

# B CORP E SOCIETÀ BENEFIT

NUOVI BUSINESS SOSTENIBILI





# **INDICE**

<b>1. PREMESSA</b>	<b>3</b>
<b>1.1 MODELLI D'IMPRESA PER IL BENESSERE DELLE PERSONE E DELL'AMBIENTE</b>	<b>3</b>
<b>2. B CORP E BENEFIT CORPORATION</b>	<b>5</b>
<b>2.1 Certificazione B Corp</b>	<b>5</b>
<b>3. SOCIETÀ BENEFIT</b>	<b>6</b>
<b>3.1 Definizione</b>	<b>7</b>
<b>3.2 Soggetti interessati</b>	<b>7</b>
<b>3.3 Vantaggi dell'essere Società Benefit</b>	<b>7</b>
<b>3.4 Processo di creazione e gestione di una Società Benefit</b>	<b>9</b>
<b>3.5 Costituzione o "trasformazione" in Società Benefit</b>	<b>10</b>
<b>3.6 Obblighi e adempimenti</b>	<b>11</b>
<b>3.7 Responsabile d'impatto</b>	<b>12</b>
<b>3.8 Relazione annuale di impatto</b>	<b>12</b>
<b>3.9 Consiglio di Amministrazione</b>	<b>13</b>
<b>3.10 Organo di controllo</b>	<b>14</b>
<b>3.11 Controllo esterno</b>	<b>14</b>
<b>3.12 Costi e oneri delle Società Benefit</b>	<b>15</b>
<b>3.13 Aspetti fiscali</b>	<b>15</b>
<b>3.13.1 Credito d'imposta per la costituzione o "trasformazione" in Società Benefit</b>	<b>15</b>
<b>4. Link utili</b>	<b>17</b>



Agenzia Lavoro  
& Sviluppo Impresa  
Friuli Venezia Giulia

Investment  
Development Agency  
Friuli Venezia Giulia

## 1. PREMESSA

Negli ultimi anni si è sviluppato un ampio dibattito a livello comunitario e internazionale su come affermare una **nuova concezione di business**, in cui il progresso sociale sia integrato nel processo di sviluppo economico delle imprese, affinché le attività produttive possano contribuire a realizzare uno sviluppo sostenibile globale.

Temperare la logica del profitto, bilanciando l'interesse dei soci (shareholder) con quello degli altri portatori di interesse (stakeholder), non costituisce un vincolo per le imprese, ma un'opportunità di differenziazione, crescita e dunque competitività sul mercato.

A fronte di ciò, sempre più aziende adottano volontariamente pratiche di **sostenibilità** (o di **Corporate Social Responsibility**) volte a integrare le preoccupazioni sociali e ambientali nelle proprie operazioni commerciali e nei propri rapporti con gli stakeholder, rendendo conto a questi ultimi dei propri impatti sulla società, sull'economia e sull'ambiente dovuti alle scelte di governance dell'azienda stessa.

La sostenibilità è una **scelta strategica a medio-lungo termine** che consente alle imprese di beneficiare di una spinta innovativa dalla quale trarre vantaggi economici e che si riflette nelle tecnologie impiegate, nell'organizzazione, nelle modalità di produzione e nelle forme di finanziamento, con un aumento dell'efficienza e della produttività. Si tratta di una scelta attuabile da qualunque tipo di impresa, anche individuale, del tutto discrezionale e frutto di una decisione interna e priva di vincoli normativi o statutari.

Sulla base di questi concetti, nel 2006 negli Stati Uniti è nato un **movimento globale di imprese, le B Corp certificate**, che si distinguono sul mercato perché vanno oltre il solo obiettivo del profitto e si impegnano quotidianamente per massimizzare il proprio impatto positivo verso l'ambiente, le persone e le comunità in cui operano, creando valore condiviso verso tutti gli stakeholder.

A partire dal modello degli Stati Uniti, in alcuni Stati Federali americani, primo fra tutti il Maryland nel 2010, è stata sviluppata una legislazione specifica che ha decretato la nascita delle **Benefit Corporation**. Anche **l'Italia**, primo Paese in Europa e primo al mondo fuori dagli USA, ha conferito dignità normativa al concetto di Benefit Corporation **introducendo nel 2016 la legge sulle Società Benefit**, una qualifica che permette di superare la caratteristica di volontarietà delle azioni di sostenibilità introducendo vincoli statutari e obblighi normativi.

## 1. MODELLI D'IMPRESA PER IL BENESSERE DELLE PERSONE E DELL'AMBIENTE

Al cuore del modello di certificazione "B-Corp" e della forma societaria "Benefit" vi è una nuova concezione del modo di fare impresa. Le aziende profit, ormai, hanno ben compreso che non è più sufficiente perseguire logiche di profitto e incremento dei margini per garantire competitività e continuità operativa. Si pensi al periodo che stiamo vivendo, caratterizzato da squilibri nei mercati e da un costante aumento dei costi di materie prime e servizi, tali da mortificare ogni prospettiva di breve termine.

Le imprese devono rafforzare asset tangibili e intangibili che permettano loro di operare con continuità in ecosistemi di business sempre più articolati e complessi, coltivando la centralità della "persona" e la tutela dell'ambiente. Alla base della capacità imprenditoriale, infatti, vi è l'attitudine ad attrarre e mantenere talenti, costruire relazioni, promuovere il benessere sul luogo di lavoro, valorizzare le competenze ed amplificare le potenzialità, favorire la conciliazione fra esigenze lavorative e vita privata; vi è anche la coscienza sulle esternalità dell'organizzazione e la capacità di cogliere i macro trend ambientali, incorporandoli nel modello di business.

Negli ultimi anni si sono verificati stravolgimenti nel mercato del lavoro che hanno accelerato processi di cambiamento di lungo periodo. L'adozione di nuove tecnologie e un maggiore focus sull'innovazione hanno accresciuto la domanda di competenze per affrontare i nuovi contesti. Esiste una reale mancanza di professionalità specifiche in alcuni comparti – si pensi a quello IT – che implica la necessità di rendere l'ambiente lavorativo quanto più possibile "attraente". Dall'altro lato, molti lavoratori hanno iniziato a rivalutare le proprie aspettative, dando priorità alla qualità della vita, all'equilibrio fra lavoro e vita privata e alla condivisione di valori con la propria azienda sulle principali questioni sociali, dall'inclusione ai temi ambientali. Come Paese, viviamo l'onda lunga del fenomeno statunitense del c.d. "Great Resignation", l'impennata di licenziamenti spiegata da una volontà di cambiamento alla ricerca di un "quid motivazionale", e non da un generico discontento professionale o salariale.

È chiaro che questi fenomeni non possono essere governati attraverso strumenti tradizionali quali le politiche retributive, i sistemi di premialità, i bonus. Le aziende sono chiamate a lavorare sulle motivazioni "intrinseche" delle persone, ovvero quelle che conferiscono il "senso" dello stare in azienda e del contribuire alla creazione di valore con costanza e impegno.

Anche nel nostro Paese emerge come la cultura aziendale sia un elemento sempre più dirimente la capacità di attrarre persone e garantire il senso di appartenenza. I nostri lavoratori, soprattutto i più giovani, sono alla ricerca di ambienti di lavoro interessanti, capaci di stimolare lo sviluppo di competenze e di creare, in generale, una employee experience - l'esperienza all'interno dell'azienda, fin dal momento dell'assunzione – appagante e costruttiva. Altri elementi fondamentali sono l'allineamento valoriale con l'azienda e l'orgoglio di appartenere ad organizzazioni che, anche esternamente, si rendono protagoniste di cambiamenti positivi.

Per gestire queste aspettative, bisogna ragionare di modelli organizzativi e forme d'impresa capaci di sostenerle e promuoverle. In questo senso, si ritiene che il fenomeno delle Società Benefit – e, per traslato, delle B-Corp – rappresenti un approccio concreto per le nostre imprese. La dimensione "profit" rimane vincolante ma, a questa, si affiancano obiettivi organizzativi, sociali ed ambientali impressi in statuto e sui quali l'azienda deve confrontarsi e rendere conto.

Il tema delle Società Benefit è ancora normato in maniera piuttosto blanda e lascia ampi margini per una interpretazione significativa, capace di conferire valore allo strumento. In questo spazio, si innesta l'attività istituzionale della nostra Regione Friuli Venezia Giulia che sta lavorando per promuovere questa forma d'impresa e di indirizzarne l'applicazione verso sentieri virtuosi, in relazione ai mutamenti nel mercato del lavoro.



Anche il presente Vademecum è un piccolo tassello che fa parte della politica regionale di promozione del modello "Benefit"; cerca di fare chiarezza su ogni aspetto dell'approccio metodologico di trasformazione, fornendo spunti applicativi e concreti alle imprese del territorio intenzionate ad intraprendere il percorso.

## 2. B CORP E BENEFIT CORPORATION

**Nel 2006** nasce **negli Stati Uniti** B Lab Inc., un'organizzazione non profit che pone le fondamenta per la costituzione di un **movimento globale che ritiene di poter usare il business come forza positiva per creare una prosperità durevole e condivisa per la società**. L'auspicio e la vision di B Lab è che un giorno tutte le imprese possano competere non solo per essere le migliori al mondo, ma per essere le migliori per il Mondo. A tal fine gli scopi di B Lab sono:

- creare una comunità globale di **imprese certificate come B Corp, dette anche B Corporation**, imprese capaci di soddisfare i più alti standard di performance sociali e ambientali e di rendere conto alla comunità in maniera trasparente di tutte le attività svolte e le logiche a seguito delle quali quelle attività sono state promosse (accountability). Tali imprese si distinguono sul mercato perché vanno oltre il solo obiettivo del profitto e si impegnano quotidianamente per massimizzare il proprio impatto positivo verso l'ambiente, le persone e le comunità in cui operano. Sono aziende for profit a tutti gli effetti, ma la creazione di valore condiviso verso tutti gli stakeholder è parte integrante del loro modello di business;
- aiutare imprese, investitori e istituzioni a misurare ciò che veramente conta, attraverso uno strumento di valutazione (BIA - Benefit Impact Assessment);
- diffondere i concetti legati a Benefit Corporation e imprese certificate come B Corp affinché questi possano essere di ispirazione per il maggior numero di persone nel mondo.

A partire dal modello creato da B Lab, viene sviluppata in alcuni Stati Federali americani, primo fra tutti il Maryland **nel 2010**, una **legislazione specifica** che decreta la nascita e lo sviluppo delle **Benefit Corporation**, un fenomeno oggi in forte ascesa. **L'Italia** è stato il primo Paese al mondo, dopo gli Stati Uniti (e quindi il primo in Europa), ad aver conferito dignità normativa al concetto di Benefit Corporation introducendo **nel 2016** la legge sulle Società Benefit.

### 2.1 Certificazione B Corp

La certificazione B Corp è una certificazione e uno standard che **misura gli impatti ambientali e sociali** e fornisce un quadro reale circa la performance economica, sociale e ambientale dell'azienda, prendendo in considerazione, oltre al business model, cinque macroaree: governance, comunità, persone, ambiente e clienti.

Per richiedere la certificazione B Corp è necessario che l'impresa compili un **questionario online di analisi delle proprie performance ambientali, sociali e di governance, il BIA - Benefit Impact Assessment**, messo a disposizione da B Lab. Ad ogni risposta corrisponde un punteggio che determina il livello di impatto dal punto di vista sociale e ambientale dell'azienda. Solo con il raggiungimento della soglia degli 80 punti (su una scala da 0 a 200), è possibile richiedere la verifica del punteggio (fornendo anche alcuni documenti che attestino la veridicità delle risposte) all'ente certificatore B Lab che, se convalidato, permetterà l'ottenimento della certificazione. In caso di punteggio inferiore, attraverso il BIA si possono comunque individuare le azioni di miglioramento necessarie per aumentare lo score.

In Italia le B Corp certificate sono **tenute entro alcuni (2-3) anni** dalla certificazione a **"trasformarsi" in Società Benefit** per mantenere la certificazione stessa.

**Ogni tre anni** le B Corp certificate devono **aggiornare il proprio BIA** per poter mantenere la certificazione B Corp.

La certificazione B Corp ha costi annuali che si differenziano in base al fatturato dell'azienda, e può essere **rilasciata a qualunque società, a prescindere dalla forma giuridica adottata e dalla nazione in cui ha sede** (è quindi riconosciuta in ogni Paese del mondo).

## Vantaggi

La certificazione B Corp permette di ottenere diversi vantaggi, tra i quali:

- differenziarsi sul mercato;
- rafforzare il brand, migliorare la credibilità e alimentare la fiducia;
- misurare e migliorare le performance aziendali e poterle confrontare con quelle di altre aziende;
- attrarre e trattenere talenti;
- risparmiare e migliorare i risultati economici;
- attrarre investimenti;
- far parte di un movimento globale di leader che condividono gli stessi valori;
- guidare il cambiamento verso un paradigma di business più evoluto.



## 3. SOCIETÀ BENEFIT

### 3.1 Definizione

Introdotta in Italia nel 2016, con la Legge n. 208 del 28 dicembre 2015 (commi 376-383 e allegati 4-5), su ispirazione delle Benefit Corporation presenti negli Stati Uniti, la Società Benefit (SB) è una nuova **qualifica** aziendale (non si tratta di un nuovo tipo codicistico di società) che rappresenta una società a scopo di lucro che **nell'esercizio di un'attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, persegue una o più finalità di beneficio comune e opera 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** (quali lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile). Si tratta dunque di un'impresa caratterizzata da una dual mission/un duplice scopo che deve essere bilanciato: **scopo profit** (creare e dividere utili a favore degli shareholder) e **scopo benefit** (creare beneficio agli stakeholder).

### 3.2 Soggetti interessati

Tutte le **società disciplinate dal libro V, titoli V e VI del Codice Civile** (società di persone, società di capitali, società cooperative e mutue assicuratrici) possono adottare la qualifica di Società Benefit, con esclusione delle imprese individuali, delle cooperative sociali e delle imprese sociali.

[Il Consiglio Nazionale dei Dottori commercialisti ed Esperti contabili (Nota CNDCEC 12 maggio 2021, n. 77) ha riconosciuto la possibilità di costituire una società tra professionisti che assuma le caratteristiche di una Società Benefit.]

### 3.3 Vantaggi dell'essere Società Benefit

Diventare Società Benefit consente di ottenere numerosi vantaggi:

- **valorizzazione delle attività svolte:** si valorizza quello che di positivo e utile al beneficio comune già si realizza e lo si racconta;
- **approfondimento delle esternalità positive:** si possono approfondire e implementare possibili ulteriori esternalità positive dell'oggetto sociale;
- **legittimazione dell'operato degli amministratori:** gli amministratori possono e devono perseguire e realizzare il profitto e contestualmente perseguire il beneficio comune prescritto dall'oggetto sociale (e quindi dai soci) come strategia imprescindibile, senza che ciò comporti la violazione di obblighi statuari, giuridici e di perseguimento dello scopo di lucro;
- **ridefinizione delle responsabilità del management e protezione dello scopo di beneficio comune:** protezione legale dello scopo di beneficio comune quando si prendono decisioni, anche di fronte all'entrata di nuovi investitori, cambi di leadership, passaggi generazionali,

vendita, fase di startup alla quotazione in borsa, perché lo scopo di beneficio comune viene cristallizzato nello statuto (fatte salve ulteriori modifiche dello statuto che potrebbero però essere viste come un arretramento);

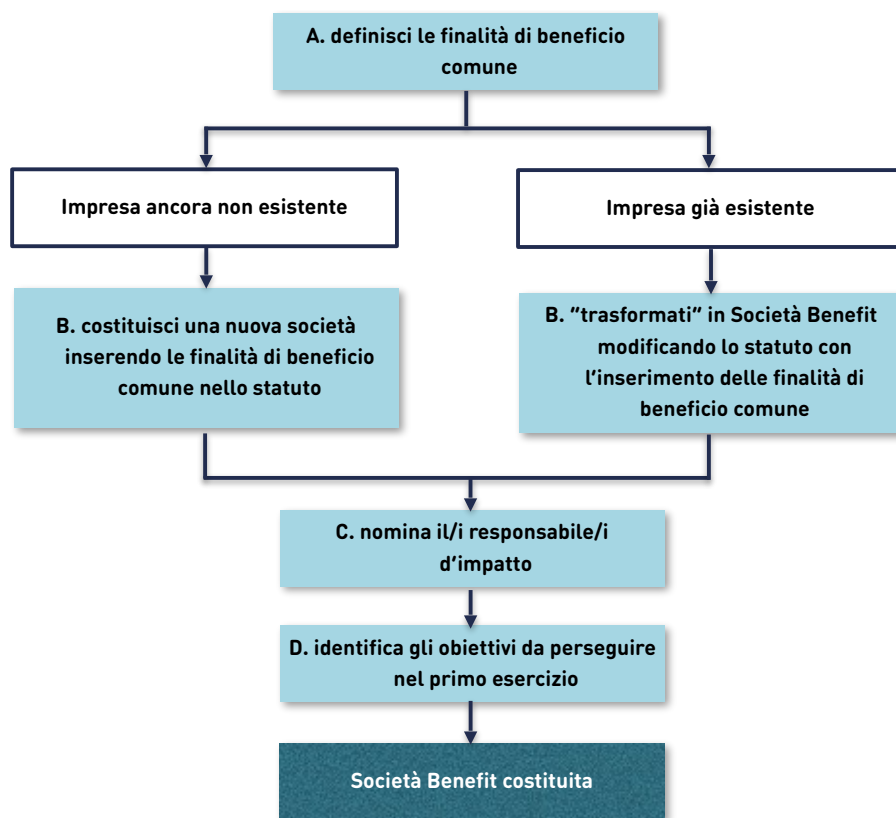
- **rafforzamento dei diritti di azionisti e investitori e incremento delle possibilità di attrarre Impact Investment:** si dà agli investitori la certezza che l'azienda mantenga la responsabilità di perseguire il proprio scopo di beneficio comune, perseguendo un percorso di sviluppo equilibrato che nel medio lungo periodo può portare anche ad una minore volatilità del valore degli investimenti. Questo può aiutare l'azienda ad attrarre capitali di investimento ad impatto sociale (Impact Investment);
- **miglioramento della reputazione:** si forniscono contorni definiti alla propria immagine aziendale ponendosi come avamposto di un cambiamento epocale e di un movimento in crescita, ci si differenzia sul mercato;
- **attrattività di talenti:** si incrementa la possibilità di attrarre e trattenere giovani talenti, usualmente più interessati a lavorare in società socialmente responsabili e di cui condividono i valori e l'etica in fase di candidatura, assicurando loro che l'azienda è legalmente impegnata nel perseguire uno o più scopi di beneficio comune;
- **maggiore accesso agli investimenti di capitale privato:** maggiore attrazione per gli investitori in quanto vengono offerte maggiori tutele legali, responsabilità e trasparenza nel perseguire i propri scopi. Le Società Benefit possono anche accelerare la due diligence degli investitori poiché producono un rapporto di impatto annuale che descrive le attività finalizzate alla creazione di un beneficio comune;
- **attrattività della clientela:** si incrementa la possibilità di attrarre una particolare tipologia di clientela, sempre più attenta e interessata alla provenienza dei prodotti che utilizza e all'impatto sociale dei suoi fornitori e disposta anche a pagare prezzi più elevati se questo vuol dire rispetto della sostenibilità;
- **riconoscimento di premialità nei bandi della pubblica amministrazione:** con la modifica al Codice degli Appalti (d.lgs. 50/2016) le società che effettuano valutazione d'impatto in base ai criteri previsti dalla legge sulle Società Benefit ottengono punteggi maggiori nei bandi pubblici;
- **maggiore longevità e riduzione dei rischi:** si crea valore in prospettiva perché offrire beneficio alla comunità in cui si opera può portare a una maggiore longevità e, sui tempi lunghi, a una riduzione dei costi legati ai rischi che si corrono nel non rispettare i principi fondamentali di sostenibilità ambientale e sociale;
- **miglioramento dei risultati:** si può dare vita a una migliore programmazione e organizzazione del business, a una maggiore efficienza interna e in definitiva a risultati migliori prestando attenzione ai propri processi, alle proprie relazioni e ai meccanismi di realizzazione di prodotti e servizi.



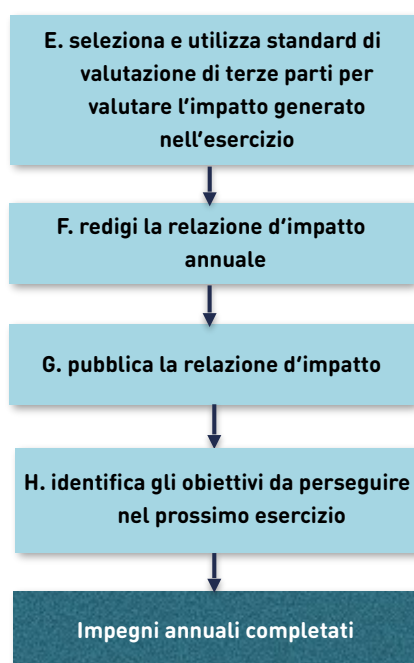
### 3.4 Processo di creazione e gestione di una Società Benefit

Di seguito vengono rappresentati graficamente gli adempimenti e le attività necessari per costituire e gestire una Società Benefit.

**Figura 1: Costituzione di una Società Benefit**



**Figura 2: Gestione di una Società Benefit: attività da svolgersi con cadenza annuale**



### 3.5 Costituzione o “trasformazione” in Società Benefit

I soggetti interessati elencati al precedente paragrafo possono nascere come Società Benefit **al momento della costituzione oppure lo possono diventare in un momento successivo**, attraverso una **modifica dell’oggetto sociale**, quindi dell’atto costitutivo, del contratto sociale o dello statuto, nel rispetto delle disposizioni che regolano le modificazioni di questi atti proprie di ciascun tipo di società.

Le modifiche devono essere poi **depositate, iscritte e pubblicate** nel rispetto di quanto previsto per ciascun tipo di società.

Si ritiene opportuno, ma non è obbligatorio per legge, inserire nello statuto un riferimento alle previsioni di legge, eventualmente anche testuale, introducendo alcune clausole:

- una clausola che richiami il dovere degli amministratori di bilanciare l’interesse dei soci al profitto con il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi degli stakeholder individuati nell’oggetto sociale;
- una clausola che prevede l’obbligo di nominare il soggetto o i soggetti responsabili a cui affidare funzioni e compiti volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune;
- una clausola che prevede l’obbligo di redigere annualmente, allegare al bilancio d’esercizio e pubblicare sul sito internet della società la relazione concernente il perseguimento del beneficio comune;

**La Società Benefit può introdurre, accanto alla denominazione sociale, le parole “Società Benefit” o l’abbreviazione “SB”** e utilizzare tale denominazione nei titoli emessi, nella documentazione e nelle comunicazioni verso terzi. La denominazione “Società Benefit” o “SB” non è un obbligo di legge, pertanto la scelta di aggiungerla è libera e dipenderà da valutazioni di vario genere (commerciali, reputazionali, di marketing e di immagine).

[In merito al diritto di **recesso dei soci** dissenzienti alla delibera straordinaria che determina la modifica dell’oggetto sociale, in assenza di una precisa ed esplicita previsione normativa, si ritiene che sia indispensabile effettuare una valutazione caso per caso delle singole modifiche statutarie:

- nel momento in cui la componente benefit si ponga in assoluta continuità con l’oggetto profit e quindi con l’attività caratteristica della società il recesso non sembra essere ammissibile;
- se l’inserimento dello scopo benefit determina un cambiamento significativo del rischio di impresa o incide in modo decisivo sull’alea connessa all’attività della società diventando questa ultima difficilmente sopportabile, in quanto di proporzioni più ampie rispetto a quella originariamente al momento della sottoscrizione del contratto sociale, anche perché aumentano i costi di cui l’ente dovrà farsi carico, il recesso potrebbe configurarsi come diritto.]



### 3.6 Obblighi e adempimenti

Per poter utilizzare la denominazione di "Società Benefit" è necessario effettuare i seguenti adempimenti:

- **nell'esercizio di un'attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, la società deve perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare 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** (quali lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile). Lo **scopo profit** (creare e dividere utili a favore degli shareholder) e lo **scopo benefit** (creare beneficio agli stakeholder) devono essere **bilanciati**;
- le **finalità di beneficio comune** (che non devono essere necessariamente connesse all'attività principale realizzata ma è consigliabile che lo siano) devono essere **riportate nell'oggetto sociale** in maniera specifica, semplice e chiara, non devono essere troppo astratte;
- la società deve **individuare uno o più responsabili (cd "responsabile d'impatto")** a cui attribuire i compiti e le funzioni necessarie a perseguire il beneficio comune;
- gli obiettivi perseguiti e realizzati devono essere rendicontati annualmente attraverso la **predisposizione annuale di una relazione (cd "relazione d'impatto")** concernente il perseguimento del beneficio comune.

### 3.7 Responsabile d'impatto

La Società Benefit deve **individuare uno o più responsabili (cd "responsabile d'impatto")** a cui attribuire i compiti e le funzioni necessarie a perseguire il beneficio comune.

Il responsabile d'impatto può essere scelto **tra figure interne alla società** (ad esempio un membro del Consiglio di Amministrazione, un socio, una figura preesistente nell'organico della società oppure inserito ex novo, si esclude che possa essere un membro del Collegio Sindacale) **oppure può trattarsi di un soggetto esterno** alla società competente nei settori destinatari dell'attività benefit.

Il responsabile d'impatto **è una figura di monitoraggio, di supporto** al Consiglio di Amministrazione e al suo dovere di bilanciamento tra scopo profit e scopo benefit nonché di supervisione del perseguimento dei risultati. Egli, dunque, ha il compito di coadiuvare la gestione e verificare che le procedure siano idonee a perseguire anche gli obiettivi di beneficio comune. Le sue attività consistono, ad esempio, nel coinvolgere le funzioni aziendali nel flusso informativo e nella raccolta dei dati utili, tenere periodicamente aggiornato il Consiglio di Amministrazione sull'andamento delle sue attività, provvedere o contribuire alla redazione della relazione d'impatto, coinvolgere e

informare costantemente gli stakeholder. Nel silenzio della legge, le attività del responsabile d'impatto possono essere delineate a livello generale nello statuto e poi individuate da ogni società in modo specifico a seconda della struttura, delle dimensioni e delle necessità.

Attualmente, in mancanza di regole fissate dalla legge, sono consentite previsioni statutarie che riconoscono a qualunque organo sociale (assemblea dei soci oppure organo amministrativo) il potere di nominare il responsabile d'impatto. Qualora non specificato nello statuto, spetta all'organo amministrativo nominare il responsabile d'impatto. L'atto di nomina del responsabile d'impatto al momento non è espressamente compreso tra gli atti iscrivibili al Registro delle Imprese, ma la sua pubblicità potrebbe risultare utile ai fini dell'informazione a favore degli stakeholder.

Sul responsabile d'impatto grava in via principale la responsabilità funzionale ordinaria per gli obiettivi da raggiungere, responsabilità che grava anche sugli amministratori e sull'organo di controllo.

### **3.8 Relazione annuale di impatto**

La Società Benefit è tenuta a **redigere una relazione annuale di impatto (cd "relazione d'impatto")** concernente il perseguimento del beneficio comune, da **allegare al bilancio societario** (dunque da depositare presso il Registro delle Imprese) e da **pubblicare sul sito internet** della società, ove esistente.

La relazione d'impatto deve essere redatta utilizzando uno **standard di valutazione sviluppato da enti terzi** con le caratteristiche descritte nell'allegato 4 della Legge n. 208/2015 e che comprenda le seguenti **aree di valutazione** (identificate nell'allegato 5 della Legge n. 208/2015):

- Governo d'impresa: responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, coinvolgimento dei portatori d'interesse, trasparenza ed efficacia delle politiche, dei sistemi di gestione e delle pratiche adottate;
- Lavoratori: relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità, salute e sicurezza;
- Altri portatori d'interesse: relazioni con fornitori, clienti, territorio, comunità locali; sono ricomprese le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo territoriale e della propria catena del valore;
- Ambiente: impatti ambientali in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime e produzione di rifiuti ed emissioni, con una prospettiva che guarda all'intero ciclo di vita del prodotto o servizio.

La relazione d'impatto deve includere:



- 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;
- la **valutazione dell'impatto generato** utilizzando lo standard di valutazione esterno;
- una sezione dedicata alla descrizione dei **nuovi obiettivi** che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

Esistono innumerevoli standard di misurazione dell'impatto generato da un'azienda. Tra i più importanti, si ricorda:

- BIA, B. Impact Assessment: standard realizzato da B Lab per la certificazione B Corp. Analizza cinque aree (governance, lavoratori, comunità, ambiente, clienti) e determina uno score che identifica l'impatto complessivo generato;
- GRI, Global Reporting Initiative: il più importante riferimento internazionale per la rendicontazione di sostenibilità delle organizzazioni. Si basa su un sistema di indicatori suddiviso nelle aree ambientale, sociale ed economica;
- SDGs, Sustainable Development Goals: a partire dai 17 Obiettivi delle Nazioni Unite di Agenda 2030, si stanno sviluppando strumenti per la rendicontazione dell'impatto aziendale. Uno dei più conosciuti è il SDG Action Manager, sviluppato da United Nations Global Compact e da B Lab;
- IR, Integrated Reporting: approccio che consente di integrare la rendicontazione finanziaria e non finanziaria, attraverso un sistema di analisi integrata che scompone l'azienda nei suoi asset strategici, tangibili e intangibili.

Non essendoci attualmente una previsione normativa espressa, persistono dubbi sul fatto che l'assemblea debba approvare la relazione d'impatto tuttavia non si ravvisano criticità nel sottoporre questa relazione ad un giudizio e all'approvazione da parte dell'assemblea dei soci.

### 3.9 Consiglio di Amministrazione

In aggiunta agli obblighi a loro attribuiti previsti dal Codice Civile per il tipo societario prescelto, gli amministratori devono:

- **gestire la società bilanciando l'interesse** dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi degli stakeholder - persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse - conformemente a quanto previsto nello statuto;
- **redigere la relazione d'impatto** nella quale rendono conto delle modalità con cui hanno attuato il bilanciamento e delle scelte effettuate in quest'ottica;

- **nominare uno o più responsabili d'impatto** laddove lo statuto attribuisca questo incarico all'organo amministrativo o non dica nulla.

L'inosservanza di questi obblighi può costituire inadempimento dei doveri imposti agli amministratori dalla legge e dallo statuto, con la conseguenza che, in tal caso, si applica quanto stabilito dal Codice Civile in relazione a ciascun tipo di società in tema di responsabilità degli amministratori.

### 3.10 Organo di controllo

In mancanza di una previsione normativa espressa in merito all'organo di controllo, trovano applicazione le regole ordinarie di cui al Codice Civile.

Se presente, pertanto, l'organo di controllo ha l'obbligo di:

- **valutare la correttezza dell'operato degli amministratori e del responsabile d'impatto** per quanto riguarda il bilanciamento dell'interesse dei soci e delle finalità di beneficio comune;
- **verificare la coerenza della nomina del responsabile d'impatto** con l'intero assetto organizzativo della Società Benefit;
- **vigilare sul processo di predisposizione della relazione d'impatto**, verificare la correttezza di questa relazione e che siano stati adempiuti gli obblighi pubblicitari;
- **vigilare sul rispetto della legge e dello statuto** e quindi sulla realizzazione di un assetto organizzativo adeguato che consenta il perseguimento di un oggetto sociale bilanciato.

### 3.11 Controllo esterno

La Società Benefit che non persegua le finalità di beneficio comune è soggetta alle disposizioni di cui al decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, in materia di **pubblicità ingannevole** e alle disposizioni del **codice del consumo**, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206. L'**Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM) svolge i relativi compiti e attività**, nei limiti delle risorse disponibili e senza nuovi o maggiori oneri a carico dei soggetti vigilati.

Gli amministratori delle Società Benefit che non osservano gli obblighi relativi alla realizzazione del beneficio comune rischiano, quindi, di commettere un illecito a titolo di pratica commerciale scorretta o di comportamento anticoncorrenziale. L'AGCM svolge la vigilanza su tale tipo di condotte e ha i poteri per irrogare sanzioni amministrative in conseguenza dei comportamenti illeciti.

### 3.12 Costi e oneri delle Società Benefit

Esistono diverse tipologie di costi da sostenere per acquisire e mantenere lo status di Società Benefit.

Costi per la trasformazione in SB	Costi di mantenimento
<p>Costi notarili: costi da sostenere per l'intervento del notaio finalizzato alla modifica statutaria e conseguente deposito, iscrizione e pubblicazione in base a quanto disposto dal Codice Civile in relazione alla tipologia di società;</p> <p>Consulenza del professionista (costo eventuale): costi da sostenere per l'intervento di un professionista/consulente che può effettuare valutazioni per la corretta identificazione degli obiettivi di beneficio comune e le strategie di rendicontazione dell'impatto.</p>	<p>Relazione annuale di impatto: costi interni (ad es. personale dedicato) o esterni (ad es. consulenze, spese di comunicazione...) per la redazione della relazione annuale di impatto;</p> <p>Responsabile benefit o di impatto: compenso o aumento della remunerazione per il responsabile d'impatto a fronte dell'incremento di funzioni e profili di responsabilità.</p>

### 3.13 Aspetti fiscali

La qualifica di Società Benefit **non comporta una variazione dell'inquadramento fiscale** che rimane quello della società del Codice Civile che ha assunto tale qualifica.

Ad oggi, **non sono previsti vantaggi fiscali, contributivi o agevolativi** né a favore della Società Benefit né a diretto favore degli investitori in Società Benefit.

#### 3.13.1 Credito d'imposta per la costituzione o "trasformazione" in Società Benefit

L'articolo 38-ter del D.L. 34/2020 (Decreto Rilancio), modificato dall'art. 52-bis della Legge 91/2022, ha previsto il riconoscimento di un contributo sotto forma di **credito d'imposta nella misura del 50% dei costi di costituzione o "trasformazione" in Società Benefit sostenuti dal 19 luglio 2020 fino al 31 dicembre 2022.**

**Tra i costi agevolabili sono inclusi quelli notarili e di iscrizione nel Registro delle Imprese** nonché le **spese inerenti all'assistenza professionale e alla consulenza** sostenute e direttamente destinate alla costituzione o alla "trasformazione" in Società Benefit. Non sono ammesse all'agevolazione le spese relative a imposte e tasse. L'imposta sul valore aggiunto è ammissibile all'agevolazione solo se la stessa rappresenta per il beneficiario un costo effettivo non recuperabile.

Il credito d'imposta è **utilizzabile esclusivamente in compensazione**, tramite modello F24 che dovrà essere presentato esclusivamente tramite i servizi telematici messi a disposizione dall'Agenzia



delle Entrate. L'importo **massimo** utilizzabile in compensazione è fissato in **10.000 euro** per ciascun contribuente.

L'ammontare del credito d'imposta utilizzato in compensazione non potrà eccedere l'importo concesso dal Ministero, pena il rifiuto dell'operazione di versamento.

Si ricorda che il decreto direttoriale del ministero dello Sviluppo economico del 4 maggio 2022 aveva fissato l'apertura dello sportello dal 19 maggio fino al 15 giugno 2022 per la presentazione delle domande per beneficiare del credito d'imposta per le imprese che avevano sostenuto spese per la costituzione oppure per la conversione in Società Benefit a partire dal 19 luglio 2020, data di entrata in vigore del decreto rilancio, fino al 31 dicembre 2021.

Le imprese beneficiarie per l'anno 2022 dovranno **presentare**, pertanto, **apposita istanza online attraverso la procedura resa disponibile sul sito del MISE. Seguiranno nuove istruzioni e modalità operative.**

Il beneficio in esame è concesso nel rispetto delle condizioni e dei limiti stabiliti dalla normativa europea in materia di aiuti de minimis.

#### 4. Link utili

B Impact Assessment <https://app.bimpactassessment.net/get-started>

B Lab Europe <https://bcorporation.eu/>

Esempi di oggetti sociali con obiettivi di beneficio comune <https://www.societabenefit.net/elenco-delle-societa-benefit/>

Società Benefit (sito di informazione sulle società benefit curato da B Lab e Assobenefit) <https://www.societabenefit.net/>

Legge 208 del 28 dicembre 2015 <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2015/12/30/15G00222/sg>

Linee Guida sul Reporting delle Società Benefit [https://www.saracirone.com/wp-content/uploads/2019/04/NIBR\\_GUIDA-SB\\_ITA.pdf](https://www.saracirone.com/wp-content/uploads/2019/04/NIBR_GUIDA-SB_ITA.pdf)

Modello di integrazione dello Statuto delle Società Benefit <https://www.societabenefit.net/wp-content/uploads/2016/08/Modello-di-Statuto-SB.pdf>

Società Benefit Breve Guida alla Costituzione e alla Gestione [http://media.wix.com/ugd/147476\\_1f2ffcc8c98149e48768e641c88c50d8.pdf](http://media.wix.com/ugd/147476_1f2ffcc8c98149e48768e641c88c50d8.pdf)

Il vademecum è stato redatto da Gaia Degan, Studio Associato Finpro – socio Animaimpresa, in collaborazione con Andrea De Colle, socio e consigliere di Animaimpresa con la revisione e il supporto di Agenzia Lavoro & SviluppoImpresa.

Il vademecum si inserisce all'interno dell'iniziativa "Fabbricare società. 1° Forum delle società benefit". Nell'ambito dell'iniziativa è stato avviato un gruppo di lavoro che monitora, analizza e studia ed elabora proposte di politiche utili ed adeguate ad accompagnare e sostenere l'evoluzione dei modelli benefit. Del gruppo di lavoro fanno parte l'Assessorato regionale al lavoro, formazione, istruzione, ricerca, università e famiglia, l'Agenzia Lavoro & SviluppoImpresa, l'associazione Animaimpresa, la Direzione centrale lavoro, formazione, istruzione e famiglia, la Direzione centrale attività produttive e turismo, insieme alle Università di Trieste e Udine, ad Area Science Park, al MIB Trieste School of Management, alle Camere di Commercio di Pordenone-Udine e della Venezia Giulia, a Friulia ed alla Fondazione Equal Salary.





[fabbricaresocieta.it](http://fabbricaresocieta.it)