



B Corp e Società Benefit: facciamo chiarezza

April 06, 2016

by Elena Rossi

*B Corp, csr, Giulio Graziani, imprese, società benefit, sostenibilità**Comments are off*

Da inizio 2016, con l'entrata in vigore di una **norma** inserita nella della Legge di Stabilità (Legge 28 dicembre 2015, n. 208) **l'Italia è il secondo paese al mondo dopo gli USA a dotarsi di una specifica legge per la costituzione di Società Benefit**: cosa sono e perché proprio il nostro paese è così all'avanguardia? Sono differenti dalle **B Corp certificate**, di cui in Italia, come altrove, abbiamo ormai tantissimi esempi, da Olio Carli a Patagonia?

Ha dipanato la materia l'avvocato **Giulio Graziani**, partner dello studio legale **Elexia** di Milano, esperto e appassionato di tematiche legate alla CSR, il quale, tra e varie attività, fornisce consulenza alle imprese che desiderano innovare in questi ambiti.

Lo abbiamo intervistato a margine del **webinar** organizzato da **CSR Manager Network** dedicato alle B Corp e alle Società Benefit: due entità distinte, ma correlate.

Avvocato, ci aiuti a fare chiarezza: cosa distingue le Società Benefit dalle B Corp certificate?

Le **Società Benefit** nascono nel 2010 nello Stato del Merylan, in USA: ad oggi sono 32 gli Stati che hanno adottato **una specifica legislazione in materia, cui si è aggiunta la sola Italia nel resto del mondo**. Si tratta una nuova forma giuridica legalmente riconosciuta dalla Legge di Stabilità che regola società di capitali che abbiano nel DNA **il perseguimento del profitto in modo responsabile, sostenibile e trasparente, a favore di un beneficio comune**: parliamo quindi di sviluppo di attività economiche con effetti positivi di tipo sociale in senso lato, su persone, territorio, ambiente, comunità e su tutti gli stakeholder dell'azienda.

Invece, la **B Corp** è una società di forma giuridica qualsiasi che **ottiene una certificazione** su base volontaria attraverso il Benefit Impact Assessment (o BIA), usato al momento da 40 mila imprese nel mondo e fornito da **B Lab**, un ente no profit americano: per ottenere e mantenere la certificazione, occorre raggiungere uno score minimo su un questionario di analisi delle proprie performance ambientali e sociali e integrare nei documenti statuari il proprio impegno verso gli stakeholder.

Le B Corp in Italia sono 11 (su oltre 1.600 nel mondo, in 47 Nazioni e 130 settori diversi): da **Cometech**, che si occupa di cardioprotezione, alla software house **Mondora** al famoso produttore alimentare **Fratelli Carli**.

Una esclude l'altra?

No, anzi oggi in Italia abbiamo **tre possibili scenari**: una srl di capitali classica può diventare una B Corp tramite l'ottenimento della certificazione; la medesima srl può invece decidere di modificare il proprio statuto e, grazie alla Legge di Stabilità, diventare una Società Benefit; la stessa società, infine, può addirittura fare entrambe le cose: cambiare statuto per diventare Società Benefit e chiedere certificazione di B Corp!

Ne vale la pena?

Io suggerisco di valutare questa nuova opportunità, data sia alle società neo-costituite che a quelle avviate,

Tweets by @amapola_smart

**Amapola**

@amapola_smart

La nostra intervista...
twitter.com/gigraz/status/...

16h

**Amapola**

@amapola_smart

B Corp e Società Benefit: facciamo chiarezza con l'aiuto di [@gigraz](#)
[@CrocqerItalia](#) buff.ly/1Me5wL3



16h

**Amapola**

@amapola_smart

Sai un copywriter o traduttore/traduttrice?

[Embed](#)[View on Twitter](#)

perché è una straordinaria occasione di fare impresa, incorporando nel proprio DNA i principi di **responsabilità sociale** che portano a svolgere le attività di business in modo innovativo. È un auto-incentivo a percorrere sentieri nuovi – dal welfare aziendale alla diversity, dalla sostenibilità ambientale alle politiche sociali – diretti verso un miglioramento concreto e stimabile, sia a favore del proprio business che del mondo in cui viviamo.

Si tratta di processi complessi, ma in grado di dare un **vantaggio competitivo e reputazionale** sul medio e lungo termine: per esempio, è un modo per trattenere talenti, ma anche di trovare nuovi consumatori.

Il cambiamento di paradigma nel fare impresa è innegabilmente in atto, è **valido per le multinazionali come per le PMI** ed è trasversale a tutti i settori: per le imprese si tratta di scegliere se guardare avanti, utilizzando gli strumenti che, per fortuna per l'Italia, abbiamo a disposizione anche a livello giuridico.

Perché l'Italia ha già fatto sua questa novità, seconda solo agli USA?

Noi italiani siamo consapevoli dei nostri limiti – burocrazia, tendenza ad aggirare le regole... – ma volenterosi di migliorare e quindi molto attratti dalle nuove idee che possono stimolare cambiamenti positivi. Siamo sensibili a quanto si muove nel mondo intorno al tema dell'innovazione per le imprese, perché sappiamo bene che a noi per primi occorre nuova linfa vitale per sviluppare il nostro tessuto imprenditoriale: di conseguenza **attraiamo buone idee**.

Il caso delle Benefit Corp non è isolato, perché siamo all'avanguardia anche in fatto di governance o, più recentemente, di integrated reporting.

Conosce qualche azienda che si è già attivata da quando è entrata in vigore la legge, tre mesi fa?

Mi risulta ci siano **cinque aziende** che già a febbraio di quest'anno hanno modificato il loro statuto in Società Benefit. L'unica di cui ho trovato traccia in termini di comunicazione è la piattaforma di Job Sharing **Croqqr** che ne dà notizia sul proprio sito web, segnalando il passaggio alla nuova forma giuridica "**Croqqr Italia Srl SB**".

A suo parere, è giusto per un'azienda comunicare all'esterno l'adesione a tali principi e le relative azioni, come per esempio il cambio di statuto in Società Benefit?

Credo sia giusto fare una **buona comunicazione**, che per me equivale a una comunicazione **veritiera**. La legge prevede sanzioni per le società che fanno comunicazione NON veritiera, applicando le leggi che combattono la pubblicità ingannevole e le pratiche commerciali illegali. Detto ciò, credo che **comunicare** all'esterno un cambio di statuto, specie per una società che non sia neo-costituita, **sia doveroso**: non può che avere un impatto positivo sia sull'azienda medesima che nello sviluppo di una sensibilità imprenditoriale nei confronti della CSR.

Insomma, io ci credo: **abbiamo una buon occasione e dobbiamo metterla in pratica**.

Social Share



Amapola S.r.l. - Milano: Via Carlo De Angeli, 3 20141 Milano - phone: +39 02 87384206 - fax: +39 02 87384381 - Torino: Via Aosta 8, 10152 Torino
Amapola S.r.l. - Sede legale: Via Ameglia 4/9, 16136 Genova - codice fiscale 02083080164 - partita IVA 10683390156