

# LE SOCIETÀ BENEFIT IN ITALIA E NEL FRIULI VENEZIA-GIULIA: UN CONFRONTO

Tanya Bergamin, Guido Modugno

Dipartimento di scienze economiche, aziendali, matematiche e statistiche "Bruno de Finetti"

Università di Trieste

The presumed trade-offs between economic efficiency and social progress have been institutionalized in decades of policy choices.

Companies must take the lead in bringing business and society back together.

M.E. Porter, M.R. Kramer, 2011

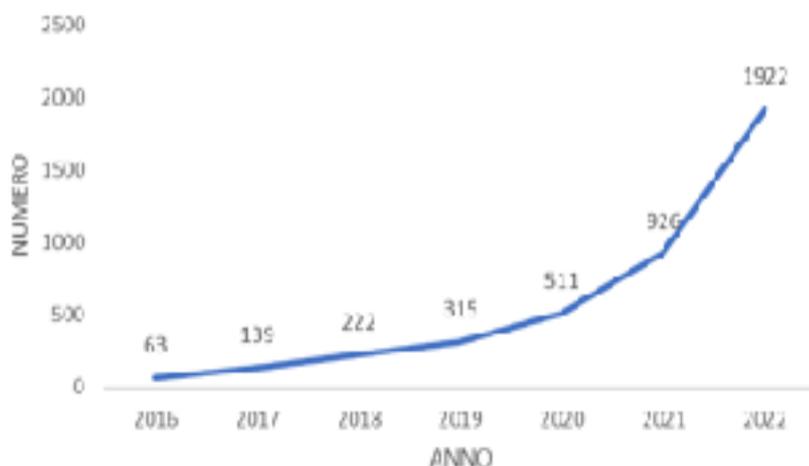
## SCOPO DELL'ANALISI

A distanza di sei anni dalla norma che ha introdotto le Società Benefit (SB) nel nostro ordinamento questa particolare declinazione dell'attività d'impresa risulta ancora poco conosciuta. Ci si propone, nelle prossime pagine di offrire un quadro sintetico ma, al tempo stesso, quanto più esaustivo possibile, dell'evoluzione del fenomeno. Verrà considerato anzitutto il contesto nazionale, per poi focalizzarsi su quello particolare della nostra regione, cercando di coglierne eventuali specificità locali.

Per effettuare l'analisi ci si è avvalsi di due banche dati: la banca dati AIDA (<https://www.bvdinfo.com>) e la banca dati ORBIS. Le collaborazioni con la Camera di commercio della Venezia-Giulia e con quella di Pordenone-Udine, nonché con Area Science Park (che ha messo a disposizione il data set Innovation Intelligence) hanno reso possibili alcuni approfondimenti sul contesto regionale.

Prima di esaminare le caratteristiche delle imprese che hanno scelto di assumere la qualifica di SB è necessario definire i contorni del fenomeno, stimandone la dimensione.

Dal monitoraggio annuale realizzato da Infocamere a marzo 2022 risultavano presenti in Italia 1.922 SB. Si tratta, perciò, di un fenomeno di dimensioni ancora modeste; la cosa non sorprende, considerata l'introduzione piuttosto recente di questa forma d'impresa. Il tasso di crescita del numero di SB, comunque, è in costante crescita (cfr. grafico 1); il dato suggerisce che il fenomeno - per quanto circoscritto - merita comunque attenta considerazione per le interessanti potenzialità che questa dinamica rivela.



Le banche dati disponibili hanno fornito valori un po' diversi rispetto a quelli di Infocamere, pur confermando la dimensione limitata del fenomeno. L'estrazione da AIDA ha restituito un campione di 1.473 imprese la cui ragione sociale riporta il termine "benefit" o l'acronimo "SB". ORBIS ha consentito invece di individuare (dopo una pulizia dei dati che includevano sia la sede principale che le filiali sparse sul territorio) 2.004 imprese benefit a settembre 2022.

Le caratteristiche prese in esame ai fini dell'analisi descrittiva sono: la distribuzione geografica, la forma giuridica, il settore di attività e la dimensione delle SB. Nell'analisi delle realtà presenti sul territorio regionale si è voluto considerare anche l'ambito di attività a beneficio comune scelto dalle imprese; su questo aspetto non è stato possibile operare un confronto con la situazione a livello nazionale, per l'indisponibilità dei dati riferiti alle SB del Paese.

## Il contesto nazionale

### Distribuzione per area geografica

Figura 1 Numero delle Società Benefit in Italia 2016-22 (fonte: Infocamere)

Le regioni col maggior numero di SB a luglio 2022 sono Lombardia, Lazio e Veneto. La tabella 1 presenta il dato per tutte le regioni italiane: fatta eccezione per il Lazio, emerge chiaramente una maggiore presenza di SB nel nord del Paese. Di per sé il dato non è molto significativo, poiché si tratta comunque dei territori con la maggiore concentrazione di imprese: nella tabella è stata perciò riportata anche l'incidenza delle SB ogni 10.000 imprese sul territorio regionale. La Lombardia, oltre ad avere il maggior numero di SB, presenta anche la maggiore frequenza. Il Friuli-Venezia Giulia si colloca, per frequenza, al secondo posto davanti a Lazio e Veneto.

SB PER REGIONE			
	numero SB	totale imprese attive	%
Lombardia	713	814.756	8,8
Lazio	228	479.986	4,8
Veneto	193	429.779	4,5
Emilia-Romagna	175	400.680	4,4
Piemonte	159	382.184	4,2
Toscana	119	350.347	3,4
Puglia	70	332.698	2,1
Campania	59	506.601	1,2
Sicilia	47	382.473	1,2
Friuli-Venezia Giulia	44	88.673	5,0
Trentino-Alto Adige	43	103.481	4,2
Marche	37	145.609	2,5
Sardegna	27	145.025	1,9
Liguria	25	136.469	1,8
Abruzzo	23	127.985	1,8
Umbria	18	80.232	2,2
Calabria	12	162.995	0,7
Basilicata	8	53.260	1,5
Molise	2	30.631	0,7
Valle d'Aosta	2	10.967	1,8

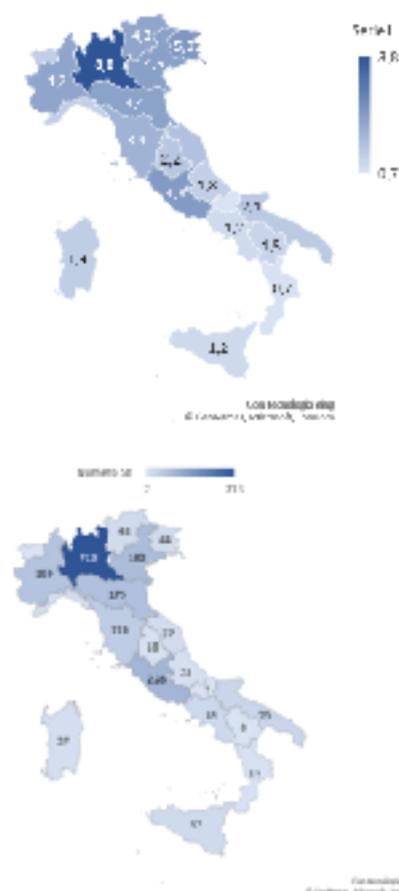


Figura 2 Numero e frequenza di SB per Regione, a settembre 2022 (fonte: elaborazione su dati ORBIS)

SUDDIVISIONE PER ZONA D'ITALIA			
	numero SB	totale imprese attive	%
Nord-est	455	1.022.613	4,4
Nord-ovest	899	1.344.376	6,7
Centro	402	1.056.174	3,8
Sud-Isole	248	1.741.668	1,4

Quasi metà (45%) delle SB è collocata nelle regioni del Nord Ovest del Paese: in media, queste regioni presentano l'incidenza maggiore di SB (6,68 ogni 10.000 entità) a fronte delle 4,46 del Nord-Est, delle 3,8 del Centro e delle 1,4 imprese benefit ogni 10.000 nelle regioni del Sud e nelle Isole (tab.1).

### Dimensione e tassi di sviluppo delle SB

Definito il perimetro del fenomeno, si potrà procedere ora con l'analisi di alcune caratteristiche delle imprese che lo compongono. L'aspetto dimensionale, certamente rilevante, può essere colto utilizzando diverse variabili: fatturato, numero di dipendenti, totale attivo per citarne alcune. La banca dati ORBIS fornisce, rispetto ad AIDA, il numero di personale e il Valore della Produzione (totale ricavi operativi) per un numero più elevato di società benefit. I dati che seguiranno si basano, quindi, sull'estrazione effettuata da ORBIS: i dati dimensionali risultano disponibili, comunque, per meno della metà delle imprese benefit.

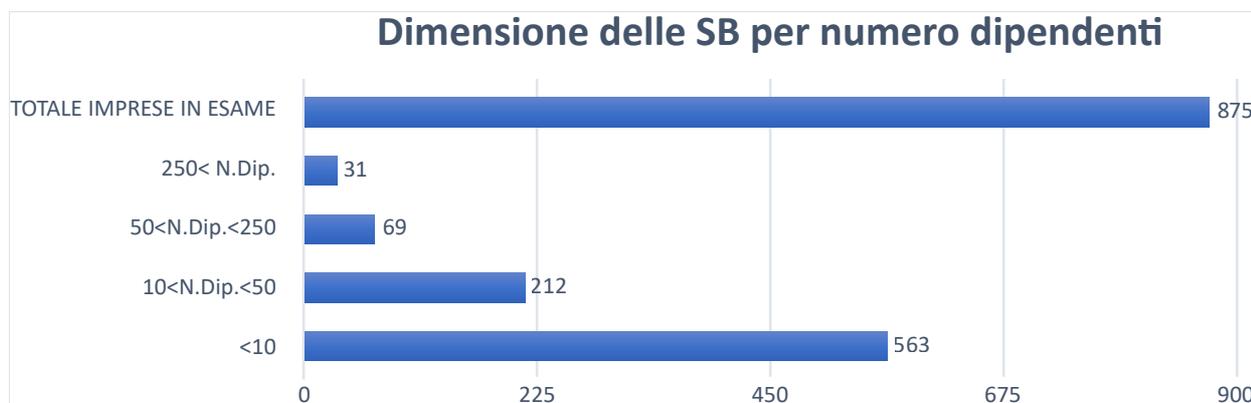


Figura 3 Numero di SB per classe dimensionale in Italia

La classificazione adottata riflette quella introdotta dal D.M. 238/05 e utilizzata anche dall'ISTAT. L'impresa che conta fino a 10 dipendenti (tralasciando gli ulteriori riferimenti al fatturato e al totale attivo) viene definita "microimpresa", mentre le altre classi dimensionali sono quelle della "piccola impresa" (tra 10 e 49 occupati), "media impresa" (tra 50 e 249 occupati) e "grande impresa" (dai 250 occupati in su). Emerge che le SB sono perlopiù microimprese; il dato non stupisce, considerata la composizione delle aziende italiane (figura 4).

Considerando come parametro dimensionale il Valore della Produzione, i dati disponibili sono più numerosi (1352 imprese), ma confermano comunque quanto appena osservato.

CLASSI DIMENSIONALI  
(VALORE DELLA PRODUZIONE)

Valore Produzione <= 2 mln	1047
2 mln < Valore Produzione <= 10 mln	175
10 mln < Valore Produzione <= 50 mln	81
Valore Produzione > 50 mln	49
TOTALE (dati disponibili)	1352
n.d.	652
TOTALE Società Benefit	2004

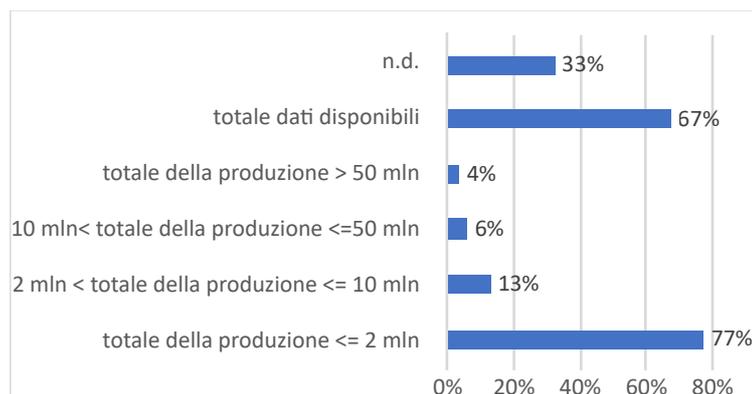


Figura 4 Dimensioni delle SB, distribuzione per classe dimensionale

Se si analizza la frequenza di SB ogni 10.000 imprese, emerge, invece, che questa cresce all'aumentare del numero di dipendenti: mentre ci sono appena 1,34 SB ogni 10.000 imprese al di sotto di 10 dipendenti, queste diventano rispettivamente 11,3 per quelle tra 10 e 50 dipendenti, 28,9 per la classe dimensionale tra 50 e 250 dipendenti e infine 74 ogni 10.000 per le imprese di maggiore dimensione. Le frequenze riportate ora sono calcolate sulla base di dati sfasati temporalmente (2022 per i dati ORBIS sulle SB, 2020 per i dati ISTAT riferiti al complesso delle imprese italiane); i valori, pur non essendo rigorosi sul piano metodologico, segnalano comunque che al crescere della dimensione dell'impresa tende a crescere anche la consapevolezza della possibilità di coniugare performance economiche e creazione di valore sul territorio. Questo potrebbe innescare fenomeni imitativi da parte delle imprese di dimensioni inferiori.



Figura 5 La distribuzione delle imprese italiane per classe dimensionale in base al nr. di addetti e (in rosso) numero di società benefit ogni 10.000 imprese (fonte: elaborazione propria su dati ISTAT)

Considerata la distribuzione per classi dimensionali delle imprese che si qualificano come benefit, non sorprende che le forme giuridiche adottate siano quelle tipicamente utilizzate nelle imprese di piccola dimensione: per 1758 imprese su 2005 sono SRL, mentre 143 sono SPA.

Tabella 1 Forme giuridiche delle Società Benefit

SUDDIVISIONE SB PER FORMA GIURIDICA	
Società semplice, S.A.S.	19
Società in nome collettivo	18
Società per azioni, S.P.A. a socio unico,	143
Società a responsabilità limitata, S.R.L. a socio unico, S.R.L. a socio unico	1758
Altra forma d'impresa	67

Al di là del dato dimensionale, interessa osservare il tasso di crescita delle imprese benefit. Il periodo di osservazione, caratterizzato dalla pandemia, non rappresenta un contesto "normale": i dati vanno quindi letti per cercare di cogliere la capacità di resilienza delle imprese che si pongono specifici obiettivi di creazione di shared value, più che per dimostrare l'esistenza di una relazione causa-effetto tra l'essere benefit e la capacità di crescere. Si è stimato il CAGR (Compound Annual Growth Rate: tasso di crescita annuale composto) come:

$$CAGR = \left( \frac{Va. Prod. 2021}{Val. Prod. 2019} \right)^{1/2} - 1 \times 100$$

I dati sul Valore della Produzione nel triennio risultavano disponibili per un totale di 855 imprese benefit. Emerge che il campione è suddiviso in tre parti quasi uguali: poco più di un terzo delle SB (290, pari a 33,9%) ha fatto registrare, nel periodo considerato, una contrazione del Valore della Produzione; 289 società (33,8%) sono cresciute più del 20% e, infine, nella fascia intermedia, con un CAGR positivo compreso tra 0 e 20% si collocano 276 imprese (32,3%).

Il CAGR, ovviamente, è inversamente correlato alla dimensione: la probabilità di osservare crescita

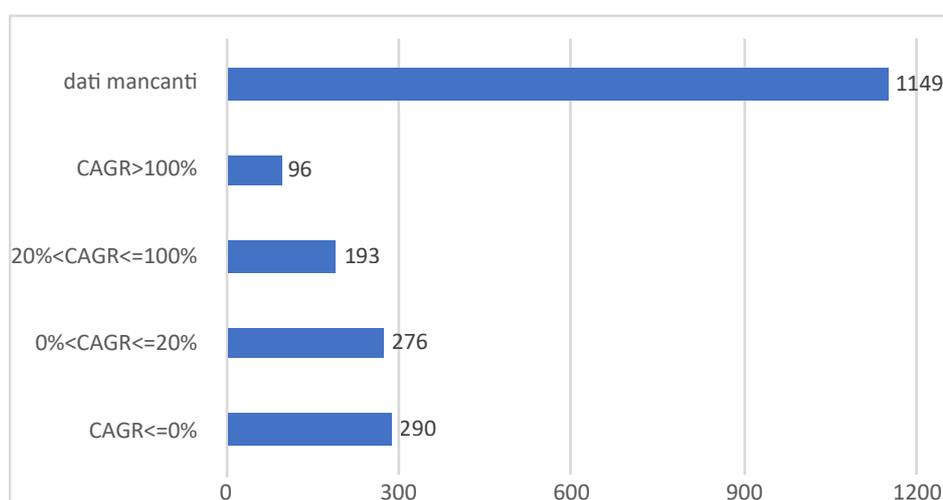


Figura 6 Tasso di sviluppo (CAGR del Valore della Produzione) delle SB, triennio 2019-21

a due cifre nei ricavi operativi è molto più elevata per le piccole imprese - proprio perché il valore di partenza è modesto - rispetto a quelle di maggiori dimensioni. Incrociando la variabile che esprime il tasso di sviluppo (CAGR del totale ricavi operativi) con quella che esprime la dimensione (numero di dipendenti) si può notare come, in realtà, le dinamiche delle SB non cambiano significativamente in relazione alle diverse classi dimensionali: sia per le SB classificabili come piccole imprese che per quelle di media dimensione il tasso di sviluppo nel triennio considerato risulta positivo nel 75% dei casi, mentre il 65% delle microimprese benefit e delle grandi imprese benefit ha registrato un aumento del valore della produzione nello stesso periodo. Tassi di crescita

molto elevati (superiori, ad esempio, al 60% nel triennio) sono comunque molto più frequenti nelle micro imprese benefit rispetto a quelle medio-grandi (Figura 7).

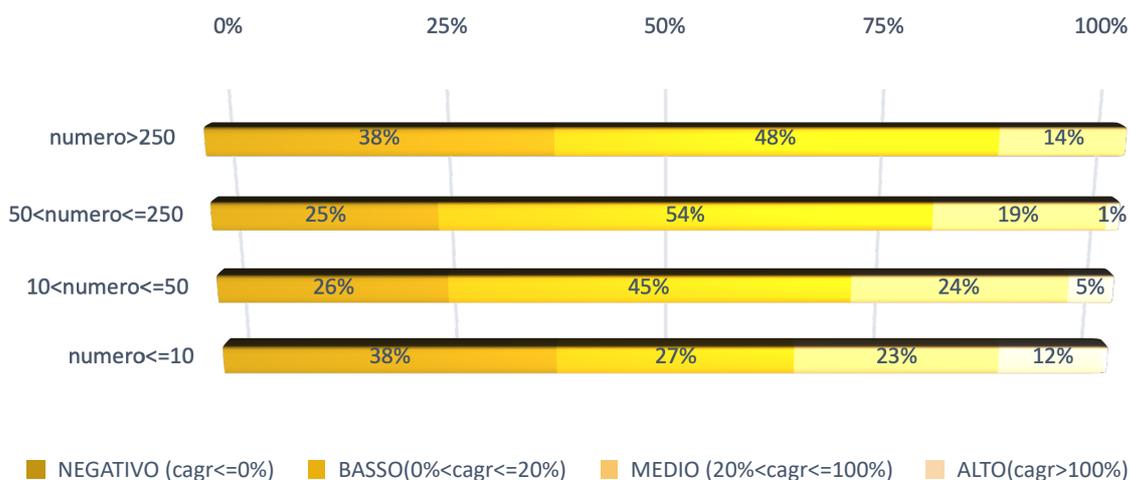


Figura 7 Tassi di crescita delle SB per classi dimensionali. I valori in % sono calcolati sul totale delle imprese osservate per le quali entrambi i valori (CAGR e Nr. Dipendenti) erano disponibili.

## I settori di attività delle SB

Per completare questa rapida analisi del fenomeno delle SB in Italia è necessario considerare, ancora, come queste siano distribuite nei diversi settori. Utilizzando il codice ATECO è stato possibile osservare come 2/3 delle SB siano concentrate in 4 settori (figura 8):

1. Attività professionali, scientifiche e tecniche: raccoglie 1/4 delle società benefit italiane. Rientrano in questo ambito molte attività di supporto alle imprese: consulenza (legale, fiscale e gestionale), attività di ricerca scientifica, progettazione (ingegneria e architettura), ricerche di mercato.
2. Servizi di informazione e comunicazione: il 20% delle SB operano nell'ambito delle attività editoriali, di produzione cinematografica e musicale, nelle telecomunicazioni, nella consulenza informatica o di sviluppo software.
3. Attività manifatturiere (11% delle SB)
4. Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli (10% delle SB)

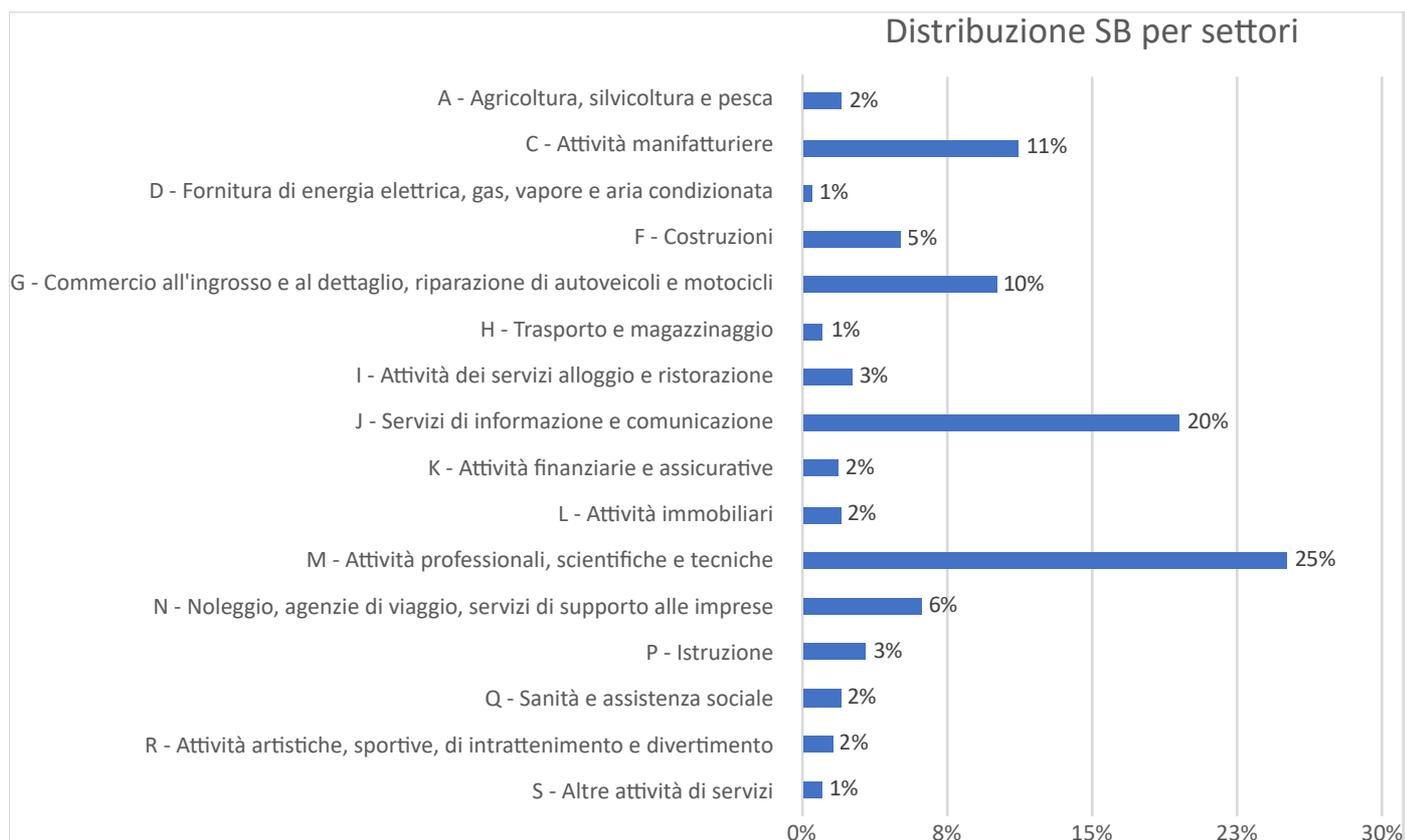


Figura 8 Distribuzione delle SB nei settori ATECO 2007

In realtà, considerando la frequenza di SB per ciascun codice ATECO sul totale delle imprese italiane (dati ISTAT 2020) emerge che il settore con maggiore incidenza di SB è quello dei “Servizi di informazione e comunicazione” (35 SB ogni 10.000 imprese) seguito dal settore “Istruzione” (19 SB ogni 10.000) e da quelli di fornitura di “acqua e gestione rifiuti” e “energia elettrica, gas” (rispettivamente 10 e 9 SB ogni 10.000). Il settore delle attività manifatturiere conta appena 6 SB ogni 10.000, quello del commercio appena 2 e quello della sanità e assistenza sociale solo 1: questi dati rivelano un potenziale molto ampio di sviluppo del fenomeno in tre settori molto importanti dell’economia del Paese, caratterizzati da un elevato numero di imprese.

SETTORE DI APPARTENENZA			
	numero SB	% su totale SB	nr. SB ogni 10.000 imprese
A - Agricoltura, silvicoltura e pesca	42	2%	n.d.
B - Estrazione di minerali da cave e miniere	0	0%	-
C - Attività manifatturiere	225	11%	6
D - Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	11	1%	9
E - Fornitura di acqua - Reti fognarie, attività di trattamento dei rifiuti e risanamento	10	0%	10

F - Costruzioni	103	5%	2
G - Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli	201	10%	2
H - Trasporto e magazzinaggio	23	1%	2
I - Attività dei servizi alloggio e ristorazione	52	3%	2
J - Servizi di informazione e comunicazione	392	20%	35
K - Attività finanziarie e assicurative	38	2%	4
L - Attività immobiliari	40	2%	2
M - Attività professionali, scientifiche e tecniche	503	25%	6
N - Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	124	6%	8
P - Istruzione	67	3%	19
Q - Sanità e assistenza sociale	40	2%	1
R - Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	32	2%	4
S - Altre attività di servizi	21	1%	1
X - Imprese non classificate	80	4%	
<b>Totale</b>	<b>2004</b>		

Tabella 2 SB presenti nei diversi settori, distribuzione % e numero di SB ogni 10.000 imprese nel settore (fonte: dati ORBIS e ISTAT)

## Le SB nel contesto regionale

### Analisi descrittiva

A settembre 2022 risultano essere benefit 44 imprese del Friuli Venezia Giulia. La loro distribuzione sul territorio è illustrata in figura 9: in blu il numero assoluto, in verde il numero di società benefit ogni 10.000 imprese.

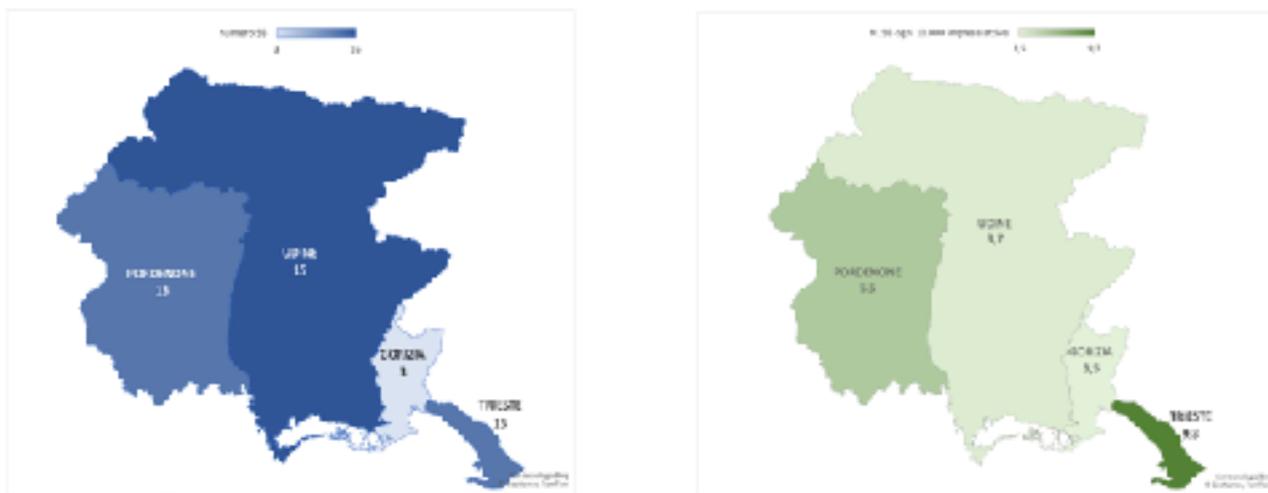


Figura 9 SB del FVG e frequenza ogni 10.000 imprese per provincia (elaborazione su dati Infocamere)

La provincia di Udine vanta la maggiore presenza di SB, sebbene la frequenza sia ancora molto bassa. Circa 2/3 delle SB oggetto di analisi sono concentrate in 4 settori: servizi di informazione e comunicazione; attività professionali, scientifiche e tecniche; attività manifatturiere; costruzioni. Rispetto al panorama nazionale, si nota una minore tendenza delle società operanti nel commercio all'ingrosso e al dettaglio ad assumere la veste di SB, mentre nel settore delle costruzioni la presenza di SB è più marcata rispetto al resto del Paese.

SETTORE DI APPARTENENZA	
A - Agricoltura, silvicoltura e pesca	2
B - Estrazione di minerali da cave e miniere	0
C - Attività manifatturiere	5
D - Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	0
E - Fornitura di acqua - Reti fognarie, attività di trattamento dei rifiuti e risanamen	0
F - Costruzioni	5
G - Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli	2
H - Trasporto e magazzinaggio	0
I - Attività dei servizi alloggio e ristorazione	1
J - Servizi di informazione e comunicazione	9
K - Attività finanziarie e assicurative	1
L - Attività immobiliari	1
M - Attività professionali, scientifiche e tecniche	8
N - Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	1
O - Amministrazione pubblica e difesa - Assicurazione sociale obbligatoria	0
P - Istruzione	0
Q - Sanità e assistenza sociale	0
R - Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	0
S - Altre attività di servizi	3
T - Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro per personale domesticc	0
U - Organizzazioni ed organismi extraterritoriali	0
X - Imprese non classificate	6
TOTALE	44

Tabella 3 Le società benefit del FVG per settore di appartenenza

Nonostante il numero limitato di SB da osservare, in diversi casi i dati relativi alle loro caratteristiche (dimensione, crescita...) non sono risultati disponibili. Anche l'invio di un questionario non ha consentito di completare l'analisi con un numero elevato di risposte. Di seguito verrà descritto il fenomeno limitatamente alle informazioni disponibili.

Per quanto concerne l'aspetto dimensionale, la distribuzione delle SB nelle diverse classi sembra assumere contorni diversi rispetto al resto del Paese. Mentre in Italia sono grandi imprese solamente il 4% delle SB, i dati disponibili restituiscono per il FVG un'incidenza dell'17% considerando il numero di occupati, l'11% invece se si tiene conto del Valore della Produzione. La maggior parte delle SB del Friuli Venezia Giulia sono comunque microimprese (figg. 10 e 11), analogamente a quanto avviene nel resto del Paese.

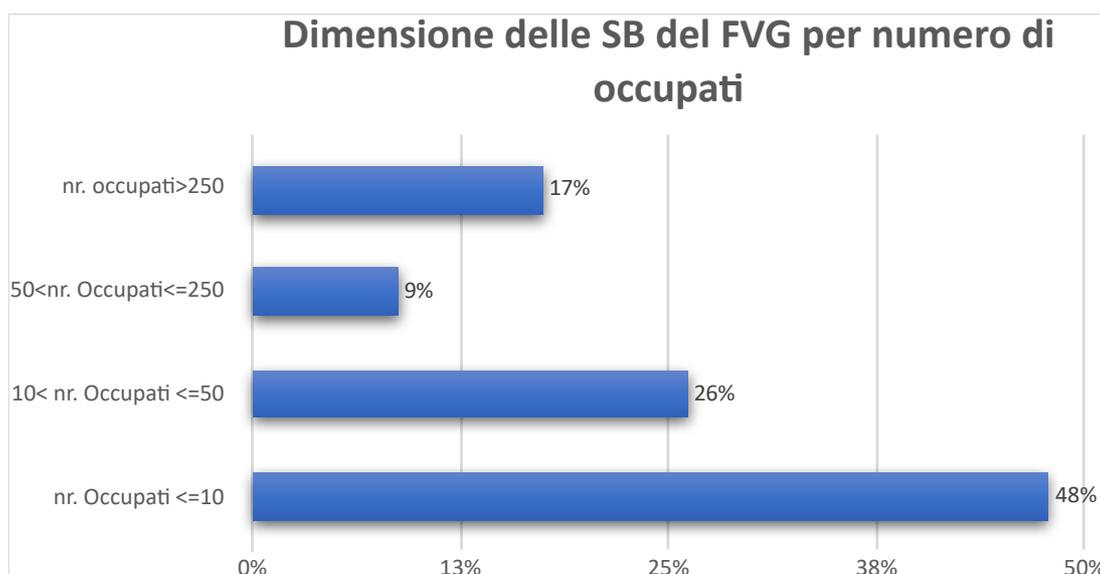


Figura 10

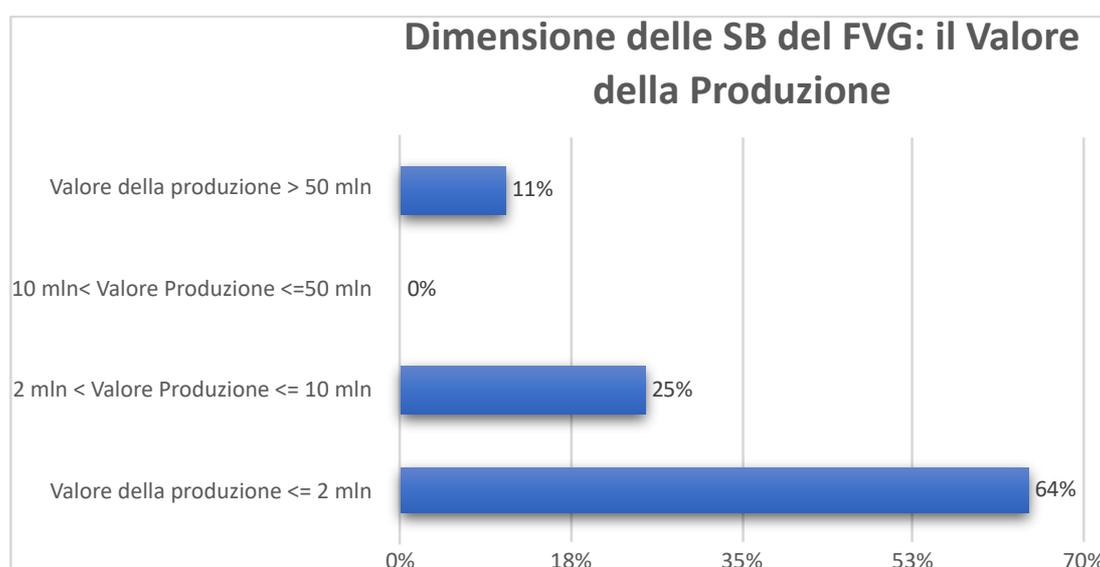
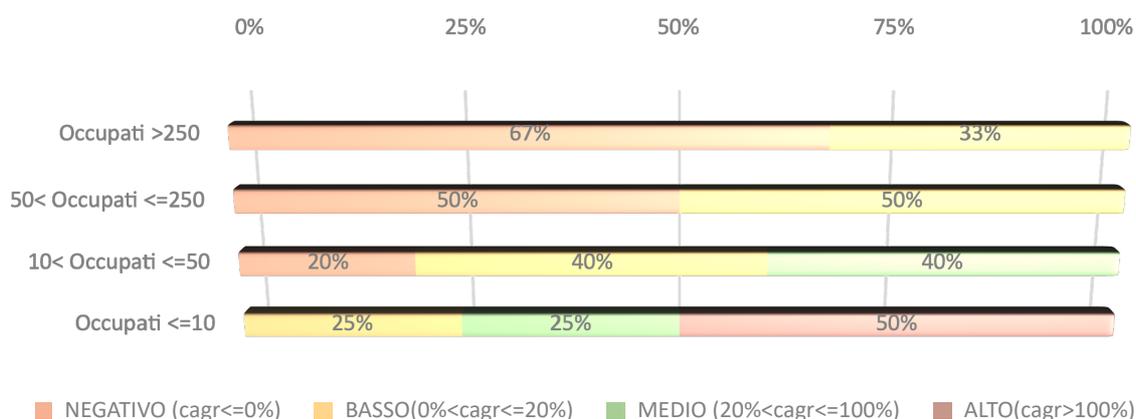


Figura 11

Si è potuto stimare il tasso di crescita solamente in 16 casi (alcune aziende non hanno presentato tutti i bilanci nel triennio, ad esempio perché costituite di recente): 4 SB hanno subito una contrazione nel triennio, mentre 5 hanno fatto registrare tassi di crescita inferiore al 20%. Se si considerano le classi dimensionale, risulta - com'è logico aspettarsi - che le microimprese sono caratterizzate da tassi di crescita molto più elevati, con CAGR medio anche superiore al 100% nel triennio. Le grandi imprese benefit hanno subito invece una contrazione del Valore della Produzione o una crescita modesta.

## Tasso di crescita 2019-21 per classe dimensionale (CAGR Valore Produzione)



### L'indagine svolta: finalità e profilo delle imprese che hanno risposto

Per comprendere alcuni aspetti delle SB che non risultavano desumibili dalle banche dati ci si è avvalsi di un questionario. Sono state ottenute 25 risposte su 44 SB attive in Regione; le aziende che non hanno risposto sono perlopiù neocostituite, ancora prive di sito web e poco strutturate. Tra le imprese rispondenti, 13 sono microimprese, 4 sono piccole e 8 sono rispettivamente imprese di media dimensione e grandi imprese.

Delle aziende che hanno risposto all'indagine, 16 erano già operative quando hanno scelto di assumere la qualifica di società benefit mentre 9 sono benefit sin dalla costituzione. Sei aziende non hanno dipendenti: gli occupati sono i soci fondatori. Inoltre, 17 imprese delle 25 rispondenti hanno esportazioni inferiori al 25% del fatturato. Tendenzialmente, dunque, siamo di fronte ad aziende molto piccole e presenti su mercati locali. Il dato dimensionale, comunque, non comporta necessariamente che anche la significatività dell'impatto sul territorio sia ridotta. Per quanto concerne la % di esportazione, si è ipotizzato che le imprese più presenti sui mercati esteri potessero essere meno interessate ad assumere la qualifica di SB, essendo questa una specificità del contesto nazionale: il valore creato in qualità di SB potrebbe dunque risultare poco riconoscibile all'estero. La ridotta numerosità del campione non consente di confermare in modo rigoroso questa ipotesi, sebbene i dati potrebbero suggerire l'esistenza di questo effetto, la maggior parte delle imprese (15) rispondenti ha dichiarato di essere in disaccordo, affermando dunque che la dimensione nazionale del fenomeno SB non comporta un minor interesse da parte delle imprese che si rivolgono ai mercati esteri. Quasi la totalità delle imprese rispondenti (24 su 25) ritiene che il modello è destinato a diffondersi rapidamente in Italia, pur essendo ancora poco noto tra i consumatori, gli investitori e i partner commerciali (anche in questo caso 24 imprese su 25 rispondono in tal senso).

Sia nel 2019 che nel 2020 il numero di SB è aumentato di 4 unità, mentre il 2021 se ne sono aggiunte ulteriori 12. Con riferimento alle caratteristiche delle aziende che hanno risposto al questionario, è utile sottolineare ancora che metà delle stesse è già B-corp (5) o si è attivata per ottenere la certificazione da B-Lab (7).

Il questionario è stato distribuito per comprendere vari aspetti:

- Quali motivazioni hanno portato le imprese ad assumere la qualifica di SB;
- Se le finalità di beneficio comune previste negli statuti delle società siano molto diversificate o, viceversa, se siano concentrate prevalentemente su pochi ambiti di intervento;
- Come è stato affrontato il tema della rendicontazione dei risultati;

- In che modo le politiche regionali possono incidere sullo sviluppo del modello “benefit”.

Le motivazioni che hanno indotto le imprese ad assumere la qualifica SB e le attività di beneficio comune indicate negli statuti

È stato chiesto di indicare sinteticamente le motivazioni che hanno portato alla decisione di assumere la qualifica SB. Le risposte ottenute fanno emergere due tematiche principali:

- a) La qualifica di SB non rappresenta un elemento aggiuntivo, ma suggella una caratteristica intrinseca dell’impresa. Metà dei rispondenti richiama questo aspetto parlando ad esempio di “mission”, “DNA aziendale”, “formalizzazione nello statuto di impegni già presi da tempo”, “visibilità per azioni che l’azienda già mette in atto da tempo”. Le attività di beneficio comune vengono dunque considerate come elementi costitutivi dell’identità aziendale, non separabili dall’attività svolta ordinariamente. Non stupisce, quindi, che solo due imprese tra le rispondenti (nella fattispecie 2 microimprese) considerino rilevanti i costi sostenuti per ottenere e poi mantenere la qualifica di SB.
- b) La qualifica di SB viene intesa come esito di un’acquisita sensibilità verso la sostenibilità sociale e ambientale. Il concetto di creazione di valore viene esteso a dimensioni che non sono meramente economiche e, dunque, a categorie di soggetti più ampie di quella dei soci/titolari. Varie risposte al questionario menzionano il concetto di sostenibilità sociale e ambientale, nonché diverse categorie di stakeholders esterni e interni.

Un’azienda ha sottolineato come la qualifica di SB faccia parte di un “progetto di rete”, lasciando intendere come le ricadute prodotte sul territorio da una rete di SB possono superare gli effetti misurabili come sommatoria dei benefici prodotti dalle singole aziende. Diventare benefit, in altri termini, significherebbe far parte di un “movimento” che supera i confini della singola impresa.

Il questionario ha permesso di raccogliere informazioni anche sulla tipologia di attività di beneficio comune inserite negli statuti delle imprese. Per riassumere quanto emerso dalle risposte ci si può avvalere degli ambiti previsti da B\_lab per le B-Corporation, considerando questa classificazione come una sorta di standard applicabile anche al contesto nazionale. I risultati sono riassunti nella tabella 4, che riporta sia il numero di imprese che menziona lo specifico ambito nel proprio statuto, sia alcuni esempi di attività indicate dalle imprese in ciascun ambito di beneficio comune. Gli ambiti che ricorrono con maggiore frequenza sono l’ambiente (soprattutto attraverso lo sviluppo di forme di economia circolare, risparmio energetico e riduzione dell’inquinamento) e la comunità locale (soprattutto nella forma di sostegno alle organizzazioni no profit).

AMBITO	TIPO DI ATTIVITA' (ESEMPI)
<b>Governance</b> 1 impresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selezionare i fornitori con criteri ESG</li> <li>• Coinvolgimento dei lavoratori</li> <li>• Garanzia di pari opportunità e inclusività</li> </ul>
<b>Workers</b> 7 imprese	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promuovere il benessere dei lavoratori</li> <li>• Sostenere la crescita umana e professionale anche tramite la creazione di un ambiente di lavoro stimolante.</li> <li>• Retribuzioni e benefit, formazione, flessibilità, qualità ambiente di lavoro</li> </ul>

<p><b>Environment</b></p> <p>15 imprese</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promuovere la cultura della sostenibilità ambientale</li> <li>• Ridurre il consumo di risorse naturali e minimizzare l'impatto ambientale, efficienza energetica e fonti rinnovabili</li> <li>• Riduzione dello scarto alimentare</li> <li>• Ricondizionare e riutilizzare apparecchiature e macchinari obsoleti</li> <li>• Innovazione sostenibile (rigenerazione dei sistemi naturali; produzione di beni con materiali riciclati o riciclabili con ciclo di vita ecologico)</li> </ul>
<p><b>Customers</b></p> <p>2 imprese</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prevenzione di patologie derivanti dalla mancanza di movimento</li> <li>• Contribuire alla prosperità economica dei clienti</li> <li>• Migliorare la qualità della vita della popolazione senior (riduzione spesa connessa al declino cognitivo)</li> </ul>
<p><b>Community</b></p> <p>12 imprese</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrire seminari per i giovani su competenze digitali per aiutarli a informarsi in maniera più consapevole</li> <li>• Sostegno alle organizzazioni no profit locali</li> <li>• Offrire gratuitamente soluzioni tecnologiche a tutte le onlus e le aziende no profit</li> <li>• Sostenere anche economicamente progetti di utilità sociale presso soggetti no profit</li> <li>• Sostegno della scuola</li> </ul>

Tabella 4 Ambito delle attività di beneficio comune delle SB del FVG

Vanno sottolineati due ulteriori aspetti emersi dall'indagine:

- a) La qualifica di SB viene considerata un punto di forza per la possibilità di attrarre personale che condivida i valori aziendali: 22 aziende su 25 considerano questo aspetto molto importante;
- b) 18 imprese su 25 ritengono che assumere la qualifica di SB consenta di ottenere, nel lungo periodo, performance economiche migliori. Perseguire finalità di beneficio comune, dunque, non viene considerato un limite ma, piuttosto, un'opportunità nella prospettiva dell'economicità di lungo periodo.

#### L'attività di rendicontazione dell'impatto nelle finalità di beneficio comune

Per soddisfare i requisiti di trasparenza, le SB sono tenute a redigere la "Relazione annuale di impatto". Il report va allegato al bilancio d'esercizio e pubblicato sul sito aziendale. La relazione di impatto deve includere:

1. 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;
2. la valutazione dell'impatto generato utilizzando lo standard di valutazione esterno con caratteristiche descritte nell'allegato 4 della legge e che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 (governo d'impresa, lavoratori, altri portatori d'interesse, ambiente)\*
3. una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

La legge ha adottato come riferimento per la Relazione di impatto lo schema BIA (B impact assessment) sviluppato a partire dal 2006 da B\_Lab per le Benefit Corporation. Questo fa sì che lo standard BIA fornito da B\_lab sia anche quello maggiormente utilizzato (in 11 imprese) ai fini della rendicontazione. 8 imprese utilizzano invece gli standard GRI (Global Reporting Initiative); lo standard SA8000 e quelli dell'IIRC (International Integrated Reporting Council) vengono utilizzati in un solo caso; una società utilizza altri standard diffusi a livello internazionale, mentre tre imprese utilizzano modalità di rendicontazione sviluppate internamente.

Perlopiù, (15 aziende su 25) le modalità di misurazione dell'impatto sono state definite sin dal momento dell'individuazione delle finalità di beneficio comune. 17 imprese hanno dichiarato di non aver riscontrato particolari difficoltà nello sviluppo del sistema di misurazione delle performance non finanziarie; le 8 imprese che, invece, hanno riscontrato difficoltà le hanno successivamente superate perlopiù attraverso il supporto di consulenti esterni o, in un caso, appoggiandosi ad altre imprese benefit.

Oltre alla relazione di impatto, in alcuni casi le imprese hanno dichiarato di aver prodotto ulteriori documenti di rendicontazione riferiti agli obiettivi non finanziari: 5 imprese redigono il bilancio di sostenibilità, 7 imprese dedicano a questi aspetti una sezione ad hoc del bilancio d'esercizio o una parte della relazione sulla gestione, 4 imprese redigono il Bilancio Integrato. Considerando che le modalità di rendicontazione possano essere influenzate dalla dimensione aziendale, si è voluto fare un'estrazione delle risposte tenendo conto della classe dimensionale dei rispondenti. La sintesi delle risposte viene fornita nella tabella 5.

<b>grande</b>	<b>5</b>
Bilancio di sostenibilità	3
Dichiarazione Non Finanziaria (obbligatoria)	1
Report integrato	1
<b>media</b>	<b>4</b>
Un paragrafo contenuto all'interno della relazione sulla gestione	1
Report integrato	2
Solo Relazione d'impatto nel 2021	1
<b>piccola</b>	<b>4</b>
Bilancio di sostenibilità	1
Ancora in fase di elaborazione	1
Sezione ad hoc del bilancio d'esercizio	1
Report integrato	1
<b>micro</b>	<b>12</b>
Bilancio di sostenibilità	1
Un paragrafo contenuto all'interno della relazione sulla gestione	1
Sezione ad hoc del bilancio d'esercizio	4
Report integrato	1
Nessun report particolare perchè startup, metriche in fase di sviluppo	1
non c'è obbligo di bilancio	1

BIA modello B Lab	1
Stiamo ancora imparando	1
Nessun altro documento	1
<b>Totale complessivo</b>	<b>25</b>

Tabella 5 Modalità di rendicontazione degli aspetti non finanziari, per classe dimensionale

Solo due imprese hanno dichiarato di essere state sottoposte a controlli sull'attività di rendicontazione d'impatto per le finalità di beneficio comune.

Merita considerazione anche la figura del "Responsabile d'impatto". La normativa impone che tutte le SB si dotino di questa figura che è responsabile, assieme al management, di assicurare che la società persegua il proprio scopo dichiarato di Beneficio Comune. Dal questionario emerge come questo ruolo venga affidato perlopiù all'Amministratore delegato (in 10 casi) o ad altre figure chiave della governance (il titolare o un consigliere di amministrazione). Alcune imprese dispongono di figure ad hoc (CSR manager, Sustainability manager). Meno frequentemente (2 imprese) la misurazione dell'impatto viene affidata al responsabile amministrativo (considerato come figura che presidia tutta l'attività di misurazione delle performance, finanziarie e non); solo in un'impresa il responsabile marketing e comunicazione riveste anche il ruolo di responsabile d'impatto.

### Politiche regionali e diffusione del modello SB: opinioni dei rispondenti

La parte finale dell'indagine svolta verte sul ruolo che la Regione FVG svolge o potrebbe svolgere nello sviluppo del fenomeno studiato. Per quanto concerne il primo aspetto (ruolo svolto) prevale tra le imprese rispondenti l'opinione che la Regione non abbia ancora attuato politiche efficaci per la diffusione del modello. Viene riconosciuto, tuttavia, che la RA Friuli Venezia Giulia può rivestire un ruolo determinante in tal senso (tabella 6)

	Assolutamente in disaccordo	In disaccordo	Né d'accordo né in disaccordo	D'accordo	Assolutamente d'accordo
Le politiche finora attuate dalla Regione Autonoma FVG stanno incoraggiando la diffusione di questo modello di impresa.	2	8	8	6	1
Le Politiche Regionali possono essere determinanti nella diffusione del modello di impresa S.B. sul territorio.	1	0	0	7	17

Tabella 6 Percezione del ruolo svolto dalla Regione FVG nella diffusione del modello SB

24 imprese tra **le 25 che** hanno risposto ritengono che il modello SB sia ancora poco noto agli investitori, ai consumatori e ai partner commerciali. È stato richiesto alle imprese di suggerire alcune azioni che la Regione FVG potrebbe porre in essere per promuovere l'insediamento e la costituzione di SB sul territorio. Le proposte emerse sono molteplici:

- a) Definire delle linee guida semplici per far comprendere come diventare SB e quali sono i possibili vantaggi;
- b) Creare un gruppo di lavoro per studiare possibili incentivi a diventare SB e per stimolare la messa in rete delle esperienze
- c) Far conoscere le SB alla comunità regionale, in primis agli studenti, anche avvalendosi di corsi di formazione, workshop dedicati e mezzi di comunicazione. L'attività dovrebbe, preferibilmente, essere costante e non sporadica;
- d) Stabilire un premio per l'impresa che ha dimostrato particolari capacità di produrre impatti positivi sul territorio;
- e) Inserire nei percorsi formativi obbligatori (ad esempio quelli sulla sicurezza) contenuti dedicati alla sostenibilità e alle SB;
- f) Attribuire un punteggio maggiore alle SB ai fini dell'erogazione di contributi regionali o nelle gare di appalto;
- g) Realizzare dei controlli per verificare il perseguimento delle finalità di beneficio comune dichiarate nello statuto;
- h) Collegare il tema delle SB alla normativa sull'agricoltura sociale
- i) Realizzare servizi di consulenza e formazione per agevolare il percorso di trasformazione aziendale verso modelli sostenibili (SB e B Corp) anche attraverso la creazione di un HUB regionale sulla sostenibilità ambientale e sociale
- j) Sgravi fiscali per la consulenza e formazione su questo modello d'impresa
- k) Informare rapidamente tutti gli attori pubblici sull'attuazione della legge Sviluppo Impresa. Importante che tutte le gare, bandi, e finanziamento di progetti abbiano come punto di riferimento la sostenibilità, economica, sociale e ambientale dell'impresa.

Alcune delle proposte delle aziende rispondenti trovano già una prima attuazione con l'evento organizzato da Agenzia Lavoro e Sviluppo Impresa, cui questo studio intende contribuire. L'Agenzia si è posta l'obiettivo di aumentare l'attrattività del territorio regionale per investimenti che abbiano anche ricadute sociali e ambientali. Per porre le premesse di una politica che vada in questa direzione, l'Agenzia ha realizzato su propria iniziativa un'indagine da cui è possibile trarre alcune informazioni complementari rispetto a quanto visto finora. Informazioni che, dunque, consentono di integrare il quadro già fornito.

L'indagine è stata realizzata da Format Research sulla base di un questionario predisposto dall'Agenzia, rivolto a un campione di imprese del FVG selezionato in modo da risultare rappresentativo dell'intero contesto regionale. Questa analisi si poneva l'obiettivo di rilevare quanto il modello SB sia noto alle imprese presenti sul territorio regionale e quale sia il livello di interesse delle stesse verso questo modello. Per realizzare l'indagine sono state somministrate 2000 interviste telefoniche col sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interview).

I dati ottenuti indicano che il 30% delle imprese conosce il modello SB (mentre solo il 12,4% conosce il modello B-corp): perlopiù, però, si tratta di una conoscenza superficiale (26,6% delle imprese afferma di averne solo sentito parlare).

L'interesse verso la qualifica di SB non è elevato: appena il 17,6 % delle imprese intervistate si dichiarano interessate a conoscere meglio il modello. Inoltre, tra le imprese che lo conoscono solo il 2,7% lo ha effettivamente adottato. Di fatto, 8 imprese su 10 non hanno interesse ad assumere la qualifica benefit. Le ragioni espresse per giustificare questo scarso interesse sono la complessità dell'iter e la priorità assegnata ad altri obiettivi (ambedue le ragioni nel 35% dei casi); la percezione che non vi siano reali vantaggi a diventare SB (23,6%). Infine, circa 6,4% delle imprese intervistate non esprime alcuna motivazione specifica.

Il quadro che emerge dalle analisi effettuate è quello di una realtà, sul territorio regionale, ancora molto circoscritta (poche imprese, perlopiù di piccola dimensione) ma in costante crescita

nonostante il contesto non molto favorevole, considerato l'interesse - tutto sommato scarso - dimostrato dalle imprese. La Regione autonoma FVG viene vista come un interlocutore fondamentale, che ha la possibilità di influenzare significativamente le dinamiche di sviluppo del fenomeno. In questa indagine, va sottolineato, non è stata considerata una prospettiva fondamentale: quella dei cittadini. È ragionevole ipotizzare, tuttavia, che ad una maggiore consapevolezza da parte della comunità regionale sui benefici che possono derivare dalla presenza di SB sul territorio, corrisponderà anche un maggiore interesse da parte degli imprenditori locali. Si tratta, in altre parole, di un processo da avviare: riprendendo il tema dell'evento cui questo studio è collegato, potremmo definire questo processo "Fabbricare Società".