);
- le società in accomandita per azioni (art. 2452 e ss. cod. civ.);
- le società a responsabilità limitata (art. 2462 e ss. cod. civ.);
- le società cooperative (art. 2511 e ss. cod. civ.);

- le società mutue assicuratrici (art. 2546 e ss. cod. civ.).

Va esclusa tale possibilità per le società a responsabilità limitata semplificate, che devono costituirsi con un atto redatto in conformità al modello standard tipizzato che non consente di inserire le previsioni statutarie richieste dalla legge n. 208/2015.

Sono invece sicuramente compatibili le qualifiche di Società Benefit e di start up innovativa di cui agli articoli 25 e seguenti della legge 17 dicembre 2012, n. 221, con la precisazione che per le start up a vocazione sociale il cui oggetto è limitato ai settori di attività previsti dalla legge n. 155/2006 sull'impresa sociale potrebbero esserci sovrapposizioni e/o incompatibilità e che, viceversa, può acquisire la qualifica di Società Benefit una società che operi nei settori dell'impresa sociale quando non vi siano gli altri presupposti di legge per essere qualificata start up innovativa (lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico).

I patti sociali e gli statuti delle Società Benefit devono recepire,

oltre alle ordinarie norme di funzionamento delle società, alcuni elementi richiesti dalla legge n. 208/2015: l'assunzione della qualifica Benefit impatta sulla disciplina degli enti per quanto riguarda in particolare la denominazione, la definizione dell'oggetto sociale, la figura del responsabile della valutazione dell'impatto, la predisposizione di una relazione annuale da allegare al bilancio, l'individuazione e l'obbligo di osservare uno standard di valutazione, con ripercussioni sulla responsabilità degli amministratori, che rispondono per inadempimento dei doveri imposti dalla legge e dallo statuto, in caso di mancato perseguimento delle finalità indicate nell'oggetto sociale (*vedi infra*).

Nello specifico, nell'elaborare le clausole statutarie si dovrà tenere conto di quanto segue:

1. DENOMINAZIONE

La legge n. 208/2015 prevede che accanto alla denominazione sociale possano essere introdotte le parole: «Società Benefit» o l'abbreviazione: «SB». Si tratta di una facoltà e non di un obbligo ma all'indomani dell'entrata in vigore

della legge era l'unico modo per far conoscere ai terzi la natura della società. Il registro delle imprese ha successivamente modificato i propri modelli per cui ora la qualifica di Società Benefit è visibile a prescindere dall'indicazione nella denominazione, pur non essendo stata (correttamente) introdotta una apposita sezione speciale;

2. OGGETTO

L'oggetto sociale deve indicare, accanto all'attività propria dell'impresa, le finalità di beneficio comune ossia il perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e gruppi di soggetti coinvolti, direttamente o indirettamente, dall'attività delle società quali lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile. La formulazione della legge è piuttosto ampia e lascia alla società la libertà di scegliere quale finalità in concreto perseguire. È opportuno tuttavia che lo statuto non sia eccessivamente generico nell'indicazione del beneficio comune, costituendo lo stesso un impegno che la società si assume e che incide sulla responsabilità degli amministratori.

ri. Su questi ultimi grava, infatti, il dovere di amministrare la società in modo da bilanciare l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi delle categorie di *stakeholder* indicate nello statuto;

3. SOGGETTO RESPONSABILE DEL PERSEGUIMENTO DEL BENEFICIO COMUNE

Il comma 380 della legge n. 208/2015 richiede alla società di individuare il soggetto o i soggetti responsabili a cui affidare funzioni e compiti volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune (per approfondimento vedi *infra*).

È opportuno che lo statuto riporti l'impegno ad individuare il soggetto o i soggetti responsabili, non essendo necessario che sia o siano nominati nell'atto costitutivo;

4. RELAZIONE ANNUALE^[1]

Il comma 382 impone agli amministratori di redigere una relazione annuale avente ad oggetto il perseguimento del beneficio comune, da allegare al bilancio e da pubblicare sul sito web della società, ove esistente, che deve contenere:

a) la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e

delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;

b) la valutazione dell'impatto generato utilizzando lo standard di valutazione esterno con caratteristiche descritte nell'allegato 4 annesso alla legge e che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 annesso alla legge;

c) una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo (per un approfondimento sulla relazione annuale, si veda *infra*).

L'allegato 4 alla legge precisa quali sono le caratteristiche che deve possedere lo standard di valutazione esterno utilizzato dalla Società Benefit per la valutazione dell'impatto generato.

Deve, quindi, trattarsi di uno standard:

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 sia controllato dalla Società Benefit o collegato con la stessa;

3. credibile, perché sviluppato da un ente che:

[1] A breve, saranno disponibili sui siti delle Società Benefit le prime relazioni annuali relative al 2016. Quella della società Nativa è già disponibile al seguente link http://www.nativallab.com/pdf/Nativa_SB_Relazione_di_Impatto_Zero_A_2015.pdf, in quanto la società ha deciso di redigerla con riferimento all'anno precedente l'assunzione della qualifica di Società Benefit, pur non essendovi ancora obbligata con riferimento all'anno precedente l'assunzione della qualifica di Benefit.

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.

Il legislatore lascia alla Società Benefit la libertà di individuare lo standard da utilizzare. Al riguardo,

ne esistono già di internazionali che rappresentano un utile riferimento (*Global Reporting Initiative*, il *B Impact Assessment* BIA sviluppato da B lab, l'ISO 26000 - *International Standardization Organization* eccetera).

I requisiti statuari richiesti dalla legge devono essere rispettati sia in sede di costituzione della società, sia nel caso in cui una società già esistente decida di acquisire la qualifica Benefit. In quest'ultimo caso è necessario procedere ad una modifica dello statuto, nel rispetto delle disposizioni che regolano le modificazioni del contratto o dello statuto sociale, proprie di ciascun tipo di società. Ci si è chiesti da subito se le modifiche funzionali all'adozione della qualifica Benefit comportassero il diritto di recesso in capo ai soci assenti o dissenzienti, secondo le normali regole societarie.

Il diritto di recesso rappresenta, in linea generale, uno strumento di tutela del socio che non ha partecipato o acconsentito alla modifica del contratto sociale, garantendogli un diritto di *exit* in presenza di alterazioni delle caratteristiche sociali valutate rilevanti dal legislatore, contemperato dall'interesse della

società di proseguire l'attività.

Il diritto di recesso non ha una disciplina univoca per i diversi tipi societari: quella prevista per le società di persone è diversa da quella prevista per le società di capitali e, all'interno di queste ultime, è diversa tra s.p.a. e s.r.l. Non è questa la sede per un maggiore approfondimento; si può in estrema sintesi dire (i) che la valutazione sull'esistenza del diritto di recesso in capo ai soci – in assenza di una espressa previsione di legge - dovrà essere fatta caso per caso, tenendo conto della disciplina prevista dal codice civile per il tipo di società, di eventuali previsioni specifiche contenute nei patti o nello statuto sociale, del tipo di attività svolto in precedenza dalla società; (ii) che non si è in presenza di un'ipotesi di trasformazione (né omogenea, né eterogenea); pertanto le modifiche necessarie ad assumere la qualifica Benefit vanno inquadrare nelle altre fattispecie che legittimano il recesso (giusta causa per le società di persone; modifica dell'oggetto sociale quando consente un cambiamento significativo dell'attività della società per le società per azioni, cambiamento dell'oggetto per le s.r.l. eccetera).

3. Il beneficio comune

di **Monica De Paoli**

notaio in Milano

e **Francesca Pasi**

avvocato in Milano Studio Milano Notai

L'elemento identitario delle Società Benefit (in linea con la finanza d'impatto, il *venture capital* sociale o il non profit produttivo ridisegnato dalla legge-delega di riforma del Terzo Settore) risiede nell'attenzione posta all'impatto sociale di un progetto d'impresa: una Società Benefit non si limita a produrre beni o servizi ma opera per generare bene comune per il territorio, per l'ambiente, per i lavoratori, per la collettività, in funzione di una scelta libera, coerente e responsabile dei soci.

Assume quindi un ruolo determinante la definizione di beneficio comune.

Secondo il comma 376 della legge di stabilità 2016, beneficio comune è il perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica delle Società Benefit, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni, nonché il soggetto o i gruppi di soggetti coinvolti, direttamente o indirettamente, dall'attività delle società, quali lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile.

Come ha spiegato il senatore

Del Barba nell'introduzione, il legislatore ha volutamente lasciato ampia libertà alla Società Benefit di scegliere la finalità di beneficio comune e le modalità concrete con cui realizzarla (salvo verifica ed eventuale sanzione). E ha chiarito l'altro fattore indispensabile: la finalità di beneficio comune deve essere perseguita nello svolgimento dell'attività economica, non come un fatto aggiuntivo e indipendente. La declinazione statutaria dell'attività Benefit è opportuno che sia circoscritta a quella che l'impresa intende effettivamente attuare, perché è chiamata a rispondere del raggiungimento di ogni suo obiettivo.

Ci si deve anche chiedere se il beneficio comune debba attenere necessariamente al *core business* dell'azienda, diventando, quindi, centrale "quanto" il raggiungimento del profitto, o non possa invece trovare attuazione con altre modalità, come si ritiene possibile.

In un precedente articolo pubblicato sul Sole 24 Ore del 9 marzo 2017, erano state approfondite due ipotesi: la prima, relativa alla possibilità che il beneficio comune si traduca in mera erogazione di fondi a sostegno di iniziative "benefiche", interpretando il beneficio comune in un'ottica più vicina al

concetto di *Corporate Social Responsibility*. È la scelta fatta da alcune Società Benefit, anche se – pur facendo esplicito riferimento al comma 376 a enti e associazioni come possibili beneficiari dell'attività - probabilmente da sola non è sufficiente, e il beneficio comune deve essere più strettamente legato all'attività aziendale.

La seconda ipotesi riguardava la scelta della società di qualificarsi Benefit strutturandosi come *low-profit*, cioè prevedendo statutariamente l'accantonamento di una parte degli utili prodotti per finalità di beneficio comune (per esempio, per una banca la creazione di un fondo di garanzia per ampliare la possibilità di accesso al credito, vedi Banca Prossima, non a caso prima B corp bancaria in Italia; la previsione di reinvestire gli utili in ricerca o attività di incubatore per start up come "Make a Cube"). Il codice civile non prevede e non vieta per le imprese questa possibilità. Se il reinvestimento degli utili avviene a beneficio di attività di utilità sociale comunque legate al *business* della società (come quelle già citate o, per esempio, la creazione di un piano stabile di *welfare* aziendale), sembra abbastanza naturale far rientrare questa modalità in una visione benefit.

4. Risorse umane nelle Società Benefit

di **Stefania Radoccia**

avvocato in Milano, Partner, EY Studio Legale Tributario

e **Matteo Pollaroli**

avvocato in Milano, EY Studio Legale Tributario

Tra le categorie previste dalla legge quali destinatari del “beneficio comune” (art. 1, comma 378, lett. *a*, legge n. 208/2015) figurano persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse (comma 376). Tra questi ultimi rientrano lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile (comma 378, lett. *b*). Il duplice elenco è variegato ma in esso vi occupano una posizione di particolare preminenza le categorie delle “persone” e dei “lavoratori”. Tale posizione, per così dire, di privilegio è confermata, altresì, dal fatto che la valutazione d’impatto (*cf.* comma 378, lett. *c* e *d*) deve necessariamente includere l’area delle risorse umane come imprescindibile (*cf.* allegato 5 alla legge).

Infatti, gli ambiti di valutazione previsti sono (i) la *governance* per valutare il livello di trasparenza e responsabilità della Società Benefit, (ii) i lavoratori, (iii) l’ambiente e (iv) genericamente altri portatori di interesse.

Dunque, pare proprio che – nella scelta delle finalità di beneficio

comune – la Società Benefit debba mostrare di tenere una gestione trasparente, corretta e responsabile delle proprie risorse umane.

In particolare, per espressa previsione di legge, la valutazione d’impatto deve ricomprendere le relazioni con i dipendenti e i collaboratori, specificamente in termini di adeguatezza delle retribuzioni, eventuale presenza di *benefit*, di un percorso formativo e opportunità di crescita personale, qualità dell’ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro (*cf.* comma 378, lett. *d* e allegato 5 alla legge). Tali temi devono essere coerenti con quanto previsto dalla legge e dall’eventuale contrattazione collettiva applicabile.

In particolare, ve ne sono alcuni che sono già oggi nell’agenda degli *HR Director*. Partendo dal rispetto delle tutele legali, si possono contemplare *welfare*, *smart working*, *great place to work*, *work-life balance*, *incentive compensation*, *diversity*, *equality*, *benefit*, *work environment*, formazione, alternanza scuola-lavoro.

Concentriamoci ora su taluni di questi aspetti, che incontrano oggi terreno fertile di sviluppo e che

possono costituire un *plus* notevole nella Società Benefit. Com’è noto, con il concetto di *welfare* aziendale si fa riferimento ad una serie di *benefit*, prestazioni, opere o servizi concessi al lavoratore che trascendono la mera componente monetaria della retribuzione. Il *welfare* aziendale muta il paradigma di fondo su cui si basa il rapporto tra impresa e lavoratori, incentrandolo non più sul semplice scambio tra prestazione lavorativa e retribuzione, ma tra prestazione lavorativa e benessere, apportando numerosi miglioramenti in tema di clima aziendale, aumento della produttività, contenimento del costo del lavoro e aumento del potere d’acquisto dei dipendenti.

La valutazione dell’impatto positivo delle Società Benefit comprende le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e *benefit* e la qualità dell’ambiente di lavoro, dunque il *welfare* aziendale, con le agevolazioni fiscali e contributive, anche recenti, che comporta, sembra facilmente esportabile quale modello di beneficio comune.

Anche l’esigenza di *work-life balance*, ossia di conciliazione tra vita privata e vita lavorativa, si

pone come obiettivo primario in questo nuovo modello d'impresa. Affinché si realizzi in concreto questo bilanciamento, il lavoro agile o *smart working* è lo strumento ideale.

Con il c.d. lavoro agile – già utilizzato da varie imprese, oggi contemplato da un recente disegno di legge – si è inteso incrementare la competitività e agevolare la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, grazie al principio di flessibilità organizzativa. Con lo *smart working* si superano i tradizionali vincoli di luogo e orario di lavoro, riportando la questione sull'elemento fiduciario tra datatore di lavoro e lavoratore. Al lavoratore subordinato viene riconosciuta maggiore autonomia e

maggiore responsabilità (e quindi maggior fiducia), valorizzando in questo modo la sua figura nel contesto aziendale. In molti contesti, i benefici legati al lavoro agile sono effettivi, sia in termini di aumento della produttività e riduzione dei costi di lavoro che in tema di tempi di trasporto nelle aree urbane e conseguente riduzione dell'inquinamento atmosferico. Considerare le forme di *smart working* nelle Società Benefit come “beneficio comune” sembra una delle strade da intraprendere.

Integrare le *policy* aziendali, in modo tale da farne il perno per diventare Società Benefit, accrescerebbe il valore dell'impresa sotto il profilo della *brand reputation* e nei confronti di quei consumatori

responsabili, di fronte ai quali la Società Benefit si propone come garanzia di trasparenza e sostenibilità.

Per finire, le Società Benefit possono essere altresì la chiave di volta per attrarre quei talenti interessati alla condivisione di quegli stessi ideali e principi.

Un particolare modo di intendere il *welfare*, piuttosto che l'*equality* o la *policy* sul *work-life balance* possono, dunque, essere il punto di approdo per collaboratori meritevoli, che abbiano il desiderio di impegnarsi nella condivisione di un sentire comune e nelle sfide dell'innovazione. Innovazione che trova un suo tracciato decisivo sulla mappa della sostenibilità e dell'autoresponsabilità.

5. Alcuni esempi di benefici comuni

di Monica De Paoli

notaio in Milano

e Francesca Pasi

avvocato in Milano Studio Milano Notai

Si riportano di seguito alcuni stralci tratti da statuti di Società Benefit già costituite relativi alla definizione di beneficio comune da intendersi come spunto e senza pretesa di esaustività, in quanto, come già sopra evidenziato, il beneficio comune è individuato liberamente dalla Società Benefit in considerazione della propria attività economica, del contesto in cui opera e degli *stakeholder* di riferimento.

Società Benefit che produce e commercializza prodotti dolciari

Dallo statuto di una Società Benefit che ha indicato, accanto all'attività economica di produzione e commercializzazione di prodotti dolciari, le seguenti finalità di beneficio comune rivolte ai lavoratori:

- «- contribuire al miglioramento delle condizioni di coloro che vivono situazioni economiche svantaggiate, come per esempio nel caso di madri single o appartenenti a nuclei famigliari monoreddito dando loro priorità, a parità di altri fattori di valutazione per nuove assunzioni;
- offrire opportunità di crescita personale e di qualificazione professionale al personale dipendente anche attraverso l'organizzazione di corsi formativi a partecipazione gratuita ulteriori rispetto ai percorsi formativi che risultano già obbligatori per espressa previsione normativa;
- promuovere la felicità del personale come indicatore di performance aziendale chiave, in armonia con i valori di celebrazione e festa che il prodotto rappresenta per i clienti della Società».

Società Benefit che produce e commercializza prodotti agricoli

Dallo statuto di una Società Benefit che ha indicato, accanto alla produzione e commercializzazione di prodotti agricoli, le seguenti finalità di beneficio comune rivolte ai lavoratori ed all'ambiente:

- «- l'incentivazione dell'integrazione tra le culture, l'accrescimento delle conoscenze tecniche delle imprese ed il miglioramento delle condizioni di vita per i braccianti migranti, con lo scopo specifico di dare una alternativa a tutti: ai braccianti, una alternativa lavorativa al caporalato ed una abitativa ai ghetti; alle imprese agricole, una alternativa ai meccanismi di mercato che le vedono schiacciate da commercianti, industrie conserviere, catene della distribuzione, attori finanziari; ai consumatori, una alternativa al consumo di cibo senza qualità e del quale non conoscono la storia e le condizioni di produzione;
- la promozione e diffusione di modelli e sistemi agricoli ecocompatibili e di qualità improntati al massimo rispetto della natura e di tutte le forme di vita umane, animali ed inanimate che vi dimorano, ed in generale ispirati alla gestione sostenibile delle risorse, con particolare riferimento al modello biologico di produzione e consumo;
- l'attivazione e la gestione di un fondo di rotazione a sostegno della filiera e la promozione di un fondo per iniziative culturali e di sostegno all'integrazione e alla cura dei braccianti immigrati impegnati in agricoltura;

- il bilanciamento tra le esigenze dei produttori agricoli (ricerca di mercati locali, attivazione di servizi integrati territoriali, maggior riconoscimento pubblico del ruolo sociale ed ambientale del bio-agricoltore eccetera) con quelle dei consumatori (sicurezza alimentare, conoscenza dei luoghi di produzione del cibo, ricerca di prezzi più giusti eccetera) e della pubblica amministrazione (acquisti verdi, mense pubbliche bio eccetera)».

Società Benefit che eroga servizi sanitari e socio-assistenziali

Dallo statuto di una Società Benefit che ha indicato, accanto alla attività di gestione di presidi sanitari, case di cura, poliambulatori, *day hospital*, laboratori di analisi cliniche, le seguenti finalità di beneficio comune rivolte alla società civile, in particolare nei confronti dei propri utenti:

«In particolare la società riconosce l'importanza primaria del ruolo dell'utente quale elemento centrale del processo di erogazione dei servizi sanitari e socio assistenziali, convenendo sulla necessità di orientarli, dall'accettazione alla dimissione, verso una più efficace risposta alle sue esigenze ed aspettative. La società pone al centro della sua azione la persona ed i suoi diritti, attuando i principi della carta europea dei diritti del malato elaborata da Cittadinanzattiva onlus.

A tal fine si impegna a garantire il diritto di ogni cittadino che si rivolge alla stessa a:

- ricevere servizi appropriati, anche finalizzati a prevenire la malattia;
- accedere ai servizi sanitari che il suo stato di salute richiede;
- accedere a tutti i tipi di informazione che riguardano il suo stato di salute, i servizi sanitari e le modalità di accesso;
- accedere alle prestazioni sanitarie che la ricerca scientifica e l'innovazione tecnologica rendono disponibili;
- accedere a tutte le informazioni utili per partecipare attivamente alle decisioni che riguardano la sua salute;
- scegliere liberamente e sulla base di adeguate informazioni tra differenti trattamenti sanitari;
- ricevere i necessari trattamenti sanitari in un periodo di tempo predeterminato e congruo;
- accedere ai servizi sanitari di alta qualità, sulla base del rispetto di precisi standard anche di sicurezza;
- essere tutelato da danni derivanti dal cattivo funzionamento dei servizi sanitari;
- accedere a programmi diagnostici o terapeutici quanto più possibile adatti alle sue esigenze personali, anche al fine di lenire la sofferenza in ogni fase della malattia;
- reclamare ogni qual volta abbia sofferto un danno e ricevere un'adeguata risposta».

Società Benefit che svolge attività di intermediazione assicurativa e riassicurativa

Dallo statuto di una Società Benefit che ha indicato, accanto all'attività di intermediazione assicurativa e riassicurativa, le seguenti finalità di beneficio comune rivolte alla società civile, in particolare nei confronti dei consumatori:

- i) lo sviluppo, la promozione, la valorizzazione, la divulgazione, il sostegno di tematiche di diritto e pratica delle assicurazioni nonché la sensibilizzazione sull'importanza sociale dell'assicurazione sia con riguardo agli operatori professionali della intermediazione assicurativa ai sensi dell'art. 106 Dlgs. n. 209/2005 sia con riguardo alla collettività dei consumatori e di tutti i potenziali destinatari di prodotti e servizi assicurativi;
- ii) l'organizzazione diretta e il patrocinio di seminari, convegni, giornate formative e/o di aggiornamento e riqualificazione professionale, workshop, in aula o a distanza, nazionali e internazionali su tematiche di cultura assicurativa

in linea con quanto previsto dal regolamento Ivass 6 del 2 dicembre 2014 destinati a operatori professionali della intermediazione assicurativa ai sensi dell'art. 106 Dlgs. n. 209/2005 e/o alla collettività dei consumatori e di tutti i potenziali destinatari di prodotti e servizi assicurativi;

iii) la progettazione, lo sviluppo, la produzione, la cessione in uso e il noleggio di prodotti, sistemi, servizi e opere dell'ingegno nel comparto assicurativo; il sostegno e la sponsorizzazione di attività di ricerca scientifica finalizzate alla progettazione e alla strutturazione di modelli distributivi semplificati di prodotti e servizi assicurativi ad alto contenuto tecnologico e a basso impatto ambientale attraverso la riduzione o – quando possibile – l'eliminazione dell'uso di materiale cartaceo, e allo scopo di valorizzare la cultura assicurativa nella collettività dei consumatori e di tutti i potenziali destinatari di prodotti e servizi assicurativi;

iv) l'organizzazione e la gestione di laboratori di studio volti alla valorizzazione dell'uso di piattaforme digitali nei processi contrattuali assicurativi, allo scopo di migliorare e semplificare l'esperienza e le relazioni nella fase di negoziazione e di stipula sia per gli operatori professionali sia per la collettività dei consumatori e di tutti i potenziali destinatari di prodotti e servizi assicurativi; tanto anche attraverso l'implementazione di soluzioni assicurative a basso impatto ambientale attraverso la riduzione o – quando possibile – l'eliminazione dell'uso di materiale cartaceo;

v) lo sviluppo di applicazioni informatiche multimediali ed ipertestuali per il miglioramento delle relazioni tra operatori professionali della filiera della distribuzione assicurativa e tra questi ultimi e la collettività dei consumatori e di tutti i potenziali destinatari di prodotti e servizi assicurativi».

Società Benefit attiva nel commercio di erbe medicinali ed aromatiche e di cosmetici naturali

Dallo statuto di una Società Benefit che ha indicato, accanto all'attività di produzione e commercio di erbe medicinali ed aromatiche, di cosmetici vegetali, di integratori alimentari, le seguenti finalità di beneficio comune rivolte in particolare all'ambiente ed ai consumatori:

- «- La promozione della trasparenza, l'autenticità e l'educazione sui temi relativi alla cosmesi naturale, alle nuove pratiche aziendali rigeneratrici e all'impatto ambientale delle proprie attività, condividendo apertamente le sfide e opportunità del suo continuo percorso di miglioramento;
- l'impiego di tecnologie sempre più efficaci, più sicure per il consumatore e per l'ambiente attraverso progetti di ricerca e sviluppo interni e collaborazioni;
 - il costante miglioramento del profilo di sostenibilità aziendale attraverso lo sviluppo di pratiche e processi di innovazione sostenibile;
 - la collaborazione con fornitori selezionati oltre che su qualità e condizioni economiche anche su impatto e aderenza ai propri valori fondanti;
 - la promozione della diversità culturale praticando una politica inclusiva all'interno dell'azienda e il sostegno a progetti a impatto positivo sul territorio e la comunità».

Società Benefit con attività nel settore “holding” e commercio immobiliare

Dallo statuto di una Società Benefit che ha indicato, accanto all'attività di holding e immobiliare, le seguenti finalità di beneficio comune rivolte in particolare alla società civile nell'ambito delle attività culturali e della ricerca scientifica:

- «a.) promuoverà e sosterrà attività museali e in generale attività e iniziative culturali al fine di diffondere e sviluppare, tra persone, enti, associazioni e i generale nella società civile, la conoscenza in ambito archeologico, pittorico, sculto-reo, letterario, musicale cinematografico, editoriale eccetera;
- b.) promuoverà e sosterrà la ricerca scientifica, in particolare nel settore della chimica, delle bio-tecnologie, della farmacologia e della medicina;».

Società Benefit nel settore della lavorazione e del commercio del legno

Dallo statuto di una Società Benefit che ha indicato, accanto all'attività di lavorazione e commercio del legno, le seguenti finalità di beneficio comune rivolte in particolare all'ambiente:

- riciclo e riutilizzo di scarti di lavorazione;
- raccolta differenziata dei rifiuti;
- produzione di energia da fonti rinnovabili;
- sviluppo di tecniche di controllo ed efficientamento del consumo energetico;
- la crescente digitalizzazione dei documenti».

6. La “governance”

di **Monica De Paoli**

notaio in Milano

e **Francesca Pasi**

avvocato in Milano Studio Milano Notai

Il comma 380 della legge n. 208/2015 prevede che la Società Benefit sia «amministrata in modo da bilanciare l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi delle categorie indicate nel comma 376, conformemente a quanto previsto nello statuto. La Società Benefit, fermo quanto disposto dalla disciplina di ciascun tipo di società prevista dal codice civile, individua il soggetto o i soggetti responsabili a cui affidare funzioni e compiti volti al perseguimento delle suddette finalità».

Anche in materia di *governance* la Società Benefit applica innanzitutto la disciplina di riferimento per la tipologia societaria prescelta, con alcune specificità.

All'organo gestorio viene richiesto di amministrare la società «in modo da bilanciare l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi delle categorie indicate nel comma 376, conformemente a quanto previsto nello statuto». L'amministrazione della Società Benefit deve essere quindi improntata, oltre che all'ottimizzazione dei risultati legati all'attività di impresa, a garantire il raggiungimento e il mantenimento nel tempo degli obiettivi di beneficio comune

indicati nello statuto e oggetto di revisione annuale, bilanciando gli interessi dei soci alla redditività dell'impresa con quelli degli *stakeholder*.

I patti o lo statuto sociale possono contenere alcune indicazioni sulle modalità di attuazione di questi obiettivi, ma si tratta di compiti che naturalmente ampliano il campo di attività e di discrezionalità dell'organo amministrativo, chiamato a rispondere del proprio operato (comma 381 della legge n. 208/2015, di cui meglio *infra*).

La Società Benefit deve inoltre individuare il soggetto (o i soggetti) responsabile/i a cui affidare funzioni e compiti volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune. Il legislatore non ha imposto specifici requisiti in capo a tale soggetto. È rimessa quindi alla volontà dei soci – anche in ragione dei diversi tipi sociali e delle dimensioni dell'azienda – l'individuazione del o dei soggetti responsabili e/o dell'organo deputato alla sua nomina. La qualifica di soggetto responsabile dell'attuazione del beneficio comune può anche coincidere con l'organo amministrativo. In presenza di un organo collegiale il ruolo del responsabile può essere delegato ad uno o più membri.

Ma, per esempio, nelle organizzazioni di maggiori dimensioni o laddove l'attuazione del beneficio comune richieda particolari competenze tecniche, la nomina del soggetto responsabile può ricadere su un dipendente della società o anche su un terzo estraneo alla compagine sociale, attraverso il conferimento di una procura.

L'individuazione di un soggetto responsabile non esime, in ogni caso, l'organo amministrativo dalla responsabilità di ricoprire in prima persona un ruolo proattivo nella gestione delle attività legate alla generazione del beneficio comune, e di controllo sull'azione del soggetto responsabile, in quanto l'inosservanza degli obblighi previsti dalla legge e dallo statuto può costituire inadempimento dei doveri imposti agli amministratori.

Le attività riconducibili al soggetto responsabile dell'attuazione delle finalità benefit possono essere raggruppate in questi ambiti:

- supporto agli amministratori nell'analisi del contesto funzionale alla definizione e verifica periodica dell'oggetto del beneficio comune, comprese la valutazione degli impatti generati dalle attività caratteristiche e l'analisi delle esigenze e aspettative degli *stakeholder*;

- individuazione degli obiettivi funzionali al raggiungimento del beneficio comune, da sottoporre ad approvazione agli amministratori;
- definizione delle risorse necessarie, tempi e modalità per il raggiungimento degli obiettivi, da sottoporre ad approvazione degli amministratori;
- coordinamento dell'attuazione delle attività funzionali al perseguimento del beneficio comune;
- mappatura delle competenze necessarie all'individuazione dei ruoli organizzativi più strettamente legati al perseguimento del beneficio comune;
- supporto agli amministratori nel monitoraggio delle azioni definite per il raggiungimento del beneficio comune e successiva valutazione periodica degli impatti generati al fine di analizzare il reale livello di

perseguimento del beneficio stesso;

- supporto agli amministratori nella predisposizione della relazione annuale in cui sia data evidenza delle attività realizzate per il perseguimento del beneficio comune e nella definizione delle modalità più opportune a darne pubblicità.

Come già anticipato *supra* illustrando i requisiti statuari, l'organo amministrativo (comma 382 della legge n. 208/2015) deve predisporre una relazione annuale concernente il perseguimento del beneficio comune, che deve essere allegata al bilancio e pubblicata sul sito internet della società, ove esistente.

Il fatto che la relazione debba essere allegata al bilancio (e con esso depositata al registro delle imprese) ha fatto sorgere il dubbio se la stessa debba essere oggetto di

valutazione da parte dell'organo di controllo, se nominato. L'organo di controllo non è stato oggetto di previsioni specifiche da parte della legge n. 208/2015; pertanto, ove presente, avrà le funzioni discendenti dalla disciplina codicistica.

Costituendo il perseguimento del beneficio comune parte integrante dell'oggetto sociale, e l'attuazione dello stesso un dovere specifico degli amministratori, oggetto di rendicontazione annuale, non sembra tuttavia potersi escludere un obbligo di vigilanza in capo all'organo di controllo in conformità alle funzioni ad esso imposte dalla legge.

L'attività di controllo valuterà la conformità della relazione annuale rispetto allo standard di valutazione esterno utilizzato per la misurazione dell'impatto generato e agli altri elementi previsti dal comma 382 della legge n. 208/2015.

7. Responsabilità degli amministratori nelle Società Benefit

di **Stefania Radoccia**

avvocato in Milano, Partner, EY Studio Legale Tributario

Christian Busca

avvocato in Milano, EY Studio Legale Tributario

e Eleonora Mac Donald

avvocato in Milano, EY Studio Legale Tributario

La Società Benefit si caratterizza per il fatto di creare un impatto positivo sulla collettività e sull'ambiente. Al *management* viene pertanto richiesto, innanzitutto, di considerare l'impatto positivo delle proprie decisioni non solo sulla società ma soprattutto sulla comunità e sull'ambiente. Ne consegue che le Società Benefit devono assumere obblighi di trasparenza e responsabilità nei confronti dei soci, dei dipendenti, dei fornitori e, in generale, di tutte le categorie che possano beneficiare di un impatto positivo dall'attività aziendale.

Alla luce di tali considerazioni, l'opinione maggiormente condivisa considera la Società Benefit quale nuovo modello di *business*, perché tende alla massimizzazione dei profitti tanto da un punto di vista economico quanto da un punto di vista socio-ambientale.

Nello specifico, e in tema di responsabilità degli amministratori, è bene ricordare che questi ultimi sono tenuti all'osservanza degli stessi obblighi generalmente imposti dalla legge a carico degli amministratori di qualunque società non

caratterizzata dal perseguimento del beneficio comune. Trovano quindi generale applicazione gli articoli 2392 e 2476 del codice civile, in materia, rispettivamente, di responsabilità degli amministratori di società per azioni e di società a responsabilità limitata. Pertanto, anche agli amministratori di Società Benefit si applicano il rispetto del dovere di agire con diligenza e in modo informato, nonché l'obbligo di perseguire l'interesse sociale in assenza di conflitto di interesse. Quanto alla normativa dettata appositamente in materia di responsabilità degli amministratori di Società Benefit, le norme di riferimento sono quelle di cui ai commi 380, 381 e 382 della legge 28 dicembre 2015, n. 208.

In tema di responsabilità contrattuale verso i soci, il comma 381 della legge 28 dicembre 2015, n. 208 stabilisce che l'inosservanza degli obblighi posti dal comma 380, in tema di bilanciamento degli interessi dei soci con il perseguimento delle finalità di beneficio comune e l'interesse delle altre categorie di soggetti indicati nello statuto, può costituire l'inadem-

pimento dei doveri imposti agli amministratori dalla legge e dallo statuto stesso, con conseguente applicazione degli articoli del codice civile, in relazione a ciascun tipo di società, in materia di responsabilità degli amministratori. Gli amministratori di Società Benefit saranno pertanto responsabili quando, nell'esercitare le attività di gestione della società, non tengano nel dovuto conto l'impatto che le proprie azioni possano determinare sulle varie categorie di interessi contemplate nello statuto. I soci, quindi, potranno far valere la responsabilità degli amministratori quando questi non abbiano perseguito le finalità di beneficio comune. D'altro canto, si osserva che i soci non potranno agire nei confronti degli amministratori che abbiano compiuto scelte strategiche che privilegino profili sociali o ambientali rispetto alla massimizzazione del profitto. Quanto ai criteri di imputazione, anche agli amministratori di Società Benefit si applica il principio del "giudizio imprenditoriale" (*Business Judgement Rule*). Questo criterio, generalmente applicato dalla

giurisprudenza, vede profilarsi la responsabilità degli amministratori solo per danni cagionati per difetto della normale diligenza nella gestione della società o per inadempimento di specifici obblighi previsti dalla legge. Pertanto, le decisioni assunte dagli amministratori non possono determinare alcun tipo di responsabilità quando, pur se adottate con diligenza, nel perseguimento dell'interesse sociale e in assenza di conflitto di interesse, si rivelino, infine, dannose o erronee. La condotta degli amministratori sarà pertanto valutata secondo i consueti parametri di diligenza, lealtà e correttezza, interpretati alla luce delle peculiarità caratterizzanti Società Benefit.

Il comma 380 della legge 28 dicembre 2015, n. 208 prevede inoltre l'obbligo, per la società, di individuare il soggetto cui affidare il perseguimento delle finalità di beneficio comune. Tale previsione non esclude, tuttavia, che il soggetto incaricato di perseguire le finalità di beneficio comune resti l'organo amministrativo, che, anzi, si configura quale soggetto privilegiato cui affidare la realizzazione delle finalità di beneficio comu-

ne. Si osserva, tuttavia, che anche in caso di delega di funzioni, gli amministratori restino comunque gli unici responsabili per il perseguimento delle finalità di beneficio comune.

Infine, il comma 382 della legge 28 dicembre 2015, n. 208 si limita a prevedere l'obbligo di predisporre una relazione annuale con riferimento al perseguimento del beneficio comune, da allegare in sede di approvazione annuale del bilancio. Pur soffermandosi sul contenuto di tale relazione, che si articola, per espressa previsione di legge, in una parte riguardante la descrizione degli obiettivi specifici e delle azioni poste in essere dalla società per il raggiungimento del beneficio comune, nella valutazione dell'impatto positivo generato dalle azioni realizzate dalla società sui portatori di interesse tutelati in statuto, nonché nella descrizione dei nuovi obiettivi che la società si prefigge di raggiungere nell'esercizio successivo, la relazione non fa alcun riferimento all'ipotesi di mancata predisposizione di tale relazione annuale. Il successivo comma 383 fa inoltre riferimento all'obbligo

di pubblicazione della relazione sul sito internet della società, se esistente. Si osserva che neanche in questo caso la legge prevede alcun tipo di sanzione in caso di mancato rispetto dell'obbligo di pubblicazione della relazione sul sito internet della società. La dottrina, tuttavia, considerando tale onere quale un vero e proprio obbligo previsto dalla legge, ritiene che l'inosservanza dello stesso possa dar luogo alla responsabilità degli amministratori secondo i principi generali posti in materia.

La dottrina concorda inoltre nel ritenere che anche il terzo possa agire con azione di responsabilità diretta quando sussistano i presupposti tipici della responsabilità *ex art. 2395* del codice civile e, quindi, quando siano stati direttamente danneggiati da atti dolosi o colposi posti in essere dagli amministratori di Società Benefit. Inoltre, in tema di responsabilità extra contrattuale, si applica il principio generale di cui all'*art. 2043* del codice civile, nel caso in cui il terzo abbia subito, anche indirettamente, un danno ingiusto in conseguenza di un fatto doloso o colposo degli amministratori stessi.

8. Il percorso per monitorare il perseguimento del beneficio comune, la misurazione dell'impatto, la relazione annuale

di **Guido Celona**

EY Financial Services Organization – Market Leader Italy

Rossella Zunino

EY Financial Services Organization – Italy Sustainability

Roberto Giacomelli

EY Climate Change and Sustainability Services

e **Chiara Tonghini**

EY Financial Services Organization – Italy Sustainability

Il beneficio comune generato deve essere reale e tangibile e rispondere alle esigenze concrete della realtà nella quale l'organizzazione si colloca così come agli obiettivi dell'organizzazione stessa. Per questo motivo, la definizione del beneficio comune non potrebbe esulare dalla *mission* dell'organizzazione e dal ruolo che questa ricopre all'interno della realtà che la circonda, ma dovrebbe essere fortemente connesso a tali elementi. La definizione di quale sia il beneficio comune che l'organizzazione Società Benefit può generare e sul quale vuole focalizzare l'attenzione dovrebbe pertanto tenere conto di:

- il contesto interno: quali sono le attività caratteristiche dell'organizzazione, così come definite a statuto?
 - il contesto esterno: quali sono le esigenze e le istanze degli interlocutori della realtà nella quale l'organizzazione opera?
- Per ciascuna delle attività ca-

ratteristiche, l'organizzazione dovrebbe valutarne gli impatti generati, sia positivi sia negativi; per non essere autoreferenziale, l'oggetto del beneficio comune dovrebbe pertanto focalizzarsi su quegli ambiti in cui gli impatti che l'organizzazione può generare siano maggiori.

Il percorso per un'organizzazione che intende essere una Società Benefit potrebbe essere sintetizzato come segue:

1. analisi degli impatti lungo la catena del valore;
2. definizione di beneficio comune e identificazione dei beneficiari;
3. elaborazione ed implementazione di un piano per il conseguimento del beneficio comune;
4. misurazione dell'andamento del piano e degli effetti generati;
5. redazione della relazione annuale.

Si descrivono nel seguito nel dettaglio i diversi passi, che vanno nella direzione della chiara comprensione del contesto e degli impatti e della definizione di obiettivi chiari, significativi rispetto alle at-

tività dell'azienda ed ai suoi reali impatti e misurabili.

ANALISI DEGLI IMPATTI LUNGO LA CATENA DEL VALORE

Il primo passo per diventare una Società Benefit dovrebbe essere quello di analizzare il proprio modello di *business*, identificando in modo chiaro le attività chiave e le risorse utilizzate, nonché rappresentando la catena del valore ed i principali *stakeholder* coinvolti a monte e a valle delle diverse attività caratteristiche dell'organizzazione.

Successivamente, la catena del valore dovrebbe essere analizzata al fine di identificare gli impatti positivi e negativi, prendendo in considerazione l'intero contesto di sostenibilità e considerando le aree di beneficio previste dall'allegato 5 della legge e quanto ognuna di esse è rilevante, coerentemente al proprio *business*: governo d'impresa, lavoratori, altri portatori di interesse, ambiente.

DEFINIZIONE DA PARTE DELL'ORGANIZZAZIONE DEL BENEFICIO COMUNE

Alla luce dell'analisi dei propri impatti, l'organizzazione può identificare quelli rilevanti nella propria catena del valore e definire coerentemente le proprie priorità, individuando così l'oggetto del beneficio comune che intende perseguire. Schematicamente, nella definizione del beneficio comune, l'organizzazione dovrebbe tenere conto dei seguenti aspetti:

- si tratta di uno scopo aggiuntivo rispetto a quello del perseguimento del solo profitto;
- deve essere indicato nell'oggetto sociale;
- deve essere perseguito dagli amministratori con lo stesso impegno e la stessa autorità di un'organizzazione tradizionale ma, mentre in un'organizzazione tradizionale i soci valutano esclusivamente le *performance* economico finanziare, qui valutano anche le *performance* qualitative e il raggiungimento degli obiettivi di beneficio comune dichiarati;
- il suo perseguimento deve essere oggetto di valutazione, da parte degli amministratori, al fine di bilanciarlo con il perseguimento dell'interesse dei soci e di quello di coloro sui quali l'attività sociale possa avere un effetto;
- il suo perseguimento deve essere ottenuto in maniera trasparente, responsabile e misurabile. Dato che ogni organizzazione si colloca in una realtà che per sua natura è mutevole, si ritiene di

fondamentale importanza che l'analisi della catena del valore e la definizione del beneficio comune siano oggetto di revisione periodica, affinché siano sempre attuali ed adeguati rispetto al contesto di riferimento.

ELABORAZIONE ED IMPLEMENTAZIONE DI UN PIANO PER IL CONSEGUIMENTO DEL BENEFICIO COMUNE

Al fine di perseguire la finalità di beneficio comune e di monitorarne l'andamento, l'organizzazione dovrebbe predisporre, già a partire dal momento di costituzione come Società Benefit, un apposito piano per il conseguimento del beneficio comune.

Tale piano può essere ispirato ai più diffusi strumenti di gestione e rendicontazione della sostenibilità e dovrebbe riportare elementi quali:

- gli obiettivi specifici da perseguire;
- i beneficiari che intende raggiungere, il motivo della loro indicazione e una descrizione del collegamento con il beneficio comune;
- le azioni che intende intraprendere per il perseguimento degli obiettivi specifici individuati; le risorse di capitale (economico, umano, sociale, ambientale) che saranno necessarie per il raggiungimento degli obiettivi specifici individuati;
- gli idonei strumenti volti a verificare l'effettività delle azioni intraprese a favore degli *stakeholder*/soggetti "beneficiari";
- gli idonei indicatori che verranno

non utilizzati per misurare il raggiungimento dei prefissati obiettivi specifici.

È importante che la pianificazione della verifica dei risultati raggiunti sia periodica e funzionale ad un riesame della direzione che consenta la predisposizione del nuovo piano per il successivo esercizio; solo così facendo il piano potrà assolvere ad una funzione programmatica e di indirizzo efficace delle attività, collocandosi integrandosi, e non in contrasto, con eventuali altri strumenti di gestione della sostenibilità implementati dall'organizzazione. Il piano così definito potrà assolvere, altresì, alle richieste connesse agli impegni annuali previsti per le Società Benefit alle lettere *a)* e *c)* del comma 382 della legge di bilancio 2016.

VALUTAZIONE DEGLI EFFETTI

La valutazione degli effetti dovrebbe essere funzionale a:

- la valutazione del presidio delle tematiche rilevanti per l'organizzazione in termini di sostenibilità, così come definite nell'analisi degli impatti lungo la catena del valore e la misurazione dell'andamento del piano di azione per il conseguimento del beneficio comune, in termini di efficace attuazione dello stesso;
- la misurazione del livello di raggiungimento degli obiettivi di beneficio comune per cui il piano è stato predisposto.

*VALUTAZIONE IN MERITO AL
PRESIDIO DELLE TEMATICHE
RILEVANTI E ALLO SVOLGI-
MENTO DELLE ATTIVITÀ DI
PIANO*

Tale valutazione dovrebbe essere la dimostrazione trasparente che l'organizzazione ha agito e agisce in maniera coerente e con una logica di sostenibilità trasversale a tutte le fasi di creazione del valore. Con questo scopo, l'organizzazione dovrebbe definire un insieme di indicatori associati alle azioni previste dal piano, finalizzati al monitoraggio dell'insieme delle azioni attuate dall'organizzazione per il raggiungimento del beneficio comune e la minimizzazione degli effetti emersi in fase di analisi del contesto; tali indicatori si caratterizzano come una misurazione quali/quantitativa della *performance* dell'organizzazione.

Per la selezione degli indicatori da considerare, l'organizzazione si deve basare su uno standard (o linea guida) riconosciuto o su una metodologia autonoma che rispetti requisiti riportati all'allegato 4 della legge. L'organizzazione dovrebbe definire un sistema di monitoraggio finalizzato alla misurazione periodica degli indicatori.

*MISURAZIONE
DEL BENEFICIO CREATO*

A partire almeno dal secondo esercizio come Società Benefit, l'organizzazione dovrebbe definire uno o più indicatori di livello più alto, che consentano la misurazione e valutazione degli effetti ottenuti in termini di beneficio atteso. Tale indicatore deve consentire una

valutazione da parte della dirigenza del livello di raggiungimento dell'obiettivo indicato nello scopo sociale, così come dichiarato nel piano. Questa valutazione si caratterizza come una misurazione quali/quantitativa dell'effettivo beneficio generato per gli *stakeholder* dalle azioni messe in atto dall'organizzazione. L'indicatore dovrebbe essere formulato in modo da consentire alla dirigenza aziendale di relazionare sull'andamento dell'anno in modo sintetico, al pari di quanto accade per i principali indicatori di sintesi della *performance* economica dell'organizzazione (per esempio, fatturato, margine).

**COMUNICAZIONE:
LA RELAZIONE ANNUALE**

La relazione concernente il perseguimento del beneficio comune è definita dalla norma quale documento da allegare al bilancio di esercizio. In linea con il percorso delineato nei paragrafi precedenti, si presuppone che l'organizzazione adotti per la relazione annuale un percorso di approvazione analogo a quanto previsto per il bilancio di esercizio.

La relazione annuale dovrebbe presentare con chiarezza:

- la *performance* dell'organizzazione in riferimento alle attività realizzate così come previsto nel piano di azione per il raggiungimento del beneficio comune;
- la *performance* in termini di effettiva realizzazione del beneficio comune, in termini di misurazione del beneficio creato.

In sintesi, dalla lettura della relazione ogni interlocutore dell'or-

ganizzazione, con particolare riferimento ai beneficiari del beneficio comune che questa intende perseguire, dovrebbe essere messo nella condizione di poter comprendere con chiarezza l'impegno nell'avanzamento delle attività declinate nel piano per il raggiungimento del beneficio comune ma anche e soprattutto i risultati ottenuti. Il documento da redigersi dovrebbe contenere in premessa un'adeguata nota metodologica che dichiari gli standard applicati, anche diversi per diversi indicatori, ed i principi adottati; inoltre, è opportuno che sia esplicitato il grado di conformità agli standard prescelti specificando e giustificando eventuali deroghe.

La relazione deve essere pubblicata sul sito internet dell'organizzazione, qualora esistente. Inoltre, affinché tale strumento assolva pienamente al proprio obiettivo di comunicazione dell'impegno assunto e dei risultati conseguiti, è importante che l'organizzazione bilanci al meglio gli strumenti di comunicazione e rendicontazione eventualmente adottati (per esempio: bilancio di sostenibilità redatto in linea con i principali standard di rendicontazione internazionali, dichiarazione non finanziaria ai sensi del Dlgs. n. 254/2016 - attuazione della direttiva 2014/95/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 22 ottobre 2014, recante modifica alla 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).

9. Pubblicità ingannevole, codice del consumo e rimedi a disposizione dell'autorità

di **Stefania Radoccia**

avvocato in Milano, Partner, EY Studio Legale Tributario,

Christian Busca

avvocato in Milano, EY Studio Legale Tributario

e **Eleonora Mac Donald**

avvocato in Milano, EY Studio Legale Tributario

Ai sensi del comma 384 della legge 28 dicembre 2015, n. 208, il mancato perseguimento, da parte della Società Benefit, delle finalità di beneficio comune sancite in statuto, è soggetto alle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole (Dlgs. 2 agosto 2007, n. 145) e alle disposizioni del codice del consumo (Dlgs. 6 settembre 2005, n. 206).

In tal senso, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Agcm), a cui spetta il compito di individuare le fattispecie di pubblicità ingannevole e di intervenire per determinarne la cessazione, svolge a tutti gli effetti un compito di tutela delle imprese dalla pubblicità ingannevole. Come indicato chiaramente all'articolo 1 Dlgs. n. 145/2007, la normativa ivi contenuta riguarda unicamente la tutela dei "professionisti", e cioè delle imprese, dei liberi professionisti e di chiunque agisca in loro conto e nome, dalla pubblicità ingannevole o comparativa illecita effettuata da altri professionisti. Quanto al giudizio di ingannevolezza, lo stesso si articola in una valutazione delle caratteristiche "oggettive"

del messaggio, quali la non veridicità dell'informazione, la mancanza di trasparenza, l'incompletezza e l'ambiguità dello stesso, e la sua idoneità e indurre in errore i destinatari o coloro che esso poteva, in ogni caso, raggiungere, con possibile pregiudizio del comportamento economico.

In realtà, le Società Benefit sono inoltre soggette alle disposizioni del codice del consumo, emanato con il decreto legislativo del 6 settembre 2005, n. 206, con particolare riguardo alle disposizioni in materia di pratiche commerciali scorrette, all'interno delle quali compaiono anche le fattispecie di pubblicità ingannevole, e di comportamento anticoncorrenziale. In particolare, per "pratica commerciale" si intende qualsiasi azione, omissione, condotta, dichiarazione o comunicazione commerciale, compresa la pubblicità diffusa con ogni mezzo, che un professionista pone in essere in relazione alla promozione, alla vendita o alla fornitura di beni o di servizi ai consumatori. La pratica commerciale è scorretta quando, in contrasto con il principio della diligenza profes-

sionale, è falsa o comunque idonea a falsare, in misura apprezzabile, il comportamento economico del consumatore medio che raggiunge o al quale è diretta.

All'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Agcm), spetta il compito di irrogare le sanzioni amministrative dovute qualora sia accertato il comportamento illecito ai sensi dei due testi legislativi sopra citati. La legge prevede due ordini di misure sanzionatorie di competenza dell'autorità, finalizzate a garantire il rispetto delle suddette normative. Innanzitutto, sono previste misure inibitorie finalizzate ad impedire oppure ad eliminare le fattispecie pregiudizievoli per la concorrenza. In secondo luogo, sono previste delle sanzioni pecuniarie per la violazione della normativa sopra esposta. Inoltre, con specifico riferimento agli illeciti compiuti in materia di pubblicità ingannevole, si osserva che oltre al procedimento amministrativo scaturente dall'intervento dell'Agcm, un altro rimedio a disposizione dell'imprenditore è l'azione di concorrenza sleale di cui agli artt. 2589 e ss.,

espressamente prevista dall'art. 8, comma 15, Dlgs. 2 agosto 2007, n. 145, da esercitarsi per la violazione dei principi di correttezza professionale.

È chiaro, quindi, che la *ratio* della disposizione di cui al comma 384 è quella di garantire la correttezza e la veridicità delle comunicazioni fatte al mercato in tema di Società Benefit, con il duplice scopo di garantire, da una parte, che la società persegua realmente delle finalità ulteriori rispetto all'interesse dei soci e che non si avvalga della qualifica di "benefit" per avvalersi di un vantaggio competitivo nei confronti delle imprese concorrenti, e, dall'altra, che non

ponga in essere azioni tali da trarre in inganno il consumatore.

Pertanto, i soggetti tutelati dai due testi di legge sopra citati e dal comma 384 della legge 28 dicembre 2015, n. 208 sono tanto gli imprenditori quanto i consumatori. In effetti, se il carattere "benefit" consente alla società di acquisire impropriamente un vantaggio concorrenziale rispetto alle altre imprese, queste ultime ben potranno denunciare all'Agcm l'abuso di tale qualifica. D'altro canto, il richiamo al codice del consumo legittima anche i singoli consumatori e le associazioni di consumatori ad agire contro la società che, tra-

mite l'utilizzo improprio della qualifica "benefit", abbia realizzato una condotta suscettibile di trarre in inganno il terzo.

Da rilevare, infine, che eventuali sanzioni irrogate alla Società Benefit per non avere effettivamente perseguito il beneficio di interesse comune potrebbero riverberarsi sulla responsabilità degli amministratori: in effetti, quando il mancato perseguimento dell'interesse comune dipendesse dalla condotta stessa degli amministratori, questi ultimi potrebbero essere chiamati a rispondere anche sotto questo profilo ai sensi dei commi 380 e 381 della legge 28 dicembre 2015, n. 208.

10. Trattamento fiscale

di Gabriele Sepio

avvocato in Roma e Milano, consulente del ministero del Lavoro e delle Politiche sociali

Le Società Benefit si qualificano come società di persone o di capitali che, pur configurandosi come soggetti profit (con possibilità di distribuire utili), perseguono interessi di carattere generale. Dette società si caratterizzano per la previsione di un oggetto sociale fortemente distintivo, visto che la loro attività economica è rivolta contemporaneamente alla produzione e distribuzione di utili ed al conseguimento di finalità di beneficio comune, con una gestione che mira a bilanciare l'interesse dei soci e quello degli altri *stakeholder*.

La coesistenza tra finalità che, almeno in apparenza, possono risultare così eterogenee presenta molteplici questioni di carattere tributario. Le Società Benefit, infatti, sono prive di una specifica disciplina fiscale agevolativa e pertanto il relativo trattamento, ai fini delle imposte dirette e indirette, dovrà essere ricavato applicando i criteri generali di tassazione del reddito d'impresa. Questo aspetto merita particolare attenzione, poiché comportamenti del tutto fisiologici e coerenti per le Società Benefit potrebbero talvolta sfociare in eventuali contestazioni da parte del Fisco, legate soprattutto alla presunta "antieconomicità" delle operazioni.

In proposito, va rilevato che i

costi riconducibili all'allestimento di processi produttivi maggiormente sostenibili o ad una gestione più attenta al loro impatto sociale risultano fisiologicamente collegati all'attività dell'impresa, rendendosi deducibili ai sensi dell'art. 109 del Tuir. Si pensi, per esempio, alle aziende che operano nei settori agroalimentare e farmaceutico, dove l'intento benefit può essere valorizzato grazie all'organizzazione di processi produttivi ecosostenibili, volti alla creazione di prodotti naturali e facilmente riciclabili, ideati anche in considerazione delle esigenze di alcuni clienti con particolari difficoltà ad assimilare i prodotti comunemente offerti dal mercato (cfr. circolare Assonime n. 19/2016). In attesa di ulteriori sviluppi e casistiche di carattere pratico, è sicuramente opportuno documentare in dettaglio il processo sotteso all'individuazione degli obiettivi da perseguire e le conseguenti azioni intraprese, in modo tale da poter sostenere adeguatamente l'operato della Società Benefit in occasione di eventuali verifiche fiscali.

Un'altra ipotesi da considerare è che le Società Benefit sostengano costi o effettuo erogazioni liberali in denaro o in natura per realizzare scopi non strettamente coincidenti con l'attività di impre-

sa, quali la realizzazione di opere per le comunità di appartenenza o per la tutela del patrimonio culturale (cfr. la relazione illustrativa all'iniziale ddl), la cui deducibilità potrebbe essere sindacata in base agli ordinari criteri per la determinazione del reddito d'impresa. Sotto questo profilo sarà opportuno valorizzare, già in questa prima fase di applicazione della disciplina sulle Società Benefit, le specifiche finalità di interesse generale da queste perseguite e calibrare opportunamente il concetto di inerenza dei costi. Il sostenimento di determinati oneri, entro i limiti di un ragionevole bilanciamento, può infatti permettere alla Società Benefit di promuovere la propria posizione sul mercato grazie al fittivo mantenimento della suddetta qualifica e, allo stesso tempo, creare un impatto positivo a beneficio della collettività, con minori spese a carico dell'Erario. Sarà, quindi, determinante valorizzare sia il dato formale costituito dall'oggetto sociale, sia gli obiettivi di interesse comune concretamente perseguiti ed oggettivamente misurabili che, nel loro insieme, possono corroborare le scelte della Società Benefit.

Al riguardo va considerata anche l'opportunità di sostenere fiscalmente il beneficio comune prodotto da queste realtà, in base alla

misurabilità dei suoi effetti positivi sui costi di competenza dello Stato. Un utile raffronto in merito a questo aspetto può essere svolto con le novità che la riforma del Terzo Settore apporterà alle imprese sociali di cui al Dlgs. n. 155/2006 le quali, per certi versi, costituiscono un antecedente storico delle Società Benefit (cfr. documento Fondazione nazionale dei dottori commercialisti del 31 luglio 2016). In occasione della riforma, il legislatore ha riconosciuto una defiscalizzazione totale per gli utili non distribuiti e reinvestiti nelle finalità di interesse generale perseguite dalle imprese sociali assegnando, inoltre, un credito d'imposta per favorire e promuovere l'investimento di capitale in queste imprese. Nel caso delle Società Benefit il tema fiscale presenta sfaccettature diverse e sarà necessario introdurre regole chiare al fine di riconoscere, *in primis*, lo svolgimento di attività d'impresa collegato anche al perseguimento di interessi generali della collettività, senza timore

di vedersi disconoscere i maggiori costi che questi obiettivi possono richiedere. D'altra parte, è appena il caso di evidenziare che le società in esame, come del resto le Imprese sociali, potrebbero essere ulteriormente valorizzate proprio in base alla misurazione dell'impatto sociale delle attività, valutando sia i benefici per la collettività, sia il minore costo per le istituzioni che spesso è riconducibile ai progetti realizzati.

In ogni caso, va rilevato che gli obiettivi perseguiti dalle Società Benefit possono essere sostenuti, allo stato attuale, tramite l'acquisizione della qualifica di *start-up* innovativa (artt. 25 e ss. D.L. n. 179/2012) o di Pmi innovativa (art. 4 D.L. n. 3/2015), riservati alle società che effettuano specifici investimenti legati all'innovazione, come il sostenimento di significativi costi di ricerca e sviluppo e/o per l'impiego di forza lavoro particolarmente qualificata, con iscrizione in apposite sezioni nel registro delle imprese (cfr. docu-

mento Fondazione nazionale dei dottori commercialisti del 31 gennaio 2017).

Laddove la Società Benefit dovesse qualificarsi ai sensi delle disposizioni sopra citate potrebbe ottenere benefici a fronte di investimenti connessi all'innovazione e alle proprie finalità di beneficio comune. In questo caso, la Società Benefit potrebbe fruire di una serie di agevolazioni che comprendono incentivi fiscali a favore degli investitori (con detrazioni o deduzioni legate agli apporti di capitale) e la possibilità di remunerare amministratori, dipendenti, collaboratori e prestatori d'opera tramite strumenti finanziari (che non costituiscono redditi in natura per i percipienti). Quest'ultimo aspetto, peraltro, potrebbe rivestire una sua specifica importanza non solo nell'ottica di una maggiore efficienza gestionale, ma anche ai fini del beneficio comune tipico delle Società Benefit, in un più ampio contesto di fidelizzazione e coinvolgimento dei lavoratori all'interno dell'azienda.

Guida al Diritto



DA OGGI CON

Guida al Diritto Digital

POTRAI CONSULTARE ANCHE



<http://www.guidaaldirittodigital.ilsole24ore.com/>