



/ Future

MEETING

Il cammino delle Società Benefit

VEN 04/11 | 14:30-18:30

Hotel Maggior Consiglio, Treviso

RESOL/E

RESOL/E

by ErgonGroup

OSPITI



PARTNER



CON IL PATROCINIO



1

PERCHÉ ESSERE BENEFIT?

Prospettive a confronto tra valore condiviso e responsabilità sociale d'impresa

2

NASCERE O DIVENTARE SOCIETÀ BENEFIT

Strumenti, ruoli e vantaggi

3

DAL DIRE AL FARE: CASI DI SUCCESSO

Voce alle imprese

/ AGENDA

1

PERCHÉ ESSERE BENEFIT?

Prospettive a confronto

a cura di Lorenzo Liguoro & Mattia Sajeve

2

NASCERE O DIVENTARE SOCIETÀ BENEFIT

Strumenti, ruoli e vantaggi

a cura di Sara Pelucchi & Sebastiano Zanette

3

DAL DIRE AL FARE: CASI DI SUCCESSO

Voce alle imprese



Unione Nazionale Giovani Dottori Commercialisti
ed Esperti Contabili

RESOL/E

01. PERCHÉ ESSERE BENEFIT?

**TRA VALORE CONDIVISO
E RESPONSABILITÀ
SOCIALE**

/ CHI SIAMO



SPEAKER

LORENZO LIGUORO

Presidente @Sherpa Srl, spinoff
dell'Università degli Studi di Padova

Project Manager, consulente, docente, la sua mission è quella di **favorire la composizione di alleanze progettuali pubblico-private** volte a generare impatti sostenibili in termini di sviluppo. Dal 2007 a oggi ha partecipato alla scrittura e alla realizzazione di **oltre 40 progetti internazionali** sostenuti da finanziamento europeo. Dal 2014 è **docente presso gli Atenei di Padova, Ca' Foscari e IUAV**; partecipa alle attività didattiche di 5 Master universitari e cicli di seminari specialistici su Europrogettazione e Project Management.





/ RESPONSABILITÀ D'IMPRESA

/ Di cosa sono responsabili le imprese?

Essere responsabili = dare risposta

Passare dalla domanda:

Corporate Social
Responsibility

a. “di quali colpe le imprese devono farsi carico di fronte alla società?”

a

Corporate Social
Responsiveness

b. “quali domande che la società pone possono essere prese in carico dalle imprese?”

Rappresenta già un cambio di prospettiva che apre all'**innovazione sociale**.

/ Cosa sono le imprese?

Essere responsabili = dare risposta

Nel concetto stesso di “impresa” si annidano significati che vanno ben oltre l’attività economica organizzata ai fini della produzione o dello scambio di beni o di servizi.



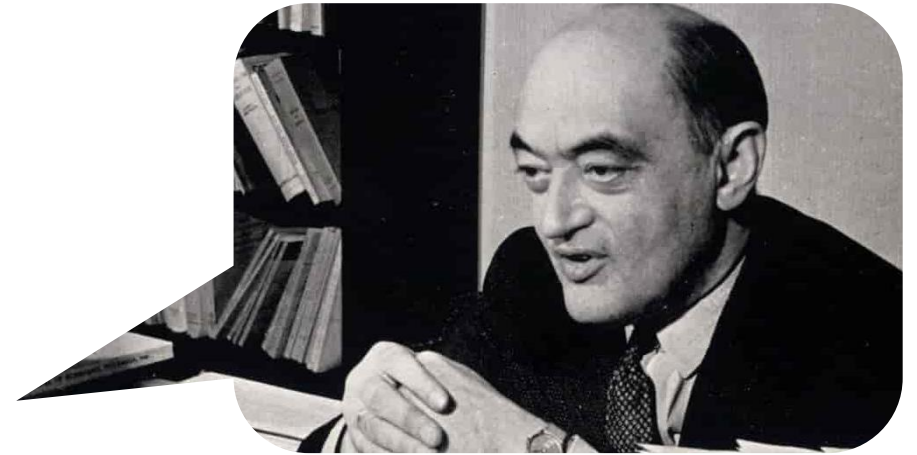
**L'impresa è un compito notevole,
la rappresentazione simbolica
di un proposito.**

/ E chi sono gli imprenditori?

Trasformare una visione in un fatto concreto



Non è imprenditore chi compie operazioni economiche, intendendo lucrarne profitto, bensì **colui che introduce atti innovativi.**



Joseph Schumpeter

Primo economista ad esaminare in modo ampio, sistematico ed approfondito il ruolo dell'innovazione nelle moderne economie industriali.

/ La Responsabilità Sociale d'Impresa

Come è cambiata nel tempo?

Per alcuni decenni, si è parlato di Responsabilità Sociale d'Impresa intendendo una “**integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese**”.

Negli ultimi dieci, in particolare dalla Comunicazione 681 del 2011 della Commissione Europea, il tema è radicalmente mutato, mettendo al centro gli **impatti sociali** delle imprese.



Nelle conversazioni s

a. **“ho un’impresa e faccio azioni di responsabilità sociale”**

a

b. **“l’impresa che compio risponde a dei bisogni della società”.**

I termini sono i medesimi ma i **significati** potente

13

 Comune Nazionale Giovani Attori Culturali
ed Es Conta

Nelle conversazioni s

a. **“ho un’impresa e faccio azioni di responsabilità sociale”**

a

b. **“l’impresa che compio risponde a dei bisogni della società”.**

I termini sono i medesimi ma i **significati** potente

13

 **Comune Nazionale Giovani Attori Culturali**
ed Es Conta

Nelle conversazioni s

a. **“ho un’impresa e faccio azioni di responsabilità sociale”**

a

b. **“l’impresa che compio risponde a dei bisogni della società”.**

I termini sono i medesimi ma i **significati** potente

13

 **Comune Nazionale Giovani Attori Culturali**
ed Es Conta

Nelle conversazioni s

a. **“ho un’impresa e faccio azioni di responsabilità sociale”**

a

b. **“l’impresa che compio risponde a dei bisogni della società”.**

I termini sono i medesimi ma i **significati** potente

13

 **Comune Nazionale Giovani Attori Culturali**
ed Es Conta

Nelle conversazioni s

a. **“ho un’impresa e faccio azioni di responsabilità sociale”**

a

b. **“l’impresa che compio risponde a dei bisogni della società”.**

I termini sono i medesimi ma i **significati** potente

13

 **Comune Nazionale Giovani Attori Culturali**
ed Es Conta

Nelle conversazioni s

a. **“ho un’impresa e faccio azioni di responsabilità sociale”**

a

b. **“l’impresa che compio risponde a dei bisogni della società”.**

I termini sono i medesimi ma i **significati** potente

13

 **Comune Nazionale Giovani Attori Culturali**
ed Es Conta

Nelle conversazioni s

a. **“ho un’impresa e faccio azioni di responsabilità sociale”**

a

b. **“l’impresa che compio risponde a dei bisogni della società”.**

I termini sono i medesimi ma i **significati** potente

13

 **Comune Nazionale Giovani Attori Culturali**
ed Es Conta

/ Esploriamo il perché

Il *saper-perché* è altrettanto importante quanto il *saper-come*

Dietro o sopra il **know-how**, tanto enfatizzato in un mondo tecnicizzato, l'innovazione può trasformare la società se punta dritto al **know-why** e mette a nudo **i propositi che giustificano l'azione**.

Il machiavellico fine che giustifica i mezzi è spesso frainteso: pur di far soldi tutto è lecito, dicono alcuni.

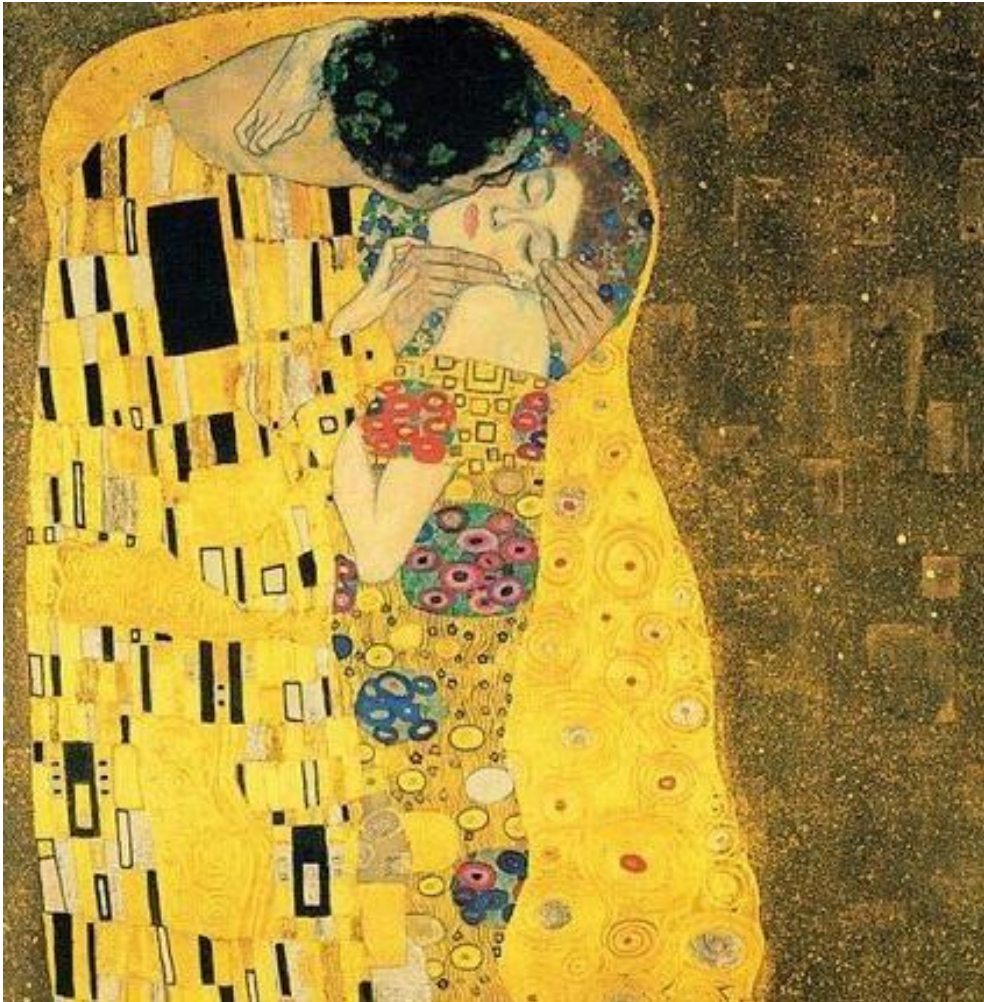
Ma **se il successo economico fosse il mezzo e non il fine, quale fine lo giustificherebbe?**

Oggi le aziende cercano di collocarsi all'interno di sfide che valgano la pena di essere compiute, per valorizzare il proprio contributo rispetto a cause importanti, motivando clienti e lavoratori nel riconoscersi alleati.



/ Cosa ha valore?

Per tutto quel che non ha prezzo



Ricercando **posizionamenti** sempre più strategicamente **elevati** e distintivi, le aziende trascendono la dimensione del prezzo (valore di scambio), puntando al **valore d'uso**.

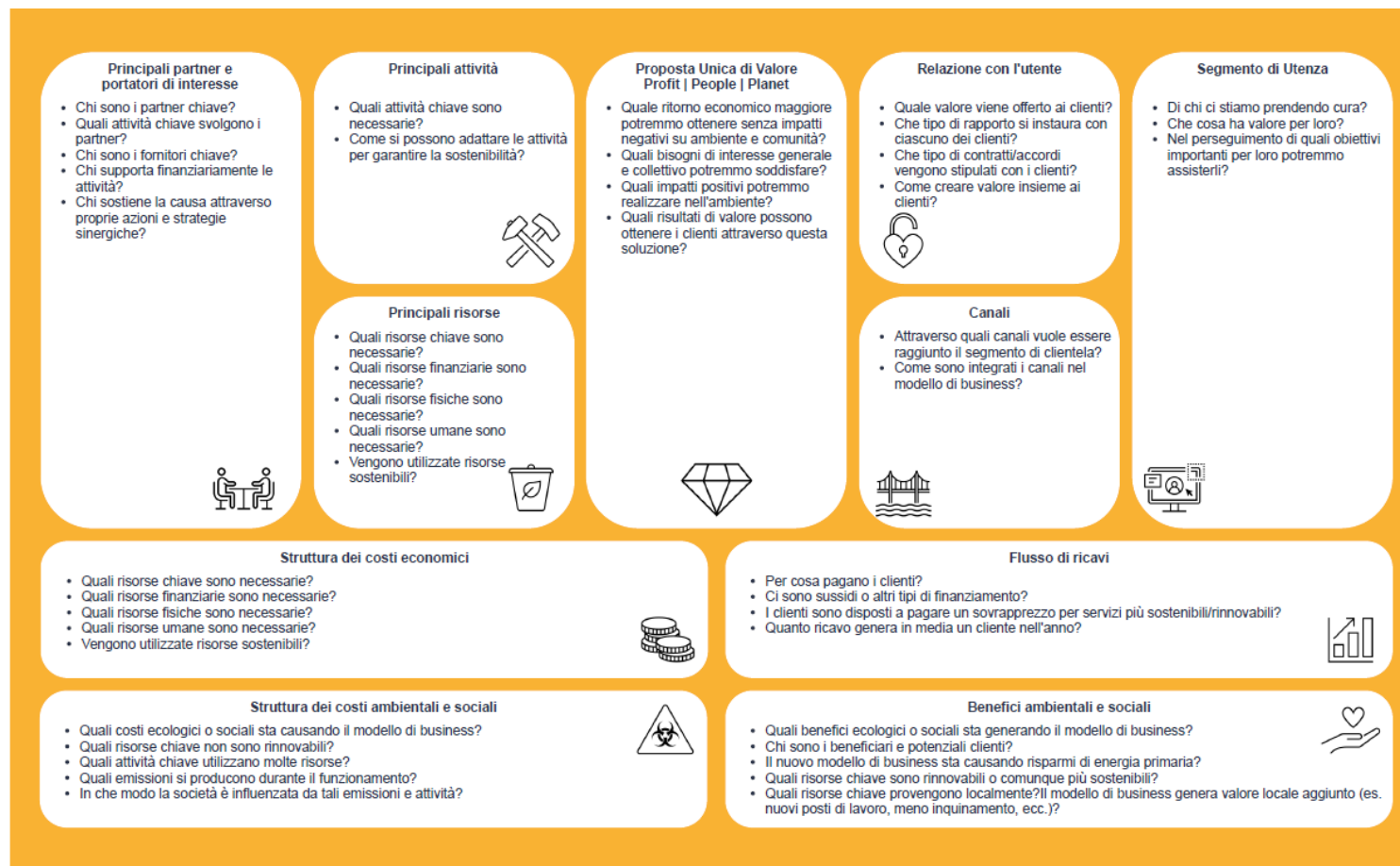
Questo processo aiuta a rendere nuova dignità a quelle grandezze che, essendo imponderabili, sono state ignorate e dissipate dalla modernità: **dall'aria all'affetto**.



/ CAMBIARE PROSPETTIVA SUL VALORE

/ La Proposta di Valore

Oltre l'offerta



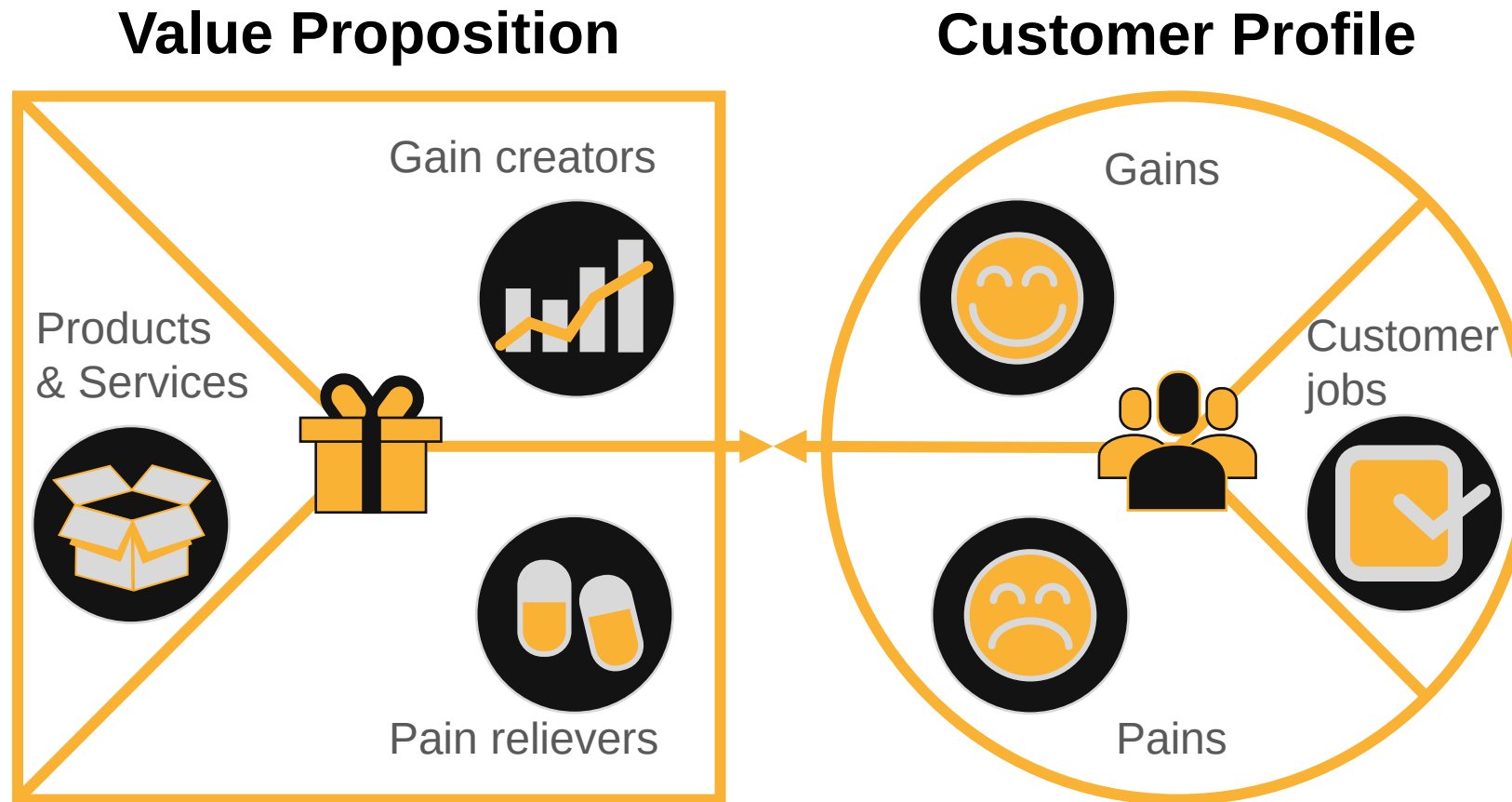
Quali **obiettivi** riesce a raggiungere il tuo cliente grazie alla tua **soluzione**?



Il **valore** non è nell'offerta ma nell'**uso** che ne viene fatto!

/ Oltre al prodotto servizio

La Value Proposition Canvas



“I consumatori non pensano
ciò che sentono,
non dicono quello che pensano
e non fanno
quello che dicono”



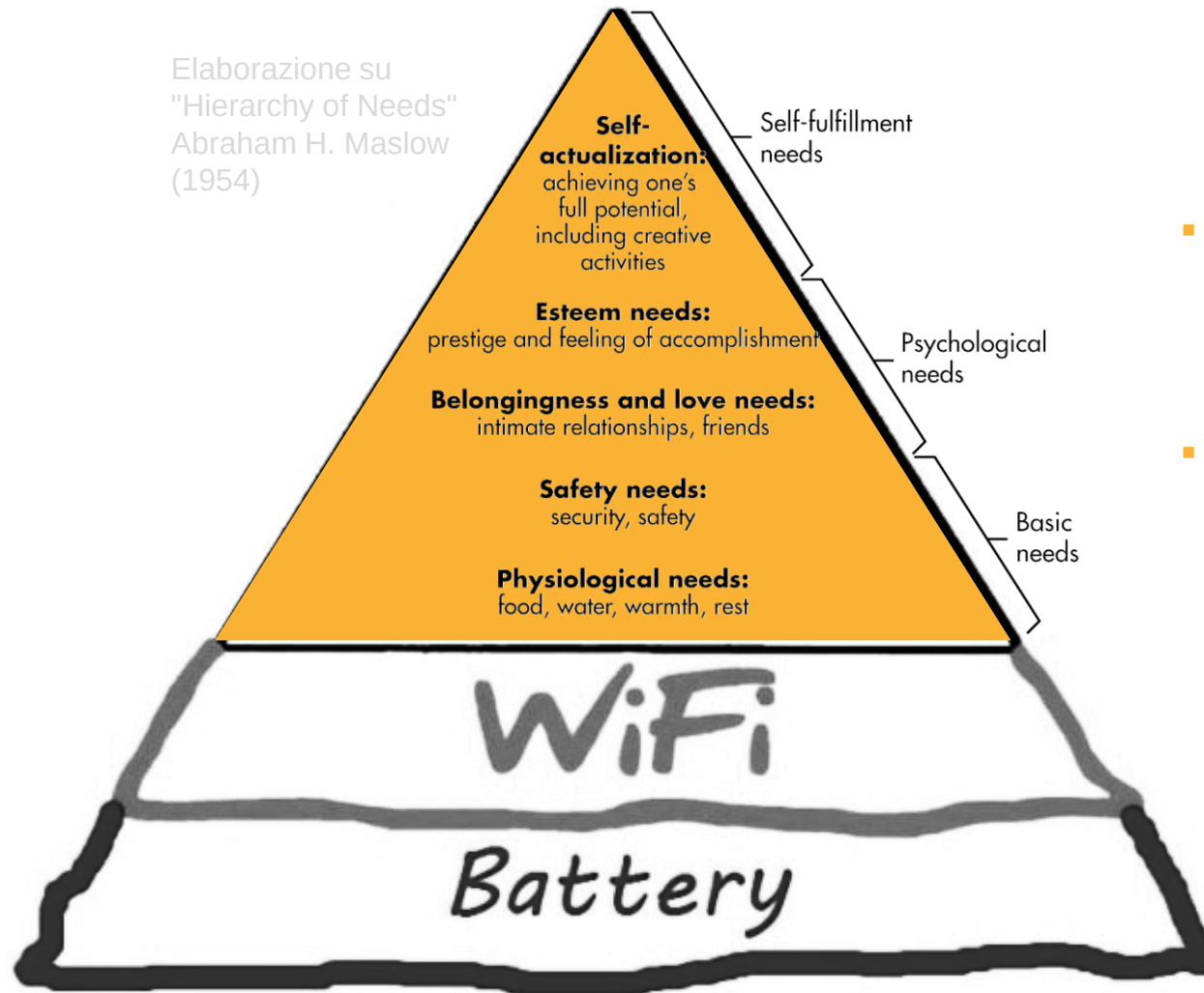
David Ogilvy

Pubblicitario britannico, fondatore dell'agenzia Ogilvy & Mather.

/ Equilibrio Bisogno-Soluzione

Creare soluzioni focalizzate sul fabbisogno e non sulla domanda.

Elaborazione su
"Hierarchy of Needs"
Abraham H. Maslow
(1954)



- La **domanda** è definita dai comportamenti d'uso e rappresenta l'indicatore di una interpretazione del bisogno.
- Il **fabbisogno** è lo stato problematico cui trovare soluzione.



/ ALLA RICERCA DEL SENSO

/ Ripensare i significati profondi

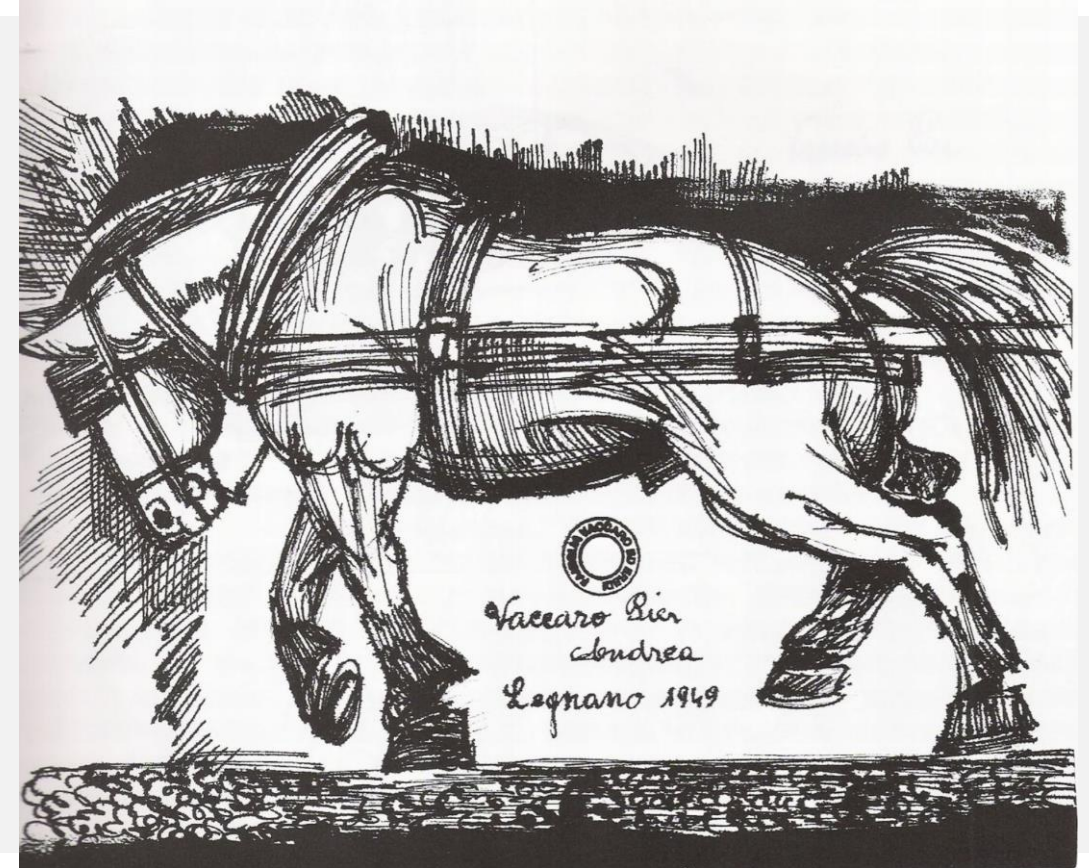
Il lavoro è cambiato?

In fisica, il lavoro è l'energia scambiata tra due corpi, attraverso l'azione di una forza.

Il lavoro si misura in Joule:

$$\text{kg}\cdot\text{m}^2/\text{s}^2 = 1 \text{ N}\cdot\text{m} = 1 \text{ W}\cdot\text{s}$$

Sei pronto a misurare il tuo lavoro in Cavalli Vapore?



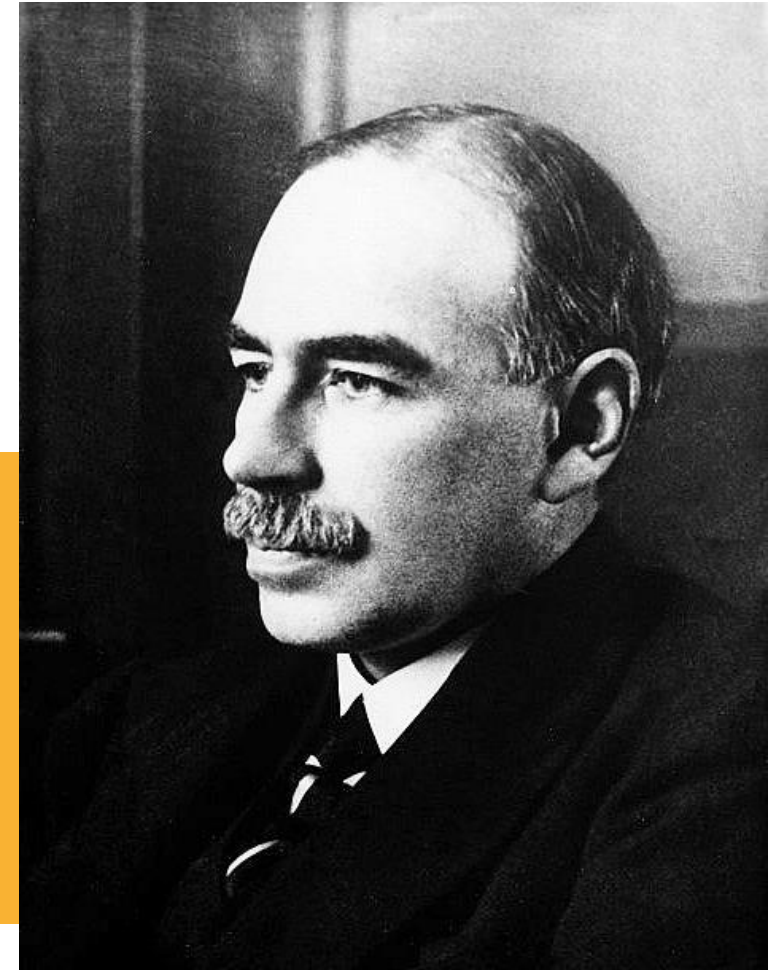
/ Le sfide del futuro...

La rivoluzione tecnologica è diventata una costante

Nel 1930 **John Maynard Keynes** pubblicava il saggio *Economic Possibilities for our Grandchildren* nel quale predisse che in un arco di 100 anni, ovvero nel **2030**, la società avrebbe raggiunto un progresso tale da permettersi di **lavorare molto poco**.

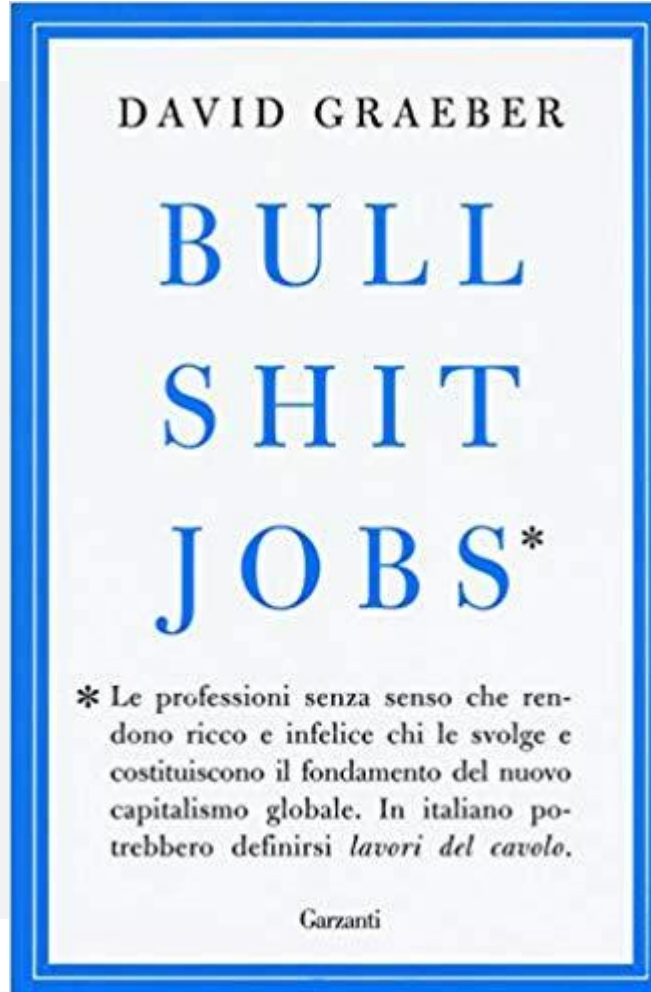
“

I problema che nazioni si sarebbero trovare ad affrontare sarebbe stata la **noia**, e le persone si sarebbero trovate a: ***razionare le ore lavorative in blocchi quotidiani di 3 ore, o 15 ore settimanali, per porvi rimedio.***



/ Nessuno vuole fare un lavoro senza senso

I lavori del c...



L'antropologo e sociologo **David Graeber** pubblica il 20 settembre 2018 un volume frutto di 5 anni di ricerca.

Lo spunto parte nel 2013 quando l'autore chiese su un blog: **se il vostro lavoro non esistesse, quanti ne sentirebbero la mancanza? Qual è il contributo significativo che offre al mondo?**

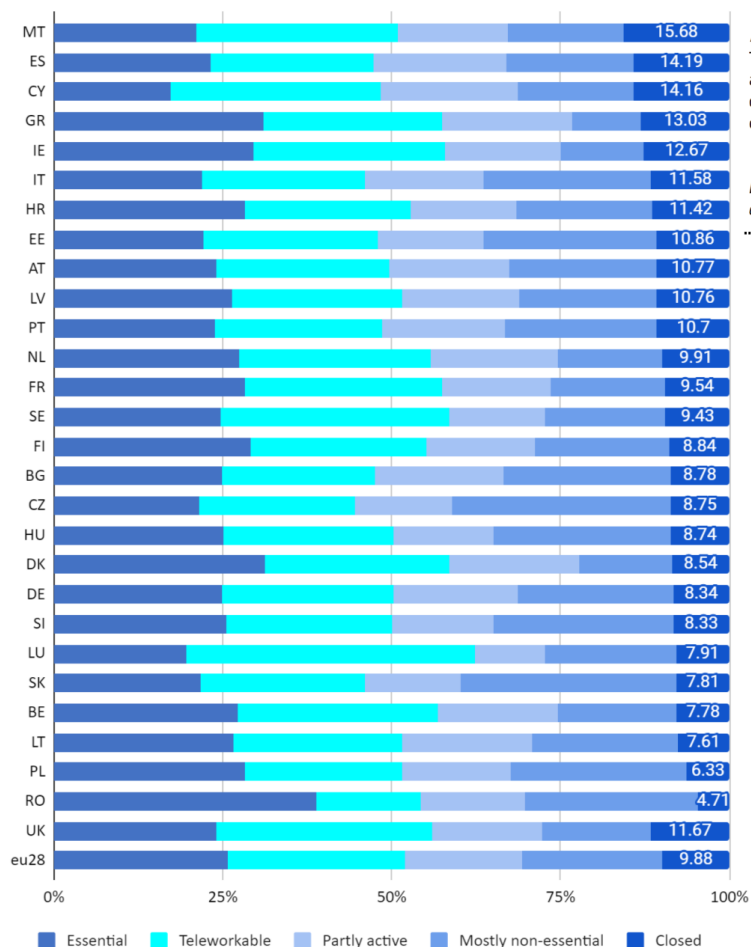
Oltre il 40% degli intervistati riteneva di svolgere un lavoro inutile, un lavoro privo di senso, un **bullshit job**.

Bullshit Jobs mostra come il lavoro, anziché finalizzato alla produzione, sia diventato **fine a sé stesso**.

/ Meglio essere resilienti!

Lezioni dal Covid-19

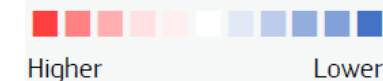
Quante sono le attività essenziali



I telelavorabili guadagnano di più:

	Essential	Teleworkable	Partly active	Mostly non-essential	Closed	All sectors
DE	46.06	67.59	36.83	55.29	27.50	50
FR	45.47	64.14	41.38	51.11	35.52	50
IT	53.57	72.47	38.23	45.81	25.58	50
ES	53.84	71.67	34.87	47.36	31.64	50
PL	45.59	69.75	36.04	50.35	33.63	50
NL	48.54	69.19	35.91	51.63	26.83	50
RO	50.58	66.65	39.26	50.31	27.04	50
CZ	53.47	67.22	36.54	47.15	29.43	50
SE	42.70	64.03	43.60	51.27	29.04	50
BE	46.39	67.06	36.39	50.99	30.07	50
HU	49.87	61.21	40.50	47.80	41.59	50
AT	48.22	66.60	37.98	56.02	24.95	50
GR	44.39	74.87	40.87	48.26	29.01	50
PT	44.32	74.24	48.52	33.25	36.68	50
BG	48.91	67.42	43.82	45.12	36.54	50
FI	41.36	69.42	40.47	56.75	29.67	50
SK	50.55	61.29	37.77	51.29	31.07	50
DK	46.62	71.49	37.89	51.09	23.94	50
IE	51.17	75.04	28.41	52.79	21.34	50
HR	53.48	68.13	36.48	45.32	31.02	50
LT	46.62	66.12	42.99	49.45	32.06	50
SI	48.66	69.79	42.85	42.94	33.37	50
LV	48.91	65.80	42.14	46.73	35.02	50
EE	47.78	61.68	42.98	52.93	30.94	50
CY	53.34	72.27	37.15	42.95	25.27	50
LU	43.98	61.86	29.50	53.10	24.49	50
MT	51.83	67.33	32.36	44.53	40.29	50
UK	48.73	64.91	32.49	57.82	28.54	50

Average wage percentile of jobs in each of the categories



/ La lezione del Covid-19

Un adattamento in 3 passi

Rispondere:

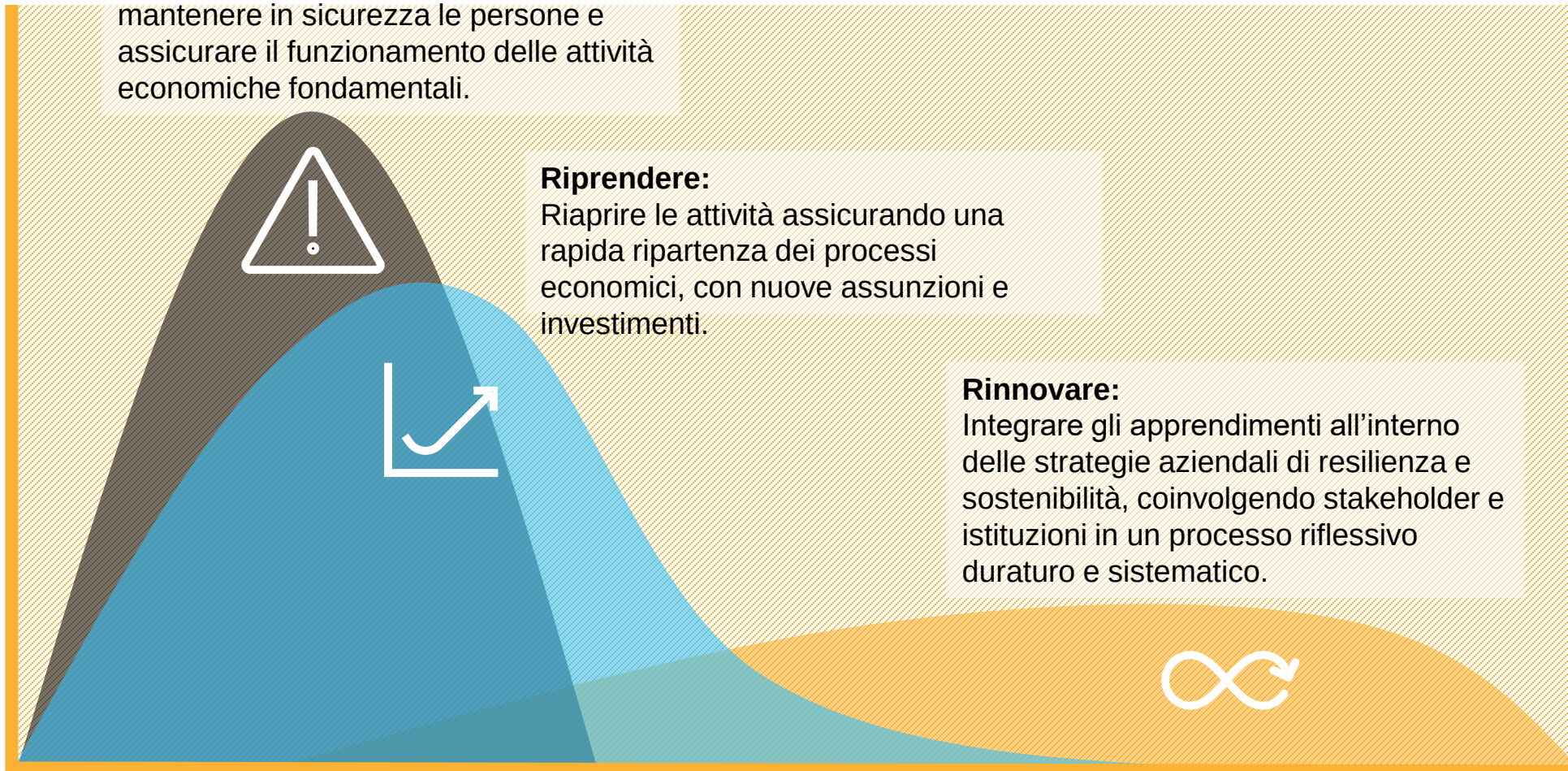
Attuare le azioni immediate richieste per mantenere in sicurezza le persone e assicurare il funzionamento delle attività economiche fondamentali.

Riprendere:

Riaprire le attività assicurando una rapida ripartenza dei processi economici, con nuove assunzioni e investimenti.

Rinnovare:

Integrare gli apprendimenti all'interno delle strategie aziendali di resilienza e sostenibilità, coinvolgendo stakeholder e istituzioni in un processo riflessivo duraturo e sistematico.



/ Oltre il paradigma dell'occupazione

Posizionamento competitivo



In definitiva, trovare un lavoro è molto più che trovare una occupazione, un posto di lavoro retribuito:

è trovare il proprio spazio nella società, declinare il proprio contributo al suo sviluppo, alla realizzazione di propositi significativi.

/ Cosa c'è oltre alla RSI?

Le Società Benefit

Oltre la responsabilità sociale di impresa ci attendono **due punti fermi**:



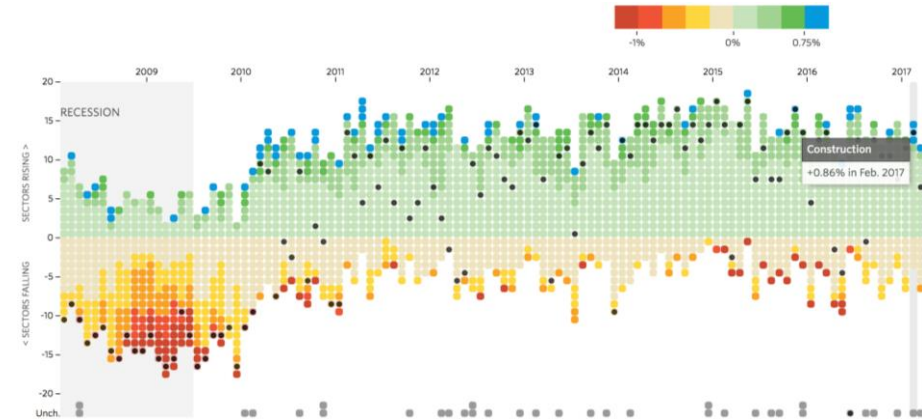
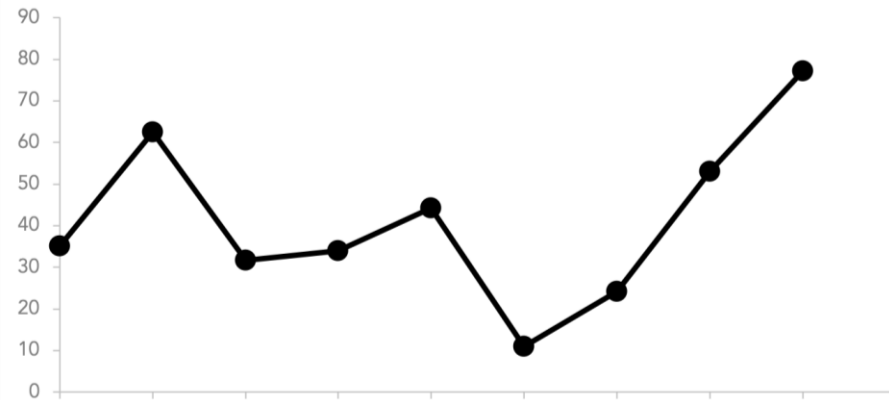
Relazione: è l'emblema del superamento o il contrasto all'individualismo econometrico e il recupero di una visione plurale e sistemica della realtà.



Proposito: riguarda la ricerca di senso in uno scopo, oltre al meccanicismo alienante, la necessità dell'ottimo invece che del massimo.

/ “Smart” o “Non Smart”?

Da: “Quanta crescita?” a “Quale sviluppo?”





/ VERSO IL VALORE CONDIVISO

/ Il Collective Impact

Agire assieme per creare un cambiamento utile a tutti

■ Origine:

John Kania e Mark Kramer pubblicarono nel numero invernale 2011 dello **Stanford Social Innovation Review** un articolo dal titolo **Collective impact: Large-scale social change requires broad cross-sector coordination**.

■ Definizione:

L'impegno di un **gruppo di attori** significativi provenienti da **differenti settori** focalizzato su una **agenda comune** per risolvere uno **specifico problema** sociale (p. 36).



/ I Living Lab

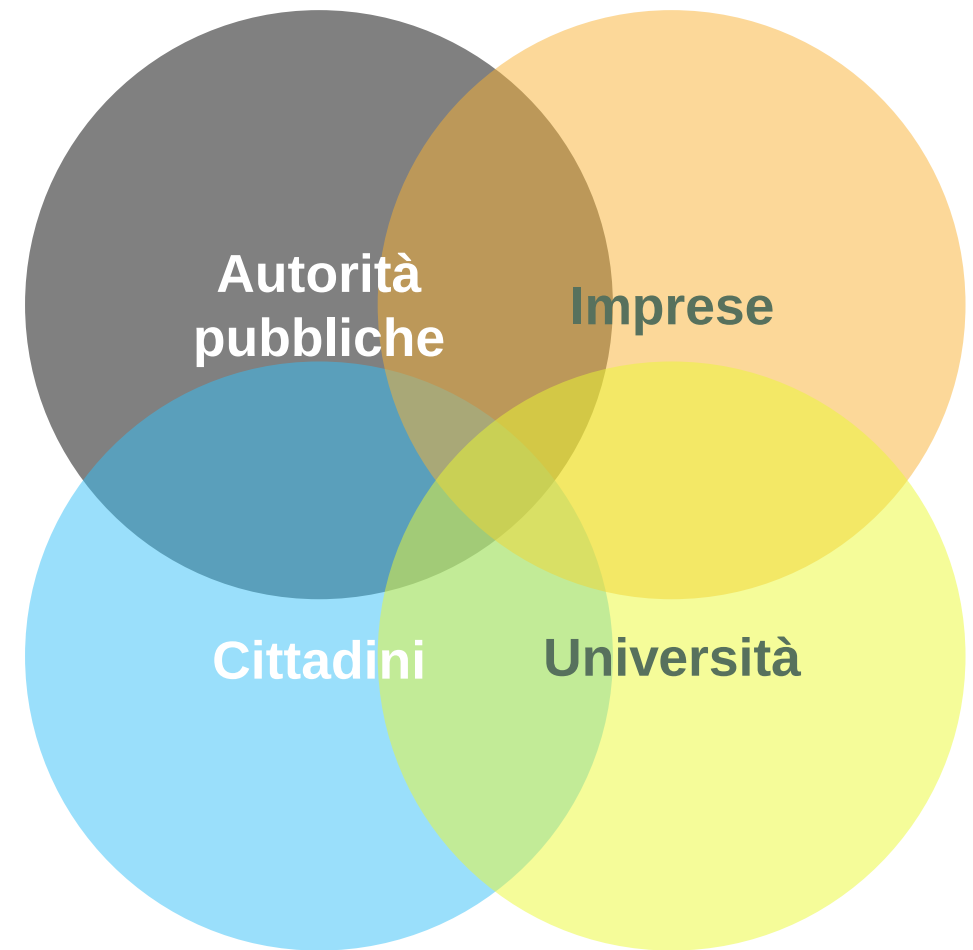
Innovazione aperta e apprendimento continuo

■ Origine:

William J. Mitchell, Kent Larson, e Alex Pentland del Massachusetts Institute of Technology usarono per la prima volta il termine di **Living Laboratories** e nel 2010 fondarono il primo Living Lab negli Stati Uniti.

■ Definizione:

I **Living Lab** sono **ecosistemi aperti** di innovazione basati sulla sistematica **co-creazione con gli utenti** di prodotti e servizi attraverso un approccio che integri **ricerca e innovazione** nelle **comunità**, mettendo i cittadini al centro dello sviluppo.



/ Creating Shared Value

Oltre la Responsabilità Sociale d'Impresa

■ Origine:

Michael Porter e Mark Kramer pubblicarono nel gennaio 2011 su Harvard Business Review un articolo dal titolo *"Creating Shared Value: Redefining Capitalism and the Role of the Corporation in Society"*. Dal 2012 gli autori hanno lanciato la Shared Value Initiative: www.sharedvalue.org

■ Definizione:

Il valore condiviso è una strategia di gestione in cui le aziende trovano opportunità di business in problemi sociali. il valore condiviso focalizza i leader dell'azienda sulla massimizzazione del valore competitivo della risoluzione dei problemi sociali.



/ Un confronto

CSR vs CSV

Corporate Social Responsibility (CSR)

- Il valore come «fare bene»
- Cittadinanza, filantropia, sostenibilità
- Discrezionale o in risposta a pressioni esterne
- Disgiunta dalla massimizzazione del profitto
- La strategia è determinata dai rendiconti verso l'esterno e preferenze personali
- Alimentata da risorse specificatamente conferite per azioni di CSR

Creating Shared Value (CSV)

- Valore come benefici economici e sociali in relazione ai costi
- Creazione congiunta di valore per l'azienda e la comunità
- Integrata nella competizione
- Integrata alla massimizzazione del profitto
- La strategia è specifica per ogni azienda e sviluppata internamente
- Alimentata dall'intero budget aziendale



/ PERCHÉ RICERCARE IL VALORE CONDIVISO?

/ Perché porsi la sfida della sostenibilità?

... ci sono alternative reali?

La risposta semplice è:

Perché è giusto!



Se oggi un Amministratore di azienda si chiede se abbia senso essere responsabili, **dovrebbe chiedersi prima se è corretto essere irresponsabili**. Costruire il proprio successo a danni degli altri e del pianeta è una strategia che produce isolamento e conflitto in un momento in cui è necessario fare rete e avere alleanze.

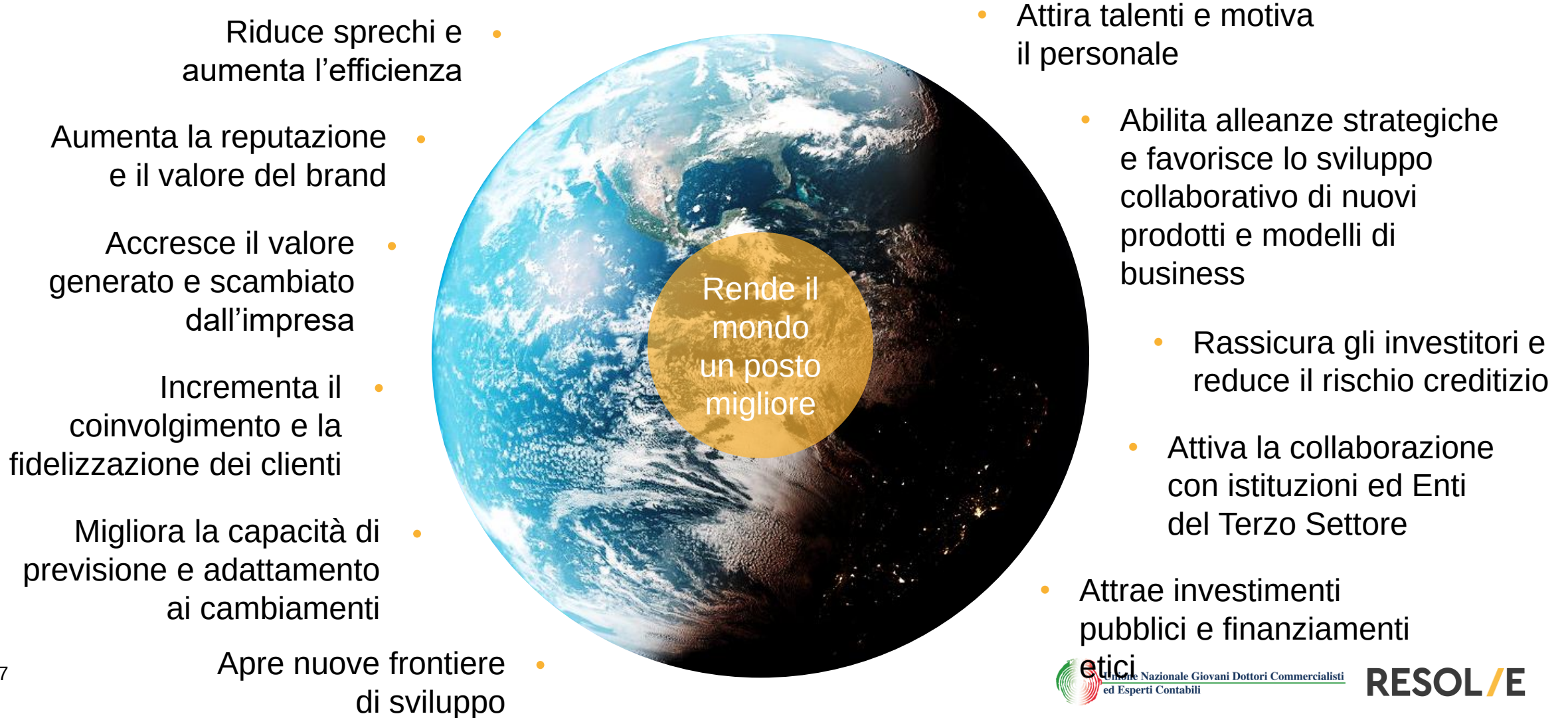
Perché è necessario!



La sostenibilità non è una scelta. **Ciò che è insostenibile non ha futuro**. La complessità spaventa e disorienta ma oggi è impensabile gestire una impresa senza guardare al futuro. Perché le sfide cambiano e il contesto evolve sempre più rapidamente.

/ Ma ci sono anche vantaggi concreti

... quando il bene è anche meglio.



/ La vera domanda è: perché non esserlo?

Far coincidere forma e sostanza



Riccardo Sabatini

*Scienziato di fama mondiale
e Imprenditore specializzato
nella modellazione numerica
di sistemi complessi*

«L'idea di B Corp è così
ovvia che il contrario
suona sospetto»

«Sul mercato del futuro solo
le imprese che sapranno
coniugare profitto e bene
comune potranno vincere
le sfide della competizione»



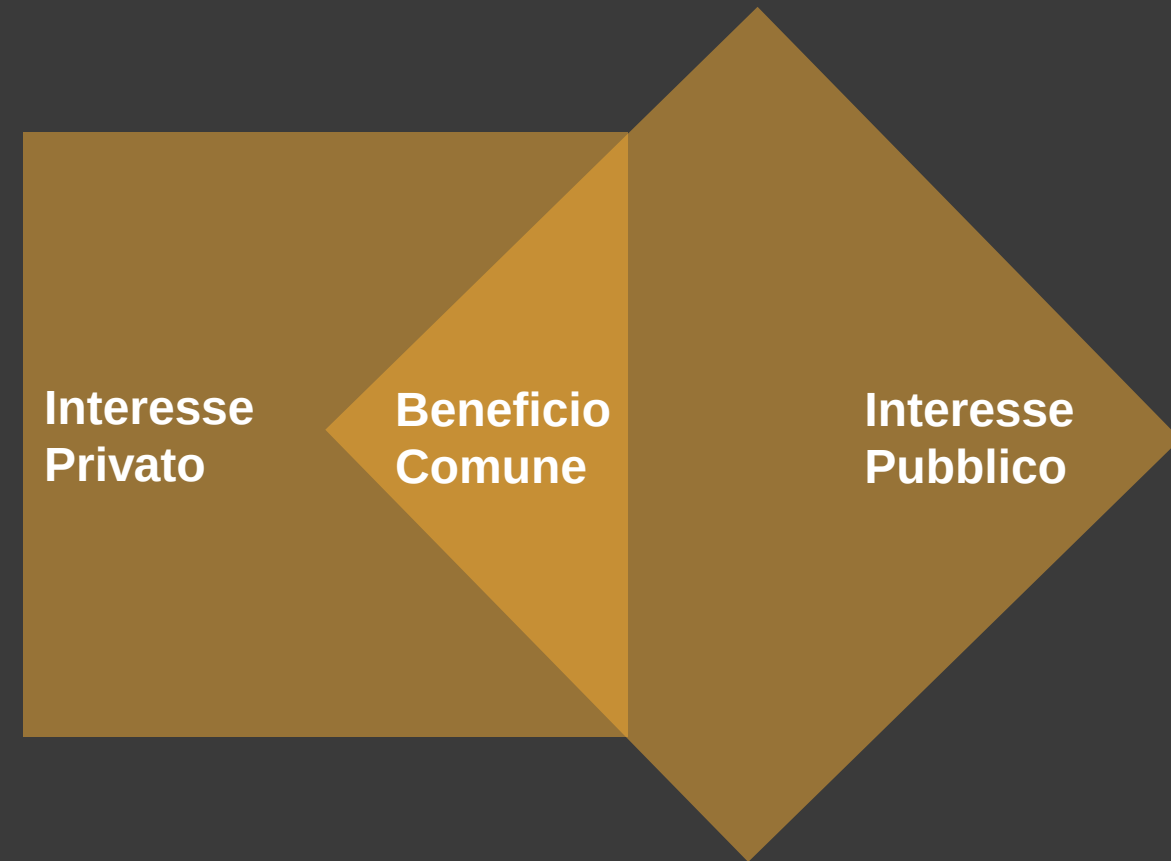
Massimo Mercati

*Presidente di Farmacie
Fiorentine A.Fa.M. S.p.A.
prima partecipata pubblica
a diventare Società Benefit
nel 2018.*

Il modello «Benefit» per le partecipate pubbliche

Pubblica Utilità e Beneficio Comune

Il modello virtuoso delle società benefit, centrato sul «**valore condiviso**», si sposa con la ragion d'essere delle Public Utilities, partecipate in tutto o in parte da Enti Pubblici, che erogano prodotti e servizi sulla base del loro principio di «**interesse pubblico**» e di «**utilità sociale**».



/ Conciliare lucro e utilità sociale

Aggirare il paradosso del Testo Unico (D.Lgs 175/2016) in **4 step**

1

Le imprese a partecipazione pubblica sono imprese regolate dal diritto privato.

«Per tutto quanto non derogato dalle disposizioni del presente decreto, si applicano alle società a partecipazione pubblica le norme sulle società contenute nel codice civile e le norme generali di diritto privato» (D.Lgs 175/2016 Art. 1, comma 3)

2

Le partecipate non possono essere sistematicamente in perdita. L'investitore pubblico deve agire come un «operatore di mercato» ovvero ricercare un ritorno economicamente razionale dai propri investimenti.

3

Il T.U. non indica nessuna deroga al principio lucrativo come causa societaria tipica sancito dall'Art. 2247 c.c., secondo il quale **unico obiettivo dell'attività aziendale è la massimizzazione del profitto.**

«Con il contratto di società due o più persone conferiscono beni o servizi per l'esercizio in comune di un'attività economica allo scopo di dividerne gli utili» (Art. 2247 c.c.)

4

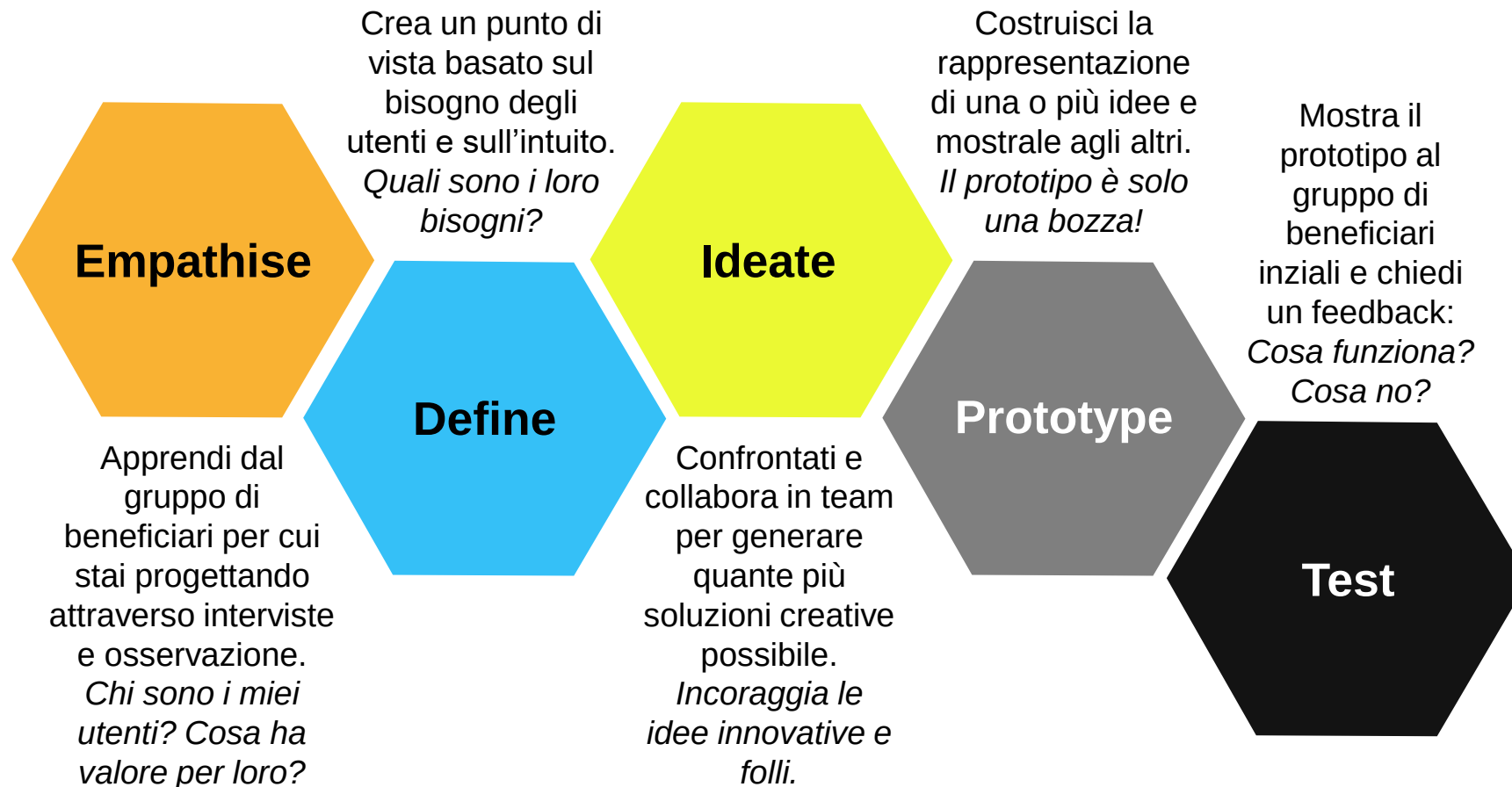
L'unico strumento normativo disponibile per affievolire tale carattere lucrativo ed “internalizzare” la considerazione dell'interesse pubblico nella governance sociale è quindi dato dall'utilizzo del modello benefit.



/ COME RICERCARE IL VALORE CONDIVISO?

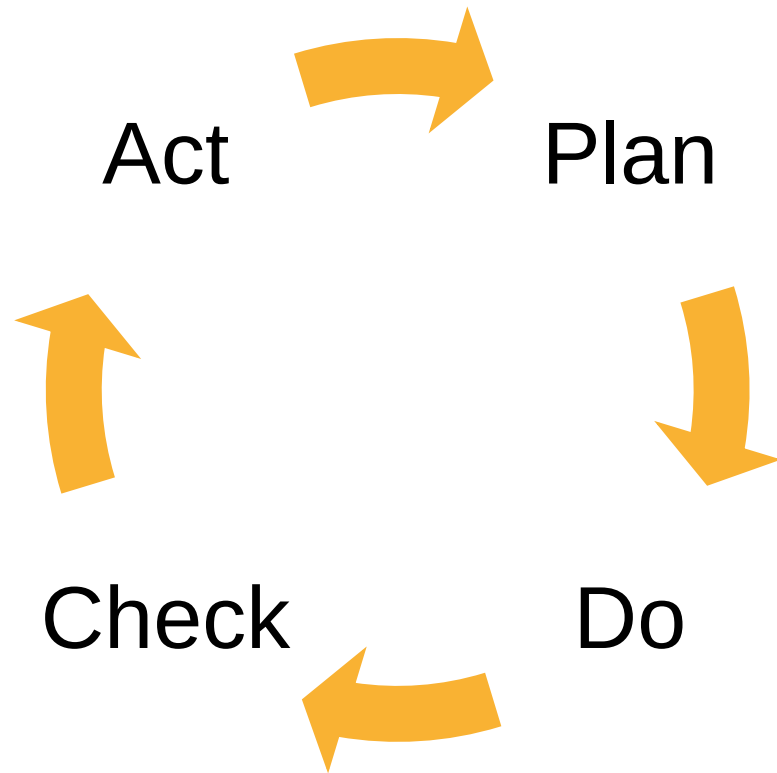
/ Design Thinking

Il design per non designer



/ Il ciclo PDCA di W. Edwards Deming

Miglioramento continuo

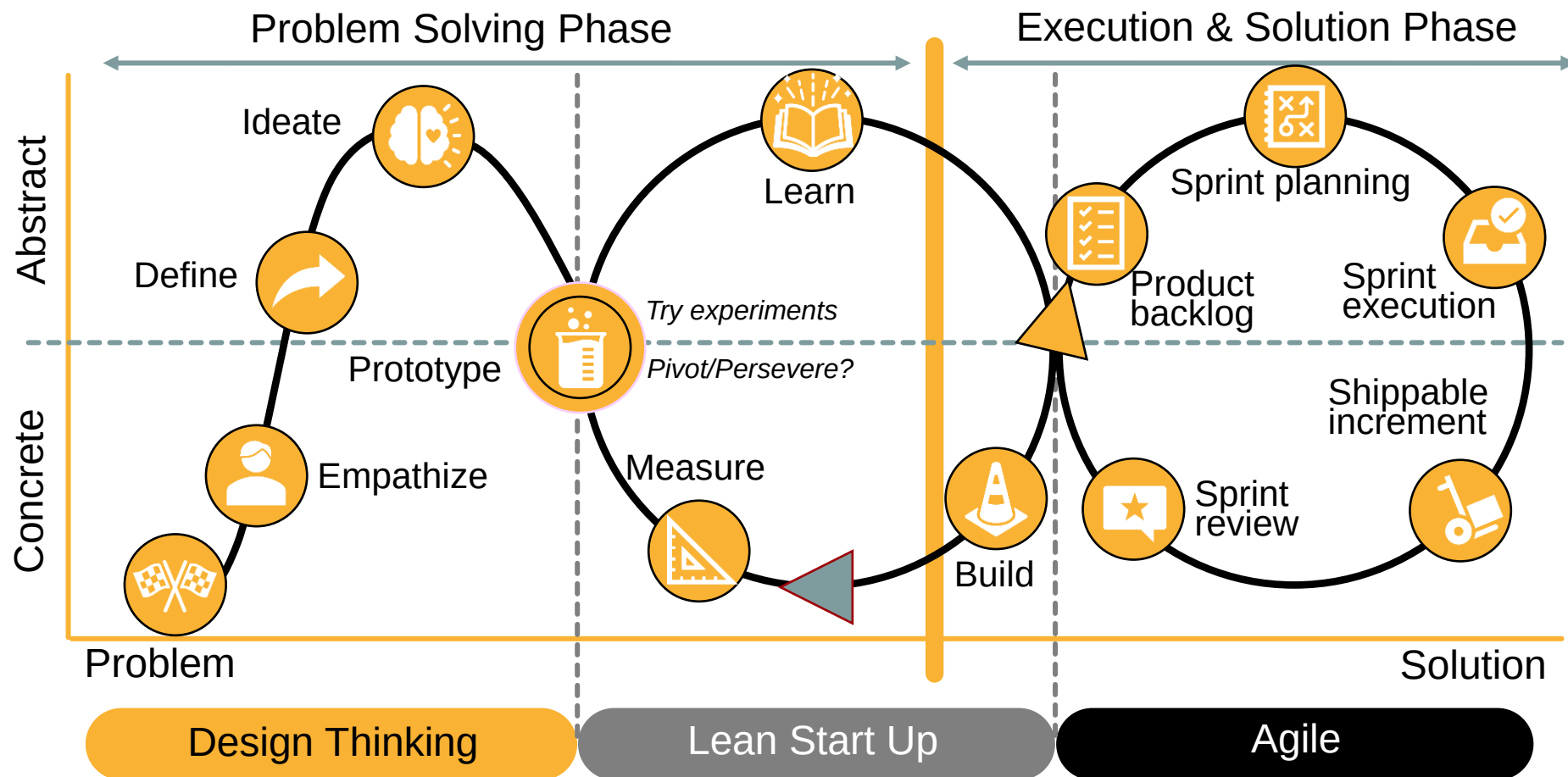


Senza dati sei solo un'altra persona con un'opinione



/ Sviluppare conoscenza

Design Thinking - Lean - Agile:



01. PERCHÉ ESSERE BENEFIT?

**INNOVARE
IL MODELLO
DI BUSINESS**

/ CHI SIAMO



SPEAKER

MATTIA SAJEVA

**Area Sustainability and Innovation Director
& Co-founder @WeEurope Srl SB**

Specializzato nella progettazione e rendicontazione di progetti europei, Mattia ha maturato una comprovata esperienza in ambito di **cooperazione a livello europeo**, rafforzata da competenze proprie dei centri di ricerca, agenzie di sviluppo territoriale e società di consulenza. È inoltre impegnato in attività di supporto a processi di **Project Design e innovazione sociale** attraverso la piattaforma digitale di design collaborativo Mosaic – Design Your Decision.

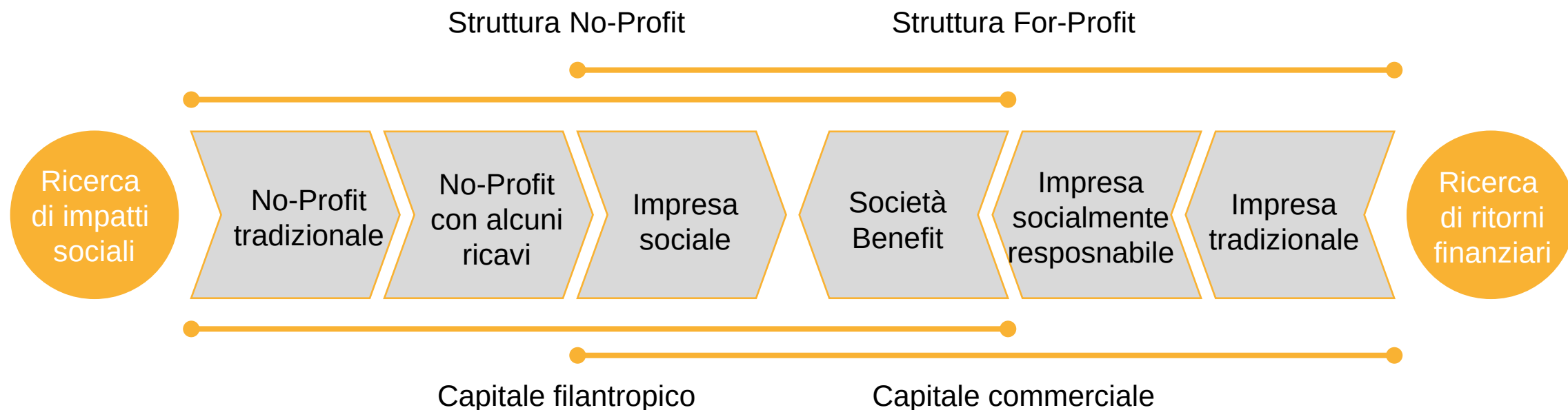
/ Le imprese ibride

Quando il profitto incontra il beneficio comune... e viceversa

Alcune recenti disposizioni normative hanno creato nell'ordinamento un nuovo quadro giuridico in grado di fornire una gamma completa di soluzioni nella definizione di modelli di **business ibridi**.

Società Benefit | Legge 28 dicembre 2015 n. 208, Commi 376-384

Imprese Sociali | Decreto Legislativo 3 luglio 2017 n. 117 (Codice Terzo Settore)



/ Percorso di cambiamento (1/2)

Cultura e multidisciplinarietà

Il percorso di trasformazione in Società Benefit richiede **competenze diversificate** poter rispondere agli obblighi richiesti dalla normativa e alle evoluzioni che il rispetto della norma richiede. In particolare bisognerà curare aspetti:

Normativo-legali

Strategici

Rendicontativi



/ Percorso di cambiamento (2/2)

Aspetti pratici

1

**Revisione
statutaria e
nomina del
Benefit Director**

2

**Ridefinizione del
purpose aziendale**
e declinazione
degli obiettivi
generali dello
statuto in **obiettivi
specifici annuali
o pluriennali**

3

Costruzione
di un **piano
d'impatto** che
identifichi le azioni
di supporto dei
singoli obiettivi
specifici

4

L'implementazione
di un **sistema
di reporting**
attraverso la
definizione di KPI

5

Definizione di
un **sistema di
monitoraggio**
che permetta
di intraprendere
azioni correttive
rispetto al piano
d'impatto proposto

/ Aspetti strategici (1/5)

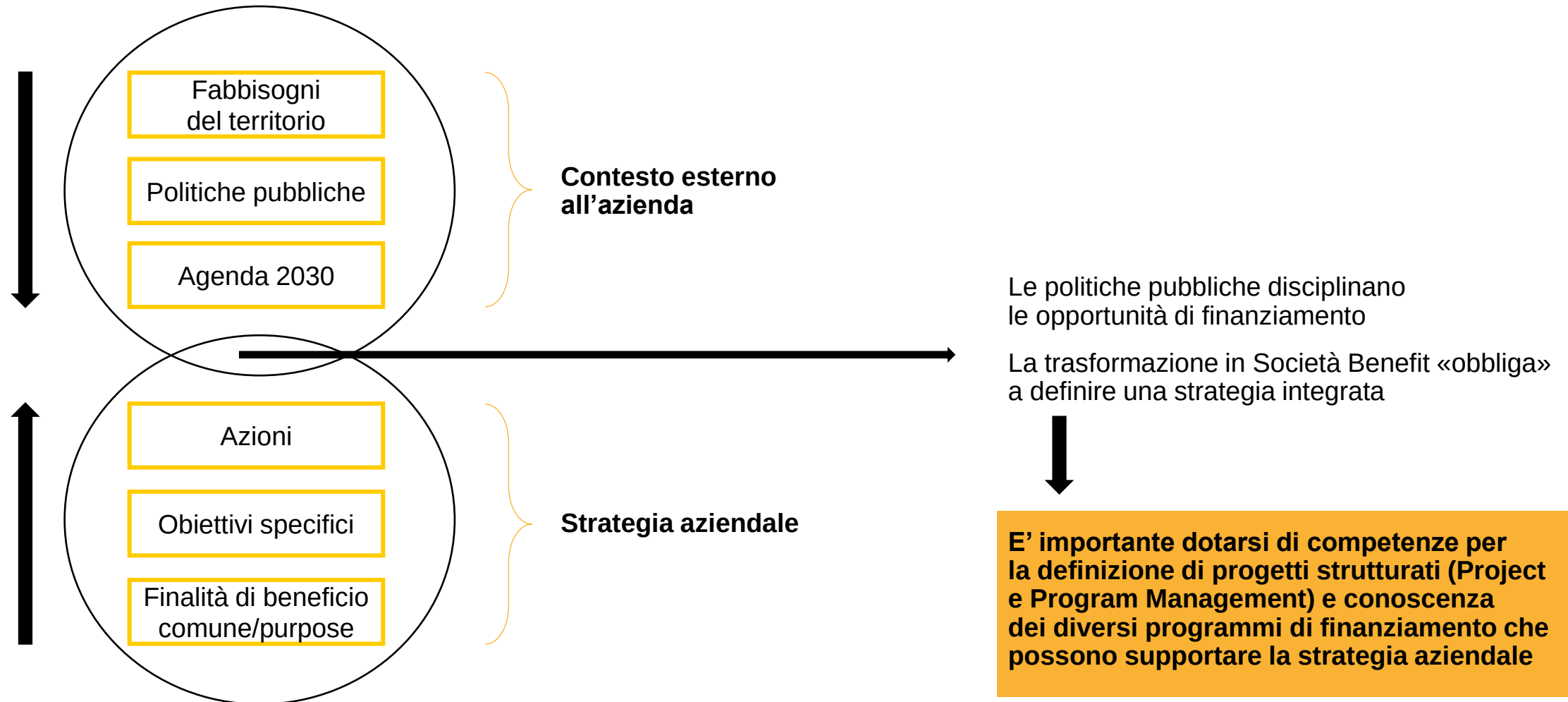
Purpose aziendale e coinvolgimento degli Stakeholder

La trasformazione in Società Benefit è un cambio culturale che deve essere compreso da tutti gli Stakeholders aziendali perché possa realmente generare valore condiviso.

- Ridefinizione del purpose e individuazione delle finalità di beneficio comune sono i primi tasselli della nuova **identità aziendale**
- L'azienda si assume la responsabilità di avere un **ruolo consapevole all'interno del territorio**
- È importante organizzare e accompagnare questo percorso con competenze e metodologie che permettano di facilitare processi collaborativi (**Design Collaborativo**)

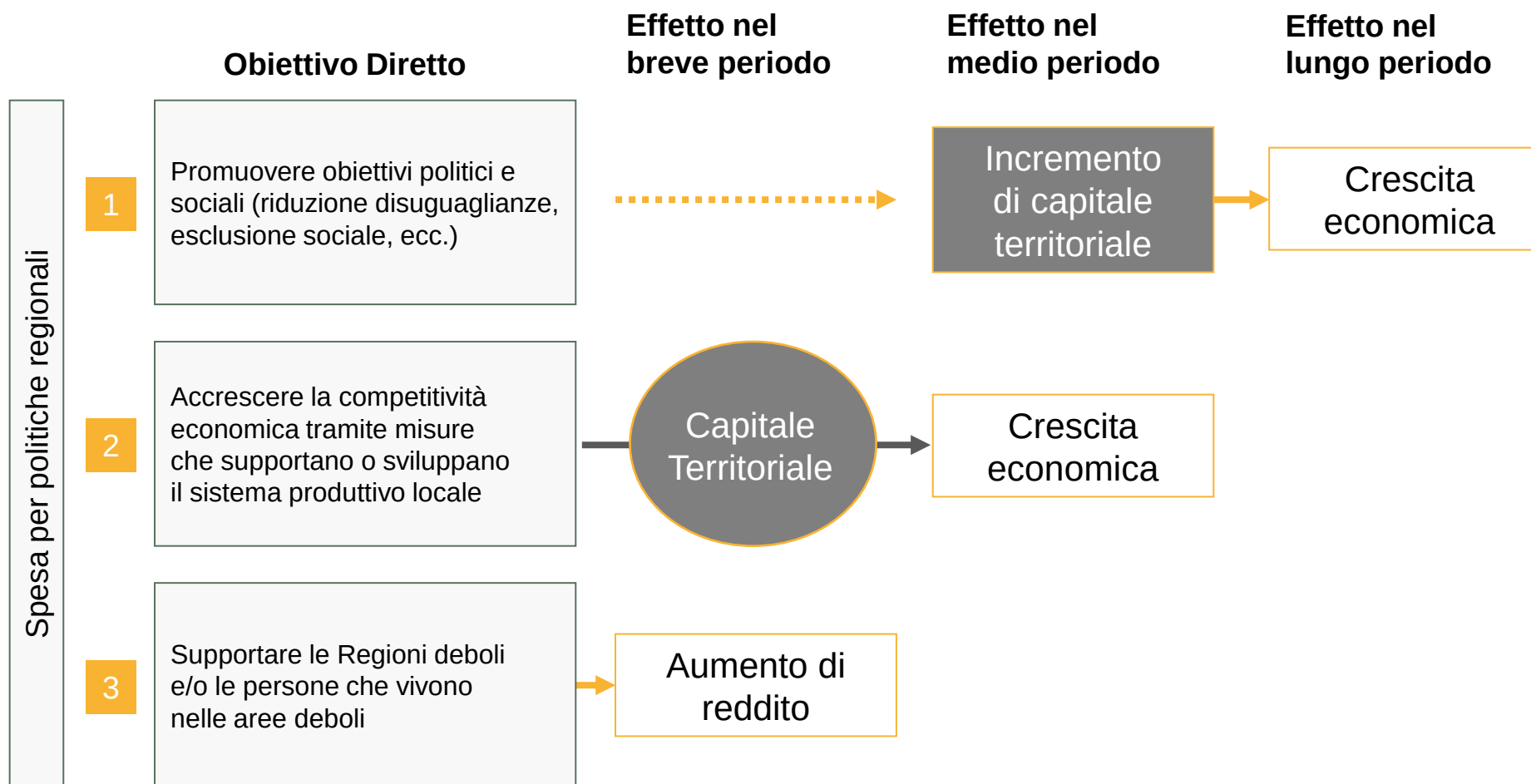
/ Aspetti strategici (2/5)

Strategia di sviluppo sostenibile



/ Aspetti strategici (3/5)

Il ruolo delle imprese



Fonte: Fratesi e Perucca (2018)

/ Aspetti strategici (4/5)

I progetti: laboratori di sussidiarietà



/ Aspetti strategici (5/5)

Pianificare e programmare



/ Aspetti rendicontativi (1/2)

Il reporting non finanziario e integrato

Dopo aver definito la propria strategia è necessario costruire un **sistema di indicatori** che permetta all'organizzazione di fare una **valutazione d'impatto**.

- **La normativa benefit non disciplina quale standard utilizzare** ma vista la nuova normativa UE sui report di sostenibilità è importante orientare il sistema di rendicontazione in quella direzione.
- Orientare il sistema di reporting verso la **nuova normativa UE** che obbligherà tutte le imprese entro il 2026 a redigere un report di sostenibilità.
- Immaginare un **sistema di reporting integrato** che rappresenti in modo trasparente tutti gli indicatori economico finanziari e di sostenibilità.

/ Aspetti rendicontativi (2/2)

Quadro logico e indicatori

<i>Logica dell'intervento</i>	<i>Indicatori verificabili</i>	<i>Fonti di verifica</i>	<i>Condizioni</i>
Obiettivo generale: il contributo del progetto a un obiettivo globale di natura sistemica e politica	<i>Come misurare il raggiungimento dell'Obiettivo generale (qualità, quantità, tempi, punto di partenza e arrivo)</i>	<i>Come, quando, da chi e da quali fonti vengono raccolte le informazioni relative agli indicatori</i>	n.d.
Obiettivo specifico: la natura del beneficio del progetto per i gruppi target	<i>Come sopra (relativo all'Obiettivo specifico)</i>	<i>Come sopra</i>	<i>Se l'Obiettivo specifico è raggiunto, quali condizioni esterne devono verificarsi per raggiungere l'Obiettivo generale?</i>
Risultati attesi: prodotti o servizi tangibili realizzati nell'ambito del progetto	<i>Come sopra (relativo ad ogni singolo Risultato atteso)</i>	<i>Come sopra</i>	<i>Se i Risultati attesi sono raggiunti, quali condizioni esterne devono verificarsi per raggiungere l'Obiettivo specifico?</i>
Attività: azioni specifiche necessarie per realizzare i risultati	<i>Risorse necessarie alla realizzazione dell'attività</i>	<i>(Relativi Costi)</i>	<i>Se le Attività sono realizzate, quali condizioni esterne devono verificarsi per raggiungere i Risultati attesi?</i>

KPI e Standard
di valutazione

Obiettivi Generali =
Finalità di beneficio comune

Obiettivi Specifici =
Obiettivi annuali e pluriennali

Come?

/ Società Benefit & B Corp

Modelli a confronto

B Corp = Certificazione

- Il Movimento delle B Corp nasce nel 2006 negli USA e rappresenta le società a scopo di lucro che **certificano il loro impegno sociale e ambientale**
- Essere B Corp significa certificare di essere un'**impresa generativa con alte performance sociali ed ambientali**
- Per essere B Corp è necessario raggiungere un punteggio minimo di **80 punti** nel BIA
- Lo standard di valutazione d'impatto è il **BIA**
- Una B-corp è **obbligata a diventare Benefit** entro due anni dalla certificazione

Società Benefit = qualifica giuridica

- La Società Benefit è una **qualifica giuridica legalmente riconosciuta**, che i soci di un'impresa scelgono di assumere nel momento in cui decidono di vincolarsi a perseguire uno scopo di beneficio comune, oltre lo scopo di lucro. L'Italia è stato il primo Paese europeo ad adottare una normativa sulle Benefit Corporation.
- Essere Società Benefit non richiede standard minimi di performance sociali e ambientali ma è un **impegno a valutare il proprio impatto e a mettere in atto azioni di miglioramento**
- Non c'è uno standard di valutazione obbligatorio
- Una Società Benefit **non ha nessun obbligo nel certificarsi B Corp**

/ Le Società Benefit in Europa

Italia

Prima in Europa, l'Italia colma il divario tra obiettivi profit e azioni non profit con un'innovativa forma di business, che prende il nome di **Società Benefit** nella L. 208/2015. Oggi, le Società Benefit in Italia superano le 1500 unità, con un tasso di crescita del 200%.

Francia

Le **Entreprise à Mission** sono l'equivalente francese delle nostre Società Benefit e sono state introdotte con una legge del **2019**. Le Entreprise à Mission si sono fatte spazio nel panorama imprenditoriale francese, arrivando a contare **650 realtà a giugno 2022**.

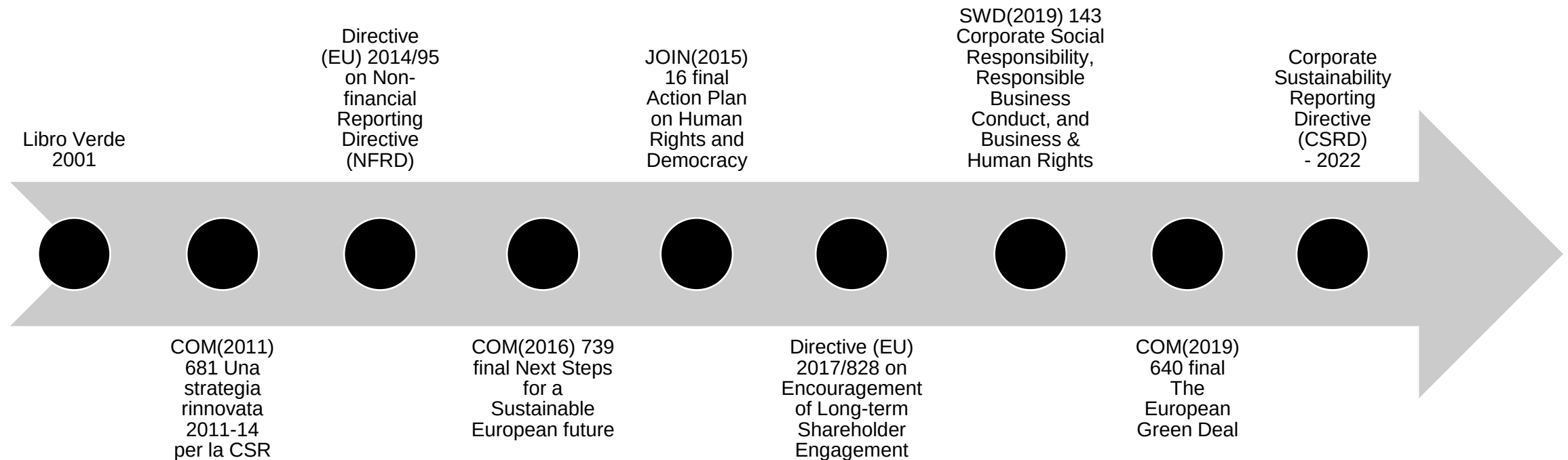
Spagna

Sociedades de Beneficio e Interés Común (SBIC). Il 30 giugno 2022 il Congresso dei Deputati del parlamento spagnolo ha dato il via libera alla nascita di questa nuova forma giuridica.



/ CSR in Unione Europea

Politiche e strategie



/ AGENDA

1

PERCHÉ ESSERE BENEFIT?

Prospettive a confronto

a cura di Lorenzo Liguoro & Mattia Sajevo

2

NASCERE O DIVENTARE SOCIETÀ BENEFIT

Strumenti, ruoli e vantaggi

a cura di Sara Pelucchi & Sebastiano Zanette

3

DAL DIRE AL FARE: CASI DI SUCCESSO

Voce alle imprese



Unione Nazionale Giovani Dottori Commercialisti
ed Esperti Contabili

RESOL/E

02. DIVENTARE SOCIETÀ BENEFIT

STRUMENTI, RUOLI E VANTAGGI

/ CHI SIAMO



Z — E
T — A

SPEAKER

SEBASTIANO ZANETTE

**Dottore Commercialista e Revisore Legale @Zeta
Consigliere @Fondazione Centro Studi UGDCEC**

Sebastiano presta attività di **consulenza contabile, fiscale e societaria** a PMI nel Nordest, a supporto di startup e PMI innovative. È specializzato in **fiscaltà legata all'innovazione**, passaggio generazionale e determinazione del valore aziendale. Svolge altresì attività di curatore fallimentare ed è membro del Collegio Sindacale di società di capitali. È Consigliere della Fondazione Centro Studi dell'Unione Nazionale Giovani Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili.



/ COSTRUIRE LO STATUTO D'IMPRESA

/ Inquadramento normativo

Diventare Società Benefit

- Legge di stabilità 2016, art.1 commi da 376 a 384 (Legge n. 208 del 28/12/2015)
- Imprese che hanno l'obiettivo di perseguire un duplice scopo aziendale: del **profitto** e del «**beneficio comune**»
- Non ci sono vincoli sul profilo giuridico di una SB (eccetto SRLS);
- Maggiore competitività, impatto positivo sugli stakeholder che si traduce in maggiore credibilità dell'azienda nel medio lungo periodo;



/ Il Beneficio Comune

Diventare Società Benefit



- La SB opera in modo **responsabile, sostenibile e trasparente** nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.
- Per beneficio comune si intende, nell'esercizio dell'attività economica:
 - il perseguimento di uno o più effetti positivi;
 - la riduzione degli effetti negativi delle categorie di soggetti a favore dei quali opera la società benefit.
- La valutazione quantitativa degli elementi non finanziari dimostra il perseguimento del beneficio comune.

/ Adempimenti costituzione SB

Diventare Società Benefit

1

Definire le finalità del Beneficio Comune (=devono essere connesse al processo produttivo);

2

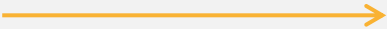
Modificare lo Statuto/ atto costitutivo o costituzione nuova società

3

Individuare gli obiettivi da perseguire nel primo esercizio (devono essere obiettivi misurabili).

/ Modifiche e clausole

Diventare Società Benefit

- Modifica della ragione sociale: «**Società Benefit**» o «**SB**»;
- Modifica dell'oggetto sociale: **finalità benefit**;
- Clausola con indicazione **Benefit Director** (= il responsabile d'impatto); 
- Clausola con obblighi concernenti redazione e pubblicazione **relazione annuale** per perseguimento Beneficio Comune;
- Precisazione su individuazione dei **criteri per valutare e misurare l'impatto** della società;
- Rinvio alle norme di riferimento in tema SB.

IL BENEFIT DIRECTOR

- È il **soggetto responsabile** a cui affidare i compiti volti al perseguimento delle finalità del beneficio comune;
- Viene **individuato dall'organo amministrativo**;
- Si occupa della redazione della **Relazione d'impatto**;
- Deve garantire il **bilanciamento tra gli interessi dei soci e di tutti gli altri Stakeholder** e controllare l'operato degli amministratori;
- Se componente del CdA, **si agevola il flusso informativo**, diversamente vanno impostate regole periodiche di aggiornamento sull'operato;
- **Attenzione ad individuare il responsabile d'impatto tra i soci**: responsabilità ex 2476 c.c. e perdita della responsabilità illimitata



/ DARE FORMA ALLA RELAZIONE D'IMPATTO

/ Relazione d'impatto

Momenti fondamentali

1

**Rendicontazione
annuale
dell'attività svolta**
(modalità e azioni
attuare dagli
amministratori)

2

**Risultati raggiunti
ed eventuali
ostacoli**

3

**Valutazione
dell'impatto
generato**
utilizzando
lo standard
di valutazione

4

Descrizione dei
**nuovi obiettivi
per l'esercizio
successivo**
(es. con piano
pluriennale di
macro-obiettivi
tradotti con attività
e KPI misurabili)

5

**Pubblicazione
sul sito internet
della società**
(se esistente) e
allegare al bilancio
depositato presso
il registro imprese

/ Relazione d'impatto

Aree di valutazione

Valutazione trasparenza
e responsabilità nel
perseguire beneficio
comune, coinvolgimento
stakeholder ecc.

GOVERNANCE

Valutazione relazione con
dipendenti, formazione,
crescita professionale,
qualità ambiente lavoro,
sicurezza ecc.

LAVORATORI

Valutazione relazioni
società – fornitori/
territorio/ comunità ecc.

STAKEHOLDER

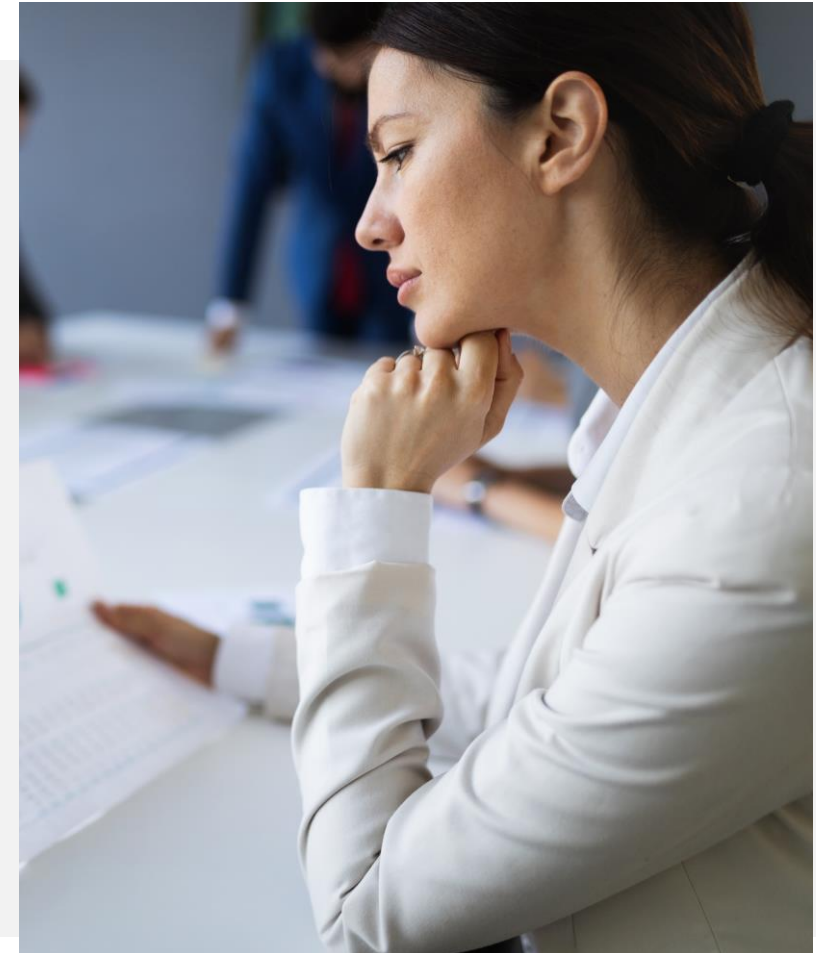
Utilizzo risorse, energia,
materie prime, processi
produttivi e logistici, ecc.

AMBIENTE

/ Standard di valutazione

Ex. L- 208/2015, All. 4

- Serve a **valutare l'impatto generato** nell'esercizio.
- Deve essere sviluppato da un **ente terzo** (= non controllato o collegato alla SB)
- Non viene individuato uno specifico standard da seguire ma devono essere rispettati i requisiti previsti dall'allegato 4, L. 28 dicembre 2015, n. 208;
- Deve essere esauriente, articolato, credibile e trasparente;





/ OBBLIGHI E RESPONSABILITÀ

Amministratori, ODV, sanzioni

/ Gli amministratori

Obblighi e responsabilità

Amministrare la SB in modo da **bilanciare** l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi dei lavoratori, delle comunità, dei territori e dell'ambiente, delle attività culturali e sociali e degli altri portatori di interesse.

- L'inosservanza di tali doveri comporta le stesse responsabilità previste dal diritto societario;
- Devono tener conto dell'impatto generato dalle proprie decisioni e agire in modo informato.

! Adottare la **diligenza** richiesta dalla natura dell'incarico e dalle loro specifiche competenze anche con riferimento al beneficio comune.

!! Opera anche nelle SB il principio della Business Judgement Rule >> quali conseguenze in termini risarcitori? Sostenibilità salvacondotto da azioni dei soci?

!!! Bilanciamento inteso come pariordinato o come strumentale al raggiungimento degli obiettivi di profitto?

/ Organo di controllo e ODV

Obblighi e responsabilità

La L. 208/2015 nulla dispone circa i doveri dell'organo di controllo nell'ambito della Società Benefit. Il richiamo del 2403 all'osservanza dello statuto ci guida quindi nella definizione dei **compiti dell'organo di controllo**.

Il Collegio/Sindaco unico dovranno, tra gli altri compiti:

- Verificare la nomina del responsabile d'impatto
- Verificare la conformità della relazione annuale e la sua pubblicazione
- Verificare le modalità di perseguimento del beneficio comune e gli adeguati assetti ai fini della rendicontazione
- Dialogare periodicamente con l'organo amministrativo, pianificando verifiche ad hoc in tema sostenibilità

! Rispetto alle norme in tema di responsabilità degli enti ex **D.Lgs. 231/2001**, il carattere Benefit da un lato aiuta il perseguimento della prevenzione dei reati presupposto, dall'altro ne amplia implicitamente il rischio (false comunicazioni, ostacolo all'esercizio di pubbliche funzioni, istigazione alla corruzione).

/ Regime sanzionatorio

Obblighi e responsabilità

La disciplina della società benefit si concentra, in termini sanzionatori, sul garantire una **corretta comunicazione al mercato**.

In questo senso ente preposto è **AGCM**, che potrà applicare sanzioni in **tema di pubblicità ingannevole** di cui al D. Lgs. 2 agosto 2007 n. 145 e disposizioni del codice del consumo (D. Lgs. 206/2005), ai sensi del comma 384 L. 208/2015, penalizzando le politiche commerciali scorrette.

Permane in ogni caso la tutela di cui al 2598 c.c. in tema di **concorrenza sleale e sviamento della clientela**, nel caso in cui il comportamento adottato ne integri la fattispecie.

! Nessuna tutela per gli Stakeholder diversi da consumatori e concorrenti, che non potranno far sanzionare il mancato perseguimento del beneficio comune in modalità differenti da quelle sopra esposte.

/ Criticità fiscali

Agevolazioni?

Allo stato attuale, dal punto di vista fiscale, l'unica norma agevolativa per le Società Benefit è rappresentata dal **credito d'imposta che contribuisce fino al 50%** per la costituzione o la «trasformazione» in Società Benefit.

! Quale la sorte dei costi sostenuti per il perseguimento del beneficio comune?

Il focus deve essere sull'inerenza, che rappresenta un concetto assolutamente qualitativo e non più collegato alla correlazione costi-ricavi.

I costi per il conseguimento del beneficio comune sono legati al perseguimento dell'oggetto sociale, per cui sono da ritenersi deducibili. A supporto del collegamento può essere utile un maggior grado di dettaglio nella relazione d'impatto.

!! Per ciò che concerne le erogazioni liberali rimane fermo il limite previsto dal TUIR.

02. DIVENTARE SOCIETÀ BENEFIT

RENDICONTAZIONE & MONITORAGGIO

/ CHI SIAMO



SPEAKER

SARA PELUCCHI

Partner @KC&A e Vice Presidente ODCEC Lecco

Commercialista e revisore legale, Sara ha maturato esperienze nell'ambito della revisione e nell'area Finance & Reporting in imprese multinazionali. Dal 2019 è co-fondatrice di **KC&A Srl**, realtà specializzata nella **revisione e consulenza in ambito compliance e sostenibilità** per multinazionali e PMI. Dal 2021 presiede la commissione di studio nazionale dell'Unione Nazionale Giovani Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili che si occupa di **sostenibilità**.

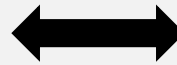


/ RENDICONTARE IL PROPRIO OPERATO

/ Accountability & Strategia

Rendicontazione: step by step

FARE



MISURARE

RENDICONTARE

Accountability → dovere di trasparenza e affidabilità, coerenza con gli obiettivi

"L'accountability non equivale al semplice "fornire informazioni", ma comporta lo spiegare i comportamenti intrapresi e i risultati ottenuti, riportare i fatti rendendoli comprensibili e valutabili da altri (stakeholders) facendo emergere così se la condotta è stata responsabile."

(F. Farneti, 2004)

Strategia → narrazione in ottica forward-looking degli obiettivi e delle azioni rispondenti allo scopo

/ Relazione annuale

Rendicontazione: step by step

Art. 1 c. 382 Legge 208/2015

La relazione include

- a) **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;
 - Piano di gestione del beneficio comune.

- b) **Valutazione dell'impatto generato:**
 - Utilizzando lo standard di valutazione esterno, come da Allegato 4 alla Legge;
 - In relazione alle aree di valutazione identificate nell'Allegato 5 alla Legge.

- c) **La descrizione dei nuovi obiettivi che la società vuole perseguire nell'esercizio successivo.**

/ Piano di gestione del Beneficio Comune

Rendicontazione: step by step

Pensiamo alla rendicontazione come ad un **processo** grazie al quale si possono tradurre gli scopi statutari in elementi effettivamente valutabili (= dare conto).

	DESCRIZIONE	INDICATORI	FONTI DI VERIFICA
OBIETTIVO GENERALE	Descrive nello Statuto gli effetti positivi per la società (benefici di lunga durata)	Quali sono gli indicatori per misurare il raggiungimento dell'obiettivo generale?	Quali fonti di informazioni utilizzare per misurare l'obiettivo generale?
OBIETTIVO SPECIFICO Risultati attesi	Quale cambiamenti si realizzeranno tramite azioni con orizzonte temporale annuale?	Quali sono gli indicatori per misurare il raggiungimento dell'obiettivo specifico?	Quali fonti di informazioni utilizzare per misurare l'obiettivo specifico?
ATTIVITÀ	Quali attività dovranno essere messe in campo per realizzare l'obiettivo specifico?	Quali indicatori misurano la (buona) realizzazione delle attività previste	Quali fonti di informazioni utilizzare per verificare se sono state realizzate le attività?

Il Piano di Gestione del Beneficio Comune è alla base dell'attività di reporting. Evidenziamo 4 fasi:

- 1) Tradurre gli obiettivi strategici (statutari) in **obiettivi specifici annuali**;
- 2) Costruire un **Action Plan**, per identificare azioni mirate;
- 3) Misurare con KPI l'effettivo sviluppo nel tempo (**analisi dinamica**);
- 4) Monitorare le attività e identificare eventuali **azioni correttive**.

/ Assetto integrato e rigenerativo

Rendicontazione: step by step

La scelta ponderata e consapevole di adottare il modello della Società Benefit richiede serie valutazioni e l'adozione di un adeguato assetto, per poter esplicitare il **Piano di Gestione del Beneficio Comune**.

Il raggiungimento dell'oggetto sociale tipico delle Società Benefit, che prevede oltre allo scopo di lucro il perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica, di uno o più effetti positivi o la riduzione degli effetti negativi verso gli stakeholders, porta a definire questo **assetto** come **integrato e rigenerativo**.

Art. 2086 c. 2 Codice Civile: "L'imprenditore, che operi in forma societaria o collettiva, ha il dovere di istituire un assetto organizzativo, amministrativo e contabile adeguato alla natura e alle dimensioni dell'impresa, anche in funzione della rilevazione tempestiva della crisi dell'impresa e della perdita della continuità aziendale, nonché di attivarsi senza indugio per l'adozione e l'attuazione di uno degli strumenti previsti dall'ordinamento per il superamento della crisi e il recupero della continuità aziendale."



/ VALUTAZIONE E MONITORAGGIO

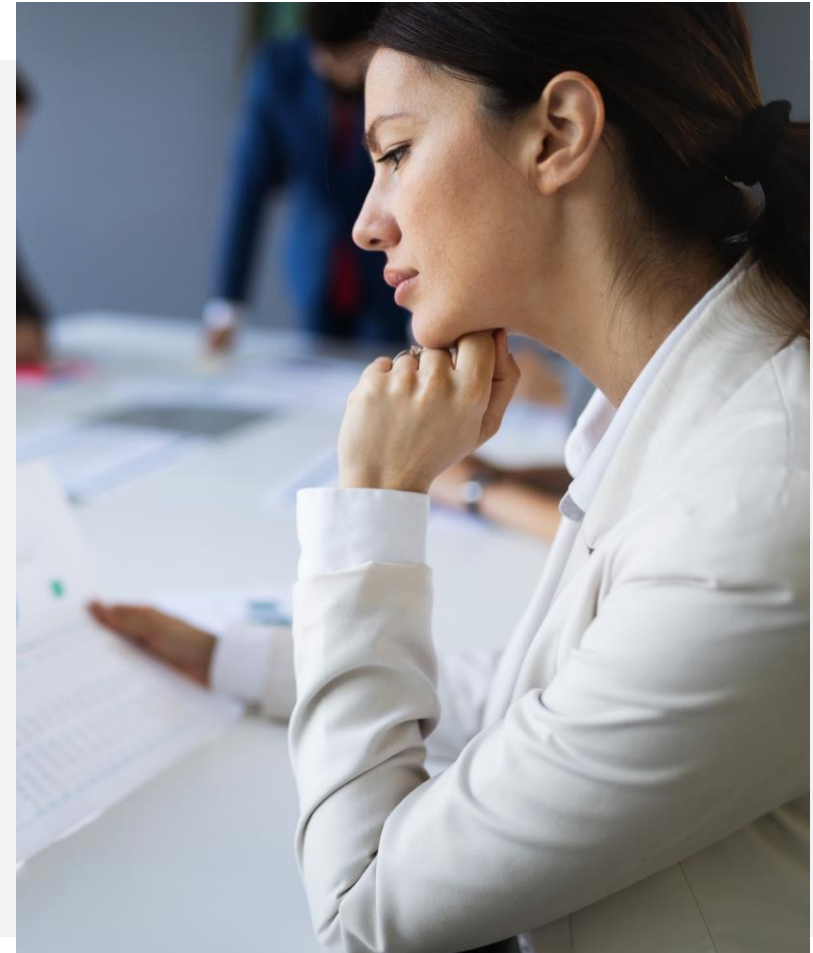
Standard internazionali

/ Standard di valutazione

Rendicontazione: step by step

La L. 208/2015 non stabilisce uno standard di valutazione esterno specifico, ma all'Allegato 4 ne prevede le caratteristiche:

- **Esauriente e articolato**
- Deve essere sviluppato da un **ente terzo** (= non controllato o collegato alla SB)
- **Credibile;**
- **Trasparente;**

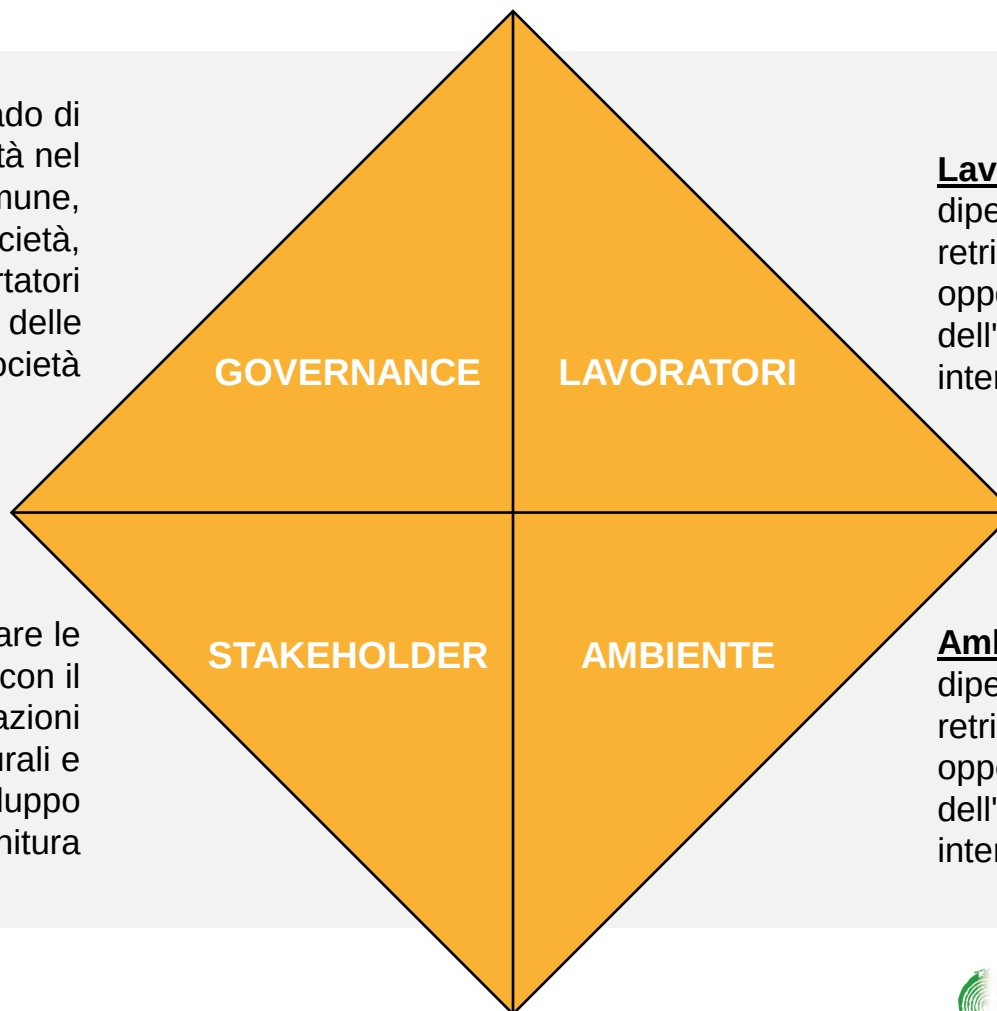


/ Valutazione d'impatto

Rendicontazione: step by step

Governo d'impresa: per valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società

Altri portatori d'interesse, per valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura



Lavoratori, per valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro

Ambiente, per valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro

/ Scelta dello standard

Rendicontazione: step by step

Individuare lo standard di rendicontazione può essere oneroso per le PMI.

Per supportare le PMI in questa fase di scelta tra diversi standard, indicatori, linee guida nazionali e internazionali e orientare la scelta su:

- **Strumenti conformi alle caratteristiche dell'impresa**
- **Standard rispondenti al dettato dell'Allegato 4 della Legge 208/2015**

un utile riferimento è la **MATRICE DI COMPLIANCE**, sviluppata nel Gennaio 2022 dal Gruppo di lavoro sulla valutazione di impatto di Assobenefit e presentata nell'elaborato "Strumenti e Matrice di compliance per la valutazione di impatto".

/ Matrice di Compliance

Rendicontazione: step by step

La Matrice **elenca e confronta le metriche di valutazione disponibili** per il management e il responsabile di impatto dell'impresa.

Ogni impresa identificherà lo strumento attraverso il quale sarà meglio in grado di:

- Comunicare in maniera trasparente e affidabile le informazioni (**Accountability**);
- Identificare **piani di azione** nel breve/lungo periodo e incidere sul vantaggio competitivo, sulla marginalità e sulla sostenibilità delle scelte aziendali.

Sono stati confrontati:

- | | |
|--|------------------|
| - Il Benefit Impact Assessment (BIA) | - Il GRI |
| - Lo Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa (S.A.B.I.) | - Il N.eXt Index |
| - La Matrice del Bene Comune | - Ecovadis |

/ Matrice di Compliance

Rendicontazione: step by step



B IMPACT ASSESSMENT (BIA)

Fonte:

B Lab

Periodo temporale:

dal 2007

Diffusione:

Oltre 120mila aziende in 74 paesi del mondo e 150 settori diversi

Riferimenti on line:

<https://bimpactassessment.net/>

Breve descrizione:

Il B Impact Assessment è uno strumento on line a disposizione delle aziende per misurare il loro impatto positivo ambientale e sociale. Le aree di indagine coprono le attività dell'azienda a 360° e sono strutturate nelle sezioni di governance, lavoratori, comunità, ambiente e clienti. È il protocollo di misura di impatto sociale e ambientale attualmente più diffuso al mondo, già adottato da oltre 120.000 aziende. La piattaforma è stata scelta dalle Nazioni Unite per misurare il progresso delle aziende verso i Sustainable Development Goals attraverso lo strumento SDG Action Manager. Se si supera la selezione del BIA, il cui uso è gratuito (almeno 80 punti su una scala 0-200), un'azienda è considerata rigenerativa ed è eleggibile per diventare B Corp certificata.

Per ogni strumento la Matrice presenta una **descrizione generale**.



/ Matrice di Compliance

Rendicontazione: step by step

BIA - Requisiti sulle Aree di Valutazione

#	Requisito	RATING	
		Indicare se presente l'area SI/NO	Numero di domande dell'area specifica (facoltativo)
1	Governo d'impresa		
	<i>Valutazione di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune (cfr. comma 378 lett. a)), con particolare attenzione a:</i>		<i>Il numero di domande è solo sulle operations</i>
1.1	scopo della società	SI	2-4
1.2	livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse	SI	1-4
1.3	grado di trasparenza delle politiche adottate dalla società	SI	1-2
1.4	grado di trasparenza delle pratiche adottate dalla società	SI	1-2
2	Lavoratori		
	<i>Valutazione delle relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di:</i>		
2.1	retribuzioni	SI	8-11
2.2	benefit	SI	3
2.3	formazione e opportunità di crescita personale	SI	8-10
2.4	qualità dell'ambiente di lavoro	SI	3-4
2.5	comunicazione interna	SI	2
2.6	flessibilità	SI	2
2.7	sicurezza del lavoro	SI	1-5

È poi presentata una tavola di valutazione dello strumento secondo le **Aree di Valutazione**

/ Matrice di Compliance

Rendicontazione: step by step

BIA - Requisiti sullo Standard di Valutazione Esterno							
#	Requisito	Variabili chiave di valutazione	Rating				
			1	2	3	4	5
1	Esauriente e articolato nel valutare l'impatto della società nel perseguire la finalità di beneficio comune (cfr. comma 378 lett. a).	numero complessivo delle domande (esprese sulle varie aree di valutazione), numero di aree di valutazione (incluse le sotto aree in cui lo standard struttura la valutazione dell'impatto)	SI				
2	Sviluppato da ente non controllato/collegato da/alla società benefit.		N/A perchè requisito non riferibile allo standard bensì all'utilizzatore dello standard. Ciascuna società dovrà valutare la propria posizione di controllo e collegamento (art. 2359 c.c.) rispetto allo standard di valutazione che intende applicare				
3	Credibile: sviluppato da un ente che:						
3.1	a) ha accesso alle competenze necessarie per valutare l'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso;	- descrizione dell'organizzazione - ampiezza del team - grado di esperienza	SI				
3.2	b) utilizza un approccio scientifico e multidisciplinare per sviluppare lo standard	- multidisciplinarietà del team - spiegazione del metodo scientifico utilizzato	SI				

Infine è presente una tavola di valutazione della presenza di **requisiti** per lo standard esterno

/ BIA

Rendicontazione: step by step

Valutazione di impatto

AZIENDA

Notifiche

Dashboard

Revisioni

B Impact Assessment

SDG Action Manager

Filtro di domanda

Reports

Obiettivi

Certificazione B Corporation

Global Compact delle Nazioni Unite

Assessments

Impostazioni

Prossimi passi

Prepararsi per la presentazione

Condividi il tuo feedback

B Lab è entusiasta di condividere la bozza della versione dei nuovi standard per la certificazione B Corp per la revisione e il feedback.

Per accedere alla bozza delle norme e al sondaggio, [clicca qui](#). Incoraggiamo tutte le parti interessate interessate a leggere e rivedere la bozza di standard e a rispondere al sondaggio con il tuo feedback entro il **novembre 2022**.

Per ulteriori informazioni, consulta [questo post del blog](#).

Assessment attivo Versione 6

Dettagli traccia

MERCATO
Sviluppato - Globale

DIMENSIONI DELL'AZIENDA
[redacted]

SETTORE
Servizio

CATEGORIA DI AREA DI ATTIVITÀ
Tecnologia dell'informazione e della comunicazione

AREA DI ATTIVITÀ
Servizi di programmazione informatica

AGGIORNA TRACCIA

B Impact Assessment

SDG ACTION MANAGER

SDG ACTION MANAGER

Generale

Completo

Punteggio del modulo di base

Dalla videata iniziale si accede al BIA

Rendicontazione: step by step

B Impact Assessment

STAMPA PDF SCARICARE

Questo management tool, utilizzato da oltre 50.000 aziende in tutto il mondo, tra cui oltre 3.000 B Corp certificate, aiuta le aziende a valutare il proprio impatto su vari stakeholder, compresi i loro lavoratori, la comunità, i clienti e l'ambiente.

PUNTEGGIO GENERALE	COMPLETAMENTO	
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO BIM	N/A PUNTEGGIO

Aree di impatto

AREA D'IMPATTO Governance Scopri in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza. DOMANDE RISPOSTE 16/16 VISTA	AREA D'IMPATTO Comunità Scopri in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera. DOMANDE RISPOSTE 18/18 VISTA	AREA D'IMPATTO Ambiente Scopri in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale. DOMANDE RISPOSTE 10/10 VISTA
AREA D'IMPATTO Clienti Scopri in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi. DOMANDE RISPOSTE 3/3 VISTA	AREA D'IMPATTO Questionario sulla trasparenza Identificare eventuali settori, pratiche, risultati o multe / sanzioni potenzialmente sensibili della propria azienda che non siano esplicitamente indicati nel resto dell'assessment. DOMANDE RISPOSTE 48/48 VISTA	

Il BIA è sviluppato dall'ente no profit **B Lab**:

La misurazione riguarda **tutte le aree** per comprendere l'impatto di impresa sul suo contesto;

È disponibile gratuitamente on-line;

- **Adattabile**: le valutazioni sono personalizzate in base alle dimensioni d'impresa (nr. addetti), settore, area geografica;
- **Trasparente**: i pesi e le ponderazioni di ogni area d'impatto e domanda sono disponibili;

La qualità dello standard è monitorata da **esperti indipendenti**;

Strumento dinamico: aggiornato costantemente.

Rendicontazione: step by step



GRI - SUSTAINABILITY REPORTING FRAMEWORK

Fonte:

Global Reporting Initiative - GRI

Periodo temporale:

dal 2000

Diffusione:

Diffusa in tutto il mondo

Riferimenti on line:

<https://www.globalreporting.org/>

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14719037.2010.496266>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652612002041>

Breve descrizione:

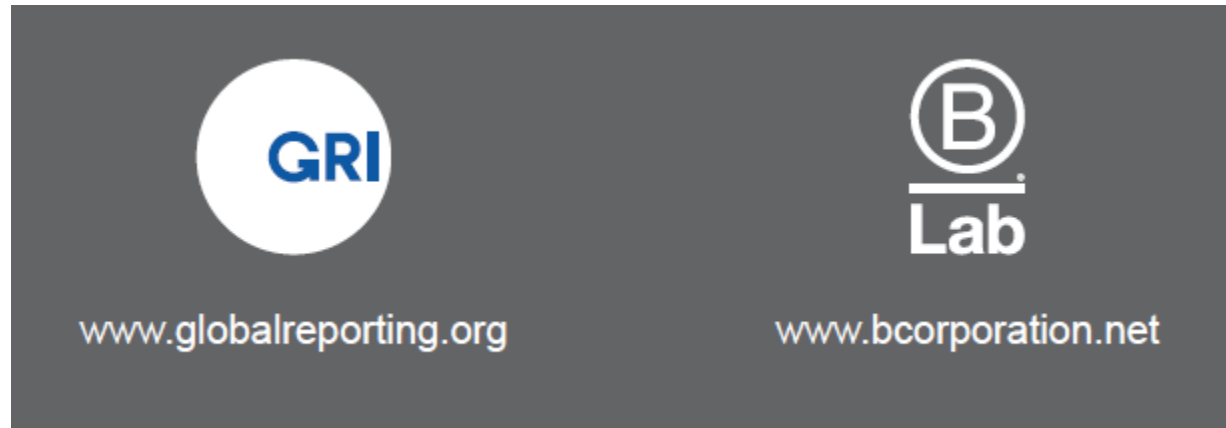
Aiuta a capire come la strategia, la governance, la performance e le prospettive di un'organizzazione siano indirizzate verso la creazione di valore nel breve, medio e lungo periodo e qual è il loro impatto sull'ambiente, sulla società e sull'economia. I principi guida per scrivere il GRI report sono: Focus strategico e orientamento futuro; Connettività delle informazioni; Risposta degli stakeholder; Materialità e sinteticità; Affidabilità e completezza; Coerenza e comparabilità. Invece, gli elementi di contenuto, cioè ciò che si va a "misurare" sono: presentazione dell'organizzazione e dell'ambiente esterno, governance, modello di business, opportunità e rischi, strategia e allocazione delle risorse, performance, prospettive future. Può essere usato sia per redigere un report di sostenibilità, sia per misurare il proprio impatto in una specifica area.

Per ogni strumento la Matrice presenta una descrizione generale.



/ GRI Standards e BIA

Rendicontazione: step by step



Dalla collaborazione tra **Global Reporting Initiative (GRI)** e **B Lab** nasce l'analisi finalizzata a supportare le imprese per migliorare la trasparenza della propria rendicontazione di impatto:

- Sono messi in evidenza i punti di contatto tra Standard GRI e BIA
- Sono evidenziati i dati presenti nel report GRI e utili per il BIA e vice versa.

/ GRI Standards e BIA

Rendicontazione: step by step

BIA Impact Areas	BIA Operational Topics	Mapped to GRI Topics/Sections (High Linkage Marked in Bold)	BIA Impact Business Models	Mapped to GRI Topics/Sections
Governance	Mission and Engagement	Governance; Stakeholder Engagement; Ethics and Integrity; Strategy	Mission Locked	Governance; Strategy
	Ethics and Transparency	Governance; Ethics and integrity; Anti-corruption; Tax (2019)		
Workers	Financial Security	Economic Performance; Market Presence	Worker Owned	Governance; Labor Management
	Health, Wellness, and Safety	Occupational Health and Safety (2018); Waste; Employment	Workforce Development	
	Career Development	Training and Education; Employment		
Community	Engagement and Satisfaction	Employment; Stakeholder Engagement; Non-discrimination; Human Rights Assessment		
	Diversity, Equity, and Inclusion	Diversity and Equal Opportunity; Governance; Market Presence	Supply Chain Poverty Alleviation	Strategy; Supplier Social Assessment; Local Communities
	Economic Impact	Market Presence; Indirect Economic Impacts; Economic Performance	Micro-enterprise Poverty Alleviation	Strategy; Local Communities
	Civic Engagement and Giving	Local Communities; Indirect Economic Impacts; Economic Performance	Local Economic Development	Strategy; Local Communities
	Supply Chain Management	Supplier Social Assessment; Supplier Environmental Assessment; Child Labor; Forced or Compulsory Labor	Producer Cooperative	Strategy; Supplier Social Assessment; Local Communities
Environment			Designed to Give	Strategy; Indirect Economic Impacts
	Environmental Management	Waste (2020)	Renewable Energy	Strategy; Energy; Emissions
	Air and Climate	Emissions; Energy; Supplier Environmental Assessment	Land / Wildlife Conservation	Strategy; Biodiversity
	Water	Water and Effluents (2018); Supplier Environmental Assessment; Effluents and Waste	Toxin Reduction	Strategy; Materials; Water and Effluents (2018)
	Land and Life	Waste (2020); Supplier Environmental Assessment; Biodiversity; Effluents and Waste	Resource Conservation	Strategy; Waste (2020); Materials
			Environmental Education	Strategy
			Environmental Innovation	Strategy; Materials; Energy; Water and Effluents 2018; Biodiversity; Emissions; Waste (2020); Effluents and Waste
Customers	Customer Stewardship	Customer Privacy; Marketing and Labeling; Customer Health and Safety	Basic Services for the Underserved	Strategy
			Education	Strategy
			Arts, Media, and	Strategy
			Economic Empowerment	Strategy
			Health and Wellness	Strategy; Customer Health and Safety
			Support for Purpose Driven Enterprises	Strategy

/ SDG Action Manager e UN Global Compact

Blab Europe

Dalla collaborazione tra Global Compact Network Italia e B Lab Europe nasce **SDG Action Manager**:

- È uno strumento di **autovalutazione dinamica**, comprende una sezione "Risk of negative impact";
- Permette la promozione del business come forza positiva per creare una società **giusta, inclusiva, sostenibile**;
- Sono evidenziati gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) rilevanti per l'impresa;
- Sono evidenziati i **rischi** legati all'attività di impresa che possono impattare sugli SDGs;
- Sono identificate le **azioni** da intraprendere, anche attraverso attività collaborative interne;
- Sono monitorati i progressi
- Lo strumento prevede un Modulo Base con accesso ai successivi moduli, dedicati a specifici SDGs.



/ SDG Action Manager

Rendicontazione: step by step

The screenshot shows the B Lab Valutazione di impatto dashboard. On the left is a sidebar menu with the following items: Notifiche, Dashboard, Revisioni, B Impact Assessment, **SDG Action Manager** (highlighted with a yellow arrow), Filtro di domanda, Reports, Obiettivi, Certificazione B Corporation, Global Compact delle Nazioni Unite, Assessments, and Impostazioni. The main content area is titled 'Assessment attivo Versione 6'. It includes a 'Prossimi passi' section with the instruction 'Prepararsi per la presentazione', a 'Condividi il tuo feedback' section with a message from B Lab about new standards and a survey, and a 'Dettagli traccia' section with filters for Mercato (Sviluppato - Globale), Dimensioni dell'azienda, Settore (Servizio), and Categorie di area di attività. Below these are two large illustrative cards: 'B Impact Assessment' and 'SDG Action Manager'.

Dalla videata iniziale si accede al SDG AM

/ SDG Action Manager

Rendicontazione: step by step

Lo strumento riunisce:

- La **valutazione di impatto BIA**;
- I **principi** del Global Compact delle Nazioni Unite;
- Gli **obiettivi** di sviluppo sostenibile.

I questionari sono specifici sulle caratteristiche dell'impresa.

The screenshot displays the 'Valutazione di impatto BIA' (B Impact Assessment) interface, specifically the 'SDG Action Manager' section. The left sidebar contains a navigation menu with items: AZIENDA, Notifiche, Dashboard, Revisioni, B Impact Assessment, SDG Action Manager, Filtro di domanda, Reports, Obiettivi, Certificazione B Corporation, Global Compact delle Nazioni Unite, Assessments, and Impostazioni. The main content area is titled 'Action Manager degli obiettivi SDG (OSS di sviluppo sostenibile)'. It features a 'Modulo base' (Base Module) section with a description of the assessment process and a 'PER SAPERNE DI PIÙ' link. Below this is an 'Introduzione' (Introduction) section. At the bottom, there is a table listing various assessment criteria, each with a star icon and a link icon.

Criterio	Stile	Link
Settore e caratteristiche del prodotto	☆	🔗
Progressi nella misura e gestione delle contribuzioni agli obiettivi SDG	☆	🔗
Coinvolgimento degli stakeholder	☆	🔗
Protezione della missione	☆	🔗
Programma di cittadinanza aziendale	☆	🔗
Criteri di valutazione d'impatto sociale e ambientale per fornitori	☆	🔗
Pratiche per il tax management	☆	🔗
Fatturato dell'ultimo anno	☆	🔗

/ Conclusioni e prospettive

Rendicontazione: step by step

La sostenibilità è parte integrante dell'**essenza** e della **strategia** delle SB. I requisiti di **trasparenza** e **affidamento** propri di queste società sono inoltre allineati con le evoluzioni normative a livello Europeo. In particolare, sono da attenzionare:

- **Corporate Sustainability Reporting Directive** (In via di approvazione):
 - Definizione, secondo proporzionalità, degli obiettivi strategici in tema di sostenibilità e monitoraggio in ottica forward-looking di KPI di sostenibilità oltre a KPI economici-finanziari (prime rendicontazioni dal 2024);
 - Attenzione al concetto di catena del valore.
- **Due Diligence Directive** (proposta):
 - Obbligo per gli Amministratori di diminuire, ridurre, far cessare impatti negativi derivanti dall'attività di impresa su ambiente e diritti umani;
 - Obblighi in tema di valutazione della catena di fornitura.

L'investimento in competenze su questi temi, per PMI e professionisti, è prioritario.

OSPITI



PARTNER



CON IL PATROCINIO



1

PERCHÉ ESSERE BENEFIT?

Prospettive a confronto

a cura di Lorenzo Liguoro & Mattia Sajeva

2

NASCERE O DIVENTARE SOCIETÀ BENEFIT

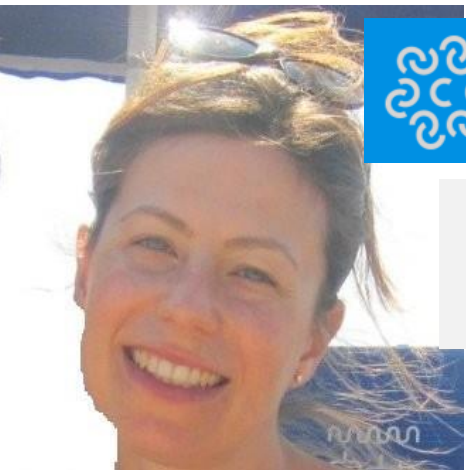
a cura di Sara Pelucchi & Sebastiano Zanette

3

DAL DIRE AL FARE: CASI DI SUCCESSO

Voce alle imprese

/ Technical Partner



Irene Gasperi

***Project Manager,
Unioncamere Veneto***

Eurosportello - La rete EEN e i servizi
per la sostenibilità alle imprese



Fabio Marrelli

***Coordinatore di Area,
Gruppo Il Sole 24 Ore***

La sostenibilità come asset di sviluppo
imprenditoriale nel Triveneto



/ Voce alle imprese



Susanna Martucci

**CEO & Founder,
Alisea Srl SB**

L'innovazione continua che amplifica gli impatti positivi su Persone, Territorio e Biosfera



Gianluca De Nardi

**Impact Director,
EcorNaturaSì SpA SB**

Prodotti biologici e biodinamici dalla forte connotazione etica e sociale



Paolo Ferri

**CEO & Co-Founder,
Wecity Srl SB**

Verso la mobilità sostenibile negli spostamenti quotidiani di imprese ed enti pubblici



Serena Granziera

**Impact Manager,
Irinox SpA SB**

Applicare un modello di business sostenibile e in grado di generare un impatto positivo

SOCIETÀ BENEFIT

/ DOMANDE

Chiedete le vostre curiosità

SOCIETÀ BENEFIT

/ CONTATTI

Resolve è la divisione consulenza di ErgonGroup

CONTATTI

✉ info@resolve-consulenza.it

🌐 www.resolve-consulenza.it

☎ +39 049 636 5600

Sede legale

Viale Dell'Industria, 21
35129 – Padova (PD)

Sedi operative

Friuli Venezia Giulia, Veneto,
Lombardia, Toscana, Marche

RESOL/E

by ErgonGroup