

CERTIFIED B-CORP E SOCIETÀ BENEFIT

*di Dario De Rossi**

La Fondazione Nazionale Commercialisti ha partecipato all'evento "The Founding B Corps Italia" che si è svolto, il giorno 1.12.16, presso "Base Milano" il nuovo polo culturale creativo che sorge negli spazi dell'ex Acciaieria Ansaldo. L'auspicio degli organizzatori era quello di favorire il lancio del movimento B Corp condividendo il significato, i valori e l'impatto di un nuovo paradigma nel fare impresa.

L'occasione ha visto riuniti i rappresentanti di molte Certified B-Corp e Società Benefit, nonché di molti soggetti interessati alla comprensione del fenomeno.

Dagli interventi dei numerosi relatori invitati è emerso l'aspetto che il movimento delle B-Corp ha come obiettivo di riportare la persona al centro delle priorità applicando logiche "umane" al business e invertendo, quindi, la prassi consolidata di applicare logiche business all'"umano".

È, altresì, emerso il desiderio di portare avanti un sogno comune di essere parte di un cambiamento che può e deve avvenire attraverso un nuovo modo di fare impresa, creando percorsi che altri possano seguire, con lo scopo di co-creare un futuro più sostenibile per tutti e, in particolare, per le future generazioni.

È stata rappresentata la convinzione che non si può aspettare che il cambiamento arrivi dall'alto, in particolare dalla politica, ma è necessario che le persone, che formano il tessuto sociale ed economico del Paese, devono essere il motore di questo cambiamento; proprio le imprese, in particolare, possono e devono essere attori protagonisti del cambiamento in quanto sono "cittadini" che convivono insieme ad altri in un ecosistema dato nel quale e sul quale producono inevitabili impatti.

Sono intervenuti, fra gli altri, Paolo Di Cesare (co-fondatore insieme ad Eric Ezechieli di "Nativa srl Società Benefit" organizzatrice dell'evento) facendo rilevare che il nostro sistema economico imprenditoriale sconta ancora una grande distanza fra chi, all'interno delle imprese, persegue l'obiettivo di profitto e chi deve valutare l'impatto sociale e ambientale prodotto. Ciò deriverebbe dal fatto che, anche a livello normativo, *"le imprese nascono con un obiettivo che è quello di dividere gli utili; ma la natura stessa delle imprese è quella di esercitare un impatto sociale ambientale"*. Ne deriva che se, dall'esercizio dell'attività imprenditoriale, conseguono impatti economici, impatti ambientali ed impatti sociali, allora, i relativi effetti, devono essere necessariamente misurati per misurare il valore (o disvalore) complessivamente prodotto.

Di Cesare ha, altresì, illustrato il pensiero di Johan Rockstrom dello Stockholm Resilience Center, il quale, ha sintetizzato (quale risultato storico della conferenza sul clima COP21 del 2015) che, nel 2040, dovremo necessariamente vivere (per sopravvivere) in una società de-carbonizzata. Questo scenario dovrà essere il risultato, non negoziabile, di una radicale trasformazione a cui tutti, come

* Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Treviso

individui, come aziende e come amministrazioni, siamo chiamati a contribuire e non solo con una forte tensione verso gli aspetti ambientali ma, pari, verso gli aspetti sociali.

Eric Ezechieli, nel suo intervento, ha stigmatizzato la questione in merito a come affrontare praticamente questi problemi, interrogandosi su cos'è il business e ritenendolo una *"tecnologia"* per risolvere i contrasti e le distorsioni che l'agire umano ha creato. E' prioritario, per lui, il concetto di *"usare"* il business per il soddisfacimento dei bisogni umani con la conseguenza che l'impresa è un mezzo e non un fine.

I modelli di business sviluppati dalle aziende hanno plasmato e continuano a plasmare i comportamenti, gli stili di vita e l'ambiente nel quale vivono le persone. Da qui l'importanza di comprendere se, come e quanto il modello di business di un'impresa crea o distrugge valore; e da qui anche la conseguenza che, se l'obiettivo del fare impresa è distribuire utili, gli imprenditori faranno di tutti per massimizzare questo obiettivo, mentre, prevedendo obiettivi e finalità ulteriori, anche questi dovranno essere gestiti, perseguiti e misurati.

Per questo, ha proseguito Ezechieli, le B-Corp hanno come obiettivo capire se creano valore per la collettività; ed il sistema di misurazione, il B-Impact Assessment BIA messo a punto da B-Lab, ha proprio questo compito: misurare l'impatto generato. Le imprese che, sulla base di tale sistema di misurazione ed in applicazione del loro modello di business, raggiungono una valutazione inferiore agli 80 punti stanno distruggendo valore, con 80 punti raggiungono una sorta di break even point (nel quale l'impatto generato dalle attività sarebbe neutro) e sopra tale soglia stanno creando valore netto per la collettività.

Ezechieli ha concluso il proprio intervento sottolineando come, la recente legge introduttiva delle Società Benefit in Italia, può essere valutata alla stregua di un nuovo *"sistema operativo"* che rende possibile un determinato modo di fare impresa.

È intervenuto anche Bart Houlahan, Co-fondatore di B Lab e Co-inventore delle Benefit Corporation, sottolineando come, nella sua esperienza imprenditoriale, ha imparato che il business è realmente la più importante forza di cambiamento e, in quanto tale, è necessario che sia una forza orientata al bene.

Ha presentato il progetto di B-Lab come un'organizzazione no-profit al servizio di un movimento globale di persone che utilizzano il *"business as a force for good"* con l'auspicio che, un giorno, le imprese competano per essere non le migliori al mondo, ma le *"Best for the World"*.

Houlahan, pur avendo evidenziato che obiettivo di B-Lab è quello di costruire una comunità globale di Certified B Corporations, ha sottolineato che la certificazione è importante ma non è il fine. Il fine è quello di creare una prosperità maggiormente condivisa e durevole promuovendo la creazione delle Benefit Corporation.

L'intervento del sen. Mauro Del Barba è iniziato condividendo il concetto di Ezechieli che attribuisce alla legge istitutiva delle Società Benefit (di cui il senatore è stato il primo firmatario del D.L. che ha portato alla loro introduzione) l'accezione di sistema operativo. Ha anche aggiunto che è un modo per *"modificare geneticamente l'impresa dal suo interno attraverso la modifica dello statuto sociale"*. Il senatore, nel corso di questi mesi, ha potuto riscontrare che l'opportunità riconosciuta dalla introduzione della Società Benefit, è stata quella, per molti imprenditori, di *"indossare un abito che consente di stare in mezzo agli altri per come si è e ci si sente"*.

La motivazione intrinseca che lo ha determinato ad impegnarsi per la scrittura del disegno di legge trae origine dalle molteplici *“lezioni”* avute anche dal prof. Stefano Zamagni.

Il sen. Del Barba ha concluso il proprio intervento evidenziando che la politica ha bisogno della forza positiva delle imprese e stigmatizzando che *“la legge è stata scritta con tanti margini di libertà al fine di consentire tante interpretazioni e, soprattutto, per esaltare la fantasia degli operatori”*. E sulla questione, spesso dibattuta, in merito al fatto se le Società Benefit debbano diventare anche Certified B-Corp, si è espresso affermando che non è stato imposto normativamente alcun obbligo *“in quanto si è voluto lasciare spazio al dialogo ed alla fantasia dei vari operatori interessati del territorio”*.

Anche Banca Prossima, tramite Marco Morganit, è intervenuta portando la propria esperienza nel percorso intrapreso per diventare B-Corp ed evidenziando che il sistema finanziario, al pari di ogni altro componente della collettività, deve dare il proprio contributo. E Banca Prossima *“ha fatto il suo dovere di cittadino che, come tutte le imprese, deve fare circolare il bene di cui è dotato per raggiungere il proprio obiettivo finale”*. Ha poi dissertato sulla questione relativa al fatto di come e dove devono andare impegnati i soldi dei risparmiatori in quanto i relativi investimenti possono essere una leva determinante per il cambiamento dei modelli di business.

Il prof. Stefano Zamagni ha concluso gli interventi istituzionali partendo dal concetto che il principio di restituzione è stato alla base del pensare dell'imprenditore americano il quale, tuttavia, ha sempre ispirato il proprio agire alla massimizzazione del profitto.

Al riguardo ha riportato il noto caso *“Dodge vs Ford”* (del 1919) enfatizzando il fatto che Henry Ford ha dovuto risarcire i soci per aver destinato, nella gestione della società, risorse finanziarie per attività volte all'incremento della base occupazionale che avrebbero compreso il diritto degli *“shareholders”* alla massimizzazione del profitto.

Ha riportato anche l'altrettanto storico pensiero di Milton Friedman (del 1970) secondo il quale c'è una ed una sola responsabilità sociale dell'impresa ed è quella di utilizzare le sue risorse per dedicarsi ad attività volte ad incrementare i propri profitti con la conseguenza che la violazione di tale missione, da parte di un'impresa che intendesse un diverso concetto di responsabilità sociale, porterebbe a esiti devastanti.

Il professore ha, altresì, stigmatizzato il fatto che la distinzione fra for profit e non profit non è nata in Italia ma negli Stati Uniti, mentre in Italia è stata coniata la definizione di impresa civile, che è quell'impresa che include, tendenzialmente tutti, nell'attività economica con lo scopo di realizzare il soddisfacimento dei bisogni umani. All'impresa civile si contrappone quella di impresa a-civile quando, viceversa, tende ad escludere dal proprio perimetro di considerazione alcuni soggetti.

Ha sottolineato che, fin dal 1400, l'impresa, nella tradizione italiana, non ha mai avuto come unico scopo quello della massimizzazione del profitto anche se, ovviamente, abbiamo avuto anche noi delle eccezioni. In America, viceversa e per sopperire alla mancanza dell'azione inclusiva del mercato, si è dato vita al settore non profit con organizzazioni che sono nate non tanto per realizzare obiettivi di produzione di beni e/o servizi ma per facilitare l'inclusione di coloro i quali cercavano lavoro, la casa ecc.. Si è trattato, quindi, di un non profit non imprenditoriale. Tipico il caso delle fondazioni che ricevono denaro dalla *“filantropia”* o da altre fonti; quindi, il non profit americano, è un settore che ha sempre avuto funzioni redistributive. Nella tradizione italiana, al contrario, il non profit ha sempre

avuto una funzione produttiva (a partire dai Monti di Pietà, fino alla creazione delle Casse Rurali, agli Ospedali ecc.) con creazione di valore per i vari stakeholder.

Ha anche illustrato l'esistenza di una terza visione, quella francese, nella cui tradizione non è mai esistita una distinzione fra profit e non profit in quanto in Francia è stata coniata, da Jacques Delors, l'espressione "terzo settore". Il senso (e la funzione) del terzo settore francese è sempre stato quello di vedere le organizzazioni del terzo settore come braccio operativo della pubblica amministrazione (centrale o locale che sia); ciò è da ricondurre, in particolare, al fatto che la Francia ha una tradizione molto statalista. Il terzo settore però come lo conosciamo anche noi, potrebbe in realtà evolversi, così non avremmo più una divisione tra stato, imprese e "il resto", ma un unico for benefit.

Questa visione si è tuttavia radicata fortemente in tutta Europa consolidando una caratterizzazione di appartenenza gerarchica delle organizzazioni: il primo settore quello pubblico, il secondo settore quello privato, formato dalle imprese che operano per il profitto ed infine, ultimo ma proprio ultimo secondo Zamagni, il terzo settore.

Nel corso degli ultimi anni, prosegue Zamagni, la tradizione dell'economia civile sta tornando in quanto gli americani, pragmaticamente, hanno compreso che il loro modello non funziona più e stanno riscoprendo uno strumento tipico della tradizione italiana; attraverso questo processo di convergenza il buono delle due culture porta successo.

Il professore, partendo dall'assunto che un'impresa che distrugge valore sociale non può avere diritto di cittadinanza in uno stato civile, ha concluso il proprio intervento plaudendo all'"invenzione" americana delle Benefit Corporation ed al loro tempestivo recepimento nell'ordinamento giuridico italiano ed auspicando di continuare nello sforzo di diffondere la novità in quanto se ne parla ancora troppo poco, anche nelle università.

L'evento, prima di passare ad un piacevole momento di intrattenimento ludico ed eno-gastronomico, si è concluso con la testimonianza di due Società Benefit Certified B-Corp (D-Orbit srl SB e Little Genius International srl SB) e di due Certified B-Corp (F.lli Carli spa e Antica Erboristeria spa). Un aspetto sicuramente importante e da evidenziare, è legato al fatto che tutti e quattro i portavoce delle imprese erano donne.

Tutte e quattro le testimonianze hanno fatto emergere il valore di sentirsi parte di un movimento globale e un senso di responsabilità nuovo derivante da tale partecipazione; questo senso di responsabilità indirizza fortemente le strategie da intraprendere in quanto emerge forte la necessità di tener conto dell'impatto che si crea.

Altrettanto forte è emersa la necessità di un robusto commitment della direzione aziendale in quanto questo è rafforzativo dell'azione intrapresa per ottenere i migliori risultati. Commitment che deve supportare la creazione di gruppi di lavoro composti da persone facenti parte delle varie funzioni che si riuniscono periodicamente con lo scopo, fra gli altri, di far scendere la rinnovata mission aziendale lungo le direttrici più operative delle aziende, rendendo partecipanti attivi i dipendenti, i fornitori ed i clienti. Un'attenzione particolare deve essere rivolta alle persone migliorando le condizioni di lavoro ed assegnando responsabilità ai vari soggetti.

È, altresì, emerso che il fatto di essere parte di una community che condivide valori, obiettivi e sistemi di misurazione delle performance, consente anche di sfruttare le sinergie economiche che si possono creare fra i vari partecipanti con reciproci scambi commerciali.