

FONDAZIONE  
**!MPRENDi**

Scuola di Imprenditorialità

# Le Società Benefit e certificate BCorp

Italia







La Fondazione Imprendi – Scuola di Imprenditorialità è nata nel 2021 con lo scopo principale di promuovere cultura per l’innovazione e l’imprenditorialità. La Fondazione è un ente no-profit. Collabora con le scuole di tutta Italia per diffondere skills e competenze per l’innovazione e l’imprenditorialità applicabili virtualmente in ogni campo. Inoltre approfondisce i temi della trasformazione d’impresa verso modelli di business più sostenibili. Da quest’ultimo punto di vista, la Fondazione ha deciso di intraprendere un percorso di analisi delle Società Benefit e Certificate BCorporation.

La sostenibilità ha una storia relativamente lunga ormai. Nel 1987 la Commissione mondiale ONU sull'ambiente e lo sviluppo emanava il rapporto “Il nostro futuro comune”, noto anche come Rapporto Brundtland, e definiva la sostenibilità come: «assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri».

L’11 febbraio 2022, 35 anni dopo, la sostenibilità è entrata nella Costituzione Italiana. All’articolo 9 è stato aggiunto il comma: «Tutela l’ambiente, la biodiversità e gli ecosistemi, anche nell’interesse delle future generazioni».

Nel 1994, John Elkington nel suo saggio “Verso l’impresa sostenibile” introduce il modello della *triple bottom line*, in cui viene affermato che nelle prestazioni di un’impresa, oltre al risultato economico si deve considerare il risultato o impatto sul pianeta, e sulle persone. Nell’ambito del Global Compact delle Nazioni Unite emergono le raccomandazioni al mondo finanziario (2004) per tenere in considerazione nelle loro analisi degli aspetti legati all’ambiente, al sociale ed alla governance (ESG).

Il 5 luglio 2006 negli Stati Uniti è stato fondato BLab, ente non-profit, che ha come obiettivo la promozione della certificazione BCorp. La certificazione BCorp si ottiene superando il *Benefit Impact Assessment* (BIA), che valuta la performance economica, sociale e ambientale dell’impresa esaminata, tenendo conto di cinque categorie: *Governance, Workers, Community, Environment* e *Customers*.

Con la legge di stabilità 2016 (n. 208 del 28 dicembre 2015) è stata introdotta nell'ordinamento italiano la disciplina delle Società Benefit. Una Società Benefit può generare profitto e allo stesso tempo di risultare attenta e responsabile alle tematiche sociali e ambientali. Questa caratteristica fornisce a queste imprese un vantaggio in termini di differenziazione. Possono acquisire, infatti, un vantaggio reputazionale ed essere, per esempio, in grado di attrarre giovani talenti, investimenti, clienti. I giovani, sono sempre più interessati a lavorare in imprese che non si limitino a perseguire obiettivi economico-finanziari, e viceversa, caratterizzate da una visione più ampia, che tiene conto anche degli aspetti sociali e ambientali.

Nonostante il successo di tale modello, rappresentato dalla numerosità delle imprese che hanno assunta la qualifica di Benefit, la realtà italiana presenta luci ed ombre. Accanto ad imprese che abbracciano la sostenibilità con passione e dedizione altre pongono scarsa attenzione a questi temi risultando, pertanto, meno credibili.

Un ulteriore impulso a guidare le imprese verso un'economia più sostenibile è stata l'emanazione della direttiva europea 2022/2464 (CSRD, *Corporate Sustainability Reporting Standard Directive*), pubblicata in Gazzetta ufficiale il 16 dicembre 2022 che gli Stati membri dovranno recepire entro luglio 2024. Gli obblighi di rendicontazione di sostenibilità riguarderanno in particolare le imprese di grandi dimensioni e le piccole e medie imprese quotate. Le imprese soggette all'obbligo dovranno redigere una rendicontazione di sostenibilità in accordo agli *European Sustainability Reporting Standards* ("ESRS")

Lo scorso maggio il Presidente Sergio Mattarella ci ha ricordato che "Il cambiamento del clima ci impone scelte radicali, e che bisogna ripensare sistemi di vita, economici e produttivi". Le imprese, le istituzioni, la finanza possono giocare un ruolo fondamentale da questo punto di vista, ma anche noi tutti come utenti finali di prodotti e servizi oppure come semplici cittadini possiamo renderci protagonisti di questi cambiamenti.

Diverse persone hanno contribuito alla realizzazione di questo studio e relativo report. Desidero ringraziare in modo particolare Matteo Bedendo e Francesco Ferrati.

Padova, settembre 2023

Il Presidente della Fondazione Imprendi

Moreno Muffatto

# Indice

Presentazione.....	iii
Indice .....	v
Elenco delle figure .....	vii
Elenco delle tabelle .....	ix
1. Introduzione .....	1
1. Le Società Benefit in Italia .....	3
1.1. La realtà italiana .....	3
1.2. Obblighi e responsabilità.....	4
1.3. Vantaggi del modello Benefit.....	6
1.4. <i>Problematiche legate al modello Benefit</i> .....	7
1.5. <i>Obblighi di reportistica: gli standard di valutazione esterna</i> .....	9
2. La certificazione BCorp .....	12
2.1. <i>BLab e la certificazione BCorp</i> .....	12
2.2. Vantaggi della certificazione BCorp.....	14
2.3. <i>Problematiche legate alla certificazione BCorp</i> .....	15
2.4. Società Benefit e certificazione BCorp a confronto .....	18
3. Le Società Benefit in Italia .....	20
3.1. Analisi della distribuzione geografica .....	21
3.2. Forme giuridiche.....	23
3.3. Settori di appartenenza .....	26
3.4. Relazioni di impatto .....	27
3.5. Standard di valutazione esterno .....	29
4. Le Società certificate BCorp .....	32
4.1. Analisi della distribuzione geografica .....	32
4.2. Forme giuridiche.....	35
4.3. Fatturato delle BCorp italiane.....	37
4.4. Classificazione settoriale secondo le categorie di BLab .....	38
4.5. I punteggi del Benefit Impact Assessment (BIA) .....	39
4.6. Relazioni di impatto .....	47
5. Analisi delle relazioni di impatto.....	49
5.1. Struttura della relazione di impatto.....	49

5.2	Contenuti delle relazioni di impatto .....	51
5.2.1	<i>Governo d'impresa</i> .....	51
5.2.2	<i>Lavoratori</i> .....	52
5.2.3	<i>Ambiente</i> .....	54
5.2.4	<i>Altri Stakeholder</i> .....	55
5.3	Key Performance Indicators (KPI).....	57
6.	Casi di studio .....	61
6.1	Aboca SpA Società Agricola .....	63
6.2	Alessi SpA Società Benefit .....	67
6.3	Alisea Srl Società Benefit .....	71
6.5	Davines SpA .....	80
6.6	D'orica Srl Società Benefit .....	84
6.7	D-Orbit SpA.....	88
6.8	Fratelli Carli SpA Società Benefit.....	92
6.9	Illycaffè SpA .....	96
6.10	Mondora Srl Società Benefit .....	100
6.11	Novamont SpA.....	104
6.12	Zordan Srl Società Benefit.....	108
7.	Conclusioni .....	112
8.	Bibliografia .....	115

## Elenco delle figure

Figura 3.1 - Situazione delle Società Benefit.....	21
Figura 3.2 - Distribuzione geografica delle Società Benefit.....	21
Figura 3.3 - Distribuzione regionale delle Società Benefit.....	22
Figura 3.4 - Natura giuridica delle Società Benefit.....	23
Figura 3.5 - Settori di appartenenza delle Società Benefit.....	27
Figura 3.6 - Anno di pubblicazione della più recente relazione di impatto .....	29
Figura 3.7 - Standard di valutazione esterna adottati nelle relazioni di impatto .....	31
Figura 4.1 - Distribuzione geografica delle BCorp .....	33
Figura 4.2 - Distribuzione regionale delle BCorp.....	34
Figura 4.3 - Natura giuridica delle BCorp .....	35
Figura 4.4 - Società Benefit e BCorp a confronto.....	36
Figura 4.5 - Anno di trasformazione in benefit delle BCorp italiane.....	36
Figura 4.6 - BCorp per classe di fatturato.....	38
Figura 4.7 - BCorp classificate per impatto.....	39
Figura 4.8 - Media di punteggio del BIA delle BCorp italiane .....	40
Figura 4.9 - Range di punteggi nella categoria Governance.....	41
Figura 4.10 - Range di punteggi nella categoria Workers .....	42
Figura 4.11 - Range di punteggi nella categoria Community.....	42
Figura 4.12 - Range di punteggi nella categoria Environment.....	42
Figura 4.13 - Range di punteggi nella categoria Customers .....	43
Figura 4.14 - Coefficiente di variabilità dei punteggi del BIA delle BCorp italiane.....	45
Figura 4.15 - Coefficiente di variabilità suddiviso in intervalli regolari.....	47
Figura 4.16 - Numero di relazioni di impatto pubblicate.....	47
Figura 4.17 - Anno di pubblicazione della più recente relazione di impatto .....	48
Figura 6.1 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Aboca SpA Società Agricola.....	64
Figura 6.2 - Confronto tra i punteggi di Aboca SpA Società Agricola e la media italiana per settore.....	65
Figura 6.3 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Alessi SpA Società Benefit.....	68
Figura 6.4 - Confronto tra i punteggi di Alessi SpA Società Benefit e la media italiana per settore.....	69
Figura 6.5 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Alisea Srl Società Benefit.....	72
Figura 6.6 - Confronto tra i punteggi di Alisea Srl Società Benefit e la media italiana per settore .....	73

Figura 6.7 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA del Gruppo Chiesi SpA.....	76
Figura 6.8 - Confronto tra i punteggi del Gruppo Chiesi SpA e la media italiana per settore	77
Figura 6.9 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Davines SpA .....	81
Figura 6.10 - Confronto tra i punteggi di Davines SpA e la media italiana per settore .....	82
Figura 6.11 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di D'orica srl Società Benefit.....	85
Figura 6.12 - Confronto tra i punteggi di D'orica Srl Società Benefit e la media italiana per settore.....	86
Figura 6.13 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di D-Orbit SpA.....	90
Figura 6.14 - Confronto tra i punteggi di D-Orbit SpA e la media italiana per settore.....	90
Figura 6.15 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Fratelli Carli SpA Società Benefit .....	93
Figura 6.16 - Confronto tra i punteggi di Fratelli Carli SpA Società Benefit e la media italiana per settore.....	94
Figura 6.17 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Illycaffè SpA .....	97
Figura 6.18 - Confronto tra i punteggi di Illycaffè SpA e la media italiana per settore .....	98
Figura 6.19 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Mondora Srl Società Benefit.....	101
Figura 6.20 - Confronto tra i punteggi di Mondora Srl Società Benefit e la media italiana per settore.....	102
Figura 6.21 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Novamont SpA.....	105
Figura 6.22 - Confronto tra i punteggi di Novamont SpA e la media italiana per settore.....	106
Figura 6.23 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Zordan Srl Società Benefit.....	109
Figura 6.24 - Confronto tra i punteggi di Zordan Srl Società Benefit e la media italiana per settore.....	110



## Elenco delle tabelle

Tabella 2.1 - Punteggi del BIA di Shakti Ellenwood Precious Jewellery [13].....	17
Tabella 2.2 - Confronto tra Società Benefit e certificazione BCorp [1] .....	18
Tabella 3.1 - Province italiane per numero di Società Benefit .....	22
Tabella 4.1 - Province italiane per numero di BCorp.....	34
Tabella 4.2 - Fatturato annuo complessivo delle BCorp .....	37
Tabella 4.3 - BCorp "Best for the World 2022" per categoria.....	43
Tabella 4.4 - Confronto tra i punteggi delle BCorp con coefficiente di variabilità minore e maggiore.....	46
Tabella 6.1 - Caratteristiche di Aboca SpA Società Agricola.....	63
Tabella 6.2 - Punteggi del più recente BIA (2020).....	64
Tabella 6.3 - Caratteristiche di Alessi SpA Società Benefit .....	67
Tabella 6.4 - Punteggi del più recente BIA (2020).....	68
Tabella 6.5 - Caratteristiche di Alisea Srl Società Benefit .....	71
Tabella 6.6 - Punteggi del più recente BIA (2020).....	72
Tabella 6.7 - Caratteristiche di Gruppo Chiesi SpA.....	75
Tabella 6.8 - Punteggi del più recente BIA (2022) .....	76
Tabella 6.9 - Caratteristiche di Davines SpA.....	80
Tabella 6.10 - Punteggi del più recente BIA (2020) .....	81
Tabella 6.11 - Caratteristiche di D'orica Srl Società Benefit.....	84
Tabella 6.12 - Punteggi del più recente BIA (2023) .....	85
Tabella 6.13 - Caratteristiche di D-Orbit SpA.....	88
Tabella 6.14 - Punteggi del più recente BIA (2019) .....	89
Tabella 6.15 - Caratteristiche di Fratelli Carli SpA Società Benefit .....	92
Tabella 6.16 - Punteggi del più recente BIA (2020).....	93
Tabella 6.17 - Caratteristiche di Illycaffè SpA.....	96
Tabella 6.18 - Punteggi del più recente BIA (2021).....	97
Tabella 6.19 - Caratteristiche di Mondora Srl Società Benefit .....	100
Tabella 6.20 - Punteggi del più recente BIA (2022) .....	101
Tabella 6.21 - Caratteristiche di Novamont SpA .....	104
Tabella 6.22 - Punteggi del più recente BIA (2021) .....	105
Tabella 6.23 - Caratteristiche di Zordan Srl Società Benefit.....	108
Tabella 6.24 - Punteggi del più recente BIA (2020) .....	109



# 1. Introduzione

Nella Legge di Stabilità del 2016 è stata introdotta nell'ordinamento italiano la disciplina delle Società Benefit, un nuovo modello di impresa che si impegna a modificare il proprio statuto introducendo finalità di beneficio comune. Queste imprese hanno come obiettivo quello di generare un impatto positivo nei confronti di società e ambiente, oltre a quello economico.

Questo modello di impresa prende ispirazione dal movimento statunitense delle BCorporation, ideato dall'ente no profit BLab nel 2006. BLab ha creato uno standard di valutazione dell'impatto generato da un'impresa, chiamato *Benefit Impact Assessment*, che, completato con un punteggio minimo, consente di conseguire la certificazione BCorp, ossia di impresa che opera in modo responsabile, trasparente e sicuro nei confronti di società e ambiente. Questo impegno ha portato, nel giro di pochi anni, alla nascita negli Stati Uniti delle *benefit corporation*, ad oggi riconosciute in 36 stati nordamericani.

In questo report viene analizzata, innanzitutto, la normativa vigente unitamente ai vincoli ed agli obblighi per questa tipologia di imprese. Verranno illustrati i vantaggi e gli svantaggi di questo modello, oltre ai motivi per cui un'impresa dovrebbe o meno valutare di diventare Benefit. Infine, si illustreranno i due standard di valutazione esterni più diffusi, il BIA e il GRI, indispensabili per determinare in modo trasparente e oggettivo l'impatto generato da un'impresa, illustrandone le peculiarità, le similitudini e le principali differenze.

Successivamente si prende in considerazione la certificazione BCorporation, rilasciata da BLab. Si prendono in considerazione i vantaggi e le problematiche legate al conseguimento della certificazione BCorp e quindi si effettua un confronto tra i modelli di impresa BCorp certificata e di Società Benefit.

Vengono poi riportati i risultati di uno studio effettuato grazie alla collaborazione con Unioncamere Veneto che ha permesso di completare una "mappatura" a livello nazionale delle Società Benefit. Sono state identificate oltre 2300 imprese che sono state classificate per natura giuridica, posizione geografica e settore di appartenenza. A distanza di sei anni dall'introduzione dell'ordinamento italiano di questa nuova disciplina, è stata completata una panoramica della diffusione delle Società Benefit e delle loro caratteristiche principali. Per ogni impresa si è cercata anche la più recente relazione di impatto pubblicata. Questo documento deve essere redatto con cadenza annuale dalle Società Benefit ed è utile agli *stakeholder* e al pubblico in

generale per verificare in che modo tale impresa rispetta i propri obblighi in termini sociali e ambientali.

Successivamente si analizza la diffusione delle BCorp certificate in Italia. Questo studio è stato svolto consultando la *BCorp Directory*, che riporta l'elenco e le caratteristiche di tutte le BCorp al mondo, suddivise per settore e area geografica. L'analisi ha portato all'identificazione di oltre 221 imprese. Dallo studio sono state tratte diverse considerazioni a livello di dimensione, settore di appartenenza, posizione geografica, natura giuridica nonché considerazioni sui punteggi del BIA. Sono state raccolte anche le singole relazioni di impatto di ciascuna impresa.

Entrando nel dettaglio delle relazioni di impatto redatte dalle Società Benefit e dalle BCorp italiane, si è studiato il modo in cui vengono elaborati questi documenti, la loro struttura e il loro contenuto. L'obiettivo di questo capitolo è di permettere al lettore di capire come si articola una relazione di impatto e su quali elementi si basa.

Quindi vengono introdotti i *Key Performance Indicators* (KPI) ossia indici, riconosciuti a livello internazionale, impiegati per la rendicontazione delle performance sociali e ambientali di un'impresa. Questi valori sono importanti in termini di stesura della relazione di impatto di un'impresa perché quantificano e rendono tangibili gli impegni presi in ogni area di competenza dell'impresa.

Per finire sono stati redatti 12 casi studio di Società Benefit, certificate BCorp. Per ciascuna organizzazione vengono illustrate le caratteristiche e le peculiarità, nonché i punti di forza che la rendono degna di nota. Si è cercato di selezionare le BCorp italiane che si sono distinte in ciascuna delle cinque sezioni del BIA (*Governance, Workers, Community, Environment e Customers*) in modo il più possibile omogeneo.

# 1. Le Società Benefit in Italia

## 1.1. La realtà italiana

Con la legge di stabilità 2016 (n. 208 del 28 dicembre 2015), ai commi 376-384 dell'art. 1, è stata introdotta nell'ordinamento italiano la disciplina delle Società Benefit. Le Società Benefit (SB) sono un'evoluzione del concetto tradizionale di impresa. Secondo la normativa [1], tali imprese:

*"...nell'esercizio di un'attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse."*

A differenza delle imprese che hanno come unico scopo l'ottenimento e la distribuzione dei dividendi ai soci o azionisti, le Società Benefit devono per legge integrare nel proprio statuto, nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di carattere economico, anche uno o più obiettivi di carattere sociale e ambientale. Di fatto, lo status di impresa Benefit è uno strumento legale che consente a imprenditori, manager e *stakeholder* di mantenere la propria missione impresale e di mettersi in luce, grazie all'adozione di una forma giuridica virtuosa e innovativa attenta al tema della sostenibilità. Questo tipo di organizzazioni nasce come risposta alla crescente consapevolezza della necessità di un'impronta sociale e ambientale positiva e consapevole da parte delle imprese.

Come mostrato in Figura 1.1, le Società Benefit sono delle realtà ibride, con una duplice finalità tra il *profit* e il *non profit*. Infatti, sebbene siano delle imprese che puntano alla realizzazione di profitti, sono molto attente all'impatto che generano sulla società e sull'ambiente. In particolare, le Società Benefit si fondano sui principi della *Triple Bottom Line* (TBL) ossia il loro operato ruota attorno a tre principi chiave: profitto, persone e pianeta [2]. Questo concetto è stato introdotto da John Elkington nel 1994 e si riferisce ad un approccio di valutazione delle prestazioni di un'impresa che considera non solo l'aspetto economico-finanziario (*profit*), ma anche quello sociale (*people*) e ambientale (*planet*) [3].

Nel 2010 in Maryland (Stati Uniti) sono state introdotte le *Benefit Corporations* che, ad oggi, sono riconosciute in 36 stati nordamericani [2]. In particolare, sono state riconosciute in diversi paesi del Sud America (Colombia, Porto Rico, Ecuador, Perù e Uruguay) e dal 2019 anche in Francia (*Société à Mission*) ed in Canada, mentre in più di 10 altri paesi è in corso l'iter legislativo per l'approvazione della legge [4].

Con il termine "beneficio comune", riportato nella normativa, si intende che le Società Benefit si impegnano a generare esternalità positive, e a ridurre quelle negative, verso qualsiasi tipo di *stakeholder*, o portatore di interesse. L'impatto positivo deve essere perseguito operando in maniera responsabile, sostenibile e trasparente. Inoltre, è richiesto un bilanciamento tra l'interesse degli *stakeholder* e quello degli *shareholder*; le finalità di beneficio comune e quelle di lucro devono essere opportunamente equilibrate. Affinché ciò venga rispettato, ciascuna Società Benefit deve individuare e nominare uno o più soggetti responsabili del perseguimento del beneficio comune.

La qualifica di "Benefit" non cambia la natura giuridica di un'impresa, la integra, introducendo ulteriori vincoli e restrizioni. In particolare, è necessario che un'impresa, per essere definita Benefit, si impegni a:

- Modificare il proprio statuto con l'aggiunta delle finalità di beneficio comune che intende perseguire;
- Bilanciare gli obiettivi economici con quelli socio-ambientali;
- Individuare e nominare una figura responsabile del perseguimento del beneficio comune;
- Redigere una relazione di impatto annuale da pubblicare sul proprio sito web in cui vengono riportate:
  - La descrizione degli obiettivi specifici e delle modalità con cui vengono perseguiti;
  - La valutazione dell'impatto generato ottenuta tramite uno standard di valutazione esterno, sviluppato da un ente indipendente dalle dinamiche dell'impresa stessa, esauriente, credibile e trasparente;
  - L'individuazione degli obiettivi per l'esercizio successivo.

L'impresa trasformatasi in Benefit può aggiungere alla ragione sociale anche le parole "Società Benefit" o l'abbreviazione: "SB" e usare la nuova denominazione nella propria documentazione e nella comunicazione verso terze parti.

## **1.2. Obblighi e responsabilità**

Le Società Benefit sono tenute a rispettare i seguenti obblighi:

- Indicare nell'oggetto sociale del proprio statuto le finalità di beneficio comune che intendono perseguire.
- Essere amministrate in modo da equilibrare l'interesse dei soci, degli *stakeholder* e da perseguire le finalità di beneficio comune specificate nello statuto. In linea con questo vincolo, ciascuna Società Benefit deve nominare uno o più responsabili di impatto che garantiscano il perseguimento di tali obiettivi.

- Redigere con cadenza annuale un report, chiamato relazione di impatto, da allegare al bilancio societario e da pubblicare sul proprio sito web che comprenda:
  - La descrizione dei singoli obiettivi specifici, delle modalità di raggiungimento e delle azioni effettuate dall'impresa per il corretto perseguimento delle finalità di beneficio comune ed eventuali imprevisti che ne hanno impedito o rallentato il raggiungimento;
  - La valutazione dell'impatto generato tramite uno standard di valutazione esterno;
  - La descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

Il responsabile di impatto deve assicurare il coinvolgimento di tutte le funzioni aziendali nell'attuazione dei progetti per il conseguimento delle finalità di beneficio comune. Allo stesso tempo deve informare e supportare gli amministratori dell'impresa sulle decisioni da prendere, promuovendo la trasparenza dei risultati dell'impatto e garantendone la loro pubblicazione.

Per quanto riguarda la relazione di impatto, la normativa impone alcuni obblighi in termini di argomenti da trattare, specifiche sullo standard di valutazione esterno e di diffusione del documento stesso.

In primo luogo, la relazione di impatto deve coprire quattro aree di analisi: il governo d'impresa, i lavoratori, gli altri portatori di interesse e l'ambiente. Secondo quanto riportato nella normativa, infatti, ciascuna di queste sezioni è fondamentale per poter giudicare il grado di trasparenza, sostenibilità e responsabilità dell'impresa. L'area legata al governo d'impresa serve per stabilire in che modo la Società persegue le finalità di beneficio comune, tenendo conto di come riesce a coinvolgere i propri stakeholder e delle politiche e pratiche adottate. Per quanto riguarda i lavoratori, la relazione di impatto serve per capire i rapporti che l'impresa ha con i propri collaboratori in termini di retribuzioni, benefit, formazione, sicurezza, qualità dell'ambiente di lavoro, possibilità di crescita, inclusione e flessibilità. Dal punto di vista degli altri portatori di interesse, si vuole stabilire in che modo l'impresa si relaziona con i propri fornitori, i propri clienti, le comunità locali e il territorio. Questo si può tradurre nell'identificazione di azioni di volontariato, donazioni, attività culturali e sociali di supporto allo sviluppo locale delle aree in cui agisce l'impresa stessa. L'area ambiente della relazione di impatto invece si concentra sugli impatti positivi o negativi che l'impresa ha nei confronti del pianeta. È necessario tenere conto del ciclo di vita dei propri prodotti e/o servizi, dell'uso e recupero delle materie prime, dell'energia, della logistica, della distribuzione e dei processi produttivi.

La relazione di impatto deve essere integrata con uno standard di valutazione esterno. Lo standard di valutazione deve rispondere a diverse caratteristiche per essere considerato accettabile:

- Essere sviluppato da un ente terzo, indipendente, non sottoposto all'influenza della Società Benefit che sta valutando;
- Credibile, in quanto sviluppato da un ente competente che sviluppa lo standard con metodo scientifico e multidisciplinare;
- Trasparente per quanto riguarda i criteri di misurazione dell'impatto, le diverse ponderazioni usate per ciascun criterio applicato, l'identità di chi ha sviluppato lo standard, i processi di modifica e aggiornamento dello stesso;
- Esauriente e dettagliato nella valutazione dell'impresa nelle sue azioni e nelle modalità di perseguimento del beneficio comune specificato nello statuto.

Di fatto la normativa sulle Società Benefit, modificando lo statuto delle stesse, concede agli imprenditori ed ai manager maggiore libertà d'azione. Infatti, questi possono prendere in considerazione le persone, l'ambiente e la società oltre al profitto, ampliando e allineando la *mission* interna. Bisogna anche osservare che la scelta di trasformare la propria Società in Benefit è volontaria e non ha alcun impatto sulle imprese già esistenti o sulle altre forme societarie, o da un punto di vista fiscale. Tipicamente, un'impresa può convertirsi in Benefit presso un notaio che convaliderà la modifica dello statuto. Per quanto riguarda le imprese fondate dopo il 2016, il proprio oggetto sociale può includere una o più finalità di beneficio comune sin dalla sua prima stesura.

### **1.3. Vantaggi del modello Benefit**

Il modello Benefit, in virtù delle sue caratteristiche, offre diversi vantaggi sia agli *shareholder* che agli *stakeholder* di un'impresa [5]. In primo luogo, questo nuovo modello imprenditoriale tutela legalmente gli amministratori e gli imprenditori che intendono perseguire, oltre alle finalità di lucro, quelle di beneficio comune, equilibrando la sfera economico-finanziaria dell'impresa con quella socio-ambientale. Questo primo vantaggio è strettamente legato alle condizioni che talvolta si possono generare all'interno di realtà "ibride" come le Benefit, in cui coesistono obiettivi orientati verso il profitto e verso temi socio-ambientali. Il paradosso che può presentarsi è dovuto all'incompatibilità delle richieste provenienti dagli *stakeholder*, orientati al sociale, e alle richieste provenienti dagli *shareholder*, orientati al profitto. I due punti di vista, se non opportunamente bilanciati possono generare insoddisfazione ad entrambi gli schieramenti. Lo status di Benefit si pone



come uno strumento legale a tutela degli imprenditori, soci e manager che intendono perseguire delle finalità di beneficio comune senza incorrere in procedimenti legali. Un discorso simile vale anche per azionisti e investitori i quali, grazie allo status di Benefit, possono distinguere le imprese che mantengono le proprie responsabilità nel perseguire il beneficio comune da quelle che legalmente non hanno tale vincolo.

A livello di immagine, una Società Benefit si pone come una realtà in grado di generare profitto e allo stesso tempo di risultare attenta e responsabile a tematiche sociali e ambientali. Questa caratteristica fornisce un vantaggio in termini di differenziazione rispetto alla concorrenza. Tali imprese acquisiscono maggiore capacità di attrarre giovani talenti, investimenti e consumatori, un vantaggio reputazionale. Diversi studi hanno dimostrato che la tendenza dei giovani di oggi, in particolare *millennials* e la generazione Z, è di essere sempre più interessati a lavorare in imprese che non si limitino a perseguire obiettivi economico-finanziari, e siano più inclini a cercare imprese caratterizzate da una visione più aperta, che tenga conto anche degli aspetti sociali e ambientali [6]. È stato stimato che circa il 94% dei *millennials* preferisca lavorare per una causa che vada oltre la mera logica del profitto e che in qualche modo possa rendere il mondo un posto migliore. Negli Stati Uniti i *millennials* tendono a preferire:

- Le grandi imprese che, in virtù della loro dimensione, possono più facilmente lavorare su progetti legati al benessere delle persone, della società e dell'ambiente.
- Le imprese *no profit* che, essendo svincolate dallo scopo di lucro, possono concentrarsi su attività di interesse generale e di utilità sociale.

In questo contesto appare evidente che le Società Benefit si collocano come a metà strada tra i due esempi precedenti. Se da un lato possono assomigliare alle imprese *no profit* per il loro impegno verso il sociale, dall'altro rimangono comunque delle realtà *for profit*.

#### **1.4 Problematiche legate al modello Benefit**

Il modello Benefit, in virtù delle sue caratteristiche, presenta diverse aree di miglioramento e punti interrogativi. In particolare, per esempio, sono emerse alcune criticità a livello normativo.

Una limitazione delle legislazioni sulle Società Benefit nei vari Paesi è legata alla definizione, un po' vaga, di "finalità di beneficio comune" [7]. La mancanza di una definizione specifica e olistica, a livello normativo, sugli obiettivi da perseguire concede alle imprese libera interpretazione sul come

agire. Nulla vieta ad un'impresa di adempiere ai propri obblighi di Benefit semplicemente perseguendo una finalità di beneficio comune che aiuti una minima parte degli *stakeholder*, mentre il resto ne viene penalizzato. Similmente una Società Benefit può definire obiettivi vaghi e ambigui, ossia non quantificabili facilmente dai propri *stakeholders*. Formalmente un'impresa potrebbe adottare pratiche scorrette e insostenibili (per esempio una gestione inadeguata dei rifiuti) ma essere considerata Benefit anche se si è limitata a finanziare un'associazione. A causa della sua forma giuridica molto permissiva, è stato osservato che, secondo diversi imprenditori, lo status di Benefit risulta essere paradossalmente poco distintivo e pertanto poco attraente [8]. Sono necessarie indicazioni chiare e specifiche su quali finalità di beneficio comune perseguire e sulle modalità in cui farlo, limitando i gradi di libertà dei singoli imprenditori e guidandoli verso percorsi definiti. Ci si aspetta che una Società Benefit sia meritevole un po' su tutti i fronti, così da essere un esempio per le altre imprese, e non che si limiti a una "sostenibilità di facciata", circoscritta a pochi temi e pochi *stakeholder*.

Sempre dal punto di vista legale, sono emerse diverse criticità legate all'adempimento di requisiti specifici per il mantenimento dello status di Benefit. Sebbene la normativa sia chiara sugli obblighi e sulle responsabilità legate a questa forma giuridica, non sempre le Società Benefit sono allineate a tali requisiti. La reportistica deve essere pubblicata con una certa frequenza ed essere disponibile sul sito web impresale così che gli *stakeholder* ne possano apprendere il contenuto. Questi requisiti legali possono risultare complessi soprattutto per un'impresa giovane che non disponga di risorse economiche e di personale [9]. Il mancato adempimento di tali obblighi da parte di una Benefit comporta sanzioni importanti, nonché danni a livello di immagine per l'impresa e per il movimento stesso [1]. Se una o più organizzazioni che si fregiano dello status di Benefit non adempiono ai propri doveri, il danno di immagine è a carico dell'intero movimento e non solo la singola impresa.

Un'ulteriore limitazione di questa nuova forma giuridica è legata al bilanciamento degli obiettivi economici con quelli di carattere socio-ambientale. Il loro equilibrio talvolta è difficile da mantenere e conseguire perché richiede risorse in termini di investimenti e di tempo impiegato. Inoltre, spesso risulta complesso a livello di governance mantenere gli obiettivi prefissati e si incorre nel rischio di "*mission drift*", ossia di allontanarsi dagli obiettivi principali prefissati per conseguirne altri, secondari, o comunque meno rilevanti [10]. Allo stesso tempo, rispetto ad un'organizzazione tradizionale, una Società Benefit può trovare maggiori difficoltà nella distribuzione degli utili tra azionisti e proprietari. Per esempio, in caso di profitti

consistenti da parte di una Società Benefit viene da chiedersi in che modo gli azionisti possano reclamare parte di tali utili nel caso in cui questi vengano reinvestiti in progetti per soddisfare i requisiti Benefit dell'impresa stessa. Di conseguenza, questa condizione può rendere meno attraente una Società Benefit agli occhi degli investitori orientati esclusivamente al profitto (mentre può attirare l'attenzione positivamente di quelli interessati al sociale o all'ambientale) [11].

### **1.5 Obblighi di reportistica: gli standard di valutazione esterna**

I due standard di valutazione esterna più diffusi sono il *Benefit Impact Assessment (BIA)* di BLab e il *Global Reporting Initiative (GRI)* di un ente no profit internazionale. Tra le Società Benefit in Italia questi due protocolli sono i più diffusi per la rendicontazione della performance sostenibile. Tra le BCorp, il BIA è inevitabilmente quello più adottato in quanto deve essere completato per ottenere la certificazione BCorp. Superare il BIA con un buon punteggio significa rispondere ad elevati standard di sostenibilità.

Gli standard GRI sono uno strumento per la rendicontazione consapevole e trasparente della performance economica, sociale e ambientale di un'impresa. Sono caratterizzati da una struttura modulare e interdependente. In particolare, sono presenti tre sezioni universali:

- GRI101 serve per spiegare come devono essere usati gli standard in modo corretto;
- GRI102 serve per capire come riportare le informazioni di contesto dell'organizzazione;
- GRI103 serve per identificare e gestire i temi materiali rilevanti di cui un'impresa deve tenere conto;

e tre sezioni specifiche:

- GRI200 per l'ambito economico;
- GRI300 per l'ambito ambientale;
- GRI400 per l'ambito sociale.

Gli standard universali sono di supporto al processo di reportistica nel suo complesso e sono uguali per ogni tipo di impresa, mentre quelli specifici sono applicabili a specifici settori e contengono le informazioni rilevanti per ciascuna tematica.

I due standard presentano diverse peculiarità che li rendono complementari. Un recente report rilasciato da BLab e GRI nel febbraio del 2021 ha mostrato quali sono le similitudini, le differenze, le sovrapposizioni dei

due standard e perché possono essere utilizzati simultaneamente per valutare l'impatto di un'impresa con maggiore completezza [12].

Sia il BIA che il GRI sono strumenti in grado di valutare le performance di imprese di qualsiasi tipologia, dimensione e posizione geografica. Entrambi gli standard sono definiti "comprensivi", ossia tengono conto di tutti i potenziali aspetti che possono essere utili per capire l'impatto sociale e ambientale generato. Inoltre, sia il BIA che il GRI sono gestiti da enti indipendenti, il che ne garantisce l'oggettività e la credibilità.

Ci sono alcune differenze tra i due standard. In primis, il BIA risulta essere più flessibile e di conseguenza più adatto alle PMI tra cui trova maggiore diffusione. Il GRI invece è più adeguato ad imprese di medio-grandi dimensioni. Bisogna osservare che entrambi gli standard sono sottoposti ad aggiornamenti e a modifiche periodiche per renderli sempre più pervasivi.

Una seconda differenza tra il BIA e il GRI è legata al fatto che lo standard di BIA è progettato per un uso privato e interno all'impresa mentre il secondo nasce per una rendicontazione pubblica dell'impatto generato da una determinata impresa. Il BIA è uno strumento che non necessariamente si rivolge al pubblico ma, al contrario, viene spesso utilizzato internamente come supporto decisionale.

Una terza differenza tra i due standard si ha a livello di contenuti. Il BIA contiene un elenco predefinito di "aree di impatto" da affrontare mentre il GRI si limita a valutare ciò che un'impresa dichiara come rilevante, sulla base delle proprie priorità. A livello di struttura il BIA è costituito da diversi moduli da completare singolarmente che, successivamente, vengono combinati per ottenere il punteggio finale complessivo. Il GRI invece include anche delle sezioni introduttive specifiche dell'impresa esaminata riguardanti governance, modalità di reportistica e una serie di metriche.

I due standard sono strumenti complementari che possono essere usati contemporaneamente per una migliore rendicontazione dell'impatto. Infatti, il BIA è molto utile internamente all'impresa a livello decisionale in quanto identifica e spinge ad effettuare miglioramenti concreti. Il punteggio ottenuto permette di confrontarsi con le imprese concorrenti e partner, incentivando la competizione e a migliorare i propri risultati. Il GRI invece è rivolto anche agli *stakeholder* esterni all'impresa e nasce come strumento per promuovere la trasparenza. Di fatto è un mezzo che permette agli *stakeholder* di formarsi una opinione propria sulle politiche economiche, sociali e ambientali di un'impresa.

Per un corretto e completo coinvolgimento di tutti gli *stakeholder* può risultare opportuno utilizzare entrambi gli standard di valutazione in fase di redazione della relazione di impatto. Si tratta di un impiego di risorse non indifferente per un'organizzazione che però garantisce la massima trasparenza sia al suo interno che al suo esterno.

## **2. La certificazione BCorp**

La certificazione BCorp si ottiene superando il *Benefit Impact Assessment* (BIA), ossia un complesso questionario che mira a valutare la sostenibilità generale di un'organizzazione, con un determinato punteggio. Superare il BIA non è facile e solo una piccola percentuale delle imprese richiedenti riesce effettivamente a conseguire la certificazione. Tuttavia, tale riconoscimento è simbolo di virtuosità e di rigore a livello sociale e ambientale ed è vista da consumatori e *stakeholder* come un chiaro segnale delle politiche interne di un'impresa.

### **2.1 BLab e la certificazione BCorp**

BLab è un ente non-profit fondato il 5 luglio 2006 negli Stati Uniti a Wayne in Pennsylvania e ha come obiettivo la promozione della certificazione BCorp [13]. Lo strumento con cui l'impresa statunitense stabilisce se un'impresa può o meno considerarsi una BCorp è il *Benefit Impact Assessment* (BIA), ossia un questionario articolato in cinque macroaree, che, una volta completato, fornisce un punteggio compreso tra un minimo e un massimo di rispettivamente 0 e 200 punti. La soglia da superare per poter conseguire la certificazione BCorp, è posta a 80 punti. Questo valore rappresenta il "punto di pareggio" oltre il quale un'impresa riesce a generare un impatto positivo non esclusivamente dal punto di vista economico, ma anche sociale ed ambientale. Secondo B Lab, le imprese che superano la soglia sono quelle che hanno adottato un modello di tipo rigenerativo e non di tipo estrattivo, ossia che sono improntate su uno sfruttamento intelligente e moderato delle risorse disponibili.

Il BIA è il protocollo di misura dell'impatto di un'impresa più diffuso al mondo. È un questionario disponibile gratuitamente sul sito di B Lab, è confidenziale e non vincolante. La sua compilazione non comporta necessariamente il conseguimento della certificazione, qualora l'impresa non lo desiderasse. Le domande del BIA servono per valutare la performance economica, sociale e ambientale dell'impresa esaminata, tenendo conto di cinque categorie: *Governance*, *Workers*, *Community*, *Environment* e *Customers*. Il risultato del BIA è utile per poter definire un quadro generale dell'impatto generato dall'impresa in esame e, sulla base del punteggio ottenuto, ricevere indicazioni sulle aree di miglioramento e delle criticità.

Qualora l'impresa esaminata abbia superato la soglia degli 80 punti e intenda ottenere la certificazione, verrà sottoposta alla fase di verifica delle risposte da parte di B Lab. Questa operazione può richiedere una verifica documentale o sul campo, di tutte le pratiche e i risultati dichiarati

dall'impresa. Il processo di revisione può durare dai 6 ai 10 mesi a causa dell'elevato numero di domande che BCorp riceve quotidianamente. La durata può variare a seconda delle dimensioni dell'impresa richiedente, dalla complessità delle proprie attività e dall'efficienza con cui è stato completato il BIA [14].

Superato anche questo step, è necessario che l'impresa soddisfi due requisiti: quello legale e quello di trasparenza. Il primo impone alla futura BCorp di modificare il proprio statuto entro due anni, includendo le finalità di beneficio comune che intende perseguire. Inoltre, qualora la legge del Paese di residenza dell'impresa lo preveda, è necessario adottare lo status di Società Benefit (*Benefit Corporation*). Il requisito legale serve per garantire che la nascente BCorp non si limiti a generare impatto positivo solo nell'esercizio corrente, bensì il proprio impegno deve protrarsi nel tempo in linea con quanto dichiarato nel proprio statuto.

Il secondo requisito, quello di trasparenza, impone all'impresa esaminata di rendere pubblici i risultati dell'analisi condotta da B Lab. In particolare, devono essere messi a disposizione della *BCorp Directory* i punteggi in ciascuna categoria del BIA e le voci in cui ciascuna impresa si è distinta.

La *BCorp Directory* è un database, presente sul sito di B Lab, che contiene i punteggi e le informazioni principali di tutte le BCorp a livello globale, suddivise per area geografica e settore di appartenenza. Questo strumento consente di verificare rapidamente, per una determinata impresa BCorp, le seguenti informazioni:

- Punteggio complessivo e delle singole categorie del BIA;
- Data di primo conseguimento della certificazione;
- Storico dei punteggi e delle date delle precedenti certificazioni;
- Breve descrizione dell'impresa e del settore in cui opera;
- *Mission* e valori;
- Area geografica;
- Paesi in cui è presente;
- Sito web.

Per completare la procedura di conseguimento della certificazione BCorp, l'impresa richiedente deve firmare un documento che prende il nome di: "*The BCorp Declaration of Interdependence*", ossia la Dichiarazione di Interdipendenza. Questo attestato contiene i principi fondamentali su cui si

basa il movimento delle BCorp e non ha alcuna valenza legale. Si tratta di un'ulteriore forma di adesione ai valori e ai principi su cui si basa il movimento e che hanno portato alla nascita di BLab e alla diffusione della certificazione.

La *submission fee*, ossia la quota da pagare per il controllo dei risultati, varia a seconda del fatturato dell'impresa richiedente. Questo costo è unico e viene sostenuto solamente in fase di conseguimento della certificazione. La quota minima per la *submission fee* è di 250 € e si applica ad imprese con fatturato fino a 5 milioni di euro. All'aumentare della dimensione dell'impresa richiedente, cresce anche la quota da pagare, fino ad un massimo di 900 € per un fatturato di oltre 100 milioni di euro [14].

Per il mantenimento annuale della certificazione viene applicata una tariffa di 2000 € all'anno per imprese con fatturato non superiore a 2,5 milioni di euro. Per imprese di dimensione superiore, la quota è posta a 2500 € annui.

## **2.2 Vantaggi della certificazione BCorp**

Le motivazioni che spingono un'impresa ad intraprendere il processo di certificazione BCorp sono diverse e dipendono dalle caratteristiche e dalla natura dell'impresa stessa. I vantaggi dell'essere una società BCorp e allo stesso tempo essere una Società Benefit sono interconnessi e spesso si sovrappongono. In generale, la certificazione ha effetti sulla credibilità esterna di un'impresa che può in tal modo dimostrare che il proprio approccio sostenibile è verificato da un ente esterno e indipendente [15]. Oltre a questo, essendo il percorso di certificazione complesso, è necessario che l'impresa attui molti cambiamenti interni nonché si confronti con i propri *stakeholder*. Questo può portare ad un rafforzamento delle logiche commerciali, sociali e ambientali interne e, di mitigare tensioni e problemi irrisolti grazie ad un riallineamento degli obiettivi dei singoli dipendenti [16]. La combinazione di una struttura legale che obbliga l'impresa a perseguire scopi sociali e/o ambientali con la certificazione BCorp evidenzia l'impegno autentico verso la sostenibilità e la generazione di impatto positivo.

Un ulteriore vantaggio della certificazione BCorp è la difesa contro il *greenwashing*. Questo termine può essere tradotto in "ecologismo di facciata" ed è una strategia di marketing di alcune imprese finalizzata a creare un'immagine ingannevolmente positiva dell'impresa sotto il profilo ambientale. L'obiettivo del *greenwashing* è di distogliere l'attenzione dei clienti da pratiche poco virtuose dell'impresa. Le tecniche di *greenwashing* più diffuse possono assumere diverse forme come: dichiarazioni vaghe o ambigue, mancanza di trasparenza, eccessivo focus su un certo aspetto per distogliere l'attenzione da altri, etichette, immagini, simboli e finte



certificazioni. Essendo uno standard di valutazione esterno e indipendente, il BIA permette alle imprese certificate BCorp di dimostrare al pubblico e ai propri consumatori che, quanto dichiarato a livello ambientale, è stato effettivamente messo in atto [16]. Oltre a questo, BLab ogni anno visita casualmente in loco il 10% delle BCorp totali per dei controlli sulla certificazione [14]. Questo significa che ogni due anni, ciascuna BCorp ha una probabilità su cinque di essere controllata e, pertanto, si deve attenere a quanto dichiarato. Nel caso di una Società Benefit, invece, qualora si presenti il problema del *greenwashing*, ossia quando l'impresa "non persegua le finalità di beneficio comune", si ha l'effetto di una pubblicità ingannevole con conseguenti sanzioni da parte dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato [1]. In sintesi, entrambi gli strumenti garantiscono che l'impresa in esame ha volontariamente deciso di aderire a degli standard rigorosi che attestano la veridicità e validità di quanto dichiarato. Il mancato adempimento di tali obblighi, comporta per un'impresa Benefit certificata BCorp, o semplicemente Benefit, problemi di carattere economico (sanzioni, perdita di clienti), e di reputazione (danno di immagine) e di credibilità.

Dal punto di vista delle performance delle imprese BCorp, diversi studi dimostrano che, conseguire la certificazione, può portare vantaggi nel medio-breve periodo. In particolare, una ricerca del 2020, ha confrontato un campione di imprese certificate BCorp con uno di imprese di simili dimensioni e stesso settore di appartenenza [18]. L'obiettivo era quello di verificare se ci fossero, o meno, crescita del fatturato, del numero di dipendenti e del valore degli asset. Lo studio ha dimostrato che nel breve periodo, la certificazione BCorp ha generato una crescita di fatturato significativa per le imprese certificate, rispetto a quelle prese a riferimento. Per quanto riguarda gli altri due indicatori, ossia il numero di dipendenti e il valore degli asset, non sono state rilevate alcune differenze tra i due gruppi nel medio-breve periodo. Questo studio si aggiunge ad altri che evidenziano come le performance economiche di un'impresa possano migliorare a seguito dell'ottenimento della certificazione BCorp [19].

### **2.3 Problematiche legate alla certificazione BCorp**

Sia la certificazione BCorp che lo status di Benefit, per quanto cerchino di salvaguardare le imprese dal fenomeno del *greenwashing*, non sempre riescono in questo intento. Il numero di Società Benefit e di BCorp nel mondo è in forte crescita e, pertanto, diventa sempre più complesso garantire che ciascuna di queste realtà operi in linea con i principi dichiarati in fase di adozione dello status giuridico o della certificazione. Alcune imprese, per esempio, possono non completare il processo di ri-certificazione e allo stesso

tempo non rimuovere immediatamente il simbolo di BCorp dal proprio sito e dai propri prodotti. Così facendo, queste realtà possono godere di un'immagine "green" che non gli appartiene, ingannando i consumatori. In altri casi, sono stati evidenziati degli episodi in cui la certificazione BCorp sia stata conseguita unicamente per associare l'impresa a questo movimento e che, passato il termine per il rinnovo, sia stata lasciata scadere [20].

Diversi studi hanno messo in evidenza lo scetticismo di alcune imprese, interpellate sul rapporto costo/benefici della certificazione BCorp. Spesso, questo processo non è considerato vantaggioso, soprattutto nel breve termine per le piccole medie imprese. Un recente studio ha verificato che, su un campione di PMI statunitensi, la certificazione BCorp non ha portato alcun vantaggio nell'immediato mentre i costi e l'impiego di risorse necessario ne hanno reso il conseguimento sfavorevole [20]. In questi casi, si fa generalmente riferimento al costo opportunità e viene messo in discussione l'impiego di risorse necessarie, in rapporto alle alternative che l'impresa può perseguire nello stesso periodo di tempo [22].

Alcuni studi invece hanno messo in evidenza che il BIA non offre una scala di punteggi chiara e ben definita per ciascuna sezione, ed è, invece, caratterizzato per un'elevata differenziazione dei risultati [23]. Infatti i risultati dei BIA delle singole imprese risultano essere, in certi casi, molto sbilanciati verso alcune categorie di *assessment*. Questo si può dedurre osservando i range di punteggio in ciascuna categoria relativi alle BCorp in tutto il mondo. Non è definito un punteggio minimo per ogni categoria, ovvero è possibile che il punteggio sulla singola categoria sia zero. Viceversa il punteggio massimo può variare all'interno di un range molto elevato. Alcune imprese possono superare il *benchmark* di 80 punti solo grazie al risultato ottenuto in una singola categoria su cinque, dimostrando quindi una notevole disomogeneità a livello di punteggio complessivo. Nel dettaglio, la categoria in cui è più facile ottenere i risultati più elevati è quella relativa alla *Community*, viceversa, la categoria dove generalmente si ottengono i risultati più bassi è quella relativa alla *Governance*. Questa variabilità dei punteggi dimostra un certo grado di soggettività del BIA che tende a favorire imprese che puntano maggiormente su alcune categorie piuttosto che su altre. Un esempio pratico è quello di una BCorp che ha ottenuto la certificazione con più di 80 punti nella sezione *Community*, nonostante abbia un punteggio minimo, o addirittura nullo, nelle altre quattro categorie. In Tabella 2.1 sono riportati i punteggi del BIA di Shakti Ellenwood Precious Jewellery, impresa britannica specializzata nella produzione di gioielli in oro [14]. È interessante osservare che 92.2 punti su 113.7, circa l'81%, provengono dalla sezione *Community*, che risulta essere un risultato notevole e ampiamente oltre la media. Mentre il

restante 19% del punteggio complessivo è ripartito tra le rimanenti quattro sezioni del BIA con risultati bassi e ampiamente sotto la media. In particolare l'impresa in questione, secondo il sito di BLab, non dichiara dipendenti e, di conseguenza, non acquisisce punteggio nella sezione *Workers*.

<b>Categoria</b>	<b>Punteggio</b>
Totale	113.7
Governance	8.4
Workers	0.0
Community	92.2
Environment	10.5
Customers	2.5

*Tabella 2.1 - Punteggi del BIA di Shakti Ellenwood Precious Jewellery [13]*

Un'altra limitazione del BIA è legata al fatto che si tratta di uno standard di matrice fortemente statunitense. Nonostante BLab continui ad aggiornare i propri protocolli, è stato evidenziato che il BIA sia più adatto ad imprese di medio-grandi dimensioni, piuttosto che alle PMI che caratterizzano il panorama imprenditoriale italiano [24]. Le PMI italiane spesso non dispongono del capitale umano ed economico per completare agevolmente il processo di valutazione richiesto da BLab per il conseguimento della certificazione. Appaiono evidenti anche le diversità in termini di contenuti analizzati che variano sensibilmente in funzione del contesto socioeconomico. Alcuni esempi sono il coinvolgimento delle minoranze (*minorities*), la tutela degli animali (*animal welfare*) e il trattamento previdenziale dei propri dipendenti. Un caso eclatante è quello di un'importante impresa italiana, certificata BCorp e leader nazionale nella produzione di carne (anche biologica) per la quale sono state evidenziate pratiche poco corrette nei confronti degli animali allevati, nonché pratiche non sostenibili ed in contrasto con i principi, dichiarati dall'impresa, dell'allevamento biologico e senza OGM [25].

È importante evidenziare che il BIA è in continuo aggiornamento in quanto BLab dialoga costantemente con le imprese certificate BCorp per trovare eventuali criticità e aree di miglioramento. Ogni nuova versione risulta essere sempre più pervasiva e dettagliata sulla base del contesto socioeconomico in cui si colloca ciascuna impresa.

## 2.4 Società Benefit e certificazione BCorp a confronto

Sebbene i concetti di Società Benefit e BCorp siano due aspetti complementari di una stessa filosofia, rimangono comunque molto diversi. In primis, la Società Benefit è una forma giuridica che può essere adottata da un'impresa mentre una BCorp è un'impresa che ha ottenuto una certificazione, superando il BIA con un determinato punteggio. Le altre differenze sono riassunte in Tabella 2.2.

	<b>Società Benefit</b>	<b>BCorp certificata</b>
<b>Definizione</b>	Forma giuridica	Certificazione
<b>Anno di nascita</b>	2016, Italia	2006, USA
<b>Numero di imprese in Italia</b>	Oltre 2300	221 (10-05-2023)
<b>Requisiti</b>	Modifica statutaria con aggiunta di finalità di beneficio comune	Completamento del BIA con punteggio superiore al benchmark di 80 punti
<b>Responsabilità</b>	Gli amministratori devono prendere in considerazione sia <i>stakeholder</i> che <i>shareholder</i>	Come per le Società Benefit
<b>Rendicontazione dell'impatto</b>	L'impatto è auto-dichiarato	L'impatto è misurato dal BIA e deve essere superiore a 80 punti su 200
<b>Reportistica</b>	L'impresa deve pubblicare un rapporto (relazione di impatto) che valuti il proprio impatto generato e che sia redatto con uno standard di valutazione esterno e indipendente	Come per le Società Benefit
<b>Verifiche/rinnovi</b>	L'unica verifica riguarda i requisiti di trasparenza per quanto concerne la reportistica	La certificazione deve essere rinnovata ogni 3 anni
<b>A chi si rivolge</b>	Imprese private italiane con qualsiasi forma giuridica	Imprese in qualunque parte del mondo
<b>Oneri</b>	Gli oneri sono legati alle modifiche statuarie	<i>Submission fee</i> iniziale e costo di mantenimento annuale in funzione del fatturato

Tabella 2.2 - Confronto tra Società Benefit e certificazione BCorp [1]

In generale, le motivazioni che spingono un'impresa a diventare Benefit o BCorp sono simili. In entrambe le circostanze, la scelta parte dal riconoscimento dell'inadeguatezza del modello economico tradizionale che tende a privilegiare alcuni shareholder, piuttosto che tutti gli stakeholder di competenza dell'impresa. Conseguire la certificazione BCorp risulta più complesso in quanto l'impresa deve sottoporsi ai rigorosi processi di misurazione e di valutazione della performance da parte di BLab. Tuttavia, i due concetti rimangono complementari:

- Lo status di benefit è indispensabile per una BCorp in quanto garantisce che i suoi impegni vengano mantenuti negli esercizi futuri;
- La certificazione BCorp, tramite il BIA, è necessaria per una Società Benefit per rendicontare in modo rigoroso l'impatto generato.

Questo sforzo, molto spesso, avvia dei processi di evoluzione interna sia a livello operativo che culturale. Infatti, per poter superare il BIA con un punteggio elevato, è necessaria l'attivazione e il coinvolgimento di più canali interni all'impresa: dalla proprietà al top management, dal management intermedio al resto del personale. L'impegno nel cercare di ottenere la certificazione serve anche a ridefinire e riallineare gli obiettivi degli alti dirigenti dell'impresa con quelli dei collaboratori/dipendenti.

Sebbene il conseguimento della certificazione sia complesso, il modello BCorp si è diffuso a livello globale molto più rapidamente delle Società Benefit. Secondo il sito di BLab, infatti, ad aprile 2023 sono 89 i paesi in cui sono presenti imprese certificate BCorp [1]. Per quanto riguarda la forma giuridica di Benefit, la sua diffusione nel mondo è più lenta in quanto dipende dalle modalità e velocità con cui viene approvata una legge specifica in ciascun Paese.

### 3. Le Società Benefit in Italia

Lo studio è stato svolto in collaborazione con Unioncamere Veneto, che, tramite Infocamere, ha reso disponibile un elenco aggiornato di tutte le Società Benefit registrate in Italia al 31 ottobre 2022. Questo elenco conteneva diverse lacune come ripetizioni e dati mancanti che sono stati colmati manualmente, cercando singolarmente le informazioni online. L'elenco completo conta 2.337 Società Benefit.

Sulla base della denominazione, dei codici ATECO e della collocazione geografica sono state verificate tutte le singole imprese. Sono state classificate in funzione di diversi parametri come la natura giuridica, la posizione geografica, il settore di appartenenza, la presenza o meno di un proprio sito web e sulla pubblicazione o meno della relazione di impatto. L'obiettivo di questa analisi è stato quello di ottenere una "mappatura" di questo tipo di Società sul territorio nazionale a distanza di 6 anni dalla loro introduzione nell'ordinamento italiano.

L'elenco delle Società Benefit comprende Società:

- nate come Benefit;
- trasformatesi in Benefit.

Non è possibile con i dati disponibili identificare correttamente le imprese nate Benefit e quelle trasformatesi in Benefit.

Nell'elenco compaiono imprese attive, inattive, in fallimento e/o in liquidazione, come evidenziato in Figura 3.1. Come appare evidente, 1895 Società Benefit su 2337 risultano essere attive ad ottobre 2022, ovvero l'81% del totale. Il restante 19% è composto imprese inattive, in liquidazione e/o in fallimento.

L'elevata percentuale di imprese inattive è confermata anche dai diversi report trimestrali di Istat riguardanti le registrazioni e i fallimenti di imprese [26]. Questo dato può essere giustificato dalle difficoltà portate dalla pandemia Covid-19 e dalla crisi energetica che ha caratterizzato i primi due trimestri del 2022. Se supponiamo che il tasso di crescita delle Società Benefit in fallimento, in liquidazione ed inattive sia rimasto costante tra il 2016 e il 2022, possiamo stimarlo intorno al 2,7% annuo. Questo dato, per quanto approssimato, è confrontabile con la percentuale di imprese tradizionali fallite, in liquidazione e inattive nello stesso arco di tempo. Secondo diversi Report Istat riguardanti "Registrazioni e fallimenti delle imprese" [26], le imprese tradizionali, nelle categorie di inattive, in liquidazione o in fallimento, complessivamente variano tra un massimo di 3,5% nel 2016 e un minimo di 0,5% nel 2022. Questo rapido confronto dimostra che le Società Benefit

risultano allineate, con un buon grado di accuratezza, alle società tradizionali, nello stesso arco temporale considerato.

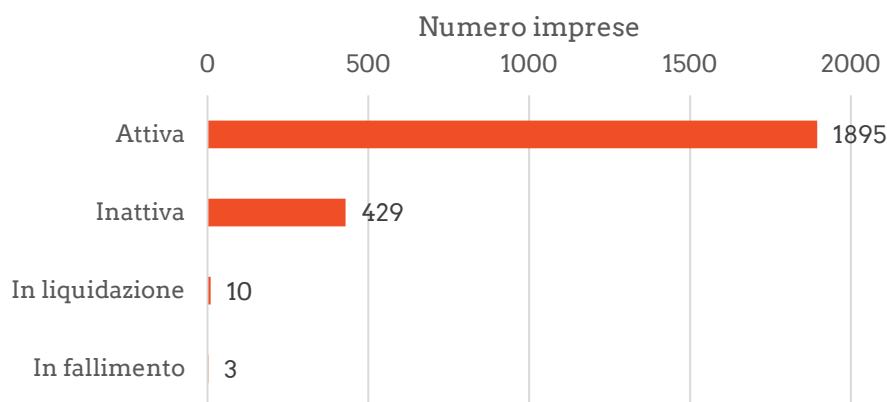


Figura 3.1 - Situazione delle Società Benefit

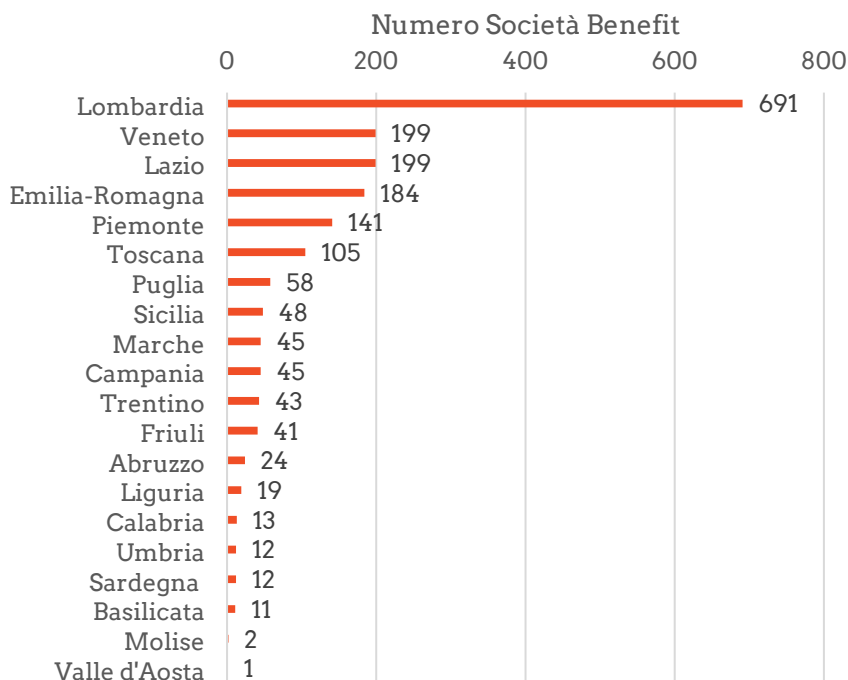
### 3.1 Analisi della distribuzione geografica

L'analisi delle Società Benefit si limita al campione di 1.895 imprese attive. La Figura 3.2 mostra la distribuzione geografica delle Benefit registrate in Italia fino ad ottobre 2022. La diffusione di queste società risulta abbastanza omogenea sul territorio nazionale. Si può osservare una maggiore concentrazione di imprese nel nord d'Italia. Risulta essere presente un elevato numero di imprese lungo l'asse Bologna-Ancona, nonché nei pressi delle grandi città come Roma, Napoli e Firenze.



Figura 3.2 - Distribuzione geografica delle Società Benefit

A livello regionale, la Figura 3.3 mostra i risultati ottenuti. Si distinguono per l'elevato numero di Società Benefit presenti nel proprio territorio la Lombardia, seguita da Veneto e Lazio.



*Figura 3.3 - Distribuzione regionale delle Società Benefit*

La Tabella 3.1 mostra le prime 10 province per numero di Società Benefit. Complessivamente 1117 imprese attive su 1895, ovvero circa il 58,9%, sono situate in 10 province. In particolare, le province di Milano e di Roma risultano essere le più densamente popolate con rispettivamente il 26,3% ed il 10% del totale delle Società Benefit italiane.

Province	Numero	Province	Numero di
1. Milano	500	6. Bologna	50
2. Roma	189	7. Vicenza	49
3. Torino	99	8. Treviso	42
4. Brescia	60	9. Firenze	38
5. Padova	52	10. Modena	38

*Tabella 3.1 - Province italiane per numero di Società Benefit*



### 3.2 Forme giuridiche

Lo studio della natura giuridica delle Società Benefit è riassunto in Figura 3.4. Si può osservare che circa il 97,5% dei casi corrisponde a società di capitali. Tra le società di capitali, le due forme giuridiche che risultano essere più frequenti tra le Società Benefit sono le Società a Responsabilità Limitata (Srl) e le Società per Azioni (SpA) che possono contare rispettivamente l'85,4% e il 12,1% del totale delle imprese. Alla voce "Altri", presente nella Figura 3.4, affluiscono le seguenti forme giuridiche:

- Consorzi;
- Società semplici;
- Fondazioni;
- Cooperative;
- Mutue assicurazioni.

È importante ribadire che lo status di Benefit non introduce una nuova tipologia societaria ma va a integrare le forme giuridiche tradizionali con nuovi vincoli ed obblighi. Di fatto, un'impresa mantiene la propria natura giuridica a seguito della trasformazione in Benefit.

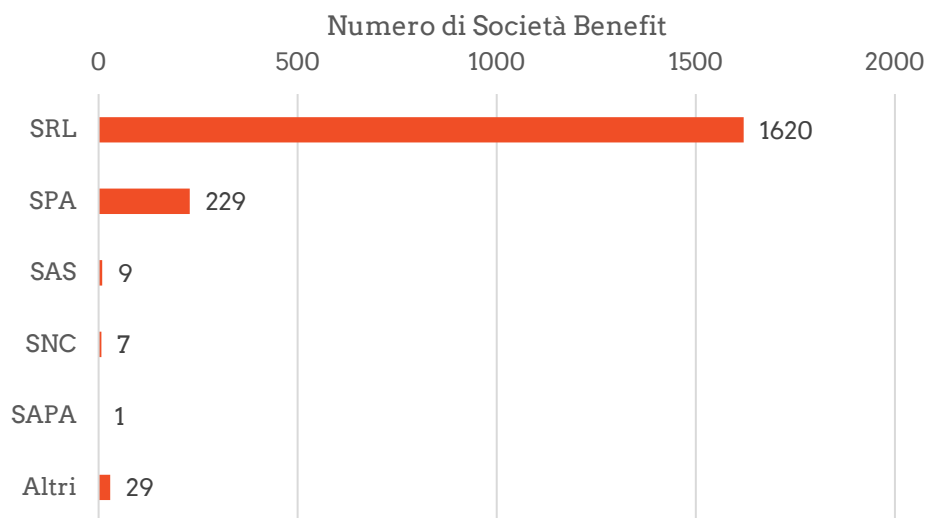


Figura 3.4 - Natura giuridica delle Società Benefit

I risultati di quest'analisi sono in linea con quanto evidenziato da uno studio del 2020 che aveva come obiettivo quello di "mappare" le Società Benefit in Italia [27]. Tale ricerca si è basata su un'estrazione dei dati relativi alle imprese benefit dai database di Infocamere. Questa operazione ha permesso di identificare 435 Società Benefit che, dal punto di vista della natura giuridica, presentavano una diffusione molto simile a quella del presente studio. Nella Tabella 3.2 vengono presentate le due analisi con i relativi valori in

percentuale da confrontare. Nonostante tra le due estrazioni dei dati siano passati oltre tre anni, possiamo osservare che la distribuzione delle Società Benefit per forma giuridica è rimasta pressoché invariata, tenendo conto delle dovute proporzioni sul numero totale di imprese. Le Società a Responsabilità Limitata rimangono le più diffuse mentre le Società per Azioni sono quelle che hanno registrato la maggiore crescita (+4%).

Trascurando la natura giuridica, si può anche osservare che, nell'arco di circa 3 anni, il numero di Società Benefit è notevolmente aumentato, passando dalle 435 unità dei primi mesi del 2019 alle 1895 identificate nell'ottobre del 2022. Calcolando il rapporto tra il numero di Società Benefit presenti nelle due analisi si può osservare che queste sono più che quadruplicate in poco più di 3 anni, ossia l'aumento è stato di circa il 335,6%.

<b>Forma giuridica</b>	<b>Presente studio (ottobre 2022)</b>		<b>Estrazione Infocamere (inizio 2019)</b>	
	<b>Numero Società Benefit</b>	<b>%</b>	<b>Numero Società Benefit</b>	<b>%</b>
<b>Società a Responsabilità Limitata</b>	1592	84,0%	367	84,6%
<b>Società per Azioni</b>	229	12,1%	35	8,1%
<b>Società a Responsabilità Limitata Semplificata</b>	28	1,5%	13	3,0%
<b>Società Cooperative</b>	11	0,6%	7	1,6%
<b>Società in Accomandita Semplice</b>	9	0,5%	5	1,2%
<b>Società in Nome Collettivo</b>	7	0,4%	4	0,9%
<b>Società Semplice</b>	4	0,2%	2	0,5%
<b>Società in Accomandita per Azioni</b>	1	0,1%	1	0,2%
<b>Altri (Srl Consortile, Consorzi, Fondazioni, Mutua Assicurazione)</b>	14	0,7%	1	0,2%

*Tabella 3.2 - Confronto tra la diffusione delle forme giuridiche nel 2019 e nel 2022 [27]*

### **3.3 Settori di appartenenza**

Per ciascuna delle 1895 Società Benefit attive, presenti nell'elenco, è stato ricavato il codice ATECO che ha permesso la loro classificazione per settore di appartenenza. I risultati di quest'analisi sono riportati in Figura 3.5. Appare evidente che il settore che risulta essere predominante con 632 imprese, ossia il 33,1% del totale, è quello delle "Attività professionali, scientifiche e tecniche". Questa macrocategoria risulta essere molto diffusa tra le Società Benefit in quanto comprende diversi tipi di attività, tra cui:

- Attività legali e contabilità;
- Attività di direzione aziendale e di consulenza gestionale;
- Attività degli studi di architettura e d'ingegneria, collaudi e analisi tecniche;
- Ricerca scientifica e sviluppo;
- Pubblicità e ricerche di mercato;
- Servizi veterinari.

Il terzo settore più presente è quello che ricade sotto il nome di "Attività manifatturiere" con 280 imprese, cioè circa il 14,7%. Tra le principali attività di questa macrocategoria, possiamo trovare:

- Industrie alimentari;
- Fabbricazione di autoveicoli;
- Metallurgia;
- Industrie tessili;
- Industria del legno;
- Fabbricazione di prodotti chimici;
- Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche.



Figura 3.5 - Settori di appartenenza delle Società Benefit

### 3.4 Relazioni di impatto

Uno degli obblighi a cui devono sottostare le Società Benefit riguarda la reportistica [1]. La normativa italiana prevede che ciascuna impresa pubblica, con frequenza annuale, un report chiamato Relazione di Impatto in cui vengono riportate informazioni inerenti alle finalità di beneficio comune che sono state perseguite durante l'esercizio corrente nonché quelle pianificate per gli anni successivi. Questo documento deve essere pubblicato e reso disponibile sul sito di ciascuna Società Benefit.

Pertanto, si è voluto verificare la percentuale di imprese che si impegnano a pubblicare la relazione di impatto e con quale frequenza. A tal fine sono stati cercati e successivamente consultati i siti web delle 1.895 Società Benefit attive secondo l'estrazione dati avvenuta ad ottobre 2022. I risultati di questa analisi sono riassunti nella Tabella 3.3.

	<b>Numero di imprese</b>	<b>Percentuale</b>
<b>Totale Società Benefit (ottobre 2022)</b>	1.895	100%
<b>Società Benefit con sito web</b>	1.419	74,8%
<b>Società Benefit senza sito</b>	476	25,2%
<b>Relazioni di impatto pubblicate</b>	451	/
<b>Relazioni di impatto sul totale delle SB</b>	451	23,8%
<b>Relazioni di impatto sul totale delle SB con sito web</b>		31,8%

*Tabella 3.3 - Risultati della mappatura delle Società Benefit*

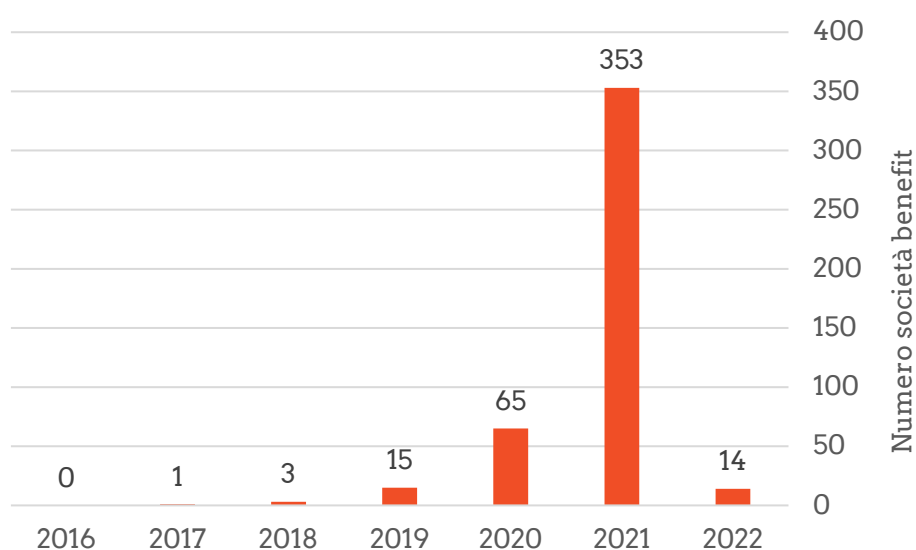
Circa tre quarti delle Società Benefit (74,8%) hanno un proprio sito web. Di conseguenza, il campione di possibili relazioni di impatto accessibili al pubblico si è ristretto a 1.419 unità. All'interno di questo sottogruppo, sono state identificate 451 relazioni di impatto. La percentuale con cui vengono pubblicati questi report è pertanto bassa, intorno al 31,8%, ossia meno di un'impresa su tre rispetta questo obbligo di reportistica.

Un ulteriore vincolo che la normativa pone sulla divulgazione delle relazioni di impatto riguarda la frequenza con cui vengono redatte. Sebbene tali report vadano pubblicati annualmente, dall'analisi è emerso che questo obbligo non sempre è rispettato. Infatti, si può osservare che solo 353 imprese, ossia il 78% del totale, nel periodo in cui è stata effettuata la ricerca, tra ottobre 2022 e i primi giorni di gennaio 2023, aveva come ultima relazione di impatto quella del 2021. Questa statistica può trovare giustificazione in due fatti:

- La relazione di impatto è un documento complesso da compilare, che può richiedere il supporto di imprese terze sia per la sua redazione che per la valutazione dell'impatto. Questo processo può durare diversi mesi e varia a seconda della dimensione e complessità dell'impresa.
- Il trend delle Società Benefit è in forte crescita e, per molte imprese trasformatesi di recente, il 2021 è stato il primo anno con questo status. Adempiere agli obblighi di reportistica per la prima volta risulta più

difficoltoso per tali imprese in quanto possono non essere pronte. Questo fatto può spiegare la mancata o la ritardata pubblicazione della loro prima relazione di impatto.

Occorre anche prendere in considerazione la possibilità che molti amministratori di Società Benefit non diano importanza agli obblighi sulla reportistica di tali imprese. Anziché pubblicare i report con cadenza annuale, possono ritenere sufficiente avere almeno una relazione di impatto presente nel proprio sito, a prescindere dall'anno di riferimento. In Figura 3.6 sono riportati i dati relativi all'anno di pubblicazione della più recente relazione di impatto di ciascuna Società Benefit attiva.



*Figura 3.6 - Anno di pubblicazione della più recente relazione di impatto*

### **3.5 Standard di valutazione esterno**

Gli obblighi di reportistica per le Società Benefit, come visto precedentemente, non si limitano alla sola pubblicazione della relazione di impatto. Tale documento, infatti, deve essere redatto di modo che soddisfi i requisiti specificati nel Capitolo 1. In particolare, una relazione di impatto scritta in modo corretto deve comprendere:

- la descrizione dettagliata degli obiettivi specifici, delle azioni attuate dall'impresa e dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e degli eventuali impedimenti o rallentamenti in tale direzione;
- la valutazione dell'impatto generato;
- la descrizione degli obiettivi per l'esercizio successivo.

Inoltre, la normativa fornisce indicazioni anche sulla valutazione dell'impatto generato che deve essere validata da uno standard esterno. Quest'ultimo deve essere:

- esauriente e articolato nella valutazione dell'impatto;
- sviluppato da un'impresa o un ente esterno e non controllato direttamente dalla Società;
- credibile in quanto sviluppato da un'impresa che utilizzi un metodo scientifico, nonché competente in ambito ambientale e sociale;
- trasparente di modo che i criteri di valutazione dell'impatto, le ponderazioni adottate e le modifiche allo standard siano resi pubblici ai lettori.

Per quanto riguarda le aree di impatto da prendere in considerazione, la legge impone che una relazione di impatto tratti:

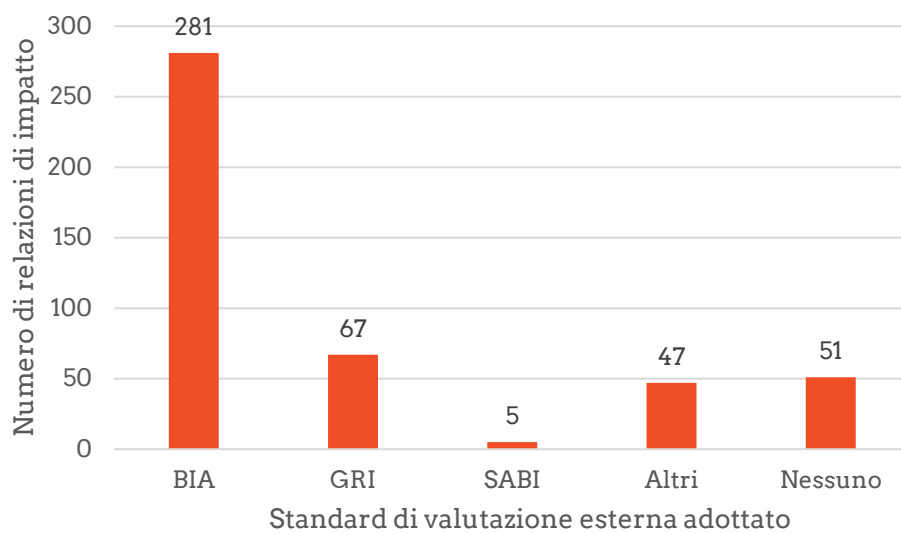
- il governo d'impresa, ossia le strategie e le politiche societarie, la trasparenza, la tutela e il coinvolgimento dei vari stakeholder;
- i lavoratori, ossia le condizioni di lavoro, le retribuzioni, i benefit, le possibilità di crescita e la formazione all'interno dell'impresa;
- gli altri portatori di interesse, ossia clienti, fornitori e la comunità locale in cui è inserita l'impresa;
- l'ambiente, ossia l'utilizzo delle risorse, i processi produttivi e il ciclo di vita dei prodotti finiti.

Questi vincoli talvolta rendono la redazione della relazione di impatto molto complessa per una Società Benefit, sia per imprese di grandi dimensioni caratterizzate da un elevato numero di parametri da prendere in considerazione, sia per le PMI che possono non disporre delle risorse sufficienti per effettuare un'analisi accurata in tempi brevi.

L'analisi delle 451 relazioni di impatto trovate ha permesso di ricavare diverse informazioni a riguardo. In primis, si è voluto studiare quali standard di valutazione esterni sono più diffusi tra le Società Benefit. I risultati di tale ricerca sono mostrati in Figura 3.7. È emerso che il *Benefit Impact Assessment (BIA)* di BLab è lo standard più diffuso con 281 imprese, ossia il 62,3%. Segue con 67 imprese (14,9%) il *Global Reporting Initiative (GRI)*. Quest'ultimo viene rilasciato da un ente internazionale senza scopo di lucro e valuta una Società dal punto di vista economico, sociale e ambientale.

Risulta interessante notare che 51 relazioni, ossia l'11,3%, non hanno riportato alcuno standard di valutazione del proprio impatto nella relazione di impatto. Talvolta tale verifica risulta essere auto-dichiarata internamente all'impresa, mentre in altri casi è assente.





*Figura 3.7 - Standard di valutazione esterna adottati nelle relazioni di impatto*

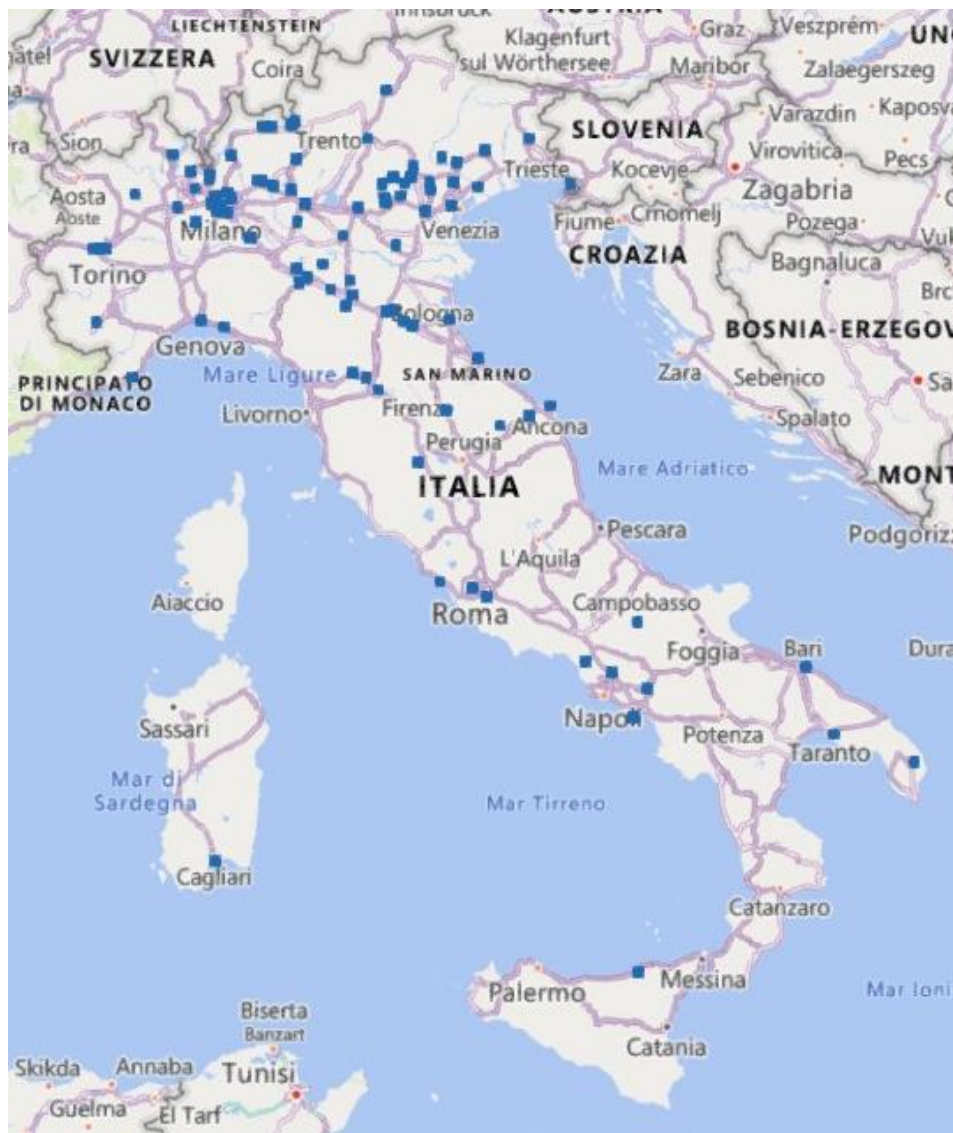
## **4. Le Società certificate BCorp**

Grazie alla consultazione della *BCorp Directory*, disponibile gratuitamente online, sono state scaricate e confrontate le informazioni di tutte le BCorp italiane fino al 10 maggio 2023. Lo studio ha permesso di identificare e classificare 221 imprese sulla base della loro area geografica, settore di appartenenza, natura giuridica, dimensione economica, punteggi del BIA e delle loro relazioni di impatto.

### **4.1 Analisi della distribuzione geografica**

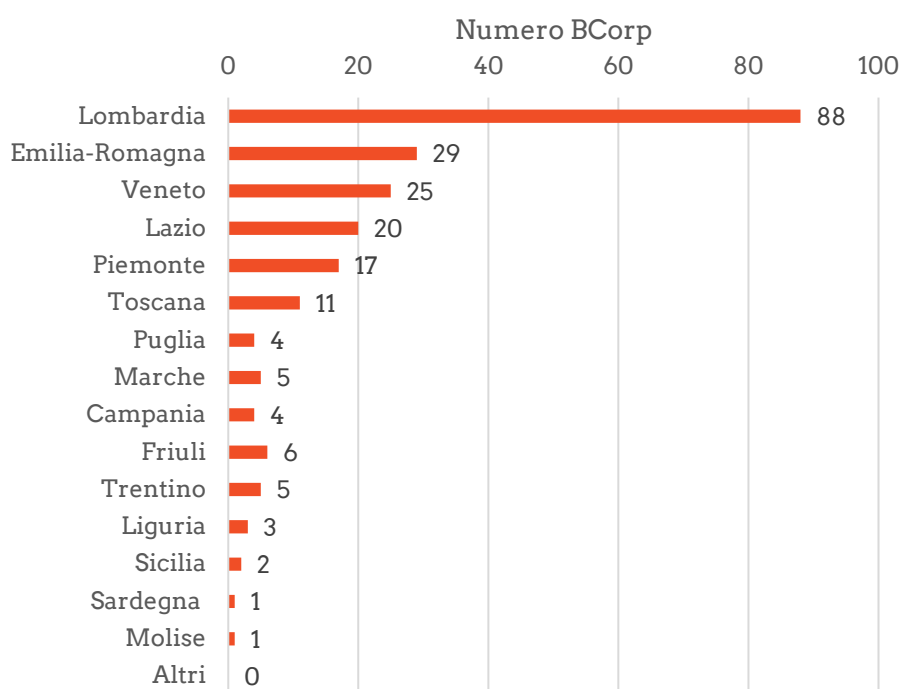
La Figura 4.1 mostra la distribuzione delle imprese certificate BCorp sul territorio italiano. Possiamo osservare che, con le dovute proporzioni, la mappatura coincide con quella delle Società Benefit. Si può notare una maggiore diffusione delle BCorp nel Nord d'Italia. Segue il centro Italia e il sud che trova il maggior numero di BCorp nei pressi delle grandi città di Roma e Napoli.

Questa distribuzione può essere attribuita a diversi fattori. In primis una cultura imprenditoriale più radicata, legata a una lunga tradizione imprenditoriale e industriale. Inoltre di queste imprese sono quelle che più facilmente possono permettersi di investire nel raggiungimento degli standard BCorp.



*Figura 4.1 - Distribuzione geografica delle BCorp*

La Figura 4.2 riporta la distribuzione delle BCorp per Regione. La Lombardia si conferma la Regione in cui queste realtà risultano essere più diffuse. Nel caso delle BCorp, circa il 39,8% del totale sono in Lombardia. Seguono Emilia-Romagna, Veneto e Lazio con rispettivamente con il 13,1%, 11,3% e 9,0%. La voce "Altri" riportata nella Figura 4.2 comprende le regioni che, fino al 10 maggio 2023, non contavano alcuna BCorp certificata sul sito di B Lab. In particolare, le regioni in questione sono Abruzzo, Basilicata, Calabria, Umbria e Valle d'Aosta.



*Figura 4.2 - Distribuzione regionale delle BCorp*

A livello provinciale, in Tabella 4.1 sono riportate le prime città per numero di BCorp sul proprio territorio. Spiccano su tutte Milano e Roma che, rispetto al totale delle BCorp italiane, ne possono contare rispettivamente il 27,1% e l'9,0%.

<b>Province</b>	<b>Numero di BCorp</b>
Milano	60
Roma	20
Parma	11
Vicenza	11
Torino	9
Modena	7

*Tabella 4.1 - Province italiane per numero di BCorp*

## 4.2 Forme giuridiche

Anche per quanto concerne le BCorp certificate, la forma giuridica più diffusa è quella delle Società a Responsabilità Limitata (Srl) (68,8%). Seguono con il 27,6% le Società per Azioni. Questi risultati sono riportati in Figura 4.3. Rispetto alle Società Benefit, nel caso delle BCorp sono relativamente più diffuse le SpA. La voce "Altri" riportata nella Figura 4.3 si riferisce a sei imprese con altri tipi di forme giuridiche (cooperative e società consortili).

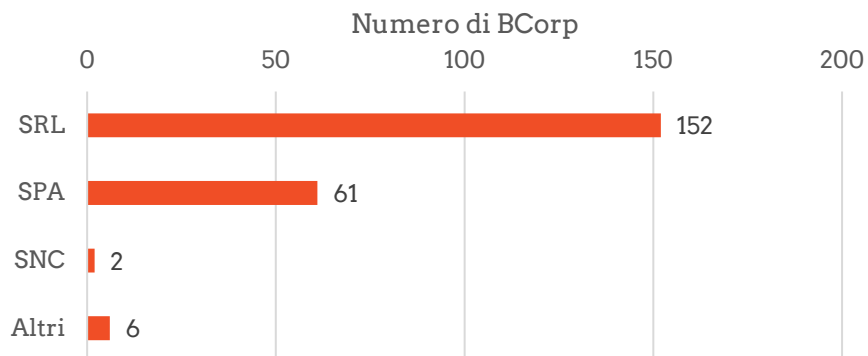
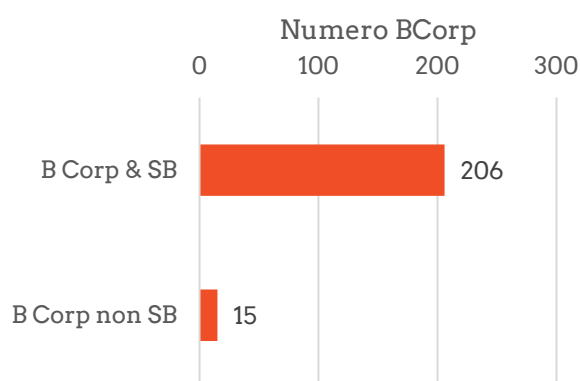


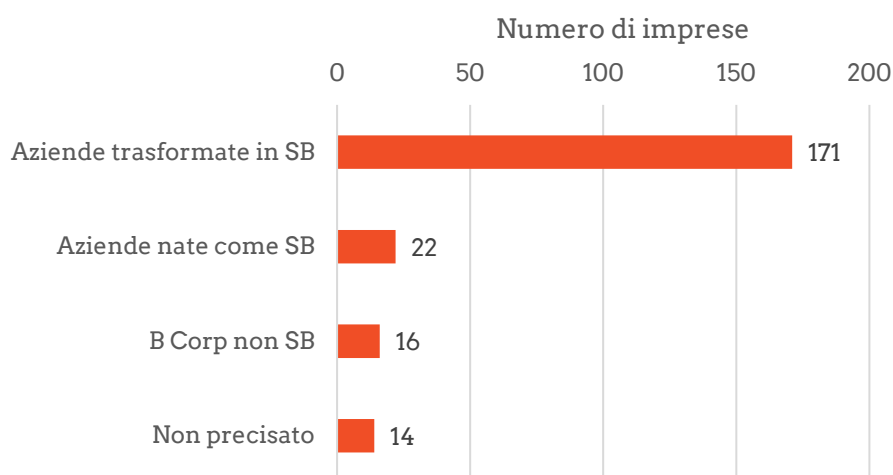
Figura 4.3 - Natura giuridica delle BCorp

Si è voluto quindi studiare quante BCorp italiane fossero anche delle Società Benefit. In Figura 4.4 sono riportati i risultati. Si osserva che 206 imprese su 221, ossia il 93,2% sono sia BCorp certificate che Società Benefit. Il restante 6,8% riguarda imprese che hanno ottenuto la certificazione tra il 2021 e il 2022 e che pertanto non hanno ancora completato il processo di trasformazione in Società Benefit. Come specificato in precedenza, uno degli obblighi imposti da BLab alle imprese che intendono certificarsi è, qualora lo stato in cui risiedono lo permettesse, di adottare lo status di benefit entro due anni dal conseguimento della certificazione BCorp.



*Figura 4.4 - Società Benefit e BCorp a confronto*

Sulla base dell'anno di fondazione delle singole BCorp, si è quindi voluto verificare quante di queste fossero nate con lo status di benefit e quante invece si siano sottoposte ad un processo di trasformazione. Dallo studio è emerso che la maggior parte delle imprese, ossia l'77,3%, sono state fondate prima del 2016 e pertanto sono antecedenti alla disciplina delle Società Benefit. Sono quindi state identificate 22 imprese la cui data di fondazione coincide con l'acquisizione dello status di Benefit. Per completare l'elenco, è stato tenuto conto di 14 imprese classificate sotto la voce "Non precisato" di cui non si è identificata la data di adozione dello status di Benefit e delle 16 BCorp che non sono ancora ufficialmente Benefit. I risultati sono mostrati in Figura 4.5.



*Figura 4.5 - Anno di trasformazione in benefit delle BCorp italiane*

### **4.3 Fatturato delle BCorp italiane**

Si è quindi valutato il fatturato di ciascuna delle 221 BCorp italiane per avere un'indicazione generale sulla dimensione di queste imprese. I singoli fatturati sono stati estratti dal registro di ReportImprese.it [28] che contiene i principali dati economici di tutte le imprese italiane. Per uniformare i risultati, si sono considerati i fatturati del 2021, essendo questi i più recenti e disponibili per ogni BCorp. A partire dai singoli risultati, sono stati calcolati il fatturato complessivo nel 2020 e nel 2021 delle BCorp italiane. Questi due dati hanno permesso di stimare anche il tasso di incremento annuo del fatturato tra il 2020 e il 2021 che si assesta intorno al 22,3%. Questo risultato è stato confrontato con la crescita stimata da Istat [29] delle imprese italiane nello stesso periodo di tempo. Tale valore ammonta al 22,6%, quindi in linea con quanto verificato per le BCorp.

Per uniformare ulteriormente i risultati, si è voluto stimare il valore del fatturato complessivo per il 2022. Per fare ciò, si è assunto un tasso di crescita del 16,9%, ossia pari a quello delle imprese tradizionali nello stesso arco di tempo secondo Istat [29]. Si è quindi potuto stimare il fatturato delle BCorp italiane nel 2022 che si aggira intorno ai 7,6 miliardi di euro. In Tabella 4.2 sono riportati i risultati di questa analisi.

Fatturato totale 2020	5.316.274.384,00 €
Fatturato totale 2021	6.501.670.261,00 €
Fatturato totale 2022 (stimato)	7.600.452.535,11 €

*Tabella 4.2 - Fatturato annuo complessivo delle BCorp*

Le BCorp italiane sono state quindi classificate per intervalli di fatturato. In Figura 4.6 sono state riportate le imprese suddivise per quattro classi di fatturato [30]:

- Fatturato minore di 2 milioni di euro (micro-impresa,);
- Fatturato tra 2 e 10 milioni di euro (piccola impresa);
- Fatturato tra 10 e 50 milioni di euro (media impresa,);
- Fatturato maggiore di 50 milioni di euro (grande impresa).

Le micro-imprese sono predominanti con il 46% del totale, mentre le grandi imprese ammontano al 10,4%.

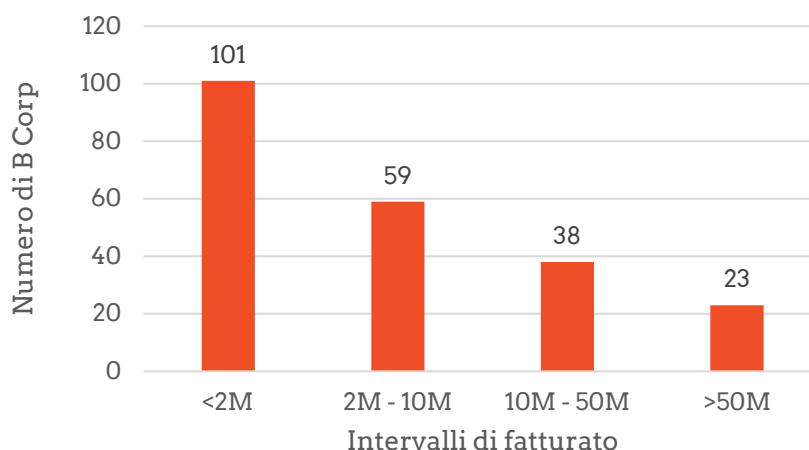


Figura 4.6 - BCorp per classe di fatturato

#### **4.4 Classificazione settoriale secondo le categorie di BLab**

Ci si è basati sui cinque macrosettori adottati da BLab nella propria *BCorp Directory*. Nel dettaglio le imprese certificate sono state raggruppate nei seguenti sottogruppi:

- *Services with Minor Environmental Footprint*, ossia imprese con vendita di servizi, per esempio, studi legali, agenzie di marketing e/o comunicazione, imprese di sviluppo software e IT;
- *Services with Major Environmental Footprint*, ossia imprese caratterizzate da un impatto ambientale rilevante. Esempi di imprese di questo settore sono hotel, ristoranti e università;
- *Manufacturing*, ossia imprese che producono internamente almeno il 10% dei prodotti che vendono;
- *Wholesale/Retail*, ossia imprese che si occupano solo della vendita all'ingrosso o al dettaglio di un certo prodotto ma non della sua produzione. Sono inclusi in questa categoria negozi, supermercati ed e-commerce;
- *Agriculture/Growers*, ossia imprese che operano nel mondo agricolo dal punto di vista produttivo. In questa categoria sono comprese, in generale, le imprese agricole.

I risultati della classificazione effettuata sono riportati in Figura 4.7. Si può osservare che circa il 49,3% delle imprese appartiene alla categoria di imprese con impatto ambientale minore. Per queste imprese la certificazione BCorp risulta più accessibile in quanto la parte relativa ai processi produttivi non è presente. Pertanto, non viene generato impatto negativo sull'ambiente che di



conseguenza non pesa ai fini del punteggio finale. Un dato interessante è quello legato alla percentuale di imprese che operano nel settore manifatturiero, ossia il 29,4%. Queste BCorp possono essere di dimensioni sia per fatturato che per numero di dipendenti. Per queste realtà è interessante poter valutare l'impatto generato e quello compensato. Il livello di risorse impiegato per la rendicontazione e il monitoraggio delle performance può essere più oneroso rispetto a imprese che operano in settori a più basso impatto. Il fatto che oltre un quarto delle BCorp italiane provenga dal settore manifatturiero è pertanto un dato incoraggiante.

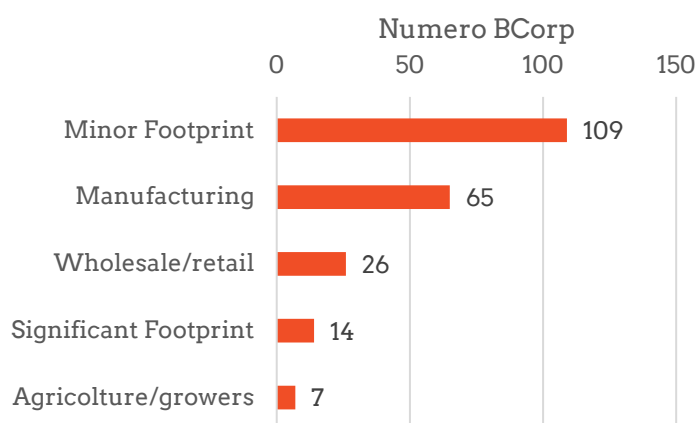


Figura 4.7 – BCorp classificate per impatto

#### **4.5 I punteggi del Benefit Impact Assessment (BIA)**

Sulla base dei punteggi ottenuti nel *Benefit Impact Assessment* di ogni BCorp italiana, si è voluto stabilire quale fosse il punteggio medio a livello nazionale, sia a livello di risultato complessivo che di singole categorie del BIA. Come già detto in precedenza, la valutazione dell'impatto del BIA si basa su cinque categorie di analisi:

- *Governance*, valuta la *mission* dell'impresa e le modalità in cui viene perseguita, il coinvolgimento degli *stakeholder*, il codice etico e la trasparenza;
- *Workers*, serve a valutare in che modo l'impresa tutela i propri dipendenti dal punto di vista delle retribuzioni, della sicurezza sul luogo di lavoro, della carriera, dei benefit e della soddisfazione;
- *Community*, stabilisce come e in che misura un'impresa interagisce con la comunità in cui è inserita in termini di assunzioni di personale e consumo di risorse ambientali. A questa categoria afferiscono diversi temi tra cui quello dell'inclusione, impegno civico e beneficenza e vengono premiate (a livello di punteggio) imprese con obiettivi sociali ben definiti come, per

esempio, il favorire commercio equo e corretto con le piccole imprese locali;

- *Environment*, valuta in che modo l'impresa si pone nei confronti dell'ambiente in termini di impatto sulla qualità dell'aria, dell'acqua, del clima e della biodiversità. Questa categoria tiene conto anche dei processi produttivi e della finalità dei prodotti finiti stessi che, per la loro natura possono generare esternalità positive o ridurre quelle negative. Un altro aspetto chiave è la gestione delle risorse in input e output all'impresa, nonché del recupero e riciclo dei rifiuti;
- *Customers*, serve per stabilire in che modo l'impresa si approccia ai propri clienti. Sono valutate in questa categoria la qualità dei servizi o prodotti offerti, l'etica del mercato in cui avvengono le vendite, la privacy e la gestione dei feedback. In termini di punteggio, vengono riconosciuti maggiori meriti a quei servizi o prodotti che mirano a risolvere specifici problemi sociali come, per esempio, quelli legati alla salute o all'educazione.

Consultando la *BCorp Directory* è stato calcolato il punteggio medio nazionale complessivo e per singola categoria del BIA, che è riportato in Figura 4.8. È emerso che il risultato medio è di 92,1 punti su 200. Le categorie che contribuiscono maggiormente al superamento del *benchmark* di 80 punti sono, rispettivamente, quella dei Lavoratori, della Comunità e dell'Ambiente, tutte e tre ampiamente oltre la soglia dei 20 punti. Questi risultati mostrano che, secondo i parametri di B Lab, le BCorp italiane pongono molta attenzione nei confronti dei propri lavoratori che vengono tutelati e protetti dalle imprese stesse, nonché nei confronti della comunità locale e dell'impatto generato sull'ambiente.

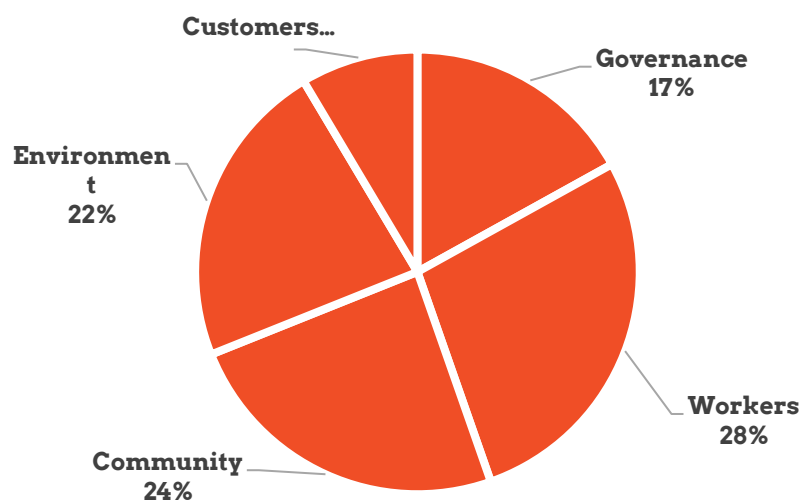


Figura 4.8 - Media di punteggio del BIA delle BCorp italiane

Nelle Figure 4.9, 4.10, 4.11, 4.12 e 4.13 sono stati riportati i punteggi delle BCorp italiane con riferimento a ciascuna categoria del BIA. Una prima analisi di questi dati conferma che, mediamente, le sezioni *Workers* e *Community* sono quelle che ottengono i punteggi più elevati. Infatti, se confrontiamo le singole curve gaussiane, osserviamo che quella della categoria *Workers* è quella centrata in corrispondenza dei valori più alti. Viceversa, la sezione *Customers* è quella che mediamente pesa meno nel punteggio totale. Questa conclusione è confermata dal fatto che 159 imprese su 221, ossia circa il 71,9%, si colloca nella fascia di punteggio più bassa.

Questi risultati vanno esaminati tenendo conto che BLab attribuisce pesi diversi e variabili a ciascuna sezione del BIA. Infatti, la ripartizione dei punteggi massimi del BIA non è uguale tra le cinque sezioni ma varia da impresa ad impresa, sulla base delle risposte fornite. Le informazioni sui punteggi massimi ottenibili in ciascuna sezione del BIA non sono divulgate da BLab. Di fatto ci sono categorie che possono influire maggiormente sul risultato finale come, per esempio, la categoria *Environment* con casi che raggiungono quasi i 70 punti e altre che invece hanno un peso inferiore come la *Governance* in cui non si superano i 25 punti.

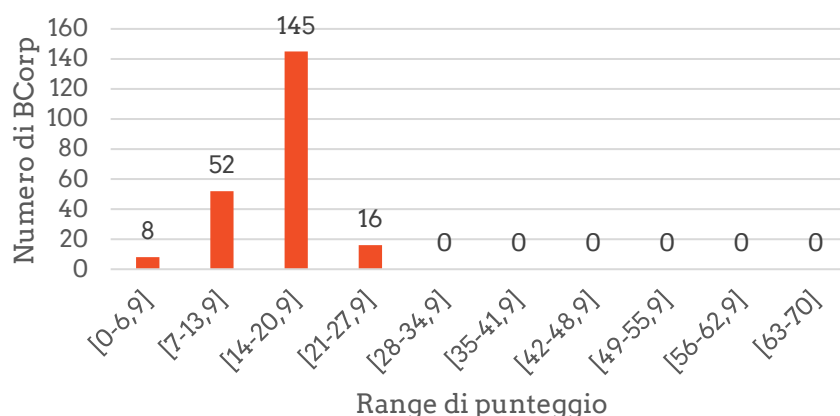


Figura 4.9 - Range di punteggi nella categoria Governance

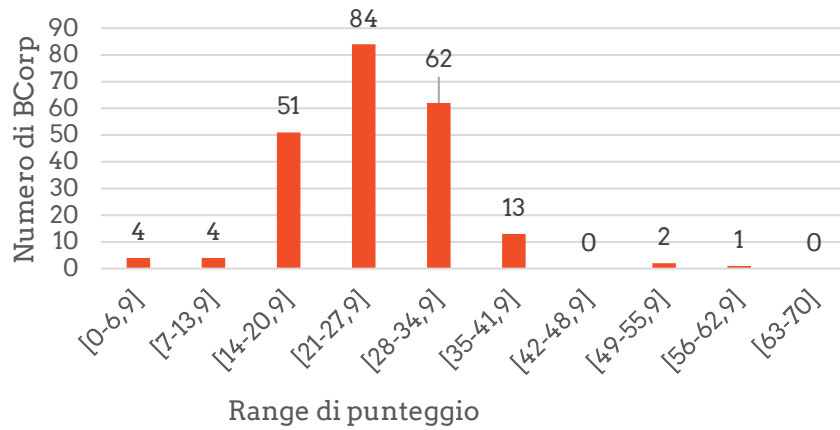


Figura 4.10 - Range di punteggi nella categoria Workers

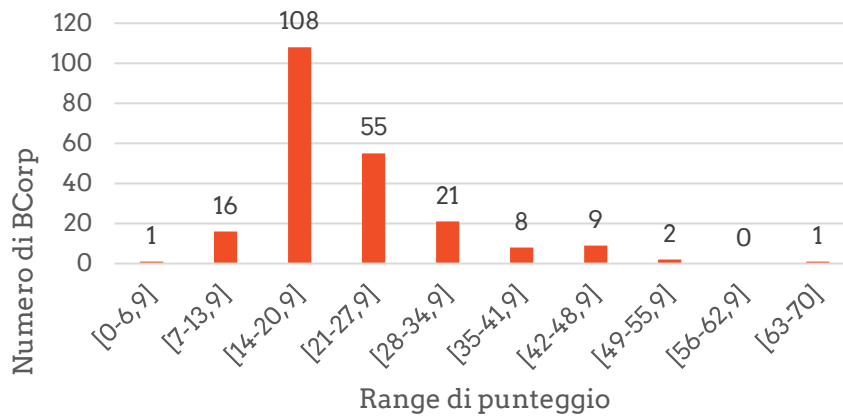


Figura 4.11 - Range di punteggi nella categoria Community

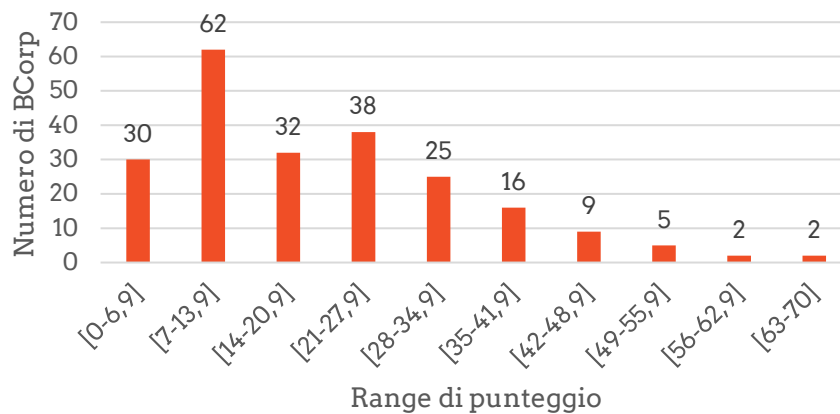


Figura 4.12 - Range di punteggi nella categoria Environment

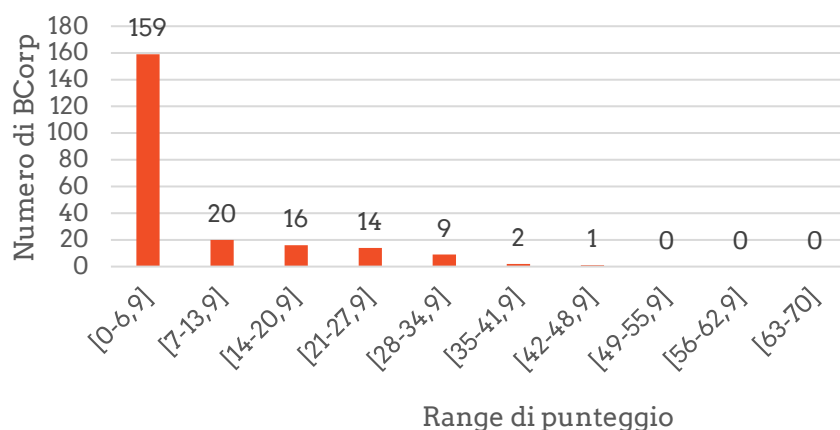


Figura 4.13 - Range di punteggi nella categoria Customers

La situazione a livello globale è molto simile. BLab, infatti, sul proprio sito pubblica ogni anno le classifiche “Best For The World” per ciascuna categoria del BIA in cui rende noti i nomi delle imprese, suddivise per classe di dipendenti, che hanno totalizzato i punteggi più alti in valore assoluto per ciascuna sezione [14]. Osservando i punteggi massimi per ciascuna classifica, si può evidenziare che i risultati ottenuti dalle BCorp italiane sono abbastanza in linea con quelli delle BCorp globali. Nella Tabella 4.3 sono riportate le imprese “Best For The World” per l’anno 2022 in ciascuna categoria del BIA, per imprese con almeno un dipendente. Si può osservare che, ad eccezione della categoria Customers, i punteggi migliori ottenuti dalle BCorp italiane sono, in prima approssimazione, vicini a quelli più alti a livello globale.

<b>Categoria</b>	<b>BCorp</b>	<b>Punteggio</b>	<b>Classe di dipendenti</b>
Governance	Equilibrium (US)	24,3	10-49
Workers	Metis Consulting Group (US)	81,8	10-49
Community	OYORI Asia Co., Ltd (KR)	82,5	10-49
Environment	Bonterra Organic Estates (US)	75,4	250-999
Customers	ECHALE (MX)	75,7	50-249

Tabella 4.3 - BCorp “Best for the World 2022” per categoria

In conclusione, si è voluto studiare la variabilità dei punteggi nelle cinque sezioni del BIA delle BCorp italiane. In particolare, come specificato in precedenza, si è osservato che i singoli risultati possono essere molto disomogenei e, talvolta, un'organizzazione può certificarsi anche solo grazie al punteggio elevato di una sezione su cinque, mentre le restanti quattro sono addirittura nulle.

La variabilità di questi punteggi può indebolire la credibilità complessiva della certificazione BCorp. Se un'impresa può ottenere la certificazione puntando unicamente su una specifica area di impatto e senza affrontare in modo adeguato le altre, potrebbe generare una percezione distorta delle sue performance globali. Inoltre, una disomogeneità marcata nei punteggi del BIA, rende le imprese meno comparabili tra di loro. Questo ha effetti sulla capacità da parte degli *stakeholder* di stabilire in modo chiaro le aree di impatto di una BCorp certificata.

A tal fine si è voluto calcolare un indice univoco che permettesse di stabilire il grado di omogeneità dei punteggi nelle diverse categorie del BIA di ciascuna BCorp. Questo indicatore è stato chiamato "coefficiente di variabilità" perché si basa sulla variabilità dei risultati di ciascuna sezione del BIA ( $x_1, x_2, x_3, x_4, e x_5$ ) e la media aritmetica ( $x_M$ ). Per stimare questo indice, sono state valutate le medie di punteggio  $x_M$  per ogni organizzazione a partire dai singoli punteggi e dividendo il risultato per il numero di sezioni, ovvero 5. La formula usata è la seguente, dove  $x_1, x_2, x_3, x_4, e x_5$  sono i punteggi rispettivamente delle sezioni *Governance, Workers, Community, Environment e Customers* di ciascuna BCorp [13]:

$$x_M = \frac{\sum_{i=1}^5 x_i}{5}$$

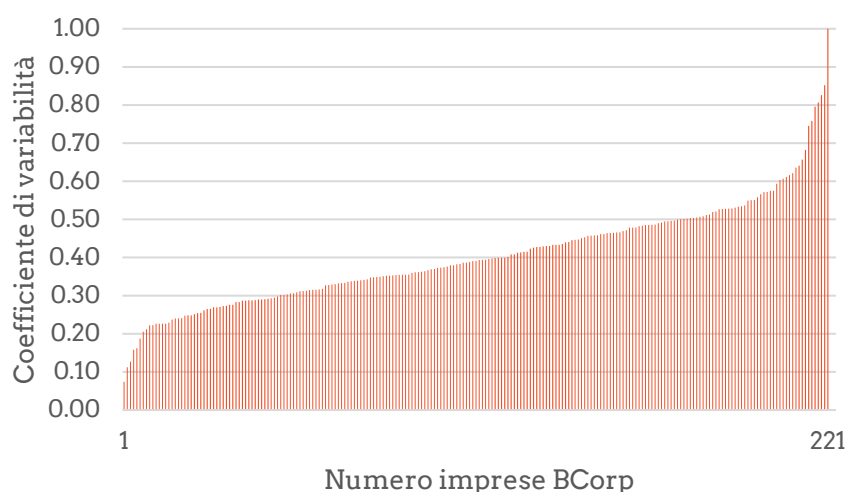
Quindi, per ogni BCorp, è stata calcolata la deviazione assoluta dalla media aritmetica. A partire da ciascun punteggio  $x_1, x_2, \dots, x_5$  a cui è stata sottratta la media aritmetica  $x_M$ , è stato calcolato il valore assoluto di queste differenze che sono quindi state sommate tra di loro. La formula adottata è la seguente:

$$\sum_{i=1}^5 |x_i - x_M| = |x_1 - x_M| + |x_2 - x_M| + \dots + |x_5 - x_M|$$

Per ottenere il coefficiente di variabilità di ogni impresa si è diviso ciascuna deviazione assoluta per la deviazione assoluta più elevata, ossia quella relativa alla BCorp "peggiore" che presenta la maggiore disomogeneità di punteggio, definita con  $x_{MAX}$ .

$$\text{indice di variabilità} = \frac{\sum_{i=1}^5 |x_i - x_M|}{x_{MAX}}$$

Questo indice varia tra 0 e 1, dove 1 corrisponde all'impresa che ha presentato la maggiore variabilità nei punteggi del BIA. All'opposto un indice pari a 0 rappresenta il caso ideale di una BCorp che ha conseguito punteggi identici tra di loro nelle cinque categorie del BIA e pertanto pari alla media aritmetica. Un esempio ideale può essere quello di una BCorp che ha totalizzato 80 punti nel BIA, equamente distribuiti nelle 5 sezioni in cui sono stati conseguiti, ovvero 16 punti per ciascuna di esse. Questo caso rappresenta l'omogeneità massima dei risultati. In Figura 4.14 sono stati riportati i singoli coefficienti di variabilità per ciascuna delle 221 BCorp considerate.



**Figura 4.14 - Coefficiente di variabilità dei punteggi del BIA delle BCorp italiane**

L'impresa che ha conseguito i punteggi più omogenei si chiama ComfTech Srl con un coefficiente di variabilità pari a 0,074 ovvero del 7,4%. L'impresa con i punteggi più disomogenei, il cui punteggio è stato usato come fattore di normalizzazione per tutte le BCorp, è LORF S.B. Srl, startup innovativa fondata nel 2017. I punteggi dei due casi più estremi, quello più omogeneo e quello più disomogeneo, sono rappresentati in Tabella 4.4. Appare interessante osservare che, sebbene i punteggi di LORF S.B. srl siano molto disomogenei, l'organizzazione è comunque riuscita a totalizzare un risultato notevole, ampiamente sopra il *benchmark* degli 80 punti. D'altro canto, ComfTech srl ha realizzato un punteggio complessivo inferiore e di poco sufficiente per il conseguimento della certificazione. Tuttavia, i singoli punteggi delle diverse sezioni sono molto vicini alla media stimata per tale impresa che si assesta a 16,3 punti.

<b>BCorp</b>	<b>ComfTech srl</b>	<b>LORF S.B. srl</b>
Totale	81,7	95,5
Governance	16,3	20,3
Workers	19,5	0
Community	13,9	69,5
Environment	14,9	4,4
Customers	16,9	1,3

*Tabella 4.4 - Confronto tra i punteggi delle BCorp con coefficiente di variabilità minore e maggiore*

In Figura 4.15 sono riportati i coefficienti di variabilità dei punteggi nelle diverse sezioni del BIA raggruppati in intervalli 0,1 punti ciascuno. Quello che si evince dal diagramma è che la distribuzione ha un picco tra valori dell'indice compresi tra 0,4 e 0,6. Questo significa che la maggior parte delle BCorp ha riscontrato punteggi significativamente variabili tra una sezione e l'altra. Questa disomogeneità può risultare fuorviante in certe circostanze in quanto non permette ad uno *stakeholder* di capire in modo chiaro e preciso quale sia l'impatto generato da un'organizzazione solo sulla base del suo punteggio nel BIA. Considerando che la peculiarità di questo standard di valutazione è quella di fornire uno strumento di confronto della performance sociale e ambientale di diverse imprese, questa disomogeneità di punteggi risulta essere una forte limitazione. Prendiamo per esempio due imprese concorrenti che hanno totalizzato lo stesso risultato numerico complessivo nel BIA ma coefficienti di variabilità molto diversi, per esempio 0,1 e 0,8. Nel primo caso significa che i singoli punteggi sono molto omogenei e si discostano mediamente del 10% rispetto alla media aritmetica. Nel secondo scenario invece variano in modo più significativo in quanto si possono discostare dell'80% rispetto alla media aritmetica. Sebbene il risultato complessivo sia il medesimo per le due BCorp, appare evidente che la performance a livello di impatto sociale e ambientale della prima organizzazione sia più equilibrata e bilanciata rispetto alla seconda che, per esempio, può mostrare una sezione con un picco di punteggio molto elevato.



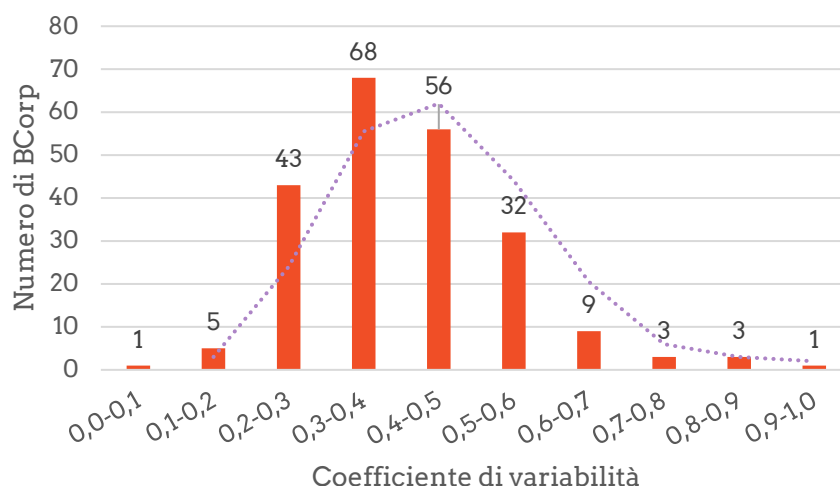


Figura 4.15 - Coefficiente di variabilità suddiviso in intervalli regolari

#### 4.6 Relazioni di impatto

I risultati della ricerca di tali documenti sono stati riportati in Figura 4.16 e sono stati calcolati collezionando i singoli file fino al 10 maggio 2023. Si può osservare che, rispetto al campione di 221 BCorp, circa il 71,5% ha pubblicato almeno una relazione di impatto sul proprio sito. Questo dato è significativamente maggiore rispetto al 31,3% stimato per le Società Benefit (aventi un sito web). Le motivazioni principali che giustificano questo risultato sono due. In primis, in quanto BCorp, queste imprese devono rispettare gli obblighi di reportistica e trasparenza imposti da BLab per il conseguimento della certificazione. In secondo luogo, la maggior parte di queste imprese hanno anche adottato lo status di Benefit che, secondo la normativa, prevede che annualmente venga pubblicato un report dell'impatto generato. Queste due condizioni sono molto vincolanti e di fatto costringono le BCorp a porre maggiore attenzione alla reportistica rispetto alle semplici Società Benefit non certificate.

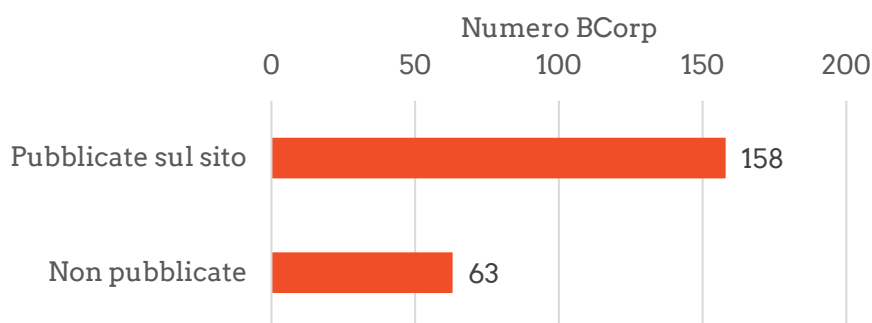
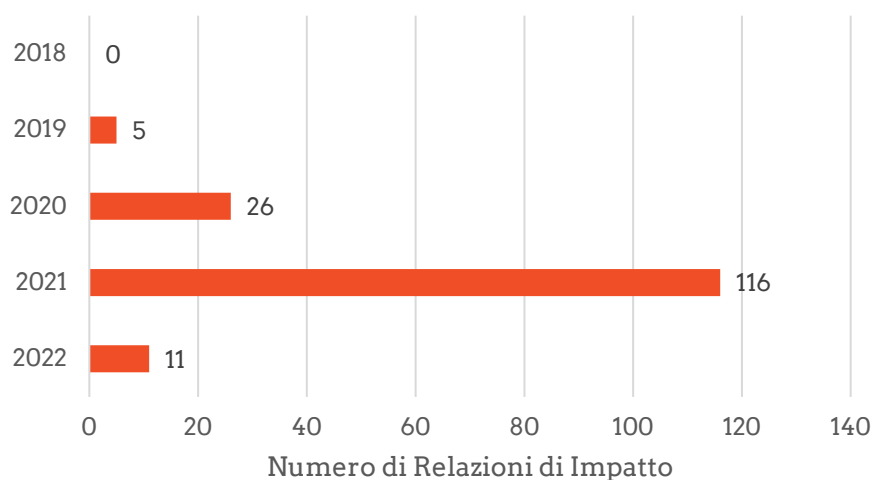


Figura 4.16 - Numero di relazioni di impatto pubblicate

Per quanto riguarda le relazioni non pubblicate, si è voluto capire perché tali documenti non fossero disponibili. Per fare ciò, sono state contattate privatamente via e-mail le singole imprese chiedendo accesso all'ultima relazione di impatto per fini didattici. Le risposte ottenute sono diverse e giustificano la mancata pubblicazione di tali documenti. Alcune imprese, avendo conseguito la certificazione BCorp da pochi mesi se non addirittura settimane, non avevano ancora compilato la prima relazione di impatto al momento della ricerca. Altre imprese, invece, hanno reso disponibile tali report a seguito della richiesta via e-mail. Altre invece hanno esplicitamente negato la divulgazione della relazione di impatto, ponendosi in contrapposizione ai principi di trasparenza che questo movimento rappresenta.

Dal punto di vista dell'anno di pubblicazione dell'ultima relazione di impatto, si è verificato che le BCorp sono puntuali tanto quanto le Benefit. Infatti, oltre il 96% dei report è datato tra il 2020 e il 2022, con il 2021 che risulta essere l'esercizio con la maggior percentuale di pubblicazioni: il 73,4%. I risultati di quest'analisi sono riportati in Figura 4.17.



*Figura 4.17 - Anno di pubblicazione della più recente relazione di impatto*

## 5. Analisi delle relazioni di impatto

Le relazioni di impatto devono rispettare gli obblighi di reportistica specificati in precedenza e sono di fatto il principale strumento che consente ad uno *stakeholder* di stabilire come si comporta una Società dal punto di vista sociale e ambientale. Ai fini di questa analisi sono stati presi in considerazione diversi aspetti delle relazioni di impatto, tra cui:

- Struttura del documento;
- Contenuti;
- Standard di valutazione esterno adottato;
- Presenza o meno di *Key Performance Indicators* (KPI).

Ove possibile sono mostrati i confronti tra i risultati ottenuti per le Società Benefit e per le BCorp, così da poter paragonare i due modelli.

### 5.1 Struttura della relazione di impatto

La struttura della relazione di impatto è variabile e non è soggetta a vincoli legislativi. Gli obblighi di reportistica, infatti, riguardano solo i contenuti da trattare.

La struttura può variare a seconda dello standard di valutazione esterna adottato e del contesto in cui si colloca l'impresa in esame. L'indice tipo è il seguente:

- Lettera introduttiva da parte dell'amministratore delegato o del presidente;
- Descrizione dell'impresa o del gruppo, con cenni storici e principali risultati economici degli ultimi anni;
- Descrizione dei motivi che hanno spinto l'impresa a diventare Benefit o a conseguire la certificazione BCorp. A questo si aggiunge la spiegazione di come si sia modificato lo statuto, di quali siano le finalità di beneficio comune scelte e lo standard di valutazione adottato;
- La descrizione dettagliata di ciascuna finalità di beneficio comune, descritta tramite le azioni applicate per perseguirle, declinate per ciascuna categoria di *stakeholder* (Governo d'Impresa, Lavoratori, Ambiente e Altri Stakeholder) e con gli indicatori (KPI) per la misurazione dell'impatto;
- Descrizione degli obiettivi futuri e delle azioni che si intendono mettere in atto nell'esercizio successivo;
- Nota metodologica.

Questa è la struttura "di base" a cui più spesso le Società Benefit e/o BCorp ricorrono. Appare evidente che ogni impresa può dare più importanza a una

sezione piuttosto che ad un'altra, variandone quindi la completezza e il grado di accuratezza sulla base della natura stessa dell'impresa.

A seconda dello standard di valutazione esterno adottato, possono essere necessarie delle sezioni aggiuntive. Per esempio, il GRI richiede che siano riportate due sezioni aggiuntive quali la mappatura degli *stakeholder* e l'analisi di materialità. La prima serve per stabilire con quali siano i soggetti che sono influenzati o influenzano l'organizzazione e che allo stesso tempo possono nutrire un interesse diretto o indiretto nelle sue attività e risultati. La mappatura di queste figure è importante perché consente all'impresa di comprendere meglio le loro aspettative, le loro preoccupazioni e le loro priorità. Gli *stakeholder* più classici sono [31]:

- Azionisti, soci o titolari;
- Collaboratori e dipendenti (con le proprie famiglie);
- Clienti e fornitori;
- Enti di controllo, Pubblica Amministrazione, Organismi Comunitari e Internazionali;
- Comunità locali;
- Ambiente e territorio;
- Generazioni future.

A seconda della sfera di influenza di ciascuna impresa, il numero e il potere dei propri *stakeholder* possono essere molto variabili. Questo processo di identificazione può essere realizzato attraverso interviste, sondaggi, workshop e analisi documentali [32].

La seconda sezione che viene introdotta nelle relazioni di impatto che usano come standard di valutazione esterno il GRI è l'analisi di materialità. Questa serve per rilevare quali sono gli aspetti più importanti di sostenibilità per l'impresa e per i suoi *stakeholder*. L'analisi di materialità viene svolta internamente e può essere riassunta in una matrice di materialità in cui si rapportano i singoli obiettivi al loro grado di rilevanza per l'impresa e per gli *stakeholder*. Così facendo, si ottiene una lista dettagliata delle attività da svolgere, suddivise per tema e importanza.

La mappatura degli *stakeholder* e l'analisi di materialità non sono obbligatorie per legge. Tuttavia, risultano essere due strumenti molto utili per i lettori delle relazioni di impatto per stabilire in modo chiaro come si rapporta l'impresa con i propri portatori di interesse, nonché per valutare quali siano gli obiettivi e l'operato della stessa.

## **5.2 Contenuti delle relazioni di impatto**

Dal punto di vista dei contenuti, le relazioni di impatto devono sottostare a dei vincoli imposti dalla normativa sulle Società Benefit, in particolare sulla reportistica [1]. Infatti, le finalità di beneficio comune vengono raggruppate a seconda dell'area di impatto che mirano a soddisfare. Le sezioni da affrontare per legge sono quattro: Governo d'Impresa, Lavoratori, Ambiente e Altri Stakeholder. In molte relazioni di impatto, l'ultima categoria viene divisa in due: Comunità e Clienti; al fine di allinearsi con la classificazione di B Lab.

A seconda della natura e delle caratteristiche di un'impresa, sono diverse le finalità di beneficio comune che può perseguire. Per scrivere le proprie relazioni di impatto, molte imprese si sono ispirate a "Il manuale delle BCorp – Usare il Business come Forza Positiva" di Ryan Honeyman in cui sono indicati suggerimenti e spunti su come affrontare il BIA e di conseguenza su come migliorare le pratiche sociali e ambientali della propria impresa [31]. Di seguito sono analizzati i contenuti delle relazioni di impatto divisi per sezione.

### **5.2.1 Governo d'impresa**

Il governo d'impresa viene valutato nelle relazioni di impatto tendenzialmente attraverso due macro-temi:

- Mission e coinvolgimento dei dipendenti;
- Trasparenza.

Generalmente nella mission di impresa sono compresi i valori su cui si basa la stessa. Per quanto riguarda le Benefit e le BCorp, tra questi principi viene sempre inclusa la sostenibilità, intesa in termini olistici, ossia dal punto di vista economico, sociale e ambientale. È importante che sia presente anche un coinvolgimento dei dipendenti nei valori della impresa, che devono dividerli e rispettarli. Dal punto di vista pratico, ciò che è emerso dallo studio delle relazioni di impatto è che, una delle prime azioni messe in atto dalle Società Benefit e dalle BCorp in termini di governo d'impresa, è la modifica del proprio statuto con l'aggiunta delle finalità di beneficio comune che si intende perseguire. Queste, essendo poste al pari della generazione di profitto, devono essere rese note ai dipendenti dell'impresa, i quali ne possono favorire il raggiungimento. Allo stesso tempo, il personale deve essere formato e messo nelle condizioni di soddisfare i nuovi requisiti stabiliti dallo statuto, pertanto le Benefit e le BCorp si impegnano a fornire corsi di formazione sui suddetti temi. Sono frequenti anche gli incentivi e i bonus legati ai raggiungimenti degli obiettivi ambientali e sociali, oltre a quelli economici. In tutto questo è importante comunicare frequentemente con gli

*stakeholder* interni ed esterni all'impresa per poter valutare i progressi fatti rispetto alla missione stabilita.

In termini di trasparenza, viene dato molto peso alla condivisione di alcuni dati finanziari con i propri dipendenti come i bilanci, i profitti e le perdite. La redazione di report annuali che rendicontino le performance economiche, sociali e ambientali dell'impresa è molto diffusa e utile per rendere partecipi e coinvolti i dipendenti e i consumatori. In questa direzione, è frequente l'adozione di standard di rendicontazione per stabilire dei parametri interni all'impresa da utilizzare come valori di riferimento per controllare i progressi nelle performance.

### **5.2.2 Lavoratori**

Ciascuna impresa si comporta con i propri dipendenti in modo unico, a seconda del tipo di settore in cui opera, delle dimensioni e della posizione geografica. Le pratiche possono variare sensibilmente ma, in generale, si possono raggruppare in tre macro-temi:

- Compensi e benefit
- Ambiente di lavoro;
- Partecipazione nella proprietà dell'impresa da parte dei dipendenti.

Le Società Benefit e/o BCorp sono molto attente a compensi e benefit. Diversi studi dimostrano forti correlazioni tra il flusso di cassa generato e la spesa per il personale (stipendi, formazione, sicurezza...) [34]. Le azioni più comuni che vengono riportate nelle relazioni di impatto sono le seguenti. In primis vengono condotti studi per capire se gli stipendi praticati dall'impresa sono superiori o inferiori rispetto a quelli dei concorrenti, a parità di settore di appartenenza. Internamente si cerca di stabilire il rapporto tra il salario del dipendente più pagato e quello meno pagato, di modo da contenere e ridurre questo gap. Un'altra azione molto frequente è l'estensione degli stessi benefit e bonus a tutti i dipendenti. Ove possibile, si cerca di garantire a tutti i dipendenti uno stipendio sufficiente a vivere dignitosamente, sia nel caso di contratti a tempo indeterminato che determinato, e maggiore del salario minimo contrattuale. Dal punto di vista della crescita professionale, viene offerta formazione multisettoriale nonché vengono sviluppati percorsi di carriera per ciascuna figura professionale.

Molta importanza viene data all'ambiente lavorativo che deve essere stimolante e piacevole per i dipendenti. Diversi studi hanno dimostrato la presenza di una correlazione positiva tra la soddisfazione e la motivazione dei lavoratori e le performance economiche dell'organizzazione [35]. Sono frequenti le imprese che offrono programmi di salute e benessere interni per

la gestione dello stress, dell'equilibrio vita-lavoro e della salute mentale, nonché corsi di fitness piuttosto che attività sportive. Molta attenzione viene posta anche all'inclusività sul luogo di lavoro. Fornire equo accesso alle opportunità lavorative, promuovere la diversità di prospettive e idee permettono di aumentare la soddisfazione dei dipendenti. È importante che il team di lavoro sia eterogeneo da diversi punti di vista come, per esempio, il genere, l'età, l'orientamento religioso e l'etnia. È stato dimostrato in diversi studi che la diversità può migliorare le redditività del capitale proprio di un'organizzazione [36]. Un'altra pratica molto diffusa è la distribuzione del manuale che spiega i principi su cui si basa l'impresa, le sue aspettative per il futuro e per i propri dipendenti, gli obblighi legali, i diritti e i doveri. Similmente, vengono di frequente condotti dei questionari anonimi di soddisfazione e coinvolgimento per stabilire quale sia l'umore dei lavoratori ed eventuali situazioni di malessere. Le imprese Benefit e/o BCorp, inoltre, regolarmente stimano i dati riguardanti il turnover, la diversità e l'inclusività di modo da avere un quadro chiaro e dettagliato della situazione interna e di come si è evoluta nel tempo. Un altro aspetto a cui viene data molta importanza nelle più recenti relazioni di impatto, in virtù dei cambiamenti che la pandemia COVID-19 ha portato nella nostra società, è lo *smart-working*. In particolare, si cerca di dare più flessibilità possibile ai dipendenti, di modo che possano avere controllo sui propri orari. Questo in genere produce maggiore soddisfazione, riduce lo stress in quanto permette ai lavoratori di coniugare in modo migliore la sfera privata con quella professionale.

Da molte relazioni di impatto è emersa anche una certa attenzione verso il rendere soci i dipendenti più meritevoli (*profit sharing, stock option*). Quest'azione può portare aumenti della produttività e della motivazione, nonché può attrarre e mantenere giovani talenti in cerca di imprese in cui e con cui crescere.

In conclusione, le Società Benefit e le BCorp danno molta importanza ai propri dipendenti e in particolare al loro benessere. Tenere alte le motivazioni e il coinvolgimento è fondamentale per la crescita a livello economico e umano dell'impresa, nonché per attrarre giovani talenti in cerca di ambienti lavorativi stimolanti e competitivi.

### **5.2.3 Ambiente**

Per quanto concerne l'ambiente, sono quattro i macro-temi che vengono trattati nelle relazioni di impatto e che servono alle Società Benefit e alle BCorp per dimostrare di essere virtuose da quanto punto di vista. In particolare, i temi sono:

- Energia, acqua e risorse;
- Emissioni e rifiuti;
- Impianti produttivi;
- Trasporti, logistica e filiera.

Dal punto di vista dell'utilizzo e della gestione corretta delle materie prime, tra le Società Benefit e le BCorp è comune parlare di *Life Cycle Assessment* (LCA) dei propri prodotti, ossia l'analisi del ciclo di vita di un bene, a partire dalla sua fabbricazione per arrivare al suo recupero e allo smaltimento dei suoi componenti. Un chiaro LCA dei prodotti di un'impresa serve per quantificare l'impatto complessivo che viene generato e riversato sull'ambiente. È necessario tenere conto della raccolta delle materie prime, del loro trasporto, della fabbricazione del prodotto finito, degli imballaggi e degli scarti di produzione, della vita media del prodotto finito nonché del suo recupero e del suo smaltimento. Alcuni dei principali vantaggi che si possono conseguire dopo aver completato il LCA di un prodotto sono: la riduzione dell'impatto ambientale di alcune fasi di produzione, la diminuzione degli scarti, dei costi e il miglioramento dell'immagine attraverso un flusso di produzione più responsabile e consapevole.

In termini di emissioni e di rifiuti, è emerso che tra le Società Benefit e le BCorp sono diffuse diverse pratiche virtuose. Per quanto riguarda l'impronta carbonica, viene monitorata la quantità di emissioni di gas ad effetto serra (*Greenhouse gases* (GHG)) associate direttamente o indirettamente ad una determinata impresa. Queste sono divise sulla base della loro provenienza in *Scope 1, 2 e 3* [37].

Le emissioni di tipo *Scope 1* sono quelle dirette, ossia quelle imputabili alle fonti di proprietà o comunque controllate dall'impresa. Queste includono ogni fase della produzione nonché le fonti energetiche in loco nelle loro svariate forme: dal gas naturale al carburante per la flotta aziendale, dalle combustioni alle refrigerazioni.

Le emissioni *Scope 2* invece sono quelle indirette, legate all'energia acquistata come l'elettricità, il vapore, il calore o il raffreddamento generati esternamente e consumati internamente all'impresa.



Le emissioni *Scope 3* infine sono quelle inerenti ai beni non posseduti o controllati dall'impresa ma che riguardano la filiera a monte e a valle. Monitorare e limitare le emissioni, di qualsiasi tipo, è fondamentale per una questione ambientale di cambiamento del clima ma anche per creare un'immagine responsabile e sostenibile nei confronti dei consumatori e dei clienti.

Per quanto riguarda gli stabilimenti e gli impianti produttivi, sono diverse le pratiche virtuose in termini ambientali che le imprese benefit e BCorp mettono in atto. Per esempio, sono frequenti i casi in cui vengono condotte delle analisi interne per stabilire l'efficienza energetica, idrica e delle risorse utilizzate. È importante che risultati di questi studi vengano resi pubblici, per garantire la trasparenza con tutti gli *stakeholder*. In termini di efficienza le soluzioni più diffuse riguardano l'adozione di sistemi di illuminazione più performanti (LED, luce naturale, sensori di presenza) e di macchinari e strumentazione meno energivori (modalità riposo automatiche, timer). In termini di energia consumata, si cerca dove possibile di favorire soluzioni rinnovabili come il fotovoltaico, biomassa, mini-eolico e il riscaldamento tramite impianto solare termico. In alternativa, qualora non fosse possibile generare in loco la propria energia rinnovabile, le imprese benefit e BCorp frequentemente aderiscono a progetti di *carbon offsetting*, ossia compensano la propria impronta carbonica supportando imprese che, tramite i propri servizi e/o prodotti, assorbono o evitano un pari quantitativo di emissioni di gas clima alteranti. Il meccanismo si basa sull'acquisto di crediti di carbonio dove un credito corrisponde a una tonnellata di anidride carbonica compensata da imprese e/o progetti esterni.

Dal punto di vista della logistica e dei trasporti legati alle attività di una Società Benefit e/o BCorp, la tendenza è sempre quella di incoraggiare il monitoraggio delle risorse impiegate in ciascuna fase della catena produttiva. L'obiettivo è sempre quello di minimizzare gli sprechi, di modo da garantire un approccio sostenibile e rigenerativo anche nelle fasi di distribuzione e trasporto del prodotto finito o del servizio erogato.

#### **5.2.4 Altri Stakeholder**

In questa categoria ricadono i rimanenti *stakeholder*. In particolare, vengono valutate le pratiche virtuose con cui l'impresa si relaziona con i propri fornitori e clienti, con il territorio e con le comunità locali. Vengono prese in considerazione le opere di volontariato, le donazioni e, in generale, tutte le azioni che mirano a uno sviluppo del contesto locale in cui è posizionata l'impresa.

Da questo punto di vista, si possono analizzare cinque macro-argomenti che risultano essere tra i più frequenti nelle relazioni di impatto delle Società Benefit e delle BCorp. In particolare, questi sono:

- Creazione di nuovi posti di lavoro;
- Diversità e inclusione;
- Impegno civico;
- Coinvolgimento nella comunità locale;
- Distributori e fornitori.

In termini di assunzioni, è frequente tra le Società Benefit e le BCorp l'impegno nel creare nuovi posti di lavoro adatti alla popolazione locale che, di conseguenza, permette una minimizzazione degli spostamenti e del consumo di carburante. Ove possibile, vengono creati posti di lavoro anche per soggetti cronicamente disoccupati come senz'altro, ex detenuti o ragazzi a rischio.

Per quanto riguarda il tema della diversità e dell'inclusione, è emerso che viene data molta importanza all'eterogeneità dei componenti dell'impresa. In ciascuna funzione aziendale si cerca di aumentare il numero di donne, soprattutto nelle posizioni apicali e nel Consiglio di Amministrazione. Diversi studi hanno dimostrato che un'ambiente lavorativo eterogeneo, con figure femminili a livello dirigenziale, può generare rendimenti del capitale proprio maggiori oltre a creare benefici in termini di miglioramento dei rapporti tra dipendenti [38].

A livello di impegno civico, le Società Benefit e le BCorp risultano essere molto attente alle opere di volontariato in favore delle comunità e associazioni locali. Sono frequenti i casi in cui vengono concesse giornate stipendiate dall'impresa in cui i dipendenti possono concentrarsi su attività libere di volontariato presso organizzazioni di loro scelta. Spesso vengono formate delle partnership con enti locali per favorire tali attività in specifiche direzioni. Similmente le imprese si impegnano anche in termini di donazioni di carattere economico piuttosto che di prodotti e merci.

Viene data molta importanza anche all'inserimento dell'impresa nella comunità locale, inteso dal punto di vista dell'acquisto delle materie prime, dei servizi e dei prodotti che vengono acquistati nelle prossimità dell'area di competenza dell'impresa. Supportare le realtà locali è utile perché permette di concentrare gli investimenti in una zona specifica di territorio, accrescendone la ricchezza e lo sviluppo.

Per quanto concerne i distributori e i fornitori, le Società Benefit e le BCorp nelle proprie relazioni di impatto mettono in evidenza le azioni che gli

permettono di creare un rapporto sano con questi collaboratori. In primis, si cerca di scegliere fornitori e distributori che condividano i valori dell'impresa e che pertanto rendano omogenea l'intera filiera in questione dal punto di vista dei valori. Oltre a questo, quando possibile, si cerca di favorire la trasparenza a ciascun livello, di modo da poter evidenziare eventuali criticità e aree di miglioramento. Nei casi in cui le materie prime provengano dall'estero, in particolare da paesi in via di sviluppo, è importante che l'intera filiera a monte dell'impresa sia rispettosa dell'ambiente e delle persone. I consumatori sono sempre più interessati a conoscere la provenienza dei prodotti che acquistano perché vogliono assicurarsi che siano stati fabbricati nel rispetto dei principi e valori che caratterizzano la nostra società [39].

### **5.3 Key Performance Indicators (KPI)**

I *Key Performance Indicators* (KPI) sono un insieme di indici e di misure quantificabili che un'impresa utilizza per valutare le proprie performance nel tempo [40]. Queste metriche sono adottate in diversi ambiti di prestazione di un'impresa. La loro importanza è dovuta al fatto che consentono di stabilire e monitorare i progressi di un'impresa in relazione agli obiettivi che questa si è posta. Esistono centinaia di KPI che possono essere catalogati sulla base di diversi criteri. Per esempio:

- Struttura del mercato e trend;
- Governo d'impresa;
- Performance economica e finanziaria;
- Operations;
- Impatto socioeconomico;
- Impatto ambientale.

In questo caso, si è cercato di adottare sei macro-categorie che potessero raggruppare tutti i KPI utili per un'impresa, ossia quelli in grado di valutarne le performance in modo pervasivo tra i suoi settori di competenza.

Per quanto riguarda le Società Benefit e le BCorp, i KPI sono alcuni degli strumenti che maggiormente rendono le relazioni di impatto utili e credibili. Infatti, questi indici permettono al lettore di avere una rappresentazione tangibile e numerica delle performance di un'impresa nel tempo, che consenta di valutare miglioramenti, fare confronti con altre imprese e stabilire quante risorse impiega nel perseguimento degli obiettivi specificati. Appare evidente che, sulla base della natura e delle caratteristiche di un'impresa, si sceglieranno alcuni KPI piuttosto che altri. Pertanto, la scelta di quali indici adottare risulta molto eterogenea tra le singole relazioni di impatto e varia a seconda del settore di appartenenza dell'impresa, della collocazione

geografica, delle dimensioni, nonché dai valori condivisi. Inoltre, nel caso delle Società Benefit e delle BCorp, i KPI si allineano con le finalità di beneficio comune e diventano uno strumento di verifica del perseguimento di tali obiettivi.

Nel presente paragrafo si è cercato di riportare schematicamente i KPI più comuni tra le Società Benefit e BCorp italiane, sulla base di quanto è emerso dallo studio delle loro relazioni di impatto. Si sono voluti evidenziare gli indici più frequentemente adottati, quelli più significativi e quelli più originali. Per comodità, si è deciso di catalogare i KPI in tre macro-categorie: economica, ambientale e sociale.

Dal punto di vista economico e finanziario, molti indici vengono presi direttamente dal bilancio di ciascuna impresa. I KPI in questione sono espressi come rapporti che esprimono alcune caratteristiche della gestione e della struttura patrimoniale. In generale, questi indici caratterizzano la redditività netta, operativa, la liquidità e la struttura finanziaria dell'impresa. Di questo insieme, i KPI più frequentemente impiegati sono i seguenti:

- Redditività del capitale proprio (ROE);
- Redditività del capitale investito (ROA);
- Rapporto di indebitamento;
- Onerosità del capitale di credito;
- Redditività delle vendite (ROS);
- Rotazione del capitale investito (turnover);
- Rotazione dei crediti;
- Capitale circolante netto;
- Fatturato;
- Costi e ricavi;
- Investimenti in innovazione e in nuovi asset.

Per quanto riguarda la sfera ambientale, invece, i principali KPI riguardano diversi temi, tra cui: la riduzione delle emissioni, l'aumento dell'uso delle rinnovabili, la gestione delle risorse naturali e il tema dei rifiuti. I principali indici impiegati sono i seguenti:

- Consumi energetici totali annui (kWh, MWh);
- Consumi energetici totali annui per fonte primaria;
- Produzione di energia da fonti rinnovabili;
- Grado di incidenza dell'energia da fonti rinnovabili sul totale dei consumi;
- Consumi di acqua totali annui;
- Emissioni di gas clima alteranti e/o ozono lesivi (tonnellate per anno);
- Emissioni di anidride carbonica CO<sub>2</sub> per unità prodotta;

- Livelli di inquinamento acustico diurno e notturno;
- Quantità di rifiuti smaltiti (tonnellate);
- Quantità di rifiuti riciclati (tonnellate);
- Merci pericolose movimentate (tonnellate);
- Riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> da efficientamento energetico (tonnellate/anno);
- Numero di veicoli elettrici della flotta aziendale;
- Rigenerazione urbana (m<sup>2</sup> ripristinati);
- Riforestazione (alberi piantati).

Per quanto concerne il personale, i KPI sono diversi e variano dalle caratteristiche dei singoli gruppi di lavoratori all'interno dell'impresa, alle ore di formazione fornita, passando per la sicurezza e la tipologia di contratti erogati. In questo ambito gli indici risultano essere innumerevoli e molto variegati. In seguito, viene riportata una lista contenente i più comuni KPI in ambito sociale, trovati consultando le relazioni di impatto delle Società Benefit e delle BCorp. I principali indici sono:

- Numero di dipendenti;
- Dipendenti per età e anzianità media;
- Dipendenti per tipologia di contratto;
- Dipendenti per genere;
- Dipendenti per titolo di studio;
- Ore di formazione e numero di corsi di formazione/aggiornamento erogati;
- Numero di infortuni sul lavoro;
- Grado di soddisfazione del personale;
- Tasso di turnover;
- Numero di dipendenti che possiedono quote dell'impresa;
- Parità di stipendi tra uomini e donne, a parità di ruolo;
- Congedi di maternità concessi;
- Donazioni;
- Adesione a progetti di volontariato e/o attività a favore della comunità locale;
- Benefit per i dipendenti;
- Benefit per i figli e i parenti dei dipendenti;
- Rimborsi spese erogati.

Le caratteristiche di una Società Benefit piuttosto che di una BCorp, la possono rendere più affine a certe pratiche piuttosto che altre. La scelta dei KPI da introdurre nella propria relazione di impatto deve essere allineata con i valori e con gli obiettivi dell'impresa stessa che, di conseguenza, vi deve investire tempo, risorse e personale. A prescindere dalla scelta dei singoli KPI

che rimane specifica della singola impresa, una relazione di impatto supportata da tali indicatori diventa uno strumento molto efficace per dare un'immagine credibile dell'impresa al pubblico. Per esempio, per un cliente può risultare fondamentale sapere in che modo opera l'impresa di cui vuole comprare i prodotti, perché ne condivide i valori. Similmente, un giovane in cerca di un posto di lavoro ha la possibilità di stabilire se l'impresa in questione rispecchia i suoi principi e, se le posizioni aperte dalla stessa sono valide e vantaggiose rispetto alle altre.

## 6. Casi di studio

In questa sezione sono presi in considerazione 12 casi studio di Società Benefit, certificate BCorp, che si sono particolarmente distinte in alcune sezioni del *Benefit Impact Assessment*.

I casi appartengono a diversi settori e diverse aree geografiche. La scelta delle imprese si è basata sui punteggi ottenuti nelle singole categorie del *Benefit Impact Assessment*. In particolare, ogni società analizzata mostra contemporaneamente una certa importanza in termini economici (dimensione/fatturato) che in termini socio-ambientali (punteggi elevati in una o più sezioni del BIA).

Le informazioni sono state raccolte dal database di BCorp, dalle relazioni di impatto 2021 e dai siti web delle singole imprese. In particolare, il sito di BCorp fornisce un elenco dettagliato di tutte le società italiane che hanno conseguito la certificazione, con i relativi punteggi e con le voci che hanno contribuito al risultato totale. Le relazioni di impatto dei 12 casi studio sono del 2021 e spiegano in che modo le singole imprese hanno perseguito le finalità di beneficio comune definite nel proprio statuto. Inoltre, per completare l'analisi, sono state prese informazioni anche dai siti web delle singole imprese e dai profili LinkedIn.

Per ogni caso di studio, sono stati riportati due grafici. Il primo è un grafico "a radar", ovvero un poligono a cinque lati, in cui viene rappresentata la distribuzione dei punteggi del BIA per ciascuna impresa. Un poligono di forma tendente a quella di un pentagono regolare rappresenta un'impresa i cui punteggi nelle varie sezioni del BIA sono simili. A livello pratico questo si traduce in un'omogeneità nel perseguimento del beneficio comune: lo stesso impegno viene applicato ad ogni categoria. Al contrario, un grafico caratterizzato da un picco rappresenta un'impresa con una voce del BIA predominante, che contribuisce significativamente al punteggio totale. In questo caso si tratta di imprese che presentano una vocazione particolare verso una specifica categoria del BIA. Questa preferenza nei confronti di una categoria può essere giustificata dalle caratteristiche e dalla natura dell'impresa stessa.

Il secondo grafico invece confronta il punteggio di ogni impresa/caso studio con le medie italiane per settore di appartenenza. BLab suddivide le BCorp nei seguenti cinque macrosettori:

- Agriculture/Growers;
- Manufacturing;
- Service with Minor Environmental Footprint;

- Service with Significant Environmental Footprint;
- Wholesale/Retail.

A partire dalle 221 BCorp in Italia ottenute dal sito di BLab fino al 10 maggio 2023, sono stati ricavati cinque sottogruppi, uno per ogni macrosettore. Per ciascun insieme sono state calcolate le medie di punteggio per ogni sezione del BIA che sono state successivamente confrontate con i risultati dei singoli casi studio.

In questa analisi si è voluta dare particolare rilevanza importanza alla categoria *Environment* del *Benefit Impact Assessment*. Molte di queste imprese appartengono al settore manifatturiera e sono caratterizzate da fatturati e numero di dipendenti molto elevati. Pertanto, si è assunto che il loro impatto economico, sociale e ambientale sia più importante rispetto, per esempio, a PMI nel settore della consulenza e/o informatico. Allo stesso tempo, la dimensione di queste imprese consente loro di avere più margine di manovra per poter generare impatto positivo e/o minimizzare quello negativo da loro creato.

I 12 casi studio con le relative peculiarità sono i seguenti:

- Aboca SpA Società Agricola
- Alessi SpA Società Benefit
- Alisea Srl Società Benefit
- Gruppo Chiesi SpA
- Davines SpA
- D-Orbit SpA
- D'orica Srl Società Benefit
- Fratelli Carli SpA Società Benefit
- Illycaffè SpA
- Mondora Srl Società Benefit
- Novamont SpA
- Zordan Srl Società Benefit



## 6.1 Aboca SpA Società Agricola



	<b>Aboca SpA Società Agricola</b>
<b>Settore di appartenenza</b>	Coltivazione di spezie, piante aromatiche e farmaceutiche
<b>Sede</b>	Sansepolcro (AR)
<b>Fatturato (2021)</b>	174.500.000€
<b>Numero di dipendenti (2021)</b>	1.426
<b>Anno di fondazione</b>	1978
<b>Anno di trasformazione in SB</b>	2018
<b>Anno di conseguimento della certificazione BCorp</b>	2019

Tabella 6.1 - Caratteristiche di Aboca SpA Società Agricola

### Descrizione

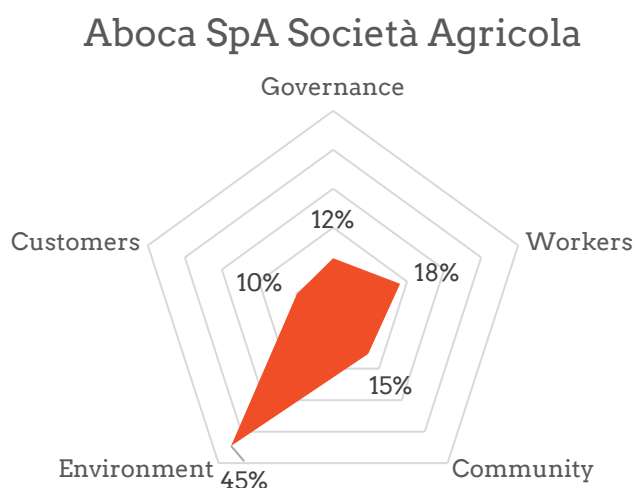
Il Gruppo Aboca è una nota impresa italiana nel settore della salute, specializzata nella produzione di prodotti naturali e biodegradabili. Fondata nel 1978 ad Aboca, una frazione di Sansepolcro, l'impresa si distingue per la sua attenzione al benessere delle persone e alla salvaguardia dell'organismo e dell'ambiente. I prodotti Aboca sono formulati senza l'uso di conservanti o eccipienti di sintesi, che sono sostanze inerti prive di proprietà terapeutiche. Inoltre, l'intera filiera produttiva di Aboca è verticalmente integrata e si basa sull'uso esclusivo di ingredienti naturali, sia nel settore agricolo che in quello farmaceutico. Il Gruppo Aboca si impegna in diverse attività, tra cui la ricerca intersettoriale, lo sviluppo di nuovi prodotti rigorosamente naturali e biodegradabili, la produzione agricola, industriale e farmaceutica, la distribuzione dei prodotti finiti e la comunicazione per favorire la condivisione di valori e conoscenze con i clienti. Questo approccio olistico riflette la visione fondante dell'impresa, secondo cui la salute umana deve essere in equilibrio con la salute della natura, e viceversa.

Grazie ai suoi principi distintivi e alla qualità dei suoi prodotti, Aboca è diventata una delle imprese leader in Italia nel campo dei prodotti a base di erbe medicinali ed è riconosciuta a livello internazionale. Nel 2018, Aboca ha adottato lo status di Società Benefit, modificando il proprio statuto per integrare l'impegno sociale e ambientale nei suoi obiettivi impresali. Nel 2019, l'organizzazione ha ottenuto la prestigiosa certificazione BCorp, grazie all'elevato punteggio ottenuto nel BIA, che valuta l'impatto sociale e ambientale delle imprese.

In linea con quanto scritto nella relazione di impatto del 2021, Aboca gestisce oltre 1700 ettari di terreni coltivati biologicamente in Umbria e Toscana. L'impresa conta su una forza lavoro di oltre 1400 collaboratori, di cui il 6% è impegnato in progetti di ricerca. La produzione annuale supera i 45 milioni di pezzi, distribuiti attraverso 69 linee di prodotti. Aboca svolge attivamente 131 attività di ricerca e sviluppo e opera in un mercato che si estende a 25 paesi in tutto il mondo.

Totale	112,7
Governance	13,7
Workers	20,4
Community	17,3
Environment	50,2
Customers	11,0

*Tabella 6.2 - Punteggi del più recente BIA (2020)*



*Figura 6.1 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Aboca SpA Società Agricola*

## Aboca SpA Società Benefit

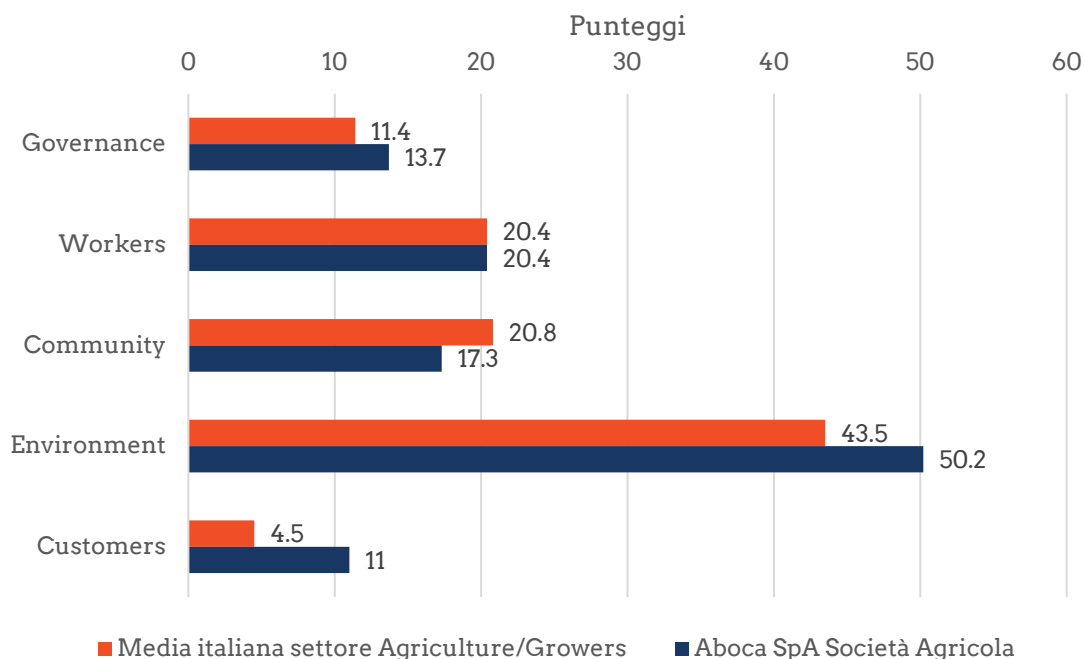


Figura 6.2 - Confronto tra i punteggi di Aboca SpA Società Agricola e la media italiana per settore

Il grafico a radar con i punteggi del BIA di Aboca di Figura 6.1, ci permette di fare alcune considerazioni sull'impresa. La sezione *Environment* si distingue dalle altre grazie a un punteggio di 50,2 punti che, rispetto al totale di 112,7, contribuisce per circa il 45%. Tenendo conto che il *benchmark* per il conseguimento della certificazione è di 80 punti, questo risultato appare ancora più notevole.

Per quanto riguarda le altre quattro sezioni del BIA di Aboca, possiamo osservare un certo grado di omogeneità dei punteggi. Le sezioni *Governance*, *Workers*, *Community* e *Customers* hanno totalizzato dei punteggi che oscillano tra un minimo di 11 punti e un massimo di 20,4. In termini percentuali, questo range si estende tra il 10% e il 18%, dimostrando ulteriormente un buon grado di equilibrio tra le varie sezioni, in particolare se confrontato con le medie italiane per settore di competenza.

### Punto di forza: *Environment*

In linea con quanto riportato nella propria relazione di impatto del 2021, Aboca è molto attenta nei confronti dell'ambiente verso cui si sforza di applicare pratiche virtuose e rispettose. Questa dedizione è stata confermata dall'elevato punteggio della sezione *Environment* del BIA che ha collocato Aboca tra le prime quattro imprese (con oltre 1000 dipendenti) al mondo per

punteggio in tale sezione nel 2021. In linea con quanto scritto nella relazione di impatto 2021, Aboca ha monitorato e rendicontato le proprie azioni a livello ambientale per poter dimostrare ai propri consumatori e, più in generale ai propri *stakeholder*, il suo impegno. A livello pratico, sono state messe in atto diverse azioni, tra cui:

- Coltivazione al 100% biologica che esclude l'utilizzo di sostanze di sintesi chimica come fertilizzanti, diserbanti, insetticidi, fitofarmaci e OGM;
- Monitoraggio e mitigazione dell'impronta idrica dell'impresa in ogni processo produttivo;
- Acquisto del 100% di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili a basso impatto (eolico e solare) certificate con Garanzia di Origine (GO), con conseguente riduzione di oltre 6.600 tonnellate di CO<sub>2</sub> emesse rispetto all'utilizzo di fonti di energia tradizionali e del 40% delle emissioni totali dell'impresa;
- Riqualificazione di immobili e bonifica di nuovi siti agricoli;
- Conversione della flotta impresale di veicoli verso soluzioni elettriche (3 veicoli elettrici, 17 ibridi, 2 colonnine di ricarica);
- Elevato tasso di recupero e raccolta dei rifiuti prodotti (3.343 tonnellate, circa il 92% del totale avviato a recupero), utilizzati per la generazione di fango palabile da convertire, tramite un'impresa partner, in biometano.

Questa gestione, attenta al mantenimento della biodiversità, è stata confermata da un punteggio di 95/100 secondo lo schema Biodiversity Alliance, ossia una certificazione che valuta il livello di agro-biodiversità. Questo si basa su valutazioni analitiche della qualità del suolo e delle pratiche effettuate all'interno dell'impresa e consente di stabilire il livello di biodiversità all'interno di uno specifico ecosistema agricolo.

Motivo di orgoglio per l'impresa stessa è la biodegradabilità del prodotto finito, ottenuta da Aboca tramite un'attenta supervisione della filiera di produzione verticalmente integrata. Viene effettuato un rigoroso controllo sulle diverse fasi di lavorazione del prodotto, senza processi o sostanze di sintesi, senza l'utilizzo di conservanti, derivati del petrolio e coloranti artificiali. Ogni fase di lavorazione è studiata per preservare la naturalità dei prodotti. In particolare, le erbe provengono da coltivazioni biologiche sottoposte a tecniche agronomiche volte a mantenere la sostanza organica del suolo e la sua agro-diversità. La fase di estrazione invece sfrutta unicamente solventi naturali come acqua e alcol ottenuti da grano biologico. La componente alcolica e quella acquosa vengono eliminate tramite evaporazioni a film sottile e liofilizzazione o spray-dying. Quindi nella fase di assemblamento, le frazioni e le polveri vengono composte per preparare il prodotto finito tramite tecniche brevettate e di proprietà di Aboca stessa.

## 6.2 Alessi SpA Società Benefit

# ALESSI

	<b>Alessi SpA Società Benefit</b>
<b>Settore di appartenenza</b>	Fabbricazione di stoviglie, pentolame, vasellame, attrezzi da cucina e altri accessori casalinghi non elettrici, articoli metallici per l'arredamento di stanze da bagno
<b>Sede</b>	Crusinallo di Omegna, Verbania
<b>Fatturato (2021)</b>	71.000.000€
<b>Numero di dipendenti (2021)</b>	284
<b>Anno di fondazione</b>	1921
<b>Anno di trasformazione in SB</b>	2020
<b>Anno di conseguimento della certificazione BCorp</b>	2017

Tabella 6.3 - Caratteristiche di Alessi SpA Società Benefit

### Descrizione

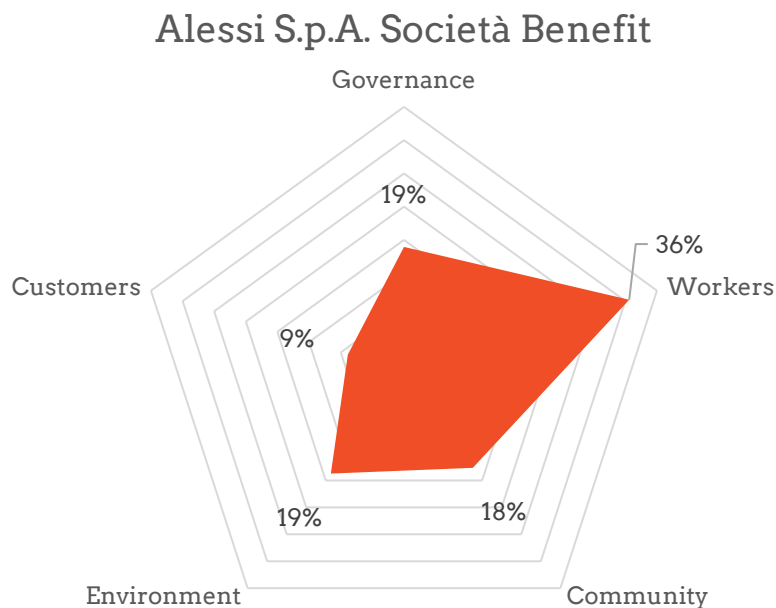
Alessi è un'impresa a conduzione familiare con una storia che risale ad oltre un secolo fa, essendo stata fondata nel 1921 a Crusinallo di Omegna sulle sponde del Lago d'Orta. L'impresa si è specializzata nella produzione di accessori dal design esclusivo per la casa e la cucina, utilizzando principalmente la lavorazione a freddo dei metalli. Nel corso degli anni, Alessi ha ampliato la propria produzione introducendo nuovi materiali come il legno, la porcellana, il vetro e la plastica.

Nel 2017, Alessi ha ottenuto la certificazione BCorp. Nel 2020, come risultato di un percorso intrapreso alcuni anni prima, l'impresa ha confermato il proprio impegno, modificando lo statuto e diventando una Società Benefit. L'obiettivo principale di Alessi è quello di creare oggetti in grado di suscitare emozioni nei clienti. Ogni oggetto va oltre la sua funzione pratica e porta con

sé caratteristiche che possono generare emozioni specifiche nelle persone che ne fanno uso. Pertanto, la filosofia di Alessi consiste nello sfruttare la differenza tra la funzione e la forma di un oggetto per suscitare una risposta emotiva nei clienti. Nella pratica, l'impresa riesce a combinare in modo eccellente design, estetica e funzionalità con la produzione industriale in serie. I prodotti Alessi sono considerati un connubio tra arte e industria, in cui si fondono creatività e produzione di alta qualità.

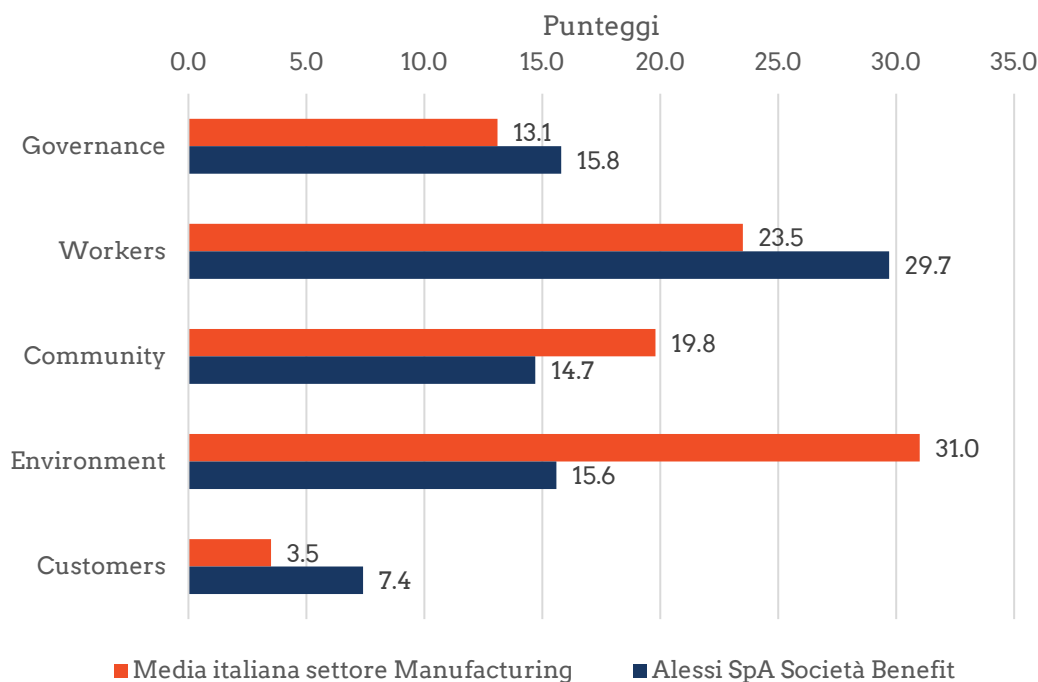
Totale	83,4
Governance	15,8
Workers	29,7
Community	14,7
Environment	15,6
Customers	7,4

*Tabella 6.4 - Punteggi del più recente BIA (2020)*



*Figura 6.3 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Alessi SpA Società Benefit*

## Alessi SpA Società Benefit



**Figura 6.4 - Confronto tra i punteggi di Alessi SpA Società Benefit e la media italiana per settore**

In occasione del primo conseguimento della certificazione BCorp, il punteggio è stato di 82,3 punti. Questo risultato è stato migliorato nel 2020, anno in cui sono stati raggiunti gli 83,4 punti totali.

Nel grafico radar di Figura 6.3 possiamo osservare i punteggi del BIA più recente. La sezione *Workers* risulta essere quella che contribuisce maggiormente al punteggio complessivo con 29,7 punti, ovvero circa il 36% del totale. Questo è dovuto ad una cultura del lavoro radicata nei principi dell'impresa e messa in atto dal personale stesso che può beneficiare di benefit economici e che lo rendono parte attiva. Le categorie *Governance*, *Community* e *Environment* risultano molto vicine in termini di punteggio percentuale appena sotto la soglia del 20%.

### **Punto di forza: *Workers***

Il punto di forza di Alessi rispetto al *benchmark* del BIA è l'area *Workers* che copre 29,7 punti sugli 80 necessari per ottenere la certificazione di impresa BCorp. Questo dato evidenzia l'attenzione che Alessi pone verso i propri dipendenti, nel rispetto della loro dignità, sicurezza e benessere sia come lavoratori sia come persone.

Per quanto riguarda il 2021, sono state diverse le iniziative messe in atto dall'impresa per essere all'avanguardia nella sezione *Workers*. Il personale Alessi nel 2021 è stato di 284 collaboratori, 4 in più rispetto all'esercizio precedente. Di questi, oltre il 95% può beneficiare di un contratto di lavoro a tempo indeterminato, con retribuzioni sensibilmente superiori alle medie settoriali. A questo vanno aggiunti circa 400.000 € di bonus variabili che nel 2021 hanno coinvolto 50 persone. Nello stesso anno sono state erogate 26 borse di studio per i figli dei dipendenti e gli straordinari su base volontaria sono praticamente decuplicati sia in termini di ore che di numero di persone coinvolte rispetto all'esercizio precedente.

Alessi si dimostra molto attenta ai giovani grazie agli 8 progetti di alternanza scuola lavoro implementati con 4 scuole differenti e al numero di nuovi under 30 inseriti (4) nell'anno. Rispetto al 2020, sono stati erogati anche più stage, 8 contro 5.

È stato inoltre incrementato il numero di persone che lavorano a temi di innovazione rispetto all'anno precedente grazie in particolare all'inserimento di nuovi manager. Un altro dato interessante è l'anzianità aziendale media che, nel caso di Alessi, è di oltre 17 anni. Questo indicatore rappresenta in modo chiaro e convincente di come l'ambiente di lavoro creato da Alessi sia sano e le persone siano coese. A livello di comunità invece, è interessante osservare che oltre 50 famiglie locali possono contare più di una generazione di lavoratori Alessi, ossia genitori e figli che si sono "passati il testimone", a dimostrazione del fatto che l'ambiente di lavoro creato dall'impresa è sano e stimolante.



### 6.3 Alisea Srl Società Benefit



	<b>Alisea Srl Società Benefit</b>
<b>Settore di appartenenza</b>	Fabbricazione di altri articoli nca (Industria manifatturiera)
<b>Sede</b>	Vicenza
<b>Fatturato (2021)</b>	8,3 milioni di euro
<b>Numero di dipendenti (2021)</b>	10
<b>Anno di fondazione</b>	1994
<b>Anno di trasformazione in SB</b>	2019
<b>Anno di conseguimento della certificazione BCorp</b>	2020

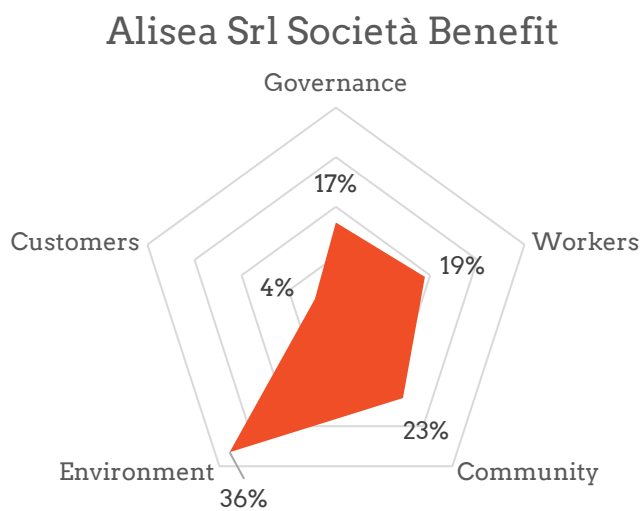
Tabella 6.5 - Caratteristiche di Alisea Srl Società Benefit

Alisea è un'impresa fondata nel 1994 a Vicenza, specializzata nella progettazione e produzione di oggetti di design per imprese e per il commercio al dettaglio. Ciò che rende Alisea unica è il suo approccio all'utilizzo di materiali di recupero e riciclo, spesso forniti direttamente dai clienti. L'impresa si impegna a creare prodotti che soddisfano tre caratteristiche fondamentali: un alto livello di design, essere Made in Italy e provenire da economie circolari. Uno dei gioielli di Alisea è lo *Zantech*, un materiale inventato e brevettato dall'impresa stessa, composto per l'80% da grafite di scarto proveniente da altre fabbriche. Lo *Zantech* ha dato vita alla famosa Perpetua, l'iconica matita di Alisea.

Nel 2019, Alisea ha scelto di diventare una Società Benefit per consolidare la propria vocazione e i propri principi. Successivamente, nel 2020, l'impresa ha conseguito la certificazione BCorp, unendosi alla rete di imprese virtuose e responsabili che condividono l'impegno per l'impatto sociale e ambientale positivo. Questi passi compiuti da Alisea dimostrano il suo costante impegno verso la sostenibilità, il riciclo e la creazione di oggetti di design unici, contribuendo allo sviluppo di un'economia circolare.

Totale	87,4
Governance	14,7
Workers	16,5
Community	20,2
Environment	31,9
Customers	3,9

*Tabella 6.6 - Punteggi del più recente BIA (2020)*



*Figura 6.5 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Alisea Srl Società Benefit*

## Alisea Srl Società Benefit

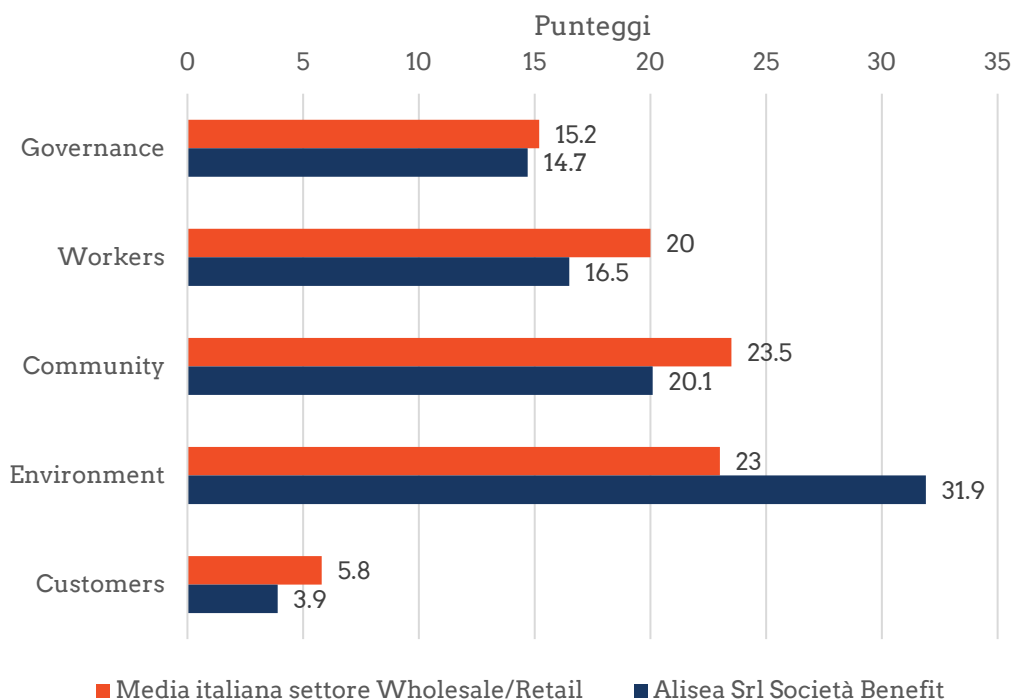


Figura 6.6 - Confronto tra i punteggi di Alisea Srl Società Benefit e la media italiana per settore

Nell'ultimo BIA, Alisea ha totalizzato 87,4 punti di cui 31,9, ossia circa il 36%, provengono dalla categoria *Environment*. Questo punteggio è dovuto all'attenzione che Alisea pone nel riciclo e nel riutilizzo delle risorse e al fatto che la propria produzione mitiga direttamente le esternalità negative, sotto forma di scarti di altre imprese e industrie. Seguono le categorie *Community* e *Workers* che contribuiscono rispettivamente con il 23% e il 19% al punteggio totale.

### Punto di forza: *Environment*

Il punto di forza, nonché peculiarità di Alisea è strettamente legato al concetto di economia circolare. L'obiettivo dell'impresa è, infatti, quello di progettare e produrre oggetti con le seguenti caratteristiche:

- Elevato grado di design;
- Produzione da materiali di scarto di altre industrie;
- Filiera interamente italiana.

È proprio sulla base di questi tre principi che si basa la filosofia di Alisea. Gli scarti di un'impresa diventano le materie prime per una successiva e così via. Un perfetto esempio di economia circolare.

Il prodotto più iconico e di successo lanciato dall'impresa è la *Perpetua*, l'unica matita al mondo realizzata con grafite completamente riciclata. La produzione della *Perpetua* si basa sugli scarti industriali di grafite. Questo materiale trova applicazione in diversi settori, tra cui la produzione di elettrodi per le industrie aeronautiche, spaziale, automotive e ferroviaria. Tramite un'attenta operazione di setaccio, la grafite viene recuperata da Alisea e utilizzata come principale materia prima per la propria produzione. Attraverso delle opportune lavorazioni, la grafite, che inizialmente è sotto forma di polvere, viene convertita in *Zantech* (brevetto di Alisea), un materiale che può scrivere su carta e in grado di interagire anche con schermi di tablet e smartphone (pennino capacitivo). Questo processo non necessita di vernici protettive o colle. Lo *Zantech* si presenta in forma granulare che permette, tramite un processo produttivo brevettato da Alisea stessa, la progettazione delle matite in modo molto più efficiente e veloce rispetto ai metodi tradizionali che usano il legno come involucro protettivo della mina in grafite. Per ogni *Perpetua* prodotta vengono consumati e riciclati circa 15 g di polvere di grafite che altrimenti finirebbe in discarica. Un'ulteriore caratteristica della *Perpetua* è la sua durabilità: con una singola matita è possibile scrivere per oltre 1100 km di tratto.

Oltre alla polvere di grafite, Alisea recupera altri materiali di scarto di altre industrie come, per esempio, trucioli di legno, metallo, circuiti elettrici vari, cavi e residui di produzioni alimentari. Alcuni prodotti prevedono l'utilizzo di resine per fissare e preservare gli scarti al loro interno, diventando raffinati oggetti di design.

## 6.4 Gruppo Chiesi SpA



	<b>Gruppo Chiesi SpA</b>
<b>Settore di appartenenza</b>	Fabbricazione di medicinali ed altri preparati farmaceutici
<b>Sede</b>	Parma
<b>Fatturato (2021)</b>	2.420.000.000 €
<b>Numero di dipendenti (2021)</b>	6440
<b>Anno di fondazione</b>	1935
<b>Anno di trasformazione in SB</b>	2018
<b>Anno di conseguimento della certificazione BCorp</b>	2019

Tabella 6.7 - Caratteristiche di Gruppo Chiesi SpA

### Descrizione

Il Gruppo Chiesi è un'impresa farmaceutica che opera nel settore da oltre 80 anni in circa 100 Paesi del mondo. L'obiettivo principale dell'impresa è quello di migliorare la vita dei propri clienti, lavorando in modo responsabile nei confronti della società e dell'ambiente. Il Gruppo Chiesi si dedica allo sviluppo e alla produzione di farmaci in tre aree principali:

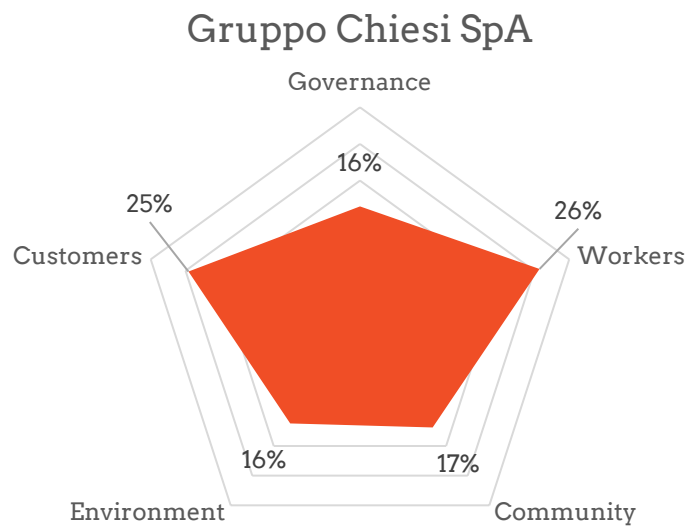
- AIR. Quest'area comprende prodotti e servizi volti a favorire il trattamento delle patologie respiratorie;
- RARE. Quest'area si concentra sui pazienti affetti da malattie rare o ultra-rare. Chiesi si impegna a sviluppare terapie avanzate e accessibili per soddisfare le esigenze specifiche di questi pazienti, contribuendo a migliorare le loro prospettive di vita;
- CARE. Quest'area comprende prodotti e servizi dedicati a supportare cure speciali fornite dal personale medico e automedicazioni rivolte ai consumatori.

Nel 2018, Chiesi ha assunto lo status di Società Benefit sia in Italia che negli Stati Uniti, diventando una *benefit corporation*, evidenziando la volontà

dell'impresa di generare valore non solo per il proprio business, ma anche per la società e l'ambiente. Nel 2019, dopo aver superato il BIA, Chiesi è diventata la più grande impresa farmaceutica ad ottenere la certificazione BCorp. Questo riconoscimento sottolinea il suo impegno nel perseguire l'eccellenza, l'impatto sociale positivo e la sostenibilità ambientale.

Totale	103,7
Governance	17,1
Workers	26,7
Community	17,5
Environment	16,8
Customers	25,5

*Tabella 6.8 - Punteggi del più recente BIA (2022)*



*Figura 6.7 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA del Gruppo Chiesi SpA*

## Gruppo Chiesi SpA

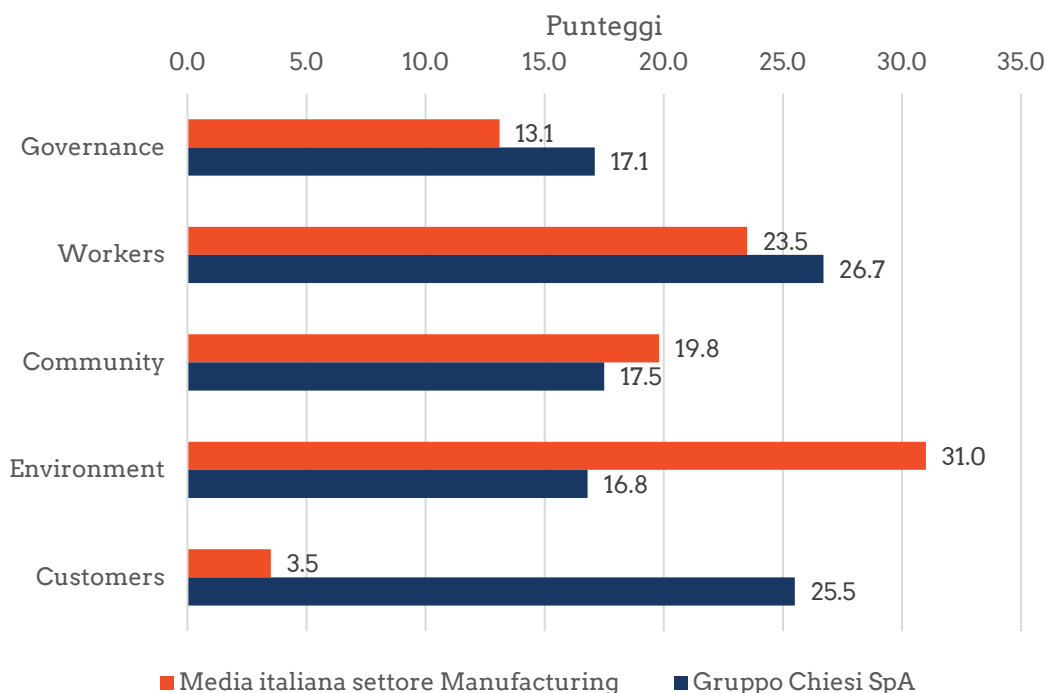


Figura 6.8 - Confronto tra i punteggi del Gruppo Chiesi SpA e la media italiana per settore

I punteggi delle singole sezioni del BIA del Gruppo Chiesi risultano essere molto equilibrati, come possiamo osservare nella Figura 6.7. Le categorie che hanno realizzato i risultati in valore assoluto migliori e peggiori sono rispettivamente la *Workers* ed *Governance* con 26,7 e 16,8 punti. In termini percentuali, le due sezioni pesano all'incirca per il 26% e 16% del totale.

Rispetto alle altre BCorp italiane del settore manifatturiero, possiamo osservare che Chiesi si distingue in particolare per la sezione *Customers* in cui ha totalizzato un punteggio pressoché sette volte maggiore rispetto alla media nazionale. Questo risultato è giustificato dall'attenzione che Chiesi pone nei confronti dei propri clienti. Uno degli obiettivi dell'impresa è quello di fornire ai propri pazienti delle soluzioni terapeutiche capaci di migliorare la loro salute e qualità di vita soprattutto per quanto concerne patologie respiratorie, neonatali, malattie rare e altre condizioni di salute difficili da trattare.

### Punto di forza: *Customers* e *Workers*

La voce *Customers* del BIA risulta essere molto interessante perché con 25,5 punti corrisponde a circa il 25% del punteggio totale. Per una realtà come Chiesi, ossia un'impresa leader nel settore farmaceutico a livello globale, questo risultato è sicuramente motivo di grande orgoglio e sintomo di

un'estrema attenzione e cura nei confronti dei propri consumatori, nonché pazienti.

La volontà da parte del Gruppo Chiesi di avere un impatto positivo sulle persone, migliorandone la salute, il benessere e la qualità della vita, si può verificare in quanto scritto nella relazione di impatto 2021 dell'impresa stessa. Per esempio, in tale documento vengono esplicitate le spese dedicate alla Ricerca e Sviluppo dell'impresa. Nel dettaglio, nel 2021 il 19,8% del fatturato è stato reinvestito in opere di R&D, in particolare per il 70,7% nell'area AIR, per l'8,4% in neonatologia, il 13,1% in malattie rare e il rimanente 7,8% in malattie specialistiche.

Per quanto riguarda i pazienti affetti da malattie rare e i loro *caregiver*, nel 2021 Chiesi ha cercato di dare continuità ai programmi di servizi a supporto per tali persone. Sono state messe in atto iniziative e collaborazioni per assicurare la consegna e somministrazione a domicilio di farmaci specifici per pazienti affetti da malattie rare.

Dal punto di vista della sicurezza e della qualità del prodotto, vengono effettuate azioni mirate di farmacovigilanza. Queste operazioni richiedono un rapporto stretto da parte dell'impresa con i singoli stakeholder, sia interni sia esterni. Le azioni di farmacovigilanza sono suddivise in tre unità principali: Office, Operations e Risk Management. Inoltre, tramite lo sviluppo del processo Robot Process Automation, è stata incrementata la digitalizzazione dell'impresa per le operazioni di estrazione e di categorizzazione delle informazioni sulla sicurezza relative ai medicinali Chiesi.

Per quanto riguarda il coinvolgimento dei pazienti, in quanto anch'essi *stakeholder*, vengono periodicamente effettuati sondaggi di soddisfazione e di materialità sui farmaci prodotti, oltre a progetti con le associazioni dei pazienti.

Similmente, la categoria *Workers* ha totalizzato 26,7 punti, ossia circa il 26% del totale. Questo risultato conseguito da Chiesi è giustificato dall'importanza che l'impresa pone verso il benessere e la crescita professionale dei propri dipendenti. Rispetto al totale di 6.146 dipendenti diretti di Chiesi nel 2021, 5.980 (circa il 97%) erano a contratto a tempo indeterminato mentre i restanti 166 (circa il 3%) erano temporanei. Tra il gruppo dei dipendenti con contratto a tempo indeterminato, il 54% era composto da donne.

Per quanto riguarda l'uguaglianza e la parità di genere, Chiesi si è impegnata su diversi fronti. In primis, grazie a un'operazione di monitoraggio delle retribuzioni aziendali, è stato identificato un gap medio non giustificato del 2,2% tra gli stipendi degli uomini e quelli delle donne. In secondo luogo,



tramite degli interventi di revisione salariale, si è cercato di colmare tale differenza per poter assicurare equità retributiva all'interno dell'impresa.

Sempre in ottica di raggiungimento della parità di genere sia a livello di retribuzione che di opportunità, Chiesi ha individuato nel 2021 diverse soluzioni da perseguire nel tempo. In fase di reclutamento è stato ideato un panel misto di intervistatori per evitare pregiudizi nel processo di selezione. Sono state anche incentivate politiche per la genitorialità e flessibilità dello *smart working* al fine di creare un ambiente di lavoro che supporti i propri dipendenti in ogni fase della vita familiare. Per quanto riguarda la carriera dei lavoratori, sono stati studiati diversi programmi di sostegno e monitoraggio per consentire ai colleghi di apportare cambiamenti positivi nei propri percorsi.

## 6.5 Davines SpA



	<b>Davines SpA</b>
<b>Settore di appartenenza</b>	Fabbricazione di profumi e cosmetici
<b>Sede</b>	Parma
<b>Fatturato (2021)</b>	192.000.000€
<b>Numero di dipendenti (2021)</b>	776
<b>Anno di fondazione</b>	1983
<b>Anno di trasformazione in SB</b>	2019
<b>Anno di conseguimento della certificazione BCorp</b>	2016

Tabella 6.9 - Caratteristiche di Davines SpA

### Descrizione

Davines, fondata nel 1983 a Parma, è un'impresa attiva nel settore della cosmetica professionale. Il Gruppo possiede due marchi distinti: *Davines* per l'haircare e *[comfort zone]* per lo skincare. Entrambi i brand sono specializzati nella creazione di prodotti di alta qualità e sostenibilità. La produzione di Davines si basa sull'utilizzo di materie prime di origine vegetale, unite a componenti non aggressivi e con un basso livello di tossicità. Questo approccio è unico nel suo genere poiché applicato a trattamenti complessi che richiedono formulazioni tecnicamente avanzate.

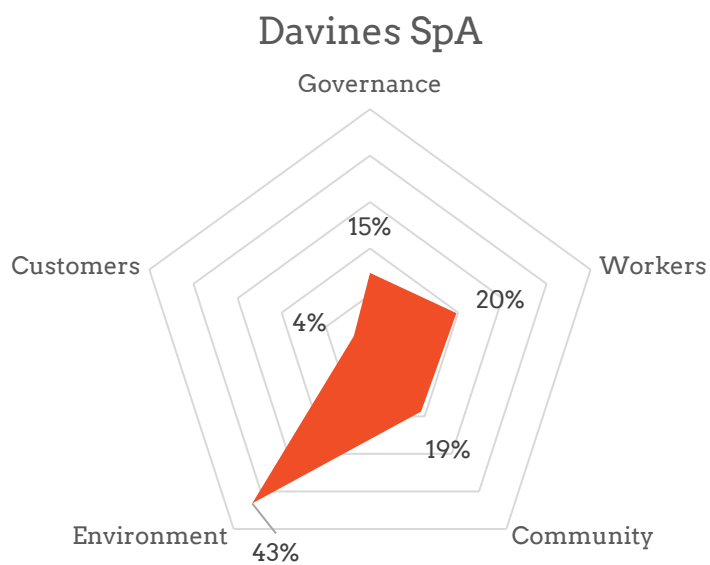
Nel 2016, Davines ha ottenuto la certificazione BCorp, riconoscendo così il suo impegno nel raggiungere elevati standard di sostenibilità, responsabilità sociale ed etica. Tre anni dopo, nel 2019, l'impresa ha modificato il proprio statuto diventando una Società Benefit, consolidando ulteriormente la sua missione di creare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente.

Attualmente, Davines può contare su oltre 700 dipendenti e 7 uffici distribuiti in 90 Paesi nel mondo. Uno dei punti di forza dell'impresa è rappresentato dall'export, con circa l'80% dei ricavi generati dai mercati

statunitensi e canadesi. Questo evidenzia il riconoscimento internazionale della qualità e dell'innovazione dei prodotti Davines, che continuano a conquistare clienti in tutto il mondo.

Totale	117,4
Governance	17,3
Workers	23,0
Community	22,0
Environment	50,7
Customers	4,3

*Tabella 6.10 - Punteggi del più recente BIA (2020)*



*Figura 6.9 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Davines SpA*

## Davines SpA

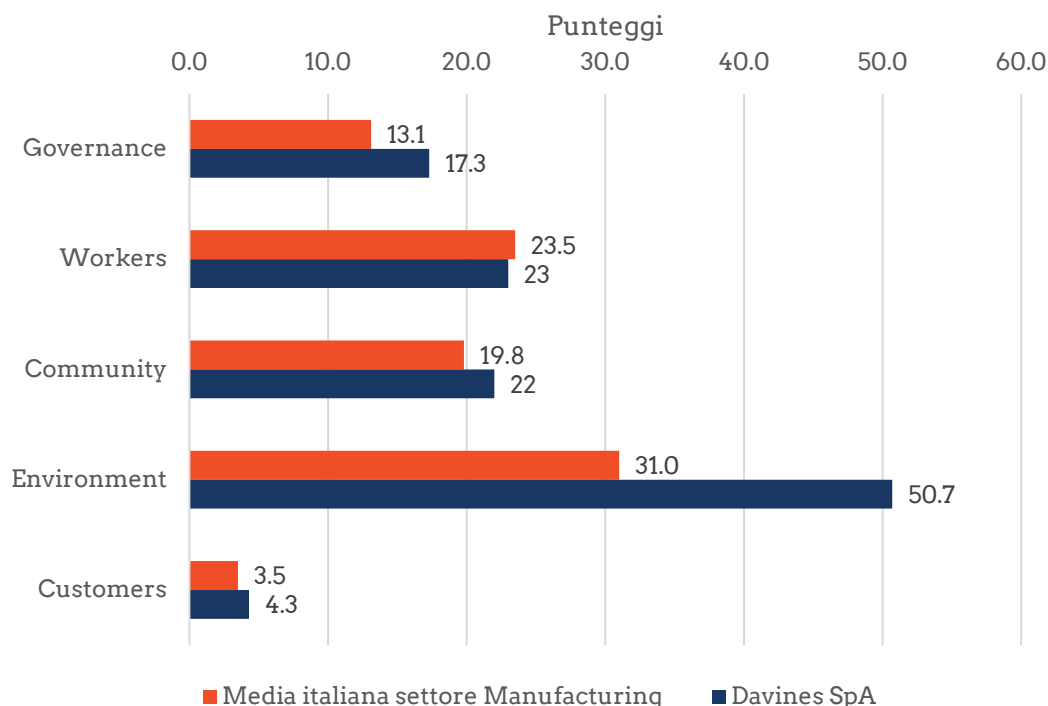


Figura 6.10 - Confronto tra i punteggi di Davines SpA e la media italiana per settore

Rispetto agli 80 punti del *benchmark* del BIA, la sezione *Environment* è quella che porta il maggiore contributo con 50,7 punti totali. A livello globale, questo punteggio è stato tra il 5% dei più elevati per quanto riguarda imprese con numero di dipendenti tra 250 e 999. A livello nazionale, il risultato della sezione *Environment* di Davines è molto alto, oltre il doppio rispetto alla media italiana. Seguono le categorie *Workers* e *Community* con rispettivamente 23,0 e 22,0 punti.

È interessante osservare che nel 2016, anno di conseguimento della certificazione BCorp per Davines, il proprio punteggio nel BIA era di 99,3 punti. Pertanto, a distanza di 5 anni dal primo risultato, l'impresa è riuscita ad aumentare di circa 18 punti il proprio punteggio.

### **Punto di forza: *Environment***

La sezione *Environment* della relazione di impatto 2021 di Davines si articola in quattro aree: circolarità, filiera sostenibile, decarbonizzazione e biodiversità.

Per quanto riguarda la circolarità, Davines si impegna a utilizzare un packaging più leggero per evitare sprechi di materiale grazie a un design semplificato. L'impresa sta progressivamente abbandonando l'utilizzo di

materiali vergini a favore di materiali riciclati e punta molto sul corretto smaltimento dei propri prodotti. Molta attenzione viene posta anche al problema della logistica: si cerca infatti di efficientare il numero di prodotti trasportati e le conseguenti emissioni di CO<sub>2</sub>.

Dal punto di vista della filiera, Davines mette in primo piano il rapporto con i fornitori e le pratiche di approvvigionamento delle materie prime. È stato divulgato un codice di condotta etico che il 54,6% di fornitori e terzi si impegnano a rispettare. È stato sviluppato un sistema di benefit aggiuntivi che interessa il 78,2% dei collaboratori Davines. La filiera viene costantemente monitorata in termini energetici, di consumi idrici, di emissioni e per quanto riguarda i rifiuti e il loro riciclo e riutilizzo. Annualmente vengono inoltre programmati diversi workshop per i fornitori Davines con l'obiettivo di condividere le buone pratiche, il know-how e alcuni strumenti migliorativi per migliorare le performance di sostenibilità.

Per quanto riguarda la decarbonizzazione, l'impresa punta a diventare a zero emissioni nette entro il 2030. Tramite una precisa rendicontazione della propria impronta carbonica, Davines si impegna a misurare e monitorare le proprie emissioni di Scope 1, 2 e 3. Per calcolare tali emissioni è stato utilizzato il LCA (*Life Cycle Assessment*), uno strumento che permette di analizzare gli impatti del prodotto in ciascuna fase del suo ciclo di vita. Quello che è stato osservato da Davines è che il 71% delle emissioni di Scope 3, che risultano essere quelle predominanti rispetto alle emissioni Scope 1 e 2, sono generate in fase di utilizzo dei prodotti stessi, cioè all'energia necessaria per il loro utilizzo. Seguono con il 16,5% e con il 9,4% rispettivamente le emissioni per beni e servizi acquistati e quelle legate alla fine del ciclo di vita dei prodotti Davines, in particolare al loro smaltimento post consumo. Segue la fase della riduzione delle emissioni prodotte dall'impresa, per esempio tramite l'utilizzo di energia elettrica rinnovabile in ciascun stabilimento produttivo. Oltre a questo, Davines riesce a neutralizzare il 16,4% delle proprie emissioni tramite investimenti in progetti di alta qualità di imboschimento e/o riforestazione per la cattura di CO<sub>2</sub>. Infine, sempre con l'obiettivo di decarbonizzare l'impresa, Davines si impegna a coinvolgere i propri stakeholder in queste tematiche al fine di accrescere il know-how generale e trovare soluzioni efficaci e alternative.

Anche dal punto di vista della biodiversità e biodegradabilità, Davines risulta molto impegnata e allo stesso tempo trasparente. Nella Relazione di Impatto vengono riportati i dati sulle percentuali di ingredienti altamente biodegradabili, di ingredienti naturali, modificati e sintetici. Oltre a questo, Davines partecipa attivamente a diverse iniziative a tutela della biodiversità, degli ambienti marini e di sensibilizzazione.

## 6.6 D'orica Srl Società Benefit



D'orica

	<b>D'orica Srl Società Benefit</b>
<b>Settore di appartenenza</b>	Fabbricazione di gioielleria e oreficeria
<b>Sede</b>	Nove (VI)
<b>Fatturato (2022)</b>	35 milioni di euro
<b>Numero di dipendenti (2022)</b>	25
<b>Anno di fondazione</b>	1989
<b>Anno di trasformazione in SB</b>	2018
<b>Anno di conseguimento della certificazione BCorp</b>	2019

Tabella 6.11 - Caratteristiche di D'orica Srl Società Benefit

### Descrizione

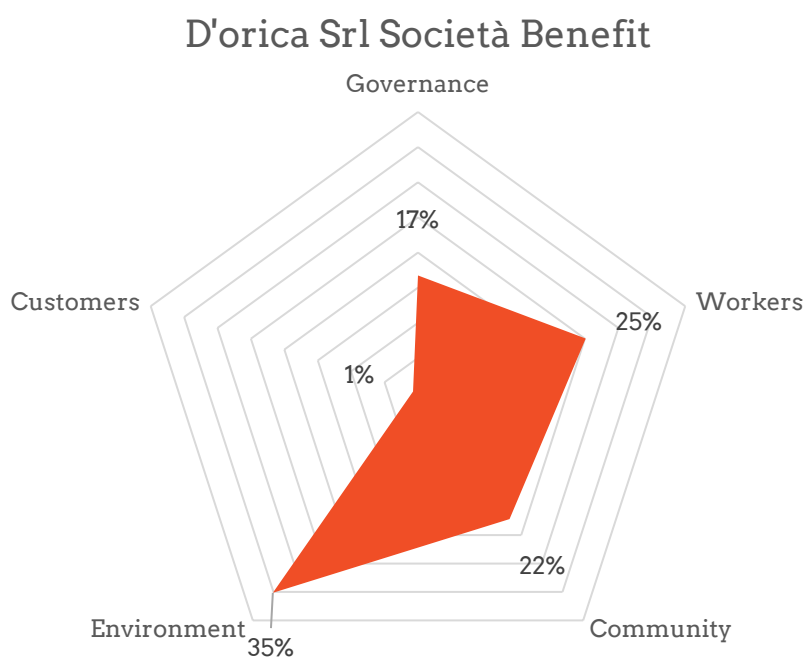
D'orica è un'impresa veneta di oreficeria che nasce nel 1989 e che si occupa della produzione di beni di lusso e gioielli. La volontà dei fondatori dell'impresa, Giampietro Zonta e Daniela Raccanello, è quella di generare benessere condiviso con la propria società tramite la gestione di una filiera completamente interna. Una delle peculiarità della produzione di D'orica è legata alla combinazione delle materie prime. Infatti, i dipendenti dell'impresa sono definiti dei "sarti orafi" in quanto producono gioielli in filato d'oro combinati a seta di altissima qualità rigorosamente Made in Italy. Questa scelta è un richiamo alla tradizione serica di Venezia che, durante il Rinascimento, era fiorente nei territori della Serenissima.

In linea con i propri principi di sostenibilità, nel 2018 D'orica diventa una Società Benefit. È stato modificato il proprio statuto per mettere in evidenza anche a livello giuridico che tale impresa si impegna non solo nella generazione di profitto, ma persegue anche delle finalità positive in linea con

i valori fondanti dell'impresa. L'anno successivo, nel 2019, D'orica ha ottenuto la certificazione BCorp, diventando la prima impresa certificata al mondo nel settore dell'oreficeria a livello industriale.

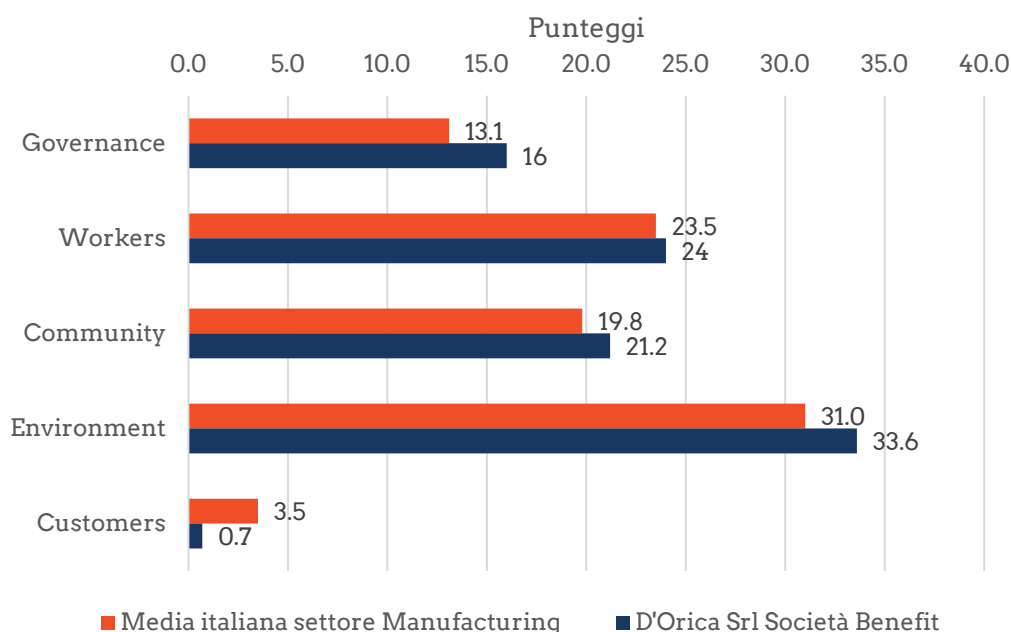
Totale	95,6
Governance	16,0
Workers	24,0
Community	21,2
Environment	33,6
Customers	0,7

*Tabella 6.12 - Punteggi del più recente BIA (2023)*



*Figura 6.11 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di D'orica srl Società Benefit*

## D'orica Srl Società Benefit



**Figura 6.12 - Confronto tra i punteggi di D'orica Srl Società Benefit e la media italiana per settore**

La sezione *Environment* è la sezione che maggiormente contribuisce al superamento del benchmark del BIA con 33,6 punti. Seguono la sezione *Workers* e *Community* con rispettivamente 24 e 21,2 punti.

### **Punto di forza: *Community***

La storia di D'orica è strettamente legata al progetto “Rinascita della Via della Seta”, ossia un percorso intrapreso da un gruppo di imprese guidate dall'impresa vicentina che hanno ricostruito e rigenerato l'intera catena produttiva della seta, 50 anni dopo la sua scomparsa in Italia. Questo progetto è nato nel 2014 grazie alla necessità di D'orica di ottenere seta di ottima qualità Made in Italy, necessaria per la produzione dei caratteristici gioielli composti di oro e di filato pregiato. A seguito di sforzi congiunti con cooperative locali, con l'Associazione Bachicoltori Italiani e con il laboratorio di Padova CREA-AA Agricoltura e Ambiente, a Castelfranco Veneto è stata individuata e ripristinata l'unica filanda industriale degli anni Settanta in Europa. Grazie a questo impegno di D'orica, nel giro di qualche mese è stata avviata nuovamente una piccola filiera di seta completamente italiana che non pretende di competere sul piano produttivo con i colossi asiatici di Cina, India e Uzbekistan. Basti pensare che, in prima approssimazione, la seta cinese costa intorno ai 70 euro al chilogrammo mentre a D'orica produrre la stessa quantità costa oltre i 700 euro, ossia più di dieci volte tanto.



D'altro canto, i vantaggi ottenuti da questa produzione sono diversi, in primis per D'orica che può lavorare seta di prima qualità, interamente Made in Italy e pertanto in linea con i propri standard di produzione. Dal punto di vista sociale, il progetto "Rinascita della Via della Seta" tutela e preserva dei particolari lavori artigianali che, altrimenti, sarebbero stati dimenticati. La produzione della seta risulta inoltre essere un grande esempio di economia circolare. Infatti, i sottoprodotti di lavorazione della seta sono recuperabili per essere sfruttati in altre lavorazioni. I bozzoli di seconda scelta sono usati nel processo di cardatura (si combina la seta cardata con altre fibre per ottenere tessuti misti). L'acqua di lavorazione della trattura si può filtrare, permettendo l'estrazione della sericina, una proteina impiegata di frequente nell'industria medica e farmaceutica. Analogamente, l'olio estratto dalle crisalidi possiede proprietà curative ed emollienti che lo rendono adatto ad applicazioni farmaceutiche e in cosmesi. La crisalide residua che si ottiene a seguito dei trattamenti di cardatura e trattura è ideale come mangime per pesci e uccelli di allevamento. Oltre ai vantaggi appena riportati, la seta ha aperto la strada a diverse ricerche in ambito medico. Grazie a questi investimenti e sforzi negli anni da parte di D'orica, nel 2018 è stato lanciato il brand Treasure, nome combinazione di "Treasure", tesoro e "Tree", albero. Questa linea di gioielli è composta da oro e da seta Filosofare, al 100% Made in Italy.

## 6.7 D-Orbit SpA



	<b>D-Orbit SpA</b>
<b>Settore di appartenenza</b>	Ricerca e sviluppo sperimentale in ambito ingegneristico
<b>Sede</b>	Fino Mornasco (CO)
<b>Fatturato (2021)</b>	2.500.000€
<b>Numero di dipendenti (2021)</b>	166
<b>Anno di fondazione</b>	2011
<b>Anno di trasformazione in SB</b>	2016
<b>Anno di conseguimento della certificazione BCorp</b>	2014

Tabella 6.13 - Caratteristiche di D-Orbit SpA

### Descrizione

D-Orbit, fondata nel 2011, è un'impresa leader nel settore della logistica aerospaziale e del trasporto orbitale. Il suo obiettivo primario è quello di facilitare l'espansione e lo sviluppo dell'industria spaziale attraverso la propria infrastruttura logistica. L'impresa offre una serie di servizi e prodotti all'avanguardia, tra cui:

- *ION Satellite Carrier*: un veicolo spaziale progettato per il trasporto e il rilascio di satelliti in slot orbitali separati. Questo innovativo sistema consente di ridurre i costi di lancio di un'intera costellazione di satelliti fino al 40% e i tempi di lancio e operativi fino all'85%.
- *D-Orbit Decommissioning Device (D3)*: un dispositivo avanzato per lo smaltimento dei rifiuti spaziali. Dotato di un motore intelligente

specializzato, il D3 consente una gestione efficace e sicura dei rifiuti spaziali, contribuendo alla pulizia e alla sostenibilità dell'ambiente orbitale.

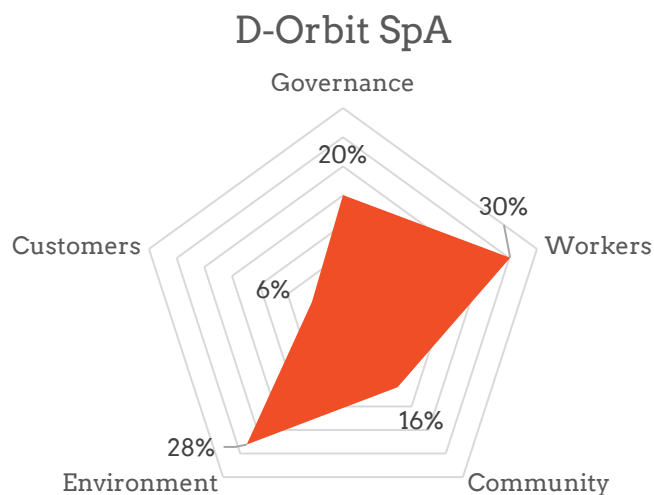
- *D-Sense*: un modulo di sensori altamente sofisticato in grado di monitorare in tempo reale la posizione del sole, l'orizzonte, il campo magnetico terrestre e la velocità angolare della navicella. Queste informazioni sono fondamentali per il corretto orientamento e la navigazione accurata delle missioni spaziali.

Attraverso l'innovazione costante e l'impegno per la sostenibilità, D-Orbit si è guadagnata un'ottima reputazione nell'industria spaziale, fornendo soluzioni all'avanguardia per la logistica e il trasporto nello spazio.

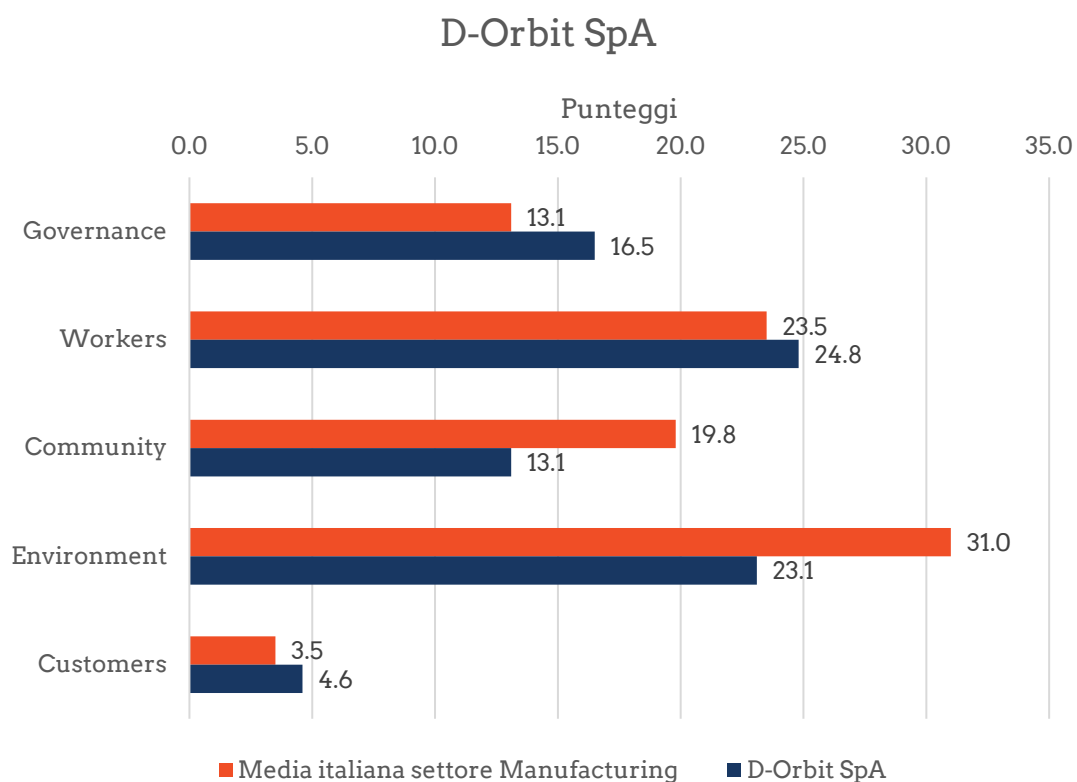
Nel 2014 D-Orbit consegue la certificazione BCorp, prima di diventare Benefit nel 2016. Questo doppio cambiamento sottolinea l'impegno dell'impresa per un impatto sulla società e sull'ambiente, dimostrando una gestione responsabile e consapevole delle proprie risorse e responsabilità.

Totale	82,2
Governance	16,5
Workers	24,8
Community	13,1
Environment	23,1
Customers	4,6

*Tabella 6.14 - Punteggi del più recente BIA (2019)*



*Figura 6.13 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di D-Orbit SpA*



*Figura 6.14 - Confronto tra i punteggi di D-Orbit SpA e la media italiana per settore*

È interessante osservare che il punteggio ottenuto è stato molto variabile, sebbene sempre saldamente sopra il *benchmark* di 80 punti. In particolare, il BIA è stato completato nel 2014, nel 2016 e nel 2019, in cui sono stati ottenuti rispettivamente i seguenti punteggi: 84,2, 96 e 82,2.

Nell'ultimo BIA verificato da BCorp la sezione predominante in termini di risultato risulta essere quella *Workers* con 24,8 punti, seguita dalla *Environment* che ha totalizzato 23,1 punti.

### **Punto di forza: *Environment***

Gli obiettivi riportati nella Relazione di Impatto 2021 di D-Orbit, per quanto concerne la sezione *Environment*, sono tre e riguardano la riduzione dei consumi di energia elettrica, riscaldamento e acqua utilizzata dall'impresa. Per tutte e tre le grandezze, si è cercato di ottenere una riduzione del 5% rispetto ai consumi dell'esercizio precedente.

I consumi elettrici sono stati calcolati grazie al rapporto tra i consumi elettrici del 2021 e il numero totale di prodotti dall'impresa (1051 unità prodotte, +95% rispetto all'esercizio precedente che aveva totalizzato 540 unità prodotte). Sebbene il target fosse al 5%, i risultati reali sono stati peggiori delle aspettative con una riduzione effettiva di circa l'1%.

Per quanto riguarda l'utilizzo di calore per il riscaldamento, i consumi sono stati calcolati grazie al rapporto tra i consumi di riscaldamento del 2021 e il numero di dipendenti che ne hanno beneficiato. In questo caso, il risultato effettivo è stato di una riduzione del 34% dei consumi, ampiamente oltre la soglia target del 5% fissata dall'impresa.

Analogamente, i consumi d'acqua sono stati stimati rapportando i consumi d'acqua annuali con il numero di persone presenti in impresa. Il risultato ottenuto è stato del 23% d'acqua risparmiata rispetto all'esercizio precedente, ossia il 2020. Anche in questo caso, il target del 5% di risparmio è stato ampiamente superato.

Come scritto nella relazione di impatto 2021, D-Orbit si impegna, nel 2022, a ridurre ulteriormente del 5% i consumi di energia elettrica utilizzata, calore e acqua.

## 6.8 Fratelli Carli SpA Società Benefit



	<b>Fratelli Carli SpA Società Benefit</b>
<b>Settore di appartenenza</b>	Produzione di oli e grassi
<b>Sede</b>	Imperia
<b>Fatturato (2021)</b>	circa 150 milioni di euro
<b>Numero di dipendenti (2021)</b>	381
<b>Anno di fondazione</b>	1911
<b>Anno di trasformazione in SB</b>	2019
<b>Anno di conseguimento della certificazione BCorp</b>	2014

Tabella 6.15 - Caratteristiche di Fratelli Carli SpA Società Benefit

### Descrizione

Fratelli Carli nasce nel 1911 ad Oneglia, in Liguria, ed è un'impresa che si dedica alla produzione di olio di oliva e conserve alimentari, seguendo la tradizione locale ligure e mediterranea. Ciò che rende l'impresa unica è il suo modello distributivo innovativo. I consumatori hanno la possibilità di ordinare direttamente i prodotti tramite e-mail, telefono, posta o web, e grazie a un efficiente sistema di logistica, gli ordini vengono consegnati rapidamente e in modo affidabile. Inoltre, Fratelli Carli gestisce 20 empori monomarca in cui i prodotti sono disponibili per la vendita diretta. Nel 2014, Fratelli Carli ha ottenuto la certificazione BCorp, diventando la prima impresa produttiva italiana ad essere riconosciuta come tale. Questa certificazione testimonia l'impegno dell'impresa verso l'eccellenza sociale e ambientale. Successivamente, nel 2019, Fratelli Carli ha deciso di trasformarsi in una Società Benefit, consolidando ulteriormente la propria missione di generare impatto positivo per la società e l'ambiente.

Totale	98,3
Governance	13,5
Workers	24,1
Community	16,1
Environment	41,0
Customers	3,4

Tabella 6.16 - Punteggi del più recente BIA (2020)

### Fratelli Carli Spa Società Benefit

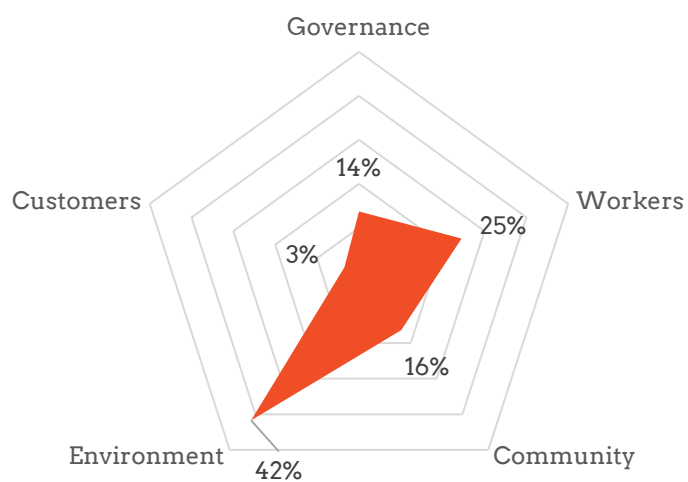
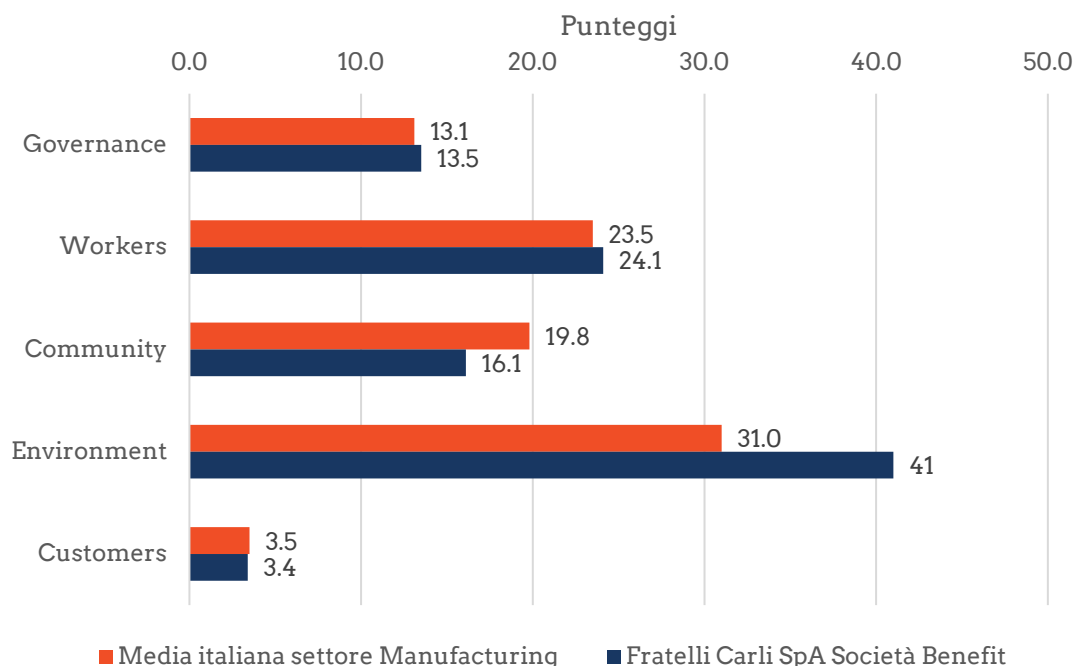


Figura 6.15 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Fratelli Carli SpA Società Benefit

## Fratelli Carli SpA Società Benefit



*Figura 6.16 - Confronto tra i punteggi di Fratelli Carli SpA Società Benefit e la media italiana per settore*

Nella prima certificazione (2014) Fratelli Carli ha ottenuto un punteggio di 90,1 punti. Nel 2016 ha migliorato il risultato, totalizzando 97,3 punti che sono stati ulteriormente superati con la più recente certificazione del 2020 che ha raggiunto la soglia dei 98,3 punti. Questa continua crescita di punteggio negli anni rappresenta l'impegno con cui Fratelli Carli cerca ogni giorno di generare impatto positivo.

Come evidenziato dai risultati del più recente BIA, la sezione *Environment* è quella predominante con 41,0 punti, ossia circa il 42% del totale. Questo traguardo ha posto Fratelli Carli tra il 5% delle BCorp con punteggio più elevato a livello globale per quanto riguarda le imprese con numero di dipendenti compreso tra 250 e 999 per cinque anni diversi tra il 2016 e il 2021.

### **Punto di forza: *Environment***

Come riportato nella relazione di impatto 2021, Fratelli Carli pone molta attenzione nella gestione delle risorse, dell'energia e dei propri rifiuti, ossia a differenti tematiche che afferiscono alla sezione *Environment* del BIA.

Dal punto di vista energetico, l'obiettivo dell'impresa è quello di cercare di minimizzare i consumi, favorendo eventualmente l'utilizzo di energia elettrica autoprodotta o al più acquistata piuttosto che di gas naturale. La maggior



parte del consumo energetico di Fratelli Carli è legato a quest'ultima risorsa, utilizzata nella fase di raffinazione dell'olio. L'energia elettrica invece copre circa un terzo dei consumi energetici totali. Fratelli Carli si approvvigiona con energia elettrica proveniente da fonti interamente rinnovabili per coprire l'84% dei propri consumi. Il restante 16% di energia, invece, è prodotta in proprio da un impianto fotovoltaico del 2012, installato sul tetto dello stabilimento, che di media genera 900.000 kWh l'anno. Di questa energia, circa il 9% non viene utilizzata internamente bensì viene reimmessa nella rete (circa 94.209 kWh).

Con l'obiettivo di minimizzare i consumi energetici interni, sono state installate lampade LED a basso consumo in gran parte degli stabilimenti, è stata rinnovata la flotta aziendale e sono stati sostituiti gli impianti di condizionamento con moderne soluzioni a basso impatto.

In termini di emissioni, Fratelli Carli è molto attenta al loro monitoraggio e riduzione. Le emissioni Scope 1, ossia quelle dirette di gas ad effetto serra da fonti detenute o controllate dell'impresa, sono state diminuite del 9%, da 2.308 a 2.107 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti. Le emissioni Scope 2, ossia quelle indirette, risultanti da consumi energetici da fonti non detenute o controllate dall'impresa, sono nulle in quanto l'intero approvvigionamento avviene da fonti rinnovabili. L'impianto fotovoltaico invece ha consentito di risparmiare l'emissione di circa 468 tonnellate di CO<sub>2</sub> che sarebbero state rilasciate nell'atmosfera in caso di utilizzo di energia proveniente da fonti fossili.

In ambito di rifiuti, Fratelli Carli adotta un approccio preventivo. Sono stati introdotti degli accorgimenti volti a mitigare la produzione di rifiuti non solo all'interno dell'impresa, ma anche a valle e a monte della stessa nella filiera. Per quanto concerne l'interno dell'organizzazione, sono state sviluppate le seguenti azioni:

- Alleggerimento del packaging in cartone;
- Acquisto di nuovi macchinari per la stesura dell'estensibile per i pallet che usano minor quantità di plastica;
- Sostituzione delle buste con l'interno plastificato per la spedizione dei cosmetici con buste interamente di cartone;
- Sostituzione dei riempitivi per le confezioni dei cosmetici con l'eliminazione delle componenti plastiche.

A monte dell'impresa, vengono effettuati numerosi controlli da parte di Fratelli Carli nei confronti dei propri fornitori affinché possano gestire in modo corretto e legale i propri rifiuti. A valle dell'impresa, invece, Fratelli Carli si impegna a monitorare e mappare tutti i materiali dei prodotti venduti per semplificare lo smaltimento e il riciclo da parte del consumatore finale.

## 6.9 Illycaffè SpA



	<b>Illycaffè SpA</b>
<b>Settore di appartenenza</b>	Lavorazione del tè e del caffè
<b>Sede</b>	Trieste
<b>Fatturato (2021)</b>	Circa 500 milioni di euro
<b>Numero di dipendenti (2021)</b>	1400+
<b>Anno di fondazione</b>	1933
<b>Anno di trasformazione in SB</b>	2019
<b>Anno di conseguimento della certificazione BCorp</b>	2021

Tabella 6.17 - Caratteristiche di Illycaffè SpA

### Descrizione

Illycaffè, fondata a Trieste nel 1933, è un'impresa familiare di fama mondiale specializzata nella produzione e vendita di caffè. La loro miscela distintiva è composta da nove varietà di Arabica pura. Oltre al caffè, Illycaffè produce anche macchine per la preparazione del caffè, tazzine d'autore e accessori correlati.

La storia dell'impresa è caratterizzata da numerose innovazioni rivoluzionarie che hanno cambiato il panorama del caffè. Nel 1934, Illycaffè introdusse per la prima volta la pressurizzazione con gas inerte per conservare l'aroma del caffè nei barattoli nel corso del tempo. Nel 1935, venne creato il primo prototipo delle attuali macchine espresso professionali chiamato Illetta, che utilizzava la formula dell'espresso ancora in uso oggi: 9 atmosfere di pressione, 90 gradi di temperatura dell'acqua e 25 millilitri di bevanda in 20 secondi. Nel 1974, Illycaffè introdusse le prime cialde monodose in carta contenenti caffè macinato e pressato.

Nel 2019, l'impresa si trasforma in una Società Benefit e, successivamente, nel 2021 ottiene la certificazione BCorp, confermando il suo impegno verso elevati standard di responsabilità sociale e ambientale.

Totale	80,6
Governance	17,0
Workers	19,5
Community	21,1
Environment	18,4
Customers	4,4

Tabella 6.18 - Punteggi del più recente BIA (2021)

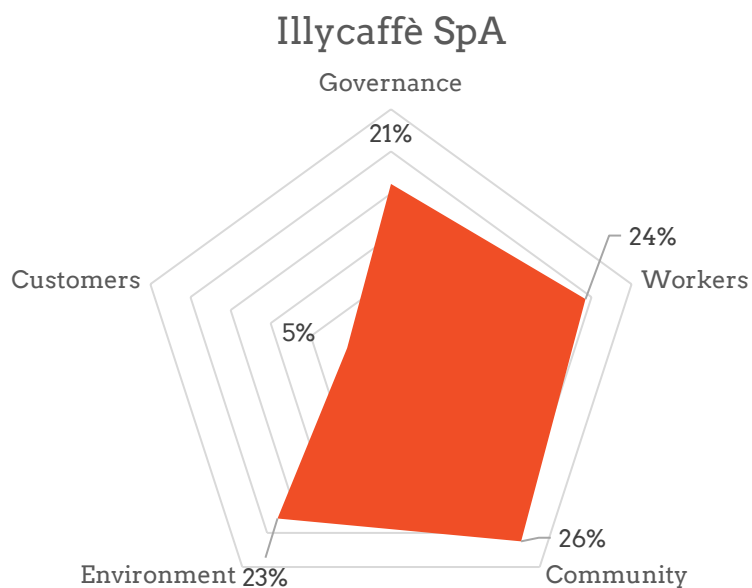


Figura 6.17 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Illycaffè SpA

## Illycaffè SpA

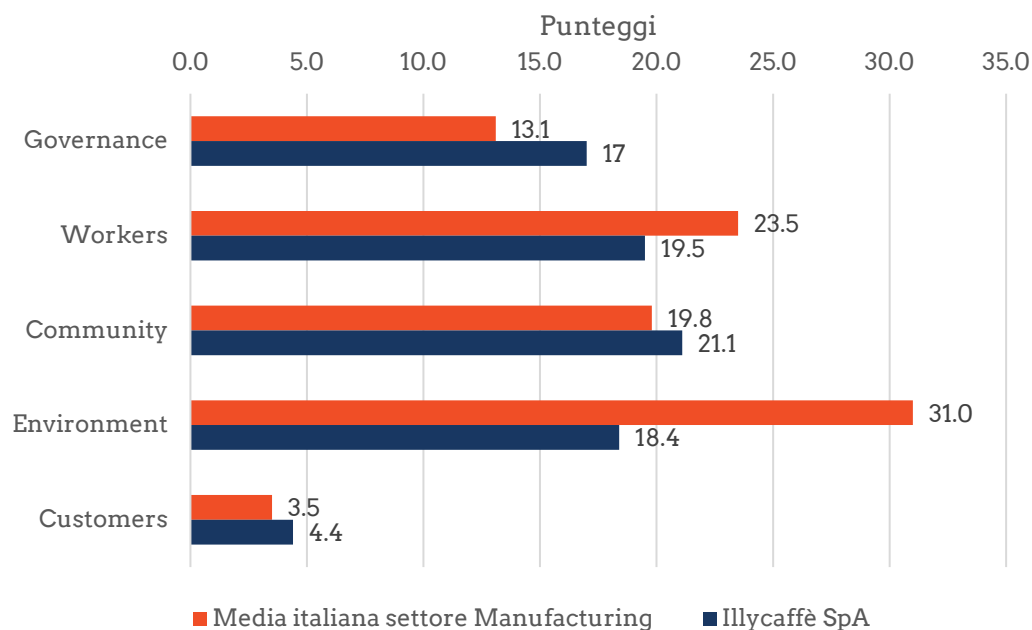


Figura 6.18 - Confronto tra i punteggi di Illycaffè SpA e la media italiana per settore

La sezione *Community* del BIA di Illycaffè è quella che contribuisce maggiormente, con 21,1 punti al superamento del benchmark di 80 punti per il conseguimento della certificazione. Le categorie *Workers*, *Environment* e *Governance* totalizzano ottimi punteggi, vicini alla soglia dei 20 punti.

### Punto di forza: *Community*

Per Illycaffè la sezione *Community* del BIA risulta essere di particolare importanza visto che il proprio modello di business si basa su una filiera del caffè molto articolata e complessa. Sono stati realizzati diversi progetti, nelle seguenti piantagioni:

- Rabanales, Guatemala. In parte della piantagione è stata introdotta la varietà di Arabica Laurina *Bourbon Low Caffeine* (BLC) che è caratterizzata da un tasso di caffeina molto basso (un terzo in meno della varietà di Arabica). Essendo una coltivazione molto delicata, è stata introdotta l'irrigazione a goccia e la fertilizzazione frazionata per migliorarne la resa. I risultati nel corso del 2021 hanno riscontrato un aumento della produttività delle piante del 30% circa. In sostegno ad imprese locali di medie dimensioni è stato costruito un database di informazioni relative ai dati climatici e agronomici per la validazione del *modello Precision Farming*. L'obiettivo di questa collezione di informazioni è di poter capire come

gestire correttamente e rapidamente gli aspetti fitosanitari della coltivazione del caffè.

- Kokkere, Etiopia. Si tratta di un progetto di *Loyalty Program*, creato da Illycaffè per i coltivatori locali di caffè. Il programma è rivolto ai piccoli coltivatori che vivono nelle vicinanze della piantagione e permette loro di vendere il caffè direttamente all'impresa, ricevere assistenza, formazione tecnica e una remunerazione equa. Con questo progetto Illycaffè si pone come parte attiva nel miglioramento della vita e dell'economia locale.
- Jardines de Babilonia, Guatemala. In questa piantagione sono stati avviati entrambi i progetti: il *Loyalty Program* e il *Precision Farming*. Oltre a questo, Illycaffè ha implementato diverse azioni volte a combattere delle specifiche criticità locali come per esempio la malnutrizione infantile. Questi progetti sono stati validati e confermati anche per l'esercizio successivo, ossia il 2022.

È importante osservare che nel 2021 Illycaffè ha realizzato un'intensa attività di *stakeholder management*, ossia di identificazione dei portatori di interesse all'interno della sfera di competenza dell'impresa. Questo processo è utile per poter condividere, tramite formazione mirata, know-how e informazioni con i diversi protagonisti della filiera del caffè di Illycaffè come, ad esempio, grandi coltivatori, esportatori, produttori e cooperative locali.

## 6.10 Mondora Srl Società Benefit



	<b>Mondora Srl Società Benefit</b>
<b>Settore di appartenenza</b>	Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse
<b>Sede</b>	Sondrio
<b>Fatturato (2021)</b>	Tra 3 e 6 milioni di euro
<b>Numero di dipendenti (2021)</b>	Tra 50 e 249
<b>Anno di fondazione</b>	2002
<b>Anno di trasformazione in SB</b>	2016
<b>Anno di conseguimento della certificazione BCorp</b>	2015

Tabella 6.19 - Caratteristiche di Mondora Srl Società Benefit

### Descrizione

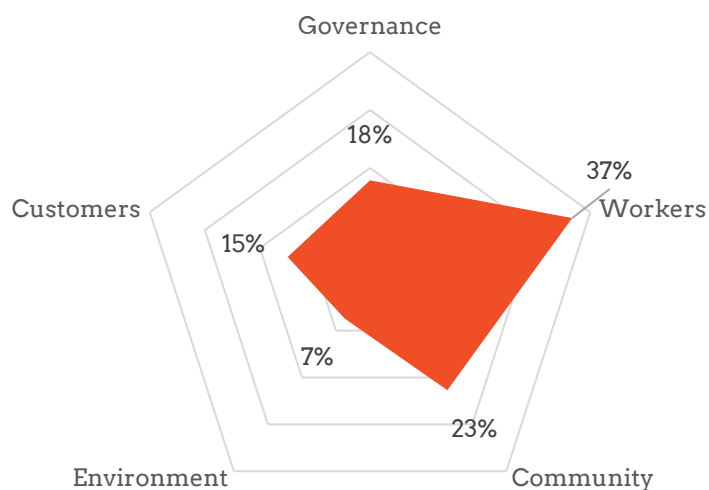
Mondora è un'impresa fondata nel 2002 dai fratelli Michele e Francesco Mondora a Barbenno di Valtellina, in provincia di Sondrio. Si tratta di un'impresa specializzata nella produzione di software e consulenza, focalizzata su soluzioni cloud e IT personalizzate per diversi settori lavorativi. Ciò che contraddistingue Mondora è il suo modello organizzativo "teal", caratterizzato da una struttura piatta senza gerarchie. Il lavoro viene svolto in gruppi, ognuno con compiti specifici.

Nel 2015, Mondora ha ottenuto la certificazione BCorp, diventando una delle prime imprese in Italia a raggiungere tale riconoscimento. L'anno successivo, nel 2016, ha modificato il proprio statuto per includere obiettivi di beneficio comune, trasformandosi così in una Società Benefit.

Totale	92,9
Governance	16,6
Workers	34,1
Community	21,1
Environment	6,9
Customers	13,9

*Tabella 6.20 - Punteggi del più recente BIA (2022)*

### Mondora Srl Società Benefit



*Figura 6.19 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Mondora Srl Società Benefit*

## Mondora Srl Società Benefit

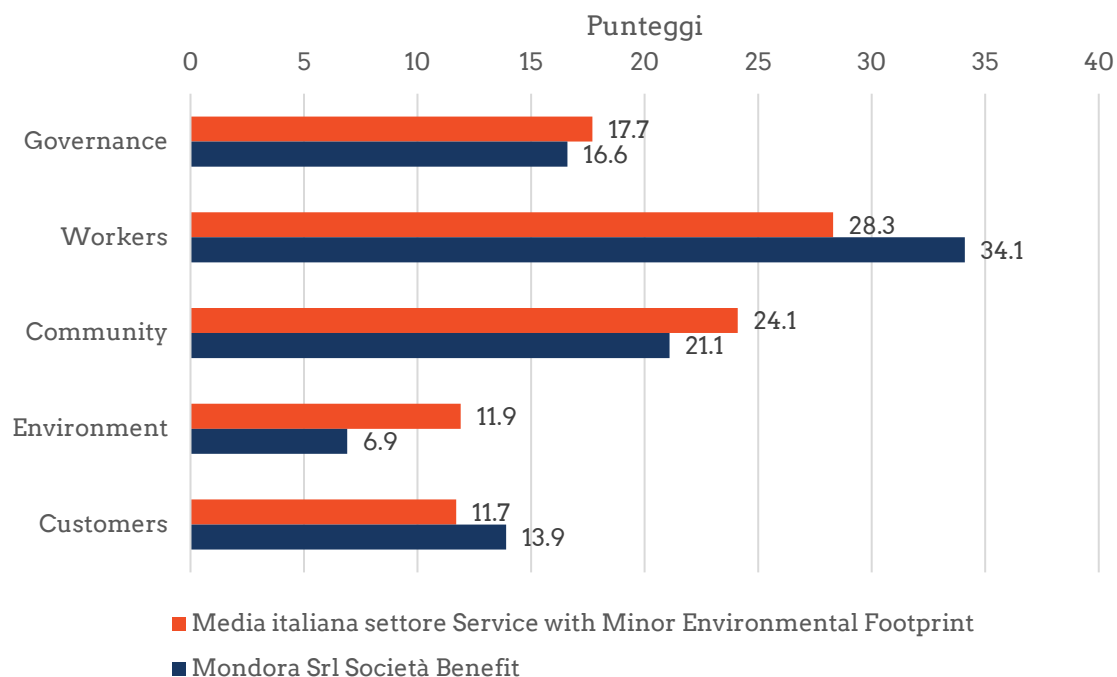


Figura 6.20 - Confronto tra i punteggi di Mondora Srl Società Benefit e la media italiana per settore

La sezione *Workers* del BIA di Mondora è quella che ha totalizzato il punteggio più elevato. Infatti, 34,1 punti su 92,9, ossia circa il 37%, provengono da tale categoria. Tra le BCorp con più di 50 dipendenti (ma meno di 249), Mondora negli anni ha ottenuto diversi riconoscimenti. In particolare, tra il 2017 e il 2022, è stata tra il 5% delle imprese con punteggio più elevato cinque volte per la sezione *Governance* (2017, 2018, 2019, 2021 e 2022) e due volte per la sezione *Community* (2019 e 2022). Per Mondora si tratta del quarto BIA completato dal 2015.

### Punto di forza: *Workers*

Una delle peculiarità di Mondora è legata alla sezione *Workers* del proprio BIA. A Mondora si cerca di far conciliare la sfera economica dell'impresa con quella umana dei propri dipendenti tramite delle azioni innovative mirate.

Sono stati introdotti i "*Failure Party*", ossia dei momenti di celebrazione degli errori dei colleghi per mantenere alte le motivazioni e stimoli dei dipendenti. Sono state introdotte sessioni di meditazione settimanali sul luogo di lavoro e da remoto per accrescere l'unità del team di dipendenti. Tra le diverse iniziative intraprese negli anni, spicca la "*Cycle2Work*" ossia un progetto che premia i dipendenti che si recano sul luogo di lavoro a piedi o in



bicicletta. Tramite una piattaforma dedicata che monitora le distanze percorse, ciascun lavoratore ha diritto a un rimborso economico di 0,20€/km con cadenza mensile. Per sostenere le realtà locali, ogni 20 nuove assunzioni, Mondora si impegna ad assumere un agricoltore che si prenda cura del terreno dell'impresa stessa. Lo stesso terreno è a disposizione degli stessi dipendenti che possono destinarvi alcune ore lavorative.

Mondora è orgogliosa di poter chiamare i propri lavoratori con il termine di "colleghi" piuttosto che di "dipendenti". L'essere umano è al centro dell'impresa che pertanto ama definirsi una "*human centered company*" in cui ciascun dipendente è più di un semplice strumento di produzione, bensì è un talento che va messo in condizione di poter espletare i propri punti di forza.

## 6.11 Novamont SpA



	<b>Novamont SpA</b>
<b>Settore di appartenenza</b>	Fabbricazione di prodotti chimici di base, di fertilizzanti e composto azotati, di materie plastiche e gomma sintetica in forme primarie
<b>Sede</b>	Novara
<b>Fatturato (2021)</b>	414.000.000€
<b>Numero di dipendenti (2021)</b>	650+
<b>Anno di fondazione</b>	1990
<b>Anno di trasformazione in SB</b>	2020
<b>Anno di conseguimento della certificazione BCorp</b>	2020

Tabella 6.21 - Caratteristiche di Novamont SpA

### Descrizione

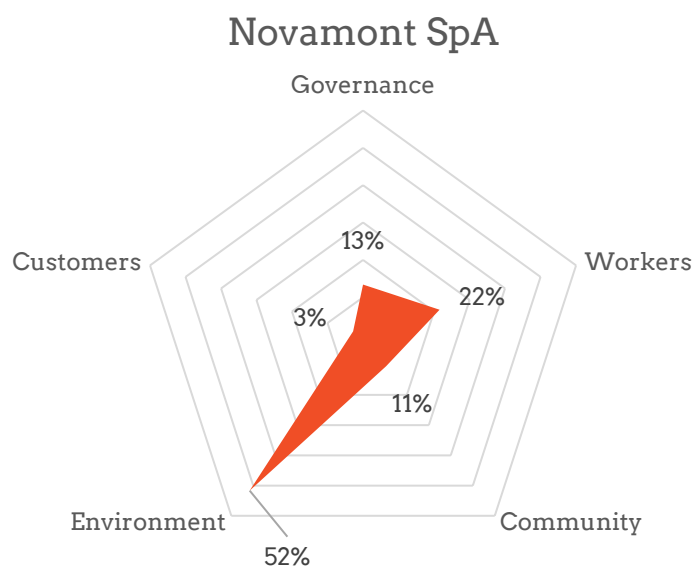
Novamont è un'impresa che si è trasformata in Società Benefit e ha ottenuto la certificazione BCorp nel 2020. Opera a livello globale nel settore delle bioplastiche, sviluppando bioprodotto e biochemical di origine rinnovabile e rigenerativa. Il loro principale prodotto è il Mater-Bi, una bioplastica utilizzata in diversi settori come la raccolta differenziata, la ristorazione collettiva, gli imballaggi e l'agricoltura.

Nel 2021, il gruppo Novamont ha registrato un fatturato di 414 milioni di euro e dedica costantemente risorse alla ricerca e all'innovazione. Circa il 20% del personale è impegnato in attività di ricerca e sono stati destinati circa 50 milioni di euro per tali attività. Nel corso degli anni, Novamont ha ottenuto circa 1400 brevetti e domande di brevetto, dimostrando il suo impegno nell'ambito dell'innovazione.

In Italia, Novamont ha il suo centro direzionale e di ricerca a Novara, tre stabilimenti produttivi a Terni, Adria e Patrica (FR), e vari laboratori di ricerca a Novara, Terni e Piana di Monte Verna (CE). L'impresa è attiva anche all'estero, con stabilimenti in Germania, Francia, Spagna e Stati Uniti. Attraverso i propri distributori, Novamont commercializza i suoi prodotti in oltre 40 paesi. Nel 2021, ha acquisito BioBag International, un gruppo specializzato nello sviluppo e nella produzione di applicazioni biodegradabili e compostabili certificate, ampliando ulteriormente la sua presenza nel settore delle bioplastiche.

Totale	132,2
Governance	17,7
Workers	28,5
Community	13,9
Environment	68,3
Customers	3,7

*Tabella 6.22 - Punteggi del più recente BIA (2021)*



*Figura 6.21 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Novamont SpA*

## Novamont SpA

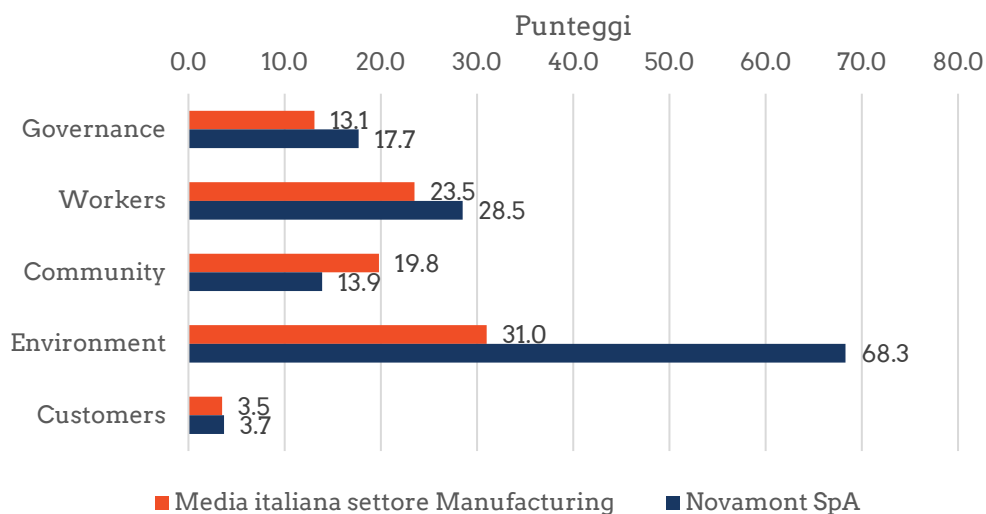


Figura 6.22 - Confronto tra i punteggi di Novamont SpA e la media italiana per settore

Il BIA di Novamont è caratterizzato da una categoria che, a livello di punteggio, si distingue notevolmente dalle altre: la sezione *Environment*. Infatti, con 68,3 punti, contribuisce per circa il 52% al punteggio totale. Nel 2022 Novamont ha ricevuto per la seconda volta consecutiva il riconoscimento di "BCorp Best for the World" in ambito ambientale in quanto, grazie al proprio punteggio nella categoria *Environment*, rientra tra il 5% dei punteggi più elevati a livello mondiale per imprese con più di 250 dipendenti. In questa classifica, Novamont è l'unica impresa del settore "Chemicals & chemical products", prima per punteggio in Italia e in Europa, seconda a livello globale.

Confrontando i risultati delle singole sezioni del BIA di Novamont con le medie nazionali del settore manifatturiero, si può osservare l'eccezionalità del punteggio nella categoria *Environment* che risulta essere superiore di oltre due volte la media italiana.

### Punto di forza: *Environment*

La categoria *Environment* dei BIA di Novamont risulta essere quella che contribuisce maggiormente al punteggio totale. Le voci che, secondo BCorp, contribuiscono maggiormente a questo punteggio sono le seguenti:

- Land, Office, Plant
- Inputs
- Outputs
- Transportation, Distribution & Suppliers

- Designed to Conserve Manufacturing Process
- Resource Conservation
- Toxin Reduction/Remediation

Nel dettaglio, come riportato nella propria relazione di impatto 2021, Novamont risulta essere impegnata su diversi fronti. In primis ha come obiettivo la rigenerazione e il recupero di siti produttivi dismessi e non più competitivi, preservando il territorio vergine. Tra i tanti progetti di rigenerazione urbana avviati, spicca quello relativo al polo chimico di Terni. In particolare, assieme ad una collaborazione con Ceplast, Gruppo Bernardini e Mirachrome, Novamont ha acquistato nel luglio 2021 il complesso dell'area del polo chimico di Terni con l'obiettivo di rilanciare tale impianto. Lo stabilimento in questione si estende per 50.000 m<sup>2</sup> e darà lavoro a oltre 120 dipendenti.

In secondo luogo, Novamont è molto impegnata nell'innovazione e nello sviluppo di nuovi prodotti, nello specifico di origine vegetale, biodegradabili e compostabili. Nel 2021 gli investimenti in R&D sono stati pari al 5% del fatturato mentre, a livello di numero di dipendenti, circa il 20% del totale è impegnato in tali attività. Queste percentuali sono state rinnovate come obiettivi per l'anno successivo, ossia il 2022.

Un altro obiettivo di Novamont è legato al tema dell'efficientamento energetico. Per l'indicatore di intensità energetica, calcolato come rapporto tra consumo energetico totale delle sedi italiane del Gruppo e la quantità complessiva di Mater-Bi e altri prodotti generati nell'anno di riferimento, è stato stimato un calo del 24% tra il 2017 e il 2021. Questo risultato è frutto di diversi interventi mirati di efficientamento energetico e ottimizzazione delle campagne produttive, nonostante la maggiore capacità produttiva raggiunta dai siti Novamont. In particolare, alcuni esempi di soluzioni per aumentare l'efficientamento energetico sono le seguenti:

- Installazione di impianti di cogenerazione e tri-generazione (combustione del metano per produrre energia elettrica, riscaldamento di olio diatermico, vapore e acqua refrigerata e degli ambienti);
- Installazione di biodigestori per degradare i sottoprodotti di produzioni per convertirli in fonti energetiche (biogas);
- Installazione di combustori per reflui liquidi e gassosi che vengono ossidati termicamente per evitarne lo smaltimento;
- Sostituzione della vecchia centrale frigo con nuovi gruppi frigo condensati ad aria dotati di inverter.

## 6.12 Zordan Srl Società Benefit



	<b>Zordan Srl Società Benefit</b>
<b>Settore di appartenenza</b>	Fabbricazione di mobili per ufficio e negozi
<b>Sede</b>	Valdagno, Vicenza
<b>Fatturato (2021)</b>	17 milioni di euro
<b>Numero di dipendenti (2021)</b>	110
<b>Anno di fondazione</b>	1965
<b>Anno di trasformazione in SB</b>	2016
<b>Anno di conseguimento della certificazione BCorp</b>	2016

Tabella 6.23 - Caratteristiche di Zordan Srl Società Benefit

### Descrizione

Zordan è un'impresa fondata nel 1965 a Valdagno, in provincia di Vicenza. È una società a conduzione familiare e si posiziona come leader nella produzione di arredamento per negozi monomarca di importanti marchi del lusso a livello internazionale. L'impresa ha due sedi operative: una a Valdagno e una a Zeeland, nel Michigan.

Zordan impiega oltre 110 dipendenti nella sede di Valdagno e 35 nella sede di Zeeland. I mercati principali dell'impresa sono il Nord America, l'Europa e il Medio Oriente.

L'impegno di Zordan verso la sostenibilità ha inizio nel 2012, quando l'impresa ottiene le prime certificazioni forestali per garantire l'approvvigionamento da catene di fornitura certificate e la tracciabilità delle materie prime utilizzate. Nel 2016, Zordan diventa la prima impresa al mondo nel settore dell'arredamento per negozi a ottenere la certificazione BCorp e ad adottare lo status di Società Benefit.

Totale	106,5
Governance	18,4
Workers	28,9
Community	17,6
Environment	38,7
Customers	2,7

Tabella 6.24 - Punteggi del più recente BIA (2020)

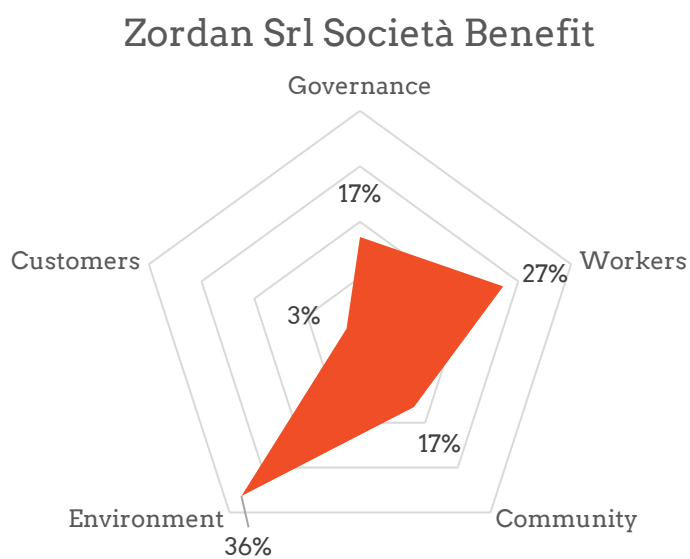
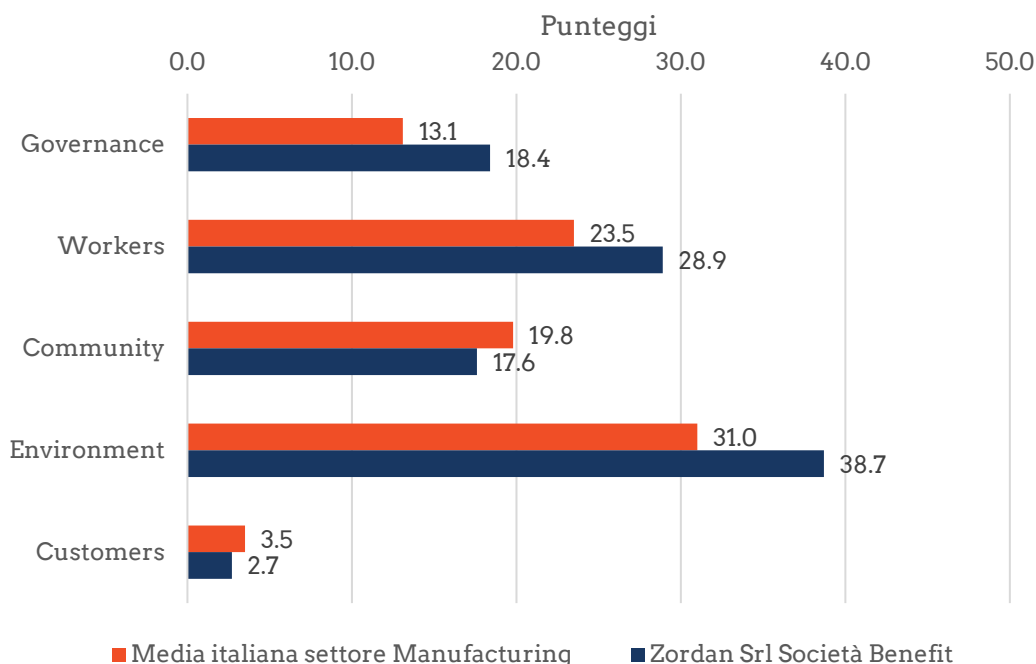


Figura 6.23 - Distribuzione percentuale dei punteggi delle cinque sezioni del BIA di Zordan Srl Società Benefit

## Zordan Srl Società Benefit



**Figura 6.24 - Confronto tra i punteggi di Zordan Srl Società Benefit e la media italiana per settore**

Anche per Zordan, la sezione *Environment* risulta essere quella predominante in quanto contribuisce con 38,7 punti a circa il 36% del punteggio totale. Se questo risultato viene confrontato con la media italiana per settore, a parità di sezione, si osserva che il punteggio di Zordan è ampiamente oltre la media nazionale.

Per l'impresa si tratta del secondo BIA completato. Nel 2016 infatti, aveva totalizzato un punteggio di 80,5 punti che le aveva permesso di conseguire la certificazione BCorp per la prima volta.

### **Punto di forza: *Environment***

Secondo BCorp, l'elevato punteggio ottenuto da Zordan nella sezione *Environment* è dovuto alle seguenti voci:

- Environmental Management;
- Air & Climate ;
- Water;
- Land & Life;
- Environmentally Innovative Manufacturing Process;
- Land/wildlife Conservation.



In particolare, secondo quanto riportato nel Report di Impatto, nel 2021 Zordan si è impegnata a calcolare la Carbon Footprint di Organizzazione (CFO) per rendicontare e quantificare le emissioni dirette o indirette di gas effetto serra (GHG). Per l'esercizio successivo, l'obiettivo è di definire una strategia dettagliata di riduzione delle emissioni e di adattamento al clima.

Dal punto di vista delle certificazioni, nel 2021 è stata conseguito l'attestato Ecovadis che permette di controllare e verificare le performance in termini di sostenibilità dei fornitori di un'impresa. Questo strumento consente a Zordan e alle altre imprese certificate di poter conoscere e gestire i rischi della propria filiera di competenza e di poter portare delle migliorie nelle diverse catene logistiche globali. Durante l'anno di esercizio, sono stati acquistati unicamente legname e/o derivati provenienti da fonti certificate FSC-PEFC. Questi standard sono elaborati a livello internazionale e sono rivolti a tutte quelle realtà che operano nel settore del legno e derivati e che intendono proteggere le foreste da uno sfruttamento insostenibile, tutelando e garantendo una corretta gestione del patrimonio boschivo.

Per quanto riguarda l'aspetto energetico, Zordan si è impegnata a mantenere la certificazione GO come prova dell'origine e della provenienza geografica dell'energia elettrica dell'impresa. Per la restante parte di energia, non coperta da tale certificazione, sono state stimate circa 150 tonnellate di emissioni prodotte, compensate con l'acquisto di crediti di carbonio.

## 7. Conclusioni

Le Società Benefit e le BCorp rappresentano due modelli di impresa innovativi che integrano obiettivi sociali e ambientali insieme a quelli economico-finanziari. Entrambi i modelli hanno dimostrato di avere punti di forza distinti, ma anche aree di criticità che richiedono ulteriori sforzi e attenzione.

I punti di forza delle Società Benefit e delle BCorp risiedono nella loro capacità di generare un impatto sociale positivo. Entrambi i modelli promuovono un'impostazione imprenditoriale responsabile, orientata verso la sostenibilità e l'equità. Integrando obiettivi di beneficio pubblico nelle loro finalità statutarie, queste imprese sono in grado di indirizzare le loro risorse e le loro attività verso cause socialmente rilevanti. Ciò si traduce in una maggiore fiducia da parte dei consumatori e degli investitori che cercano di sostenere imprese che operano in modo etico e responsabile, oltre che in un maggiore coinvolgimento del personale che risulta essere più motivato e stimolato dalla *mission* dell'impresa.

Inoltre, le Società Benefit e le BCorp hanno un approccio trasparente alla misurazione delle loro performance sociali e ambientali. Sottoponendosi a una valutazione rigorosa attraverso standard di certificazione come il *Benefit Impact Assessment* e beneficiando di un quadro legale specifico per le Società Benefit, queste imprese sono tenute a dimostrare il loro impegno e la loro effettiva creazione di valore sociale. Ciò favorisce una maggiore *accountability* e trasparenza nei confronti degli *stakeholder*, che possono valutare l'impatto reale dell'impresa e prendere decisioni informate sulla base di tali informazioni.

Tuttavia, ci sono anche aree di criticità che richiedono attenzione. Una delle principali sfide riguarda la misurazione accurata dell'impatto sociale. Non esiste ancora un metodo standardizzato per quantificare in modo preciso e completo l'impatto di un'impresa in ambito sociale e ambientale. Mentre i modelli attuali offrono linee guida e indicatori, c'è ancora spazio per migliorare la robustezza e l'uniformità dei metodi di misurazione. Ciò consentirebbe una valutazione più accurata e comparabile delle performance delle Società Benefit e delle BCorp.

Un'altra criticità riguarda l'adozione pratica degli obiettivi responsabili a impatto positivo. Sebbene le Società Benefit e le BCorp si impegnino a operare nel rispetto di alti standard sociali e ambientali, la traduzione di tali impegni nella pratica può essere complessa. Le sfide operative, le limitazioni finanziarie e le pressioni del mercato possono rappresentare ostacoli

all'attuazione piena delle politiche sostenibili e dei programmi di beneficio sociale. Pertanto, è necessario un impegno costante a livello di governance per garantire che gli obiettivi continuino ad essere integrati in tutte le aree dell'impresa, dalla gestione delle risorse umane alla catena di approvvigionamento, passando per la strategia di marketing e l'innovazione produttiva.

La principale criticità della certificazione BCorp resta però legata alla disomogeneità dei punteggi nelle varie sezioni del BIA. Ci si aspetta da una BCorp che il suo impegno nel generare impatto positivo verso la società e l'ambiente sia pervasivo e non focalizzato su singole aree. Un'impresa che consegue la certificazione BCorp per merito di una sola sezione che contribuisce in maniera sproporzionata rispetto alle altre dà luogo ad una certa ambiguità in fase di analisi dei risultati. Infatti, sebbene questa sia eccellente in una categoria, le altre quattro potrebbero risultare insufficienti rispetto alla media locale. E' pensabile considerare più meritevole una BCorp che totalizza punteggi omogenei in tutte le categorie del BIA, a significare impegno in tutte le aree di competenza dell'impresa.

Per superare queste criticità, le Società Benefit e le BCorp devono perseguire un approccio di miglioramento continuo. Ciò implica l'adozione di politiche e procedure sempre più efficaci per garantire l'allineamento con gli obiettivi sociali e ambientali stabiliti. Inoltre, è essenziale promuovere la condivisione delle migliori pratiche e lo scambio di conoscenze tra le imprese, al fine di creare un ecosistema in cui le imprese possano imparare l'una dall'altra e migliorarsi reciprocamente.

Le prospettive future per le Società Benefit e le BCorp sono promettenti. Il movimento delle BCorp continua a crescere a livello globale e si prevede un aumento significativo del numero di imprese che adotteranno questo modello. Ciò porterà a una maggiore consapevolezza del ruolo delle imprese come agenti di cambiamento sociale e ambientale, contribuendo a spingere altre organizzazioni a considerare l'adozione di pratiche più sostenibili.

Inoltre, si prevede che i governi e le istituzioni siano sempre più coinvolti nella promozione di modelli aziendali responsabili. L'introduzione di incentivi fiscali, agevolazioni e normative specifiche per le Società Benefit e le BCorp potrebbe favorire la loro diffusione e creare un ambiente più favorevole per la sostenibilità e l'impatto sociale.

Per quanto riguarda gli studi futuri, è necessaria una ricerca più approfondita per valutare l'efficacia e l'impatto di lungo termine delle Società Benefit e delle BCorp. Sono necessarie indagini empiriche per comprendere meglio come queste imprese riescono a generare valore sociale e a

mantenere un equilibrio tra obiettivi di beneficio pubblico ed economici. Inoltre, sono richiesti studi comparativi tra le Società Benefit e le BCorp e altre forme di imprese socialmente responsabili al fine di comprendere le differenze e le migliori pratiche tra questi modelli.

Infine, è importante promuovere la consapevolezza e la formazione con riferimento ai modelli di Società Benefit e BCorp tra gli *stakeholder*. Gli investitori, i consumatori e i dipendenti devono essere informati sui vantaggi di sostenere imprese che adottano pratiche responsabili. La sensibilizzazione del pubblico può contribuire a creare una domanda maggiore per tali modelli aziendali e spingere le imprese a integrare obiettivi di beneficio sociale nel loro DNA.

## 8. Bibliografia

- [1] "Società Benefit – Sito di informazione sulle Società Benefit curato da B Lab e AssoBenefit" <https://www.societabenefit.net/cosa-sono-le-societa-benefit/>, aprile 2023
- [2] Ventura L., 2020, *Le Società Benefit nel mondo: un'analisi comparata*, Egea, Milano
- [3] Elkington J., 1994, *Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development*, California Management Review, 36, 90-100.
- [4] "Assobenefit", <https://assobenefit.org/>, Aprile 2023
- [5] Bandini F., Magali F., Boni L., Toschi L., 2020, *Le Società Benefit in Italia. Scelte motivazionali e assetti di governance: una prima analisi empirica*, Egea, Milano.
- [6] Lou E., 2017, *Why Millennials Want More Than Just Work: The Importance of Your "Double Bottom Line"*, Forbes
- [7] Collins J.L., Kahn W.N., 2016, *The hijacking of a new corporate form? Benefit corporations and corporate personhood*, Economy and Society Volume 45.
- [8] Robson R., 2016, *Organizational Horcruxes: Benefit corporations as a container for entity identity*, Business and Professional Ethics Journal
- [9] André R., 2012, *Assessing the Accountability of the Benefit Corporation: Will This New Gray Sector Organization Enhance Corporate Social Responsibility?* Sustainable Development.
- [10] Ebrahim A., Battilana J., Mair J., 2014, *The governance of social enterprises: Mission drift and accountability challenges in hybrid organizations*, Research in Organizational Behavior.
- [11] Koehn D., 2016, *Why the new benefit corporations may not prove to be truly social beneficial*, Business and Professional Ethics Journal
- [12] B Lab, GRI, Porticus, 2021, *Complementary Use and Linkage of the GRI Standards and B Lab's B Impact Assessment*.
- [13] Marquis C., 2022, *Il movimento BCorp. Un capitalismo sostenibile per un mondo migliore*, Giunti.
- [14] "BCorp – Make Business a Force for Good". <https://www.bcorporation.net/en-us/>, Aprile 2023
- [15] Moratis L., 2018, *Signalling Responsibility? Applying Signalling Theory to the ISO 26000 Standard for Social Responsibility*, Sustainability.
- [16] Chauhan Y., O'Neill H.M., 2020, *Strategic Advantages through Social Responsiveness: The Case of Certified B-Corps*; SSRN, USA.
- [17] Stecker M. J., 2016, *Awash in a Sea of Confusion: Benefit Corporations, Social Enterprise, and the Fear of "Greenwashing"*, Journal of Economic Issues.

- [18] Paelman V., Van Cauwernberge P., Bauwhede H.V., *Effect of BCorp Certification on Short-Term Growth: European Evidence*, Sustainability.
- [19] Kirst R.W., Borchardt M., de Carvalho M. N. M., Pereira G.M., 2021, *Best of the world or better for the world? A systematic literature review on benefit corporations and certified BCorporations contribution to sustainable development*, Wiley.
- [20] Moroz P.W., Gamble E.N., 2021, *Business model innovation as a window into adaptive tensions: Five paths on the BCorp journey*, Journal of Business Research, USA.
- [21] Parker S.C., Gamble E.N., Moroz P.W., Branzei O., *The impact of BLab certification on firm growth*, Journal of Business Research.
- [22] Battilana J., Lee M., 2014, *Advancing research on hybrid organizing*, The Academy of Management Annals.
- [23] Silva V., Lima V., Sa J.C., Fonseca L., Santos G., 2022, *B Impact Assessment as a Sustainable Tool: Analysis of the Certification Model*, MDPI.
- [24] Gerli F., Bengo I., Calderini M., Randazzo R., 2020, *La sfida della misurazione d'impatto nelle Società Benefit italiane*, Egea, Milano.
- [25] Innocenzi G., 2023, <https://www.rai.it/programmi/report/inchieste/Che-polli-3fab37d4-8b06-4a50-b9d8-6f1403dbbe6a.html>, Report, Rai.
- [26] Istat, 2023, *Registrazioni e fallimenti di imprese – IV Trimestre 2022*
- [27] Bellavite Pellegrini C., Caruso R., Di Domizio M., 2020, *Le Società Benefit: un'analisi quantitativa*, Egea, Milano.
- [28] ReportImprese, <https://www.reportimpreses.it/>, Giugno 2023.
- [29] Istat, marzo 2023, *Fatturato dell'industria – Gennaio 2023*.
- [30] Decreto 18 aprile 2005, *Adeguamento alla disciplina comunitaria dei criteri di individuazione di piccole e medie imprese*, Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana.
- [31] Freeman R. E., 1984, *Strategic Management: A stakeholder approach*, Pitman, Boston.
- [32] Polonsky M. J., Scott D., 2005, *An empirical examination of the stakeholder strategy matrix*, European Journal of Marketing, Vol. 39
- [33] Honeyman R., Jana T., 2019, *The BCorp Handbook. How You Can Use Business as a Force for Good*, Berrett-Koehler Publisher, Inc
- [34] Goldman Sachs, 2007, *GS Sustain*, 7, 47.
- [35] Blacksmith N., Harter J., 2011, *Majority of American Workers Not Engaged in Their Jobs*, Gallup.
- [36] McKinsey & Company, 2013, *Gender Diversity Top Management: Moving Corporate Culture*, Moving Boundaries.

- [37] Matisoff D. C., Noonan D. S., O'Brien J. J., 2021, *Convergence in Environmental Reporting: Assessing the Carbon Disclosure Project*, Business Strategy and the Environment, Vol. 22
- [38] Schwägele F., 2005, *Traceability from a European perspective*, Meat Science, Volume 71, Issue 1
- [39] Devillard S., Sancier S. Werner C., Maller I., Kossoff C., *Gender diversity in top management: Moving corporate culture, moving boundaries*, McKinsey & Company, 2013
- [40] Hristov I., Chirico A., 2019, *The Role of Sustainability Key Performance Indicators (KPIs) in Implementing Sustainable Strategies*, Sustainability.







**Fondazione Imprendi - Scuola di Imprenditorialità**

Corso Milano 43, Padova

[www.impreni.org](http://www.impreni.org)