

*La Puglia delle Società Benefit.
Dialoghi territoriali per l'economia a impatto
«Il beneficio comune»
Camera di Commercio di Brindisi e Taranto, Taranto 13 ottobre 2026*

Società benefit e Beneficio comune

Barbara Scozzi



Politecnico
di Bari

Agenda



Business e società :
l'evoluzione che ha portato
alla nascita delle società
benefit



Società benefit: Tutto quello
che avreste voluto sapere e
non avete mai osato chiedere



Le finalità di Beneficio
comune delle società benefit



Business,e società :
l'evoluzione che ha portato alla
nascita delle società benefit

Finalità di impresa e interesse pubblico: il caso degli USA (1)

- Tra XVIII e inizio XIX secolo, le società nascono e possono operare solo se autorizzate: lo Stato concede personalità giuridica e responsabilità limitata per svolgere funzioni di interesse pubblico (e. costruzione di strade, gestione dell'acqua) → **Società strumento per perseguire finalità pubbliche. Forte legame tra scopo aziendale e beneficio per la comunità**
- Con l'industrializzazione aumenta il numero di imprese che chiede l'autorizzazione. Viene modificata la legislazione (New York introduce la prima legge generale sull'incorporazione nel 1811). Non è più necessaria un'approvazione individuale: le imprese devono dichiarare uno scopo preciso, ma è sufficiente indicare qualsiasi scopo legale → **Società strumento economico più autonomo rispetto agli interessi pubblici originari. Si indebolisce il legame tra impresa e finalità sociali**

Finalità di impresa e interesse pubblico: il caso degli USA (2)

- Nei primi decenni del XX secolo si iniziano a affermare il principio della shareholder primacy e la dottrina della massimizzazione del profitto come unico obiettivo aziendale.
 - Emblematico il Caso *Dodge v. Ford* (1919): «*La società è organizzata principalmente per generare profitto per gli azionisti*»
- Nel diritto societario moderno, gli amministratori godono di una certa discrezionalità : le decisioni sono protette se prese in buona fede e non è necessario massimizzare il profitto nel breve periodo. ma la centralità del profitto rimane particolarmente forte nelle operazioni straordinarie (es. vendite)
 - Caso **Ben & Jerry's vs Unilever** (2000) → Priorità degli azionisti influenza concretamente le decisioni aziendali
 - Caso **eBay vs. Craigslist** (2010) → Il dovere verso gli azionisti prevale esplicitamente sugli interessi degli stakeholder

Finalità di impresa e interesse pubblico... non solo USA e non solo aule giudiziarie (1)

- Da fine '700 a inizio '900 → diffusione del pensiero liberista
 - *Non è dalla benevolenza del macellaio, del birraio o del fornaio che ci aspettiamo il nostro pranzo, ma dalla cura che essi hanno per il proprio interesse. **Adam Smith** - La ricchezza delle nazioni (1776)*
 - Anni trenta del '900: **Adolf Berle** (Columbia Law School) → i manager devono esercitare il loro potere nell'interesse degli azionisti vs. **Merrick Dodd** (Harvard Law School) → le società hanno anche una responsabilità verso lavoratori, clienti e comunità
 - Nello stesso periodo si perfezionano i **modelli microeconomici di teoria della produzione** che modellano le imprese assegnando come unico obiettivo la massimizzazione del profitto. Questi modelli si insegnano ancora oggi nelle aule universitarie delle business school

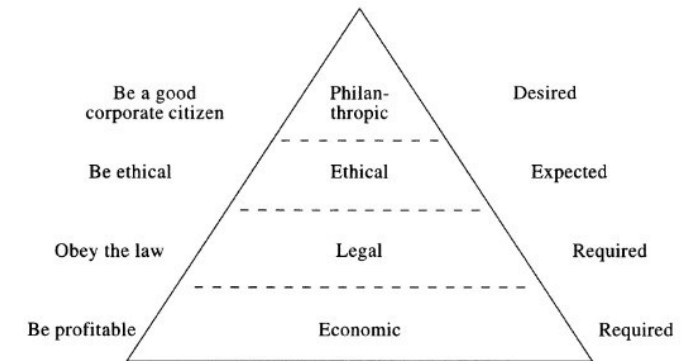
Finalità di impresa e interesse pubblico... non solo USA e non solo aule giudiziarie (2)

- Dopo la Grande Depressione del 1929 e l'ascesa dei totalitarismi, il neoliberismo capisce che il *laissez-faire* assoluto può portare al collasso del sistema o alla creazione di monopoli privati che distruggono la concorrenza.
Per i neoliberisti, tra cui **Friedrich von Hayek** e **Milton Friedman**, lo Stato non deve sparire, ma deve cambiare radicalmente funzione: non deve gestire l'economia, ma deve usare le leggi e le forze dell'ordine per difendere la proprietà privata, privatizzare i beni pubblici e smantellare i sindacati o qualsiasi ostacolo alla libera concorrenza.
 - E l'impresa? *Esiste una e una sola **responsabilità sociale dell'impresa**: usare le sue risorse e impegnarsi in attività volte ad aumentare i suoi profitti (Milton Friedman, 1970)*

Finalità di impresa e interesse pubblico... non solo USA (1)

Nel '900 il pensiero (neol)iberista è dominante, ma non unico...

- **Wallace B. Donham** (Harvard Business School) pubblica nel 1927 su Harvard Business Review "The Social Significance of Business" → il vero problema legato al mondo delle imprese è quello di creare e far sviluppare una classe imprenditoriale socialmente responsabile
- «*Le attività d'impresa sono permesse e incoraggiate dalla legge perché sono un servizio alla società piuttosto che fonte di profitto per i suoi proprietari*», **M. Dodd** (Harvard Law School)
- Nascita della **Corporate Social Responsibility** (1950-..)
 - [La responsabilità sociale] fa riferimento agli *obblighi degli uomini di affari di perseguire quelle politiche, prendere quelle decisioni, o seguire quelle linee di azione auspicabili in termini di obiettivi e valori della nostra società*» (H. **Bowen** 1953)



Finalità di impresa e interesse pubblico... non solo USA (1)

- Nascita della **Stakeholder Theory** (1984----)
 - *Ogni azienda crea, e talvolta distrugge, valore per clienti, fornitori, dipendenti, comunità e finanziatori. L'idea che il business consista nel massimizzare i profitti per gli azionisti è obsoleta e non funziona molto bene... Il compito dei dirigenti è creare quanto più valore possibile per gli stakeholder senza ricorrere a compromessi. Le grandi aziende durano perché riescono ad allineare gli interessi degli stakeholder» R. Edward Freeman*
-

Finalità di impresa e interesse pubblico... non solo USA (1)

....Nel frattempo nella società, spesso grazie a organismi internazionali, nasce e si diffonde la sensibilità sui temi della sostenibilità e il concetto di sviluppo sostenibile: *«uno sviluppo che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri (Rapporto Bruntland, 1987)*

- L'impresa ha una responsabilità anche per gli impatti sociali e ambientali: modello delle tre P/triple bottom line, affermazione ESG

Tuttavia sinora, con poche eccezioni (es. CSRD), l'integrazione delle **preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese** nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate è ancora **un atto volontario**

Perché scegliere di essere sostenibili?

- Compliance verso politiche e provvedimenti

European Green Deal e.g. CSRD, CSDDD



- Rafforzamento Immagine e brand reputation

Aumentano i consumatori che tendono a fare scelte d'acquisto sostenibili (es. Deloitte, 2020; Deloitte 2021)



- Attrazione e ritenzione di (giovani) talenti

<https://nbs.net/three-reasons-job-seekers-prefer-sustainable-companies>



- Gestione efficiente delle risorse

<https://sustainable.org.nz/learn/tools-resources/the-benefits-of-a-sustainable-business/>



- Capacità di far leva sulla innovazione

Eccles, R. G., Perkins, K. M., & Serafeim, G. (2012). How to become a sustainable company. *MIT Sloan Management Review*, 53(4), 43.



- Mantenimento della licenza sociale a operare



- Accesso semplificato a capitale di credito e investimento privato

<https://www.nasdaq.com/articles/strong-esg-practices-can-benefit-companies-and-investors-2019-03-13>



- Aumento resilienza della Supply chain e migliore capacità di gestire i rischi

<https://nbs.net/executive-report-sustainable-global-supply-chains>



- Migliori performance nel lungo termine

Busch, T., & Friede, G. (2018). The robustness of the corporate social and financial performance relation: A second-order meta-analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 583-608.



- Nessun futuro per l'umanità se si distrugge il pianeta



Finalità di impresa e interesse pubblico: il caso Italia (1)

- Nell'Italia post-unitaria la costituzione delle società era soggetta a un forte controllo statale. Il legislatore guardava con diffidenza alle grandi società, considerate potenzialmente rischiose per risparmiatori e mercato. L'autorizzazione pubblica rappresentava uno strumento di tutela e vigilanza. Le società sono considerate come un soggetto economico di interesse pubblico e non esclusivamente privato
- Nel 1882 nasce il Codice di Commercio che favorisce l'industrializzazione del Paese. affermando una maggiore libertà di iniziativa economica. L'impresa viene concepita sempre più come strumento per la crescita economica e l'accumulazione di capitale. [Si rafforza la funzione economica della società, pur senza abbandonare del tutto la sua rilevanza sociale.

Finalità di impresa e interesse pubblico: il caso Italia (1)

- Nel 1942 il Codice Civile incorpora la disciplina societaria La società è finalizzata all'esercizio di un'attività economica, non si sviluppa una dottrina rigida della massimizzazione del profitto per gli azionisti.
 - Società (c.c. 2247) → esercizio collettivo di una attività economica da parte di più imprenditori che siglano un contratto di società «Con il contratto di società due o più persone conferiscono beni o servizi per l'esercizio in comune di un'attività economica allo scopo di dividerne gli utili.
 - Imprenditore **e imprenditrici** (c.c. 2082) “ è imprenditore **(o imprenditrice)** chi esercita professionalmente un'attività economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni o servizi”
 - Impresa

Finalità di impresa e interesse pubblico: il caso Italia (1)

- L'impresa viene interpretata come soggetto economico che deve contribuire al benessere collettivo e non solo al profitto privato.
- L'iniziativa economica privata è riconosciuta ma non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla salute, all'ambiente, alla sicurezza, alla libertà o alla dignità umana. La legge può indirizzare e coordinare l'attività economica pubblica e privata a fini sociali e ambientali (art 41 della Costituzione)
 - *La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e della ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione. Tutela l'ambiente, la biodiversità e gli ecosistemi, anche nell'interesse delle future generazioni. La legge dello Stato disciplina i modi e le forme di tutela degli animali (art. 9 della Costituzione)*



Società benefit : Tutto quello
che avreste voluto sapere e non
avete mai osato chiedere

Tutto inizia con...



Jay Coen Gilbert, Andrew Kassoy and
Bart Houlahan



Using business as a force for good

Le azione messe in campo da B Lab

- **Creazione della Certificazione B Corp:** Valuta le aziende in base al loro impatto sociale e ambientale tramite il *B Impact Assessment* certificando le imprese che *do well by doing good*



- **Creazione di un movimento globale:** Una community di imprese che si impegnano per essere le migliori *per* il mondo

- **Ideazione e promozione del modello della Benefit Corporation** (in Italia Società Benefit), modello che assume una valenza legale in diversi paesi del mondo

- **Creazione del Global Impact Investing Rating System,** sistema globale di valutazione che serve a misurare e certificare l'impatto ambientale e sociale di aziende e fondi di investimento → funziona come Moody's o Standard & Poor's, ma si focalizza interamente sulla sostenibilità e sui criteri ESG

La dichiarazione di interdipendenza

LA NOSTRA VISIONE È UN'ECONOMIA GLOBALE CHE USA IL BUSINESS COME FORZA POSITIVA. QUESTA ECONOMIA COMPRENDE UNA NUOVA FORMA DI AZIENDA - LA B CORPORATION - CHE HA UNO SCOPO PIÙ ALTO E CREA UN BENEFICIO PER TUTTI I PORTATORI D'INTERESSE, NON SOLO GLI AZIONISTI. COME B CORPORATION E LEADER DI QUESTA ECONOMIA EMERGENTE CREDIAMO CHE: DOBBIAMO ESSERE IL CAMBIAMENTO CHE VOGLIAMO VEDERE NEL MONDO. TUTTE LE AZIENDE DOVREBBERO ESSERE GESTITE IN MODO DA CREARE BENESSERE PER LE PERSONE E IL PIANETA. ATTRAVERSO I PROPRI PRODOTTI, SERVIZI, PRATICHE E PROFITTI LE AZIENDE DOVREBBERO AMBIRE A NON CAUSARE DANNO E CREARE UN BENEFICIO PER TUTTI. PER FARE QUESTO DOBBIAMO AGIRE AVENDO COMPRESO CHE SIAMO DIPENDENTI GLI UNI DAGLI ALTRI E QUINDI RESPONSABILI GLI UNI VERSO GLI ALTRI E VERSO LE GENERAZIONI FUTURE.

Benefit corporation: nascita e diffusione

2010: Su pressione di B Lab, il Maryland emana una legislazione specifica che decreta la nascita del modello Benefit Corporation. Da questo momento il modello si diffonde in diversi stati degli Stati Uniti (oggi presente in 38 stati). **Perché gli USA?**

2016: L'Italia è il primo paese sovrano al mondo ad aver istituito per legge (Legge di Stabilità 2016) il modello organizzativo della società benefit. **Perché l'Italia?**

Una legislazione simile esiste anche in Colombia (2018), Porto Rico (2018), Columbia Britannica (2019), Ecuador (2019), Francia (2019), Perù (2020), Ruanda (2021), Panama (2022), San Marino (2023) e Spagna (2022)

Attualmente la stessa legge è in discussione in diversi altri paesi del mondo

Che sono le società benefit?

«**Società** che nell'esercizio di una 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, ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse [...] Le finalità possono essere perseguite da **ciascuna delle società di cui al libro V, titoli V e VI, del codice civile**, nel rispetto della relativa disciplina»

(Legge del 28 dicembre 2015, n. 208, articolo unico, commi 376-377)

Società di persone (società semplice, società in nome collettivo, società in accomandita semplice)

Società di capitali (società per azioni, società a responsabilità limitata, società in accomandita per azioni) **società cooperative**

Beneficio comune

Perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica delle società benefit, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, su una o più categorie di stakeholder (persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse (Legge del 28 dicembre 2015, n. 208, articolo unico, comma 378)

- purpose: obiettivo che va oltre la massimizzazione del profitto
- finalità di beneficio comune devono essere:
 - indicate nello statuto della società (→ obiettivi stabili)
 - espresse in maniera, essere realistiche, definire principi cardine e valori di riferimento in modo da orientare concretamente strategie e azioni aziendali e generare impatto
 - essere perseguite attraverso la progettazione di attività a cadenza annuale e con l'individuazione di specifici obiettivi misurabili

Come operano le società benefit?

«...amministrata in modo da **bilanciare l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi delle categorie** indicate nel comma 376, conformemente a quanto previsto dallo statuto. La società benefit, fermo quanto disposto dalla disciplina di ciascun tipo di società prevista dal codice civile, **individua il soggetto o i soggetti responsabili a cui affidare funzioni e compiti volti al perseguimento delle suddette finalità**»

(Legge del 28 dicembre 2015, n. 208, articolo unico, comma 380)

Impegni delle società benefit (1)

«...**redige annualmente** una **relazione** concernente il perseguimento del beneficio comune, **da allegare al bilancio** societario e che include:

- a) **la descrizione degli obiettivi specifici**, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;
- b) **la valutazione dell'impatto** generato utilizzando lo standard di valutazione esterno con caratteristiche descritte nell'allegato 4 [...] e che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 [...];
- c) una sezione dedicata alla descrizione dei **nuovi obiettivi** che la società intende perseguire nell'esercizio successivo»

Lo standard deve essere esauriente e articolato, indipendente, credibile, trasparente

Governo di impresa, Lavoratori, Altri portatori di interesse e Ambiente

(Legge del 28 dicembre 2015, n. 208, articolo unico, comma 382)

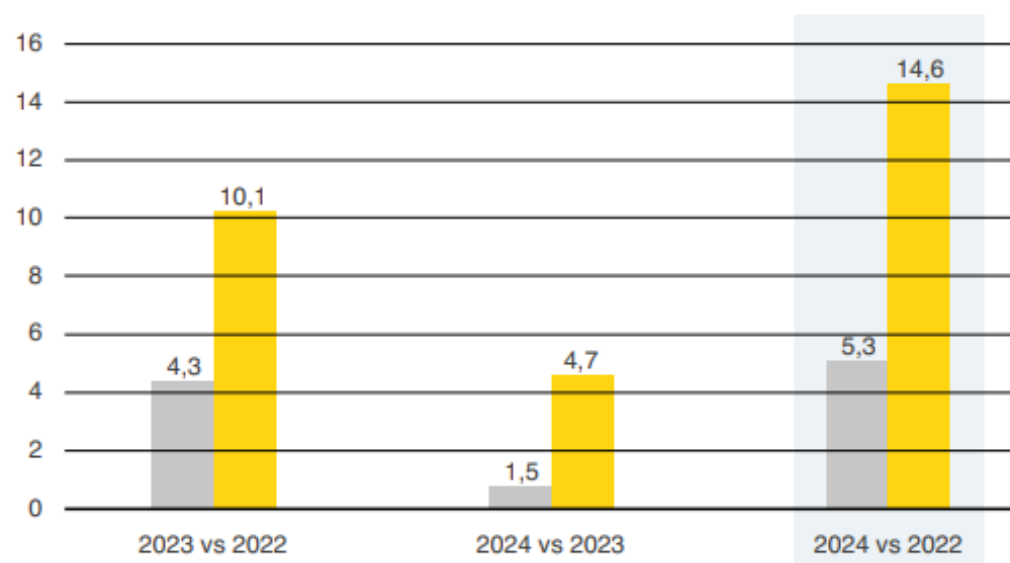
Controllo delle società benefit

«La società benefit che non persegua le finalità di beneficio comune è **soggetta alle disposizioni** di cui al decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, in materia di **pubblicità ingannevole** e alle disposizioni del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206. **L'Autorità garante della concorrenza e del mercato** svolge i relativi compiti e attività, nei limiti delle risorse disponibili e senza nuovi o maggiori oneri a carico dei soggetti vigilati»

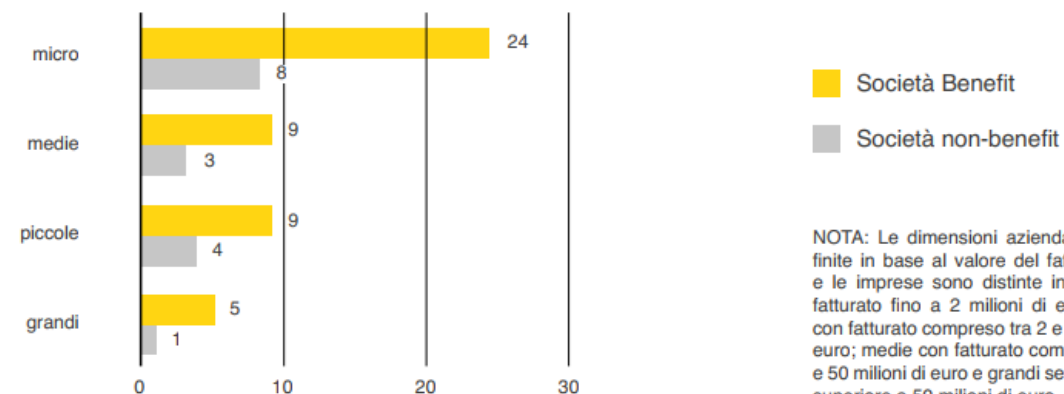
(Legge del 28 dicembre 2015, n. 208, articolo unico, comma 384)

Le società benefit: Doing well by doing good

Variazione del fatturato a prezzi correnti (%; mediane) - fig.18



Variazione del fatturato 2022-2024 per dimensioni (%; mediane) - fig.20



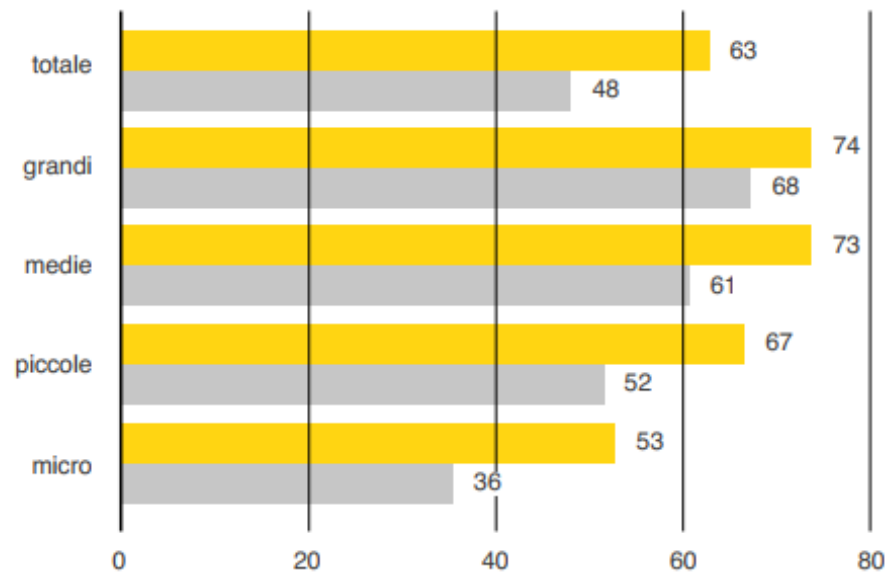
NOTA: Le dimensioni aziendali sono definite in base al valore del fatturato 2022 e le imprese sono distinte in: micro con fatturato fino a 2 milioni di euro; piccole con fatturato compreso tra 2 e 10 milioni di euro; medie con fatturato compreso tra 10 e 50 milioni di euro e grandi se il fatturato è superiore a 50 milioni di euro.

Ricerca Nazionale sulle Società Benefit 2026

<https://www.societabenefit.net/ricerca-nazionale-sulle-societa-benefit/>

Le società benefit: Doing well by doing good

% imprese con addetti in crescita tra 2022-2024 - fig.21



■ Società Benefit
■ Società non-benefit

Società Benefit

+19,7%

aumento del valore aggiunto

+21,6%

incremento del costo del lavoro

Società non-benefit

+12,6%

aumento del valore aggiunto

+11,2%

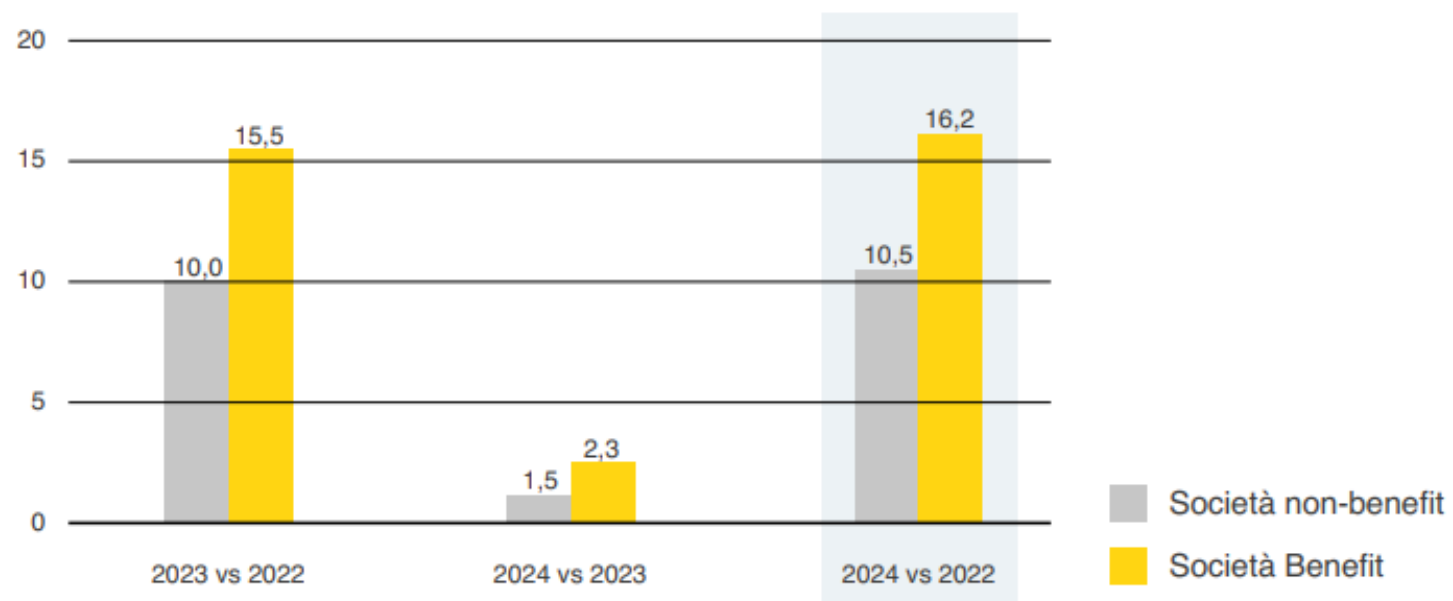
incremento del costo del lavoro

Ricerca Nazionale sulle Società Benefit 2026

<https://www.societabenefit.net/ricerca-nazionale-sulle-societa-benefit/>

Le società benefit: Doing well by doing good

Variazione del margine operativo lordo a prezzi correnti (%; mediane) - fig.27



Ricerca Nazionale sulle Società Benefit 2026

<https://www.societabenefit.net/ricerca-nazionale-sulle-societa-benefit/>

Perché scegliere di essere sostenibili?

Vale per le società benefit? Altro da aggiungere?

- Compliance verso politiche e provvedimenti

European Green Deal e.g. CSRD, CSDDD



- Rafforzamento Immagine e brand reputation

Aumentano i consumatori che tendono a fare scelte d'acquisto sostenibili (es. Deloitte, 2020; Deloitte 2021)



- Attrazione e ritenzione di (giovani) talenti

<https://nbs.net/three-reasons-job-seekers-prefer-sustainable-companies>



- Gestione efficiente delle risorse

<https://sustainable.org.nz/learn/tools-resources/the-benefits-of-a-sustainable-business/>



- Capacità di far leva sulla innovazione

Eccles, R. G., Perkins, K. M., & Serafeim, G. (2012). How to become a sustainable company. *MIT Sloan Management Review*, 53(4), 43.



- Mantenimento della licenza sociale a operare



- Accesso semplificato a capitale di credito e investimento privato

<https://www.nasdaq.com/articles/strong-esg-practices-can-benefit-companies-and-investors-2019-03-13>



- Aumento resilienza della Supply chain e migliore capacità di gestire i rischi

<https://nbs.net/executive-report-sustainable-global-supply-chains>



- Migliori performance nel lungo termine

Busch, T., & Friede, G. (2018). The robustness of the corporate social and financial performance relation: A second-order meta-analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 583-608.



- Nessun futuro per l'umanità se si distrugge il pianeta



In sintesi una società benefit è:

- Organizzazione ibrida/dual purpose
- Capace di fare bene facendo del bene (*doing well by doing good*)
- **Sostenibilità non è un'attività accessoria o volontaria, ma un dovere incorporato nello statuto**



Le finalità di Beneficio comune
delle società benefit

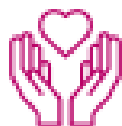
Finalità di beneficio comune - esempi

Perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica delle società benefit, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, su una o più categorie di stakeholder (persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse



Le finalità specifiche di beneficio comune

CHIESI FARMACEUTICI S.P.A SB.



Migliorare la salute delle persone, il loro benessere e la loro qualità di vita.



Innovare continuamente la sostenibilità di tutti i processi e le pratiche aziendali al fine di minimizzare gli impatti negativi e amplificare gli impatti positivi sulle persone, sulla biosfera e sul territorio, verso un'economia a zero emissioni di gas a effetto serra (GHG), in linea con gli obiettivi europei di carbon neutrality e quelli nazionali di transizione ecologica.*



Promuovere un modo consapevole e sostenibile di fare impresa, anche attraverso il dialogo collaborativo con gli stakeholder.



Contribuire allo sviluppo delle comunità locali in cui il Gruppo opera.

Finalità di beneficio comune - esempi



Finalità di beneficio comune - esempi

Le 7 finalità di beneficio comune di Deloitte Italy S.p.A. S.B. (ex art. 2 Statuto della Società):

- a. promuovere una cultura della sostenibilità capace di incidere sui comportamenti individuali e delle imprese (attraverso la progettazione e l'introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibile, inclusa la forma giuridica di Società Benefit) per una migliore gestione del territorio e delle sue risorse, anche organizzando e partecipando, a livello nazionale e internazionale, a seminari, convegni, giornate formative e/o di aggiornamento e riqualificazione professionale, workshop;
- b. sviluppare e valorizzare il territorio e le aree in cui la società opera, con l'obiettivo di promuovere il benessere sociale della comunità a livello locale, ottimizzando le esperienze, le competenze e le peculiarità professionali delle risorse;
- c. ridurre l'impatto ambientale, attraverso l'introduzione della tematica del cambiamento climatico nelle priorità della Società, al fine di non sprecare risorse e a promuovere stili di vita sostenibili, a beneficio dell'ambiente e delle persone, attraverso la responsabilizzazione del personale, con particolare riferimento a (i) la riduzione delle emissioni di gas serra derivanti dalle attività della Società e delle emissioni derivanti dai trasferimenti dovuti a ragioni lavorative, (ii) l'approvvigionamento di fonti di energia rinnovabili, (iii) la progressiva conversione della flotta auto in modelli ibridi/elettrici, in un percorso verso un futuro low-carbon;
- d. promuovere modalità di lavoro sostenibile, volte a garantire il benessere delle persone, attraverso il soddisfacimento dei bisogni umani fondamentali (*work life integration*), che contempli la modalità smart nella gestione delle attività lavorative e che sostenga la creazione di un ambiente di lavoro positivo volto alla valorizzazione, alla formazione, alla crescita e al benessere delle persone, nel rispetto delle competenze e del potenziale di ognuno;
- e. promuovere al proprio interno una cultura fondata sul rispetto reciproco e sull'uguaglianza sociale, con particolare attenzione alla parità di genere e al consolidamento del senso di appartenenza, assicurando la libertà di esprimere il proprio pensiero e opinione, senza il timore di condotte ritorsive o discriminatorie, e promuovendo i valori di diversità, equità e inclusione;
- f. valorizzare il settore della formazione avvicinando i giovani all'apprendimento digitale, asset fondamentale per i singoli individui e pilastro fondante della società, delle imprese, del paese; promuovere la formazione di nuove professionalità e l'aggiornamento continuo delle competenze, con percorsi formativi coerenti con la domanda di
- g. collaborare in sinergia con organizzazioni no profit, fondazioni (in particolare, la Fondazione Deloitte) e/o associazioni il cui scopo sia socialmente utile e rilevante nell'ambito culturale, sociale, sportivo, del lavoro, dello studio e della ricerca, dell'assistenza sanitaria, ambientale e dell'assistenza sociale, in linea con il bene sociale nella sua più ampia accezione nonché allineato e sinergico con quello della Società, per contribuire al suo sviluppo, amplificare l'impatto positivo del suo operato e organizzare e diffondere una cultura inclusiva, attraverso metodologie di approccio innovativo, con campagne di comunicazione e collaborazioni commerciali.

The Deloitte logo is displayed within a black rectangular box. The word "Deloitte" is written in a white, bold, sans-serif font, followed by a small green dot.

Deloitte Italy S.p.A. S.B

Finalità di beneficio comune - esempi

La società ha per oggetto le specifiche finalità di beneficio comune di seguito descritte:

1. Esprimere un ruolo di leadership sperimentando innovazione continua sui temi dell'inclusione e del benessere della persona, attraverso la diffusione di una cultura interna incentrata sulla crescita e sul rispetto, dove ciascuno possa trovare le migliori condizioni per esprimere il proprio massimo potenziale e contribuire al successo e all'impatto positivo dell'azienda. L'impegno della società si estende anche nel proprio ecosistema promuovendo i valori della trasparenza e della collaborazione con i propri partner. **(PERSONE)**
2. Lasciare un segno visibile e concreto nelle comunità in cui opera promuovendo il metodo della terapia ricreativa nelle sue diverse modalità di applicazione come mezzo per donare benessere ai più fragili e sostenerli nel loro percorso di crescita e nel miglioramento della risposta terapeutica. In particolare, attraverso il supporto continuativo e permanente alla Fondazione Lene Thun, la società sostiene la ceramico terapia che utilizza la modellazione dell'argilla come mezzo per l'espressione creativa del sé e per la riscoperta della dimensione ludica e gioiosa di bambini e ragazzi in contesti di patologia o disagio. **(COMUNITÀ)**
3. Adottare standard ambientali sempre più evolutivi per un uso responsabile delle risorse e il miglioramento continuo degli impatti aziendali. In particolare, la società promuove un'evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica. **(AMBIENTE)**



THUN S.p.A. Società Benefit

Quante finalità di beneficio comune?

- 23.990 finalità di beneficio comune categorizzate adottando le dimensioni del framework Sustainability Accounting Standards Board - SASB (IFRS Foundation)
- 5,8 finalità di beneficio in media per azienda

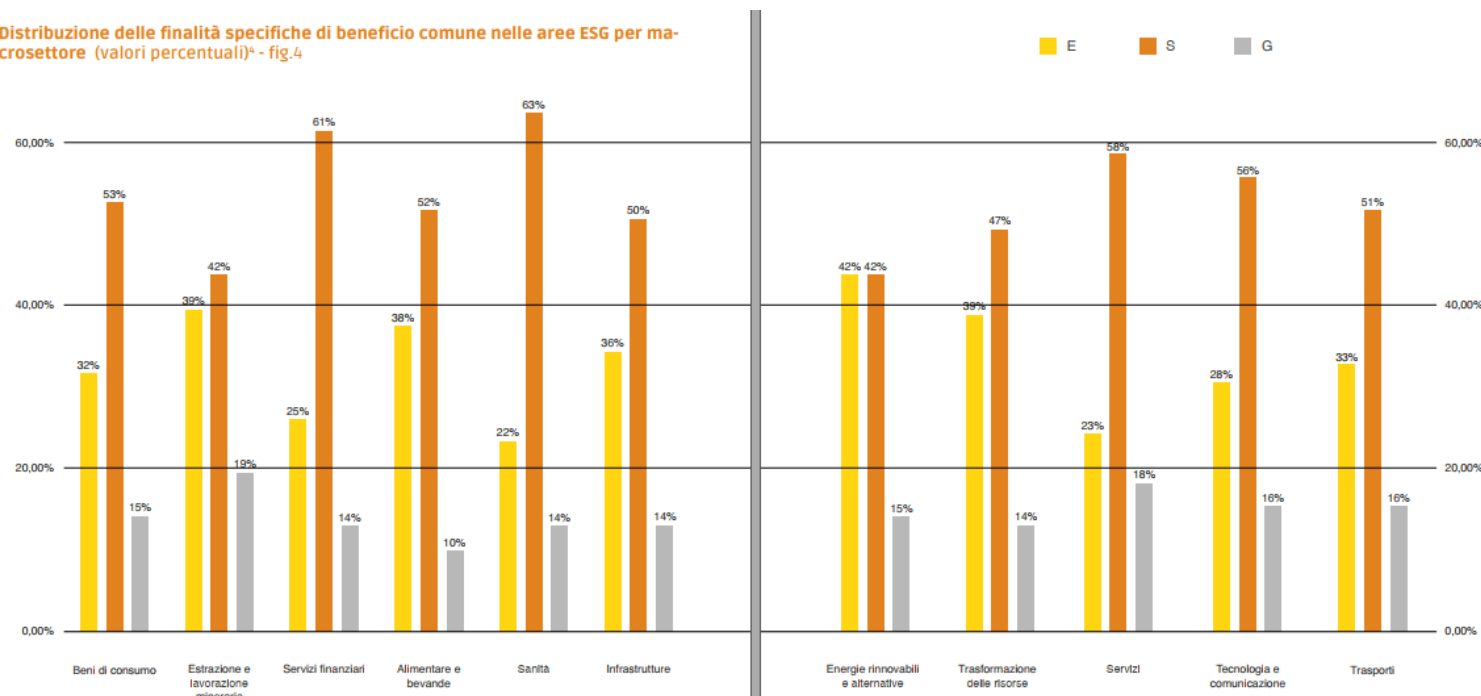
<https://www.societabenefit.net/ricerca-nazionale-sulle-societa-benefit/>



→ Cinque aree chiave per le dimensioni della sostenibilità:
→ 26 categorie specifiche, che sono afferenti alle 5 aree chiave
→ Categorie specifiche sono ritenute materiali per ognuna delle 77 industrie codificate

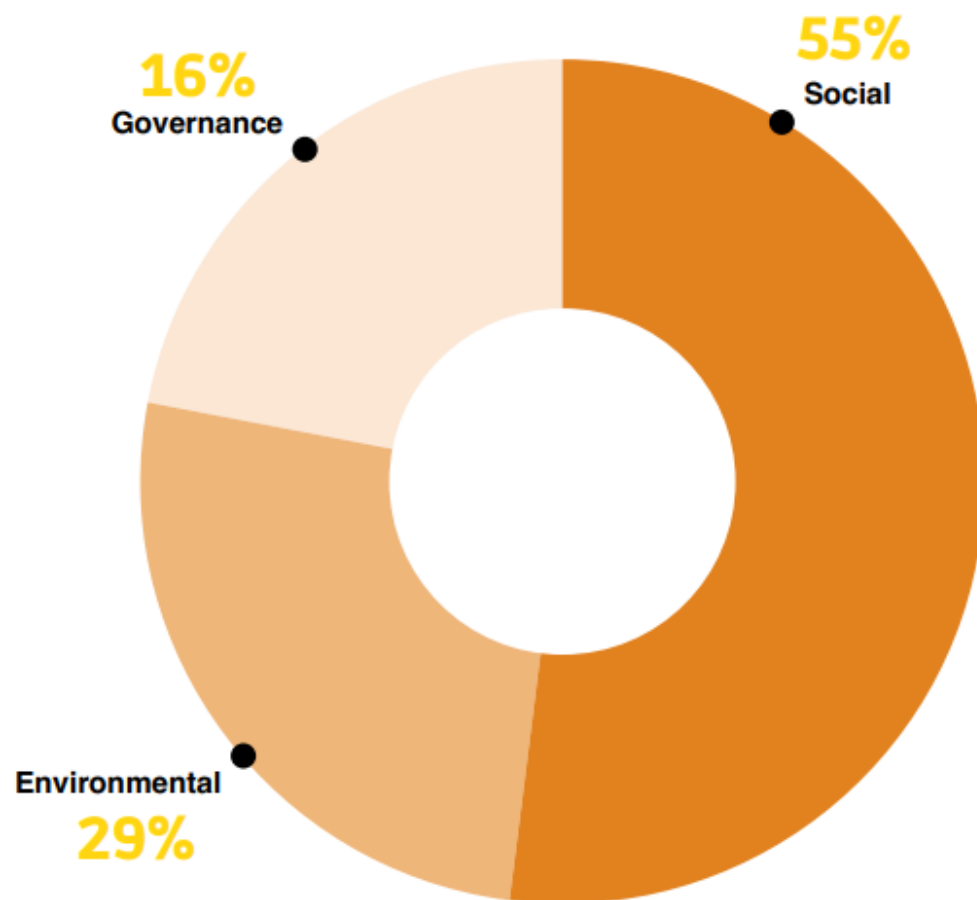
Quali finalità di beneficio comune?

Distribuzione delle finalità specifiche di beneficio comune nelle aree ESG per macrosettore (valori percentuali)* - fig.4



- 1 Diritti umani e relazioni con la comunità** I 6.419, 26,8%: è la forma contemporanea con cui si esprime la responsabilità sociale delle imprese italiane e la loro convivenza virtuosa e responsabile con territori e comunità;
- 2 Coinvolgimento, diversità e inclusione delle persone** I 4.597, 19,2%: indica le leve da azionare per gestire oggi il lavoro in tutte le sue sfaccettature: economiche, relazionali e simboliche;
- 3 Diffusione del modello benefit (+)** I 1.668, 7,0%: la volontà di impegnarsi per favorire la diffusione di approcci imprenditoriali orientati alla massimizzazione degli impatti positivi su tutti gli stakeholder e modelli sociali ed economici evoluti e a prova di futuro;
- 4 Ricerca e sviluppo** I 1.572, 6,6%: l'impegno a investire in Ricerca e Sviluppo anche con partner esterni per guidare l'innovazione, anticipare il mercato e sfruttare nuove tecnologie;
- 5 Impatti ecologici** I 1.259, 5,2%: rappresenta, per alcuni settori, l'impegno che orienta le scelte strategiche e dal quale derivano tutte le gestionali;
- 6 Resilienza del modello di business** I 1.155, 4,8%: l'intenzione di intervenire sui processi interni dai quali dipende la concreta possibilità di generare impatti positivi durevoli su tutti gli stakeholder;
- 7 Progettazione del prodotto e gestione del ciclo di vita** I 801, 3,3%: la considerazione delle interdipendenze tra tutte le fasi del ciclo di vita del prodotto che vanno dalla ideazione e progettazione e arrivano al fine vita del prodotto stesso per minimizzarne gli impatti associati;
- 8 Approvvigionamento ed efficienza nell'uso dei materiali** I 765, 3,2%: l'impegno a valorizzare le risorse finite impiegate nei processi aziendali e di andare oltre i cancelli aziendali per la valutazione e la gestione operativa dei propri impatti secondo una filosofia scope 3 che sempre più è anche richiesta di legge;
- 9 Benessere del cliente** I 707, 2,9%: l'impegno a migliorare il benessere dei clienti progettando prodotti e servizi che ne tutelino la salute e riducano gli impatti negativi;
- 10 Gestione dell'energia** I 704, 2,9%: impegno a massimizzare l'efficienza energetica misurando e ottimizzando i consumi, definendo obiettivi e implementando tecnologie di recupero mentre si incrementa l'uso di energie rinnovabili e si promuove una gestione energetica intelligente.

Finalità di beneficio comune, ESG e materialità



Finalità materiali e dimensione aziendale - fig.17

Dimensione	N aziende con almeno 1 finalità materiale	N aziende tot	%
Micro: fino a 9 addetti	2.233	2.988	75%
Piccola: da 10 a 49 addetti	586	727	81%
Media: da 50 a 249 addetti	258	300	86%
Grande: almeno 250 addetti	79	95	83%
Totale	3.156	4.110	

<https://www.societabenefit.net/ricerca-nazionale-sulle-societa-benefit/>

L'allegato 1 (e la ricerca tutta):
ottima cassetta degli attrezzi

Allegato 1

LA DESCRIZIONE DELLE 3 FINALITÀ MODELLO PER CATEGORIA SASB+ IMPACT

Categoria SASB+ ITA	Finalità 1	Finalità 2	Finalità 3
Resilienza del modello di business	Per garantire la prosperità a lungo termine in un'economia in transizione, l'azienda si impegna a integrare l'analisi di scenario climatico in ogni decisione strategica, diversificando il proprio portafoglio per rispondere proattivamente ai rischi e alle opportunità derivanti dal cambiamento climatico.	Credendo in una crescita inclusiva, la società ha l'obiettivo di sviluppare nuovi mercati a impatto sociale, adattando il proprio modello di business per creare e distribuire soluzioni accessibili che rispondano ai bisogni primari di popolazioni socio-economiche sottoservite.	Con il fine di rafforzare la nostra capacità di adattamento, ci impegniamo a rivedere annualmente il nostro piano strategico, incorporando indicatori di sostenibilità che guidino gli investimenti verso modelli di business intrinsecamente più resilienti e rigenerativi.
Approvvigionamento ed efficienza nell'uso dei materiali	Ci impegniamo a sostituire progressivamente i materiali ad alto impatto con alternative sostenibili e rigenerative, comunicando in modo trasparente i benefici ambientali ai nostri clienti.	Per ridurre l'impronta ambientale della nostra catena di approvvigionamento, ci impegniamo a mappare e monitorare gli impatti dei nostri fornitori strategici, collaborando con loro per definire e raggiungere specifici target di riduzione.	Al fine di minimizzare l'uso di risorse naturali, la società si impegna a implementare processi di dematerializzazione, investendo in soluzioni digitali che riducano la necessità di materiali fisici nei nostri servizi e operazioni interne.
Impatti fisici dei cambiamenti climatici	Per garantire la continuità operativa dei nostri asset strategici, la società si impegna a mappare la vulnerabilità fisica delle proprie infrastrutture agli eventi climatici estremi, investendo in soluzioni di adattamento per proteggerle e renderle più resilienti.	Con il fine di mitigare i costi operativi e le interruzioni di fornitura, ci impegniamo a diversificare la nostra catena logistica, privilegiando partner e rotte a minore esposizione ai rischi fisici del cambiamento climatico.	Crediamo nella resilienza dei territori in cui operiamo; per questo, ci impegniamo a sfruttare le innovazioni infrastrutturali per proteggere non solo i nostri impianti ma anche le comunità circostanti, collaborando con enti locali a progetti di adattamento climatico.

<https://www.societabenefit.net/ricerca-nazionale-sulle-societa-benefit/>

Tre messaggi chiave

- Le società benefit superano la contrapposizione tra profitto e impatto
- Il beneficio comune trasforma la sostenibilità da scelta volontaria a impegno statutario
- Le finalità di beneficio comune orientano concretamente strategie, processi e impatti aziendali

Grazie!

Barbara Scozzi
barbara.scozzi@poliba.it