



La certificazione B-Corp consente quindi di dichiarare al mercato di essere un'impresa orientata ai principi di sostenibilità all'interno dell'intera catena del valore. Tuttavia, dal momento che la certificazione B-Corp era una certificazione "privata", la stessa non era in grado di porre alcuna garanzia effettiva ed alcuna tutela istituzionale.

Tale limite ha indotto il movimento delle B-Corp ad esercitare pressioni sulle istituzioni al fine di far delineare un quadro normativo idoneo a tutelare le società che oltre allo scopo lucrativo volessero perseguire scopi di beneficio comune.

Tali pressioni rivolte verso le istituzioni trovano un primo riconoscimento nello stato del Maryland, dove nel 2010 vengono riconosciute le *Benefit Corporation*, ossia società che accanto allo scopo di lucro perseguono la finalità di generare un impatto materiale e positivo sulla società e sull'ambiente, previa individuazione nello statuto dello specifico bene comune da perseguire.

Tali società si sottopongono altresì all'obbligo di redigere annualmente una relazione sull'attività svolta per la realizzazione degli obiettivi indicati, contenente una valutazione delle performance sociali ed ambientali misurate attraverso il ricorso ad uno standard di valutazione esterno.

Dopo il Maryland, anche altri stati americani disciplinano ed introducono le Benefit Corporation, tanto che, ad oggi, una disciplina *ad hoc* è stata adottata in 32 stati; primo faro oltre oceano, l'Italia, la quale nel 2016, con la legge di stabilità introduce per prima in Europa un'apposita disciplina volta a "*promuovere la costituzione e favorire la diffusione*" delle Società Benefit.

Il destinatario naturale dell'innovazione appare principalmente l'impresa *for profit*, un vasto insieme all'interno del quale si apre un *cluster* di società che, volontariamente, dichiarano di perseguire finalità di beneficio comune, pur senza rinunciare all'obiettivo del profitto.

Le attività non profit organizzate in forma d'impresa, a cominciare da coop e imprese sociali, hanno già nel proprio dna la natura di utilità sociale, dunque non appaiono, almeno in prima battuta, necessitate a vestire i nuovi panni. Sul fronte opposto, nell'universo delle aziende commerciali, sono certamente moltissime quelle che già operano con criteri di sostenibilità e con una visione di lungo termine, e proprie queste ultime sembrerebbero costituire la platea di destinatari della nuova disciplina.

2. Le Società Benefit: inquadramento giuridico e rapporto con le società non benefit.

Con la "Legge di Stabilità 2016" (legge 28 dicembre 2015 n. 208, art 1, commi 376-384), l'ordinamento italiano ha aperto le porte alle Società Benefit.



Occorre preliminarmente evidenziare come il concetto di Società Benefit non costituisca un nuovo tipo sociale, ulteriore ed alternativo rispetto a quelli già riconosciuti nel nostro ordinamento, bensì rappresenti una “qualifica” che tutti i tipi societari possono ambire ad acquisire, così come espressamente chiarito dal legislatore, il quale, al comma 377 del summenzionato art. 1 prevede che tale qualifica possa essere acquisita *“da ciascuna delle società di cui al Libro V, titoli V e VI, del codice civile, nel rispetto della relativa disciplina”*. Caratteristica cardine di tale tipologia di società è, dunque, il dualismo dello scopo: allo scopo di divisione degli utili, il legislatore affianca la “finalità di beneficio comune”; divisione degli utili e beneficio comune che devono essere perseguiti mediante una gestione volta al loro bilanciamento.

Già prima dell’introduzione delle Società Benefit era infatti possibile che le società di cui al libro V, titolo V e VI del codice civile perseguissero finalità di beneficio comune e ciò non solo in via fattuale, ma eventualmente anche, per il tramite dell’apposizione di apposite previsioni statutarie. L’introduzione della nozione di Società Benefit sembra tuttavia ribaltare tale affermazione. Al comma 379 dell’art. 1, si legge infatti che *“le società diverse dalle Società Benefit, qualora intendano perseguire anche finalità di beneficio comune, sono tenute a modificare l’atto costitutivo o lo statuto”*.

Può però forse ritenersi che il *discrimen* tra le società non benefit, che vogliano perseguire un beneficio comune, e le Società Benefit, stia nel *quantum* di produzione delle due finalità. Per quanto riguarda le Società Benefit si parla infatti di “bilanciamento” tra l’interesse dei soci (evidentemente quello di dividere gli utili) e l’interesse di *“coloro sui quali l’attività sociale possa avere un impatto”*. Nel caso di società non benefit, invece, nulla si dice circa il *quantum* di un fine ulteriore rispetto a quello di divisione degli utili; certo è che quest’ultimo, sebbene non necessariamente esclusivo, debba essere quantomeno prevalente.

Altro punto di divergenza tra Società Benefit e società non benefit risiede nella individuazione dei rimedi sanzionatori previsti, nel caso di mancato perseguimento delle finalità di beneficio comune, solo per le prime e non per le seconde. È la stessa legge di stabilità per il 2016 a prevedere che *“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”*.

La reazione dell’ordinamento in caso di violazione dei canoni previsti *ex lege*, viene dunque agganciata non tanto alla mancata realizzazione del beneficio comune, il quale deve essere “perseguito”, ma non anche necessariamente “realizzato” (ciò anche alla luce del principio della *Business Judgment Rule*), tanto che il mancato successo dell’operato della società non



può porsi quale necessario presupposto per l'irrogazione della sanzione, quanto piuttosto alla "delusione" scaturente dalla pubblicità ingannevole resa nei confronti della collettività. Le Società Benefit sono infatti tenute ad un particolare rigore in termini di trasparenza e pubblicità circa il loro operato e spetta all'Autorità garante della concorrenza e del mercato irrogare eventuali sanzioni amministrative in caso di condotta illecita.

Tale previsione è coerente con il ritorno di immagine di cui si giova l'impresa che aderisce al modello "Società Benefit", in quanto tale qualifica genera nei consumatori l'idea che comprando i prodotti o i servizi offerti da quella determinata impresa questi contribuiscano a generare riflessi positivi sulla collettività, determinando un positivo impatto sociale.

3. Struttura e caratteristiche delle Società Benefit.

Come si è già avuto modo di apprezzare, le Società Benefit non costituiscono un nuovo tipo societario, bensì una "qualifica" cui le società di cui al libro V, titoli V e VI del codice civile possono ambire.

Occorre sul punto evidenziare come il dettato normativo sia poco coerente, alla luce del fatto che è la stessa legge di stabilità 2016 ad affermare che la finalità di beneficio comune debba affiancarsi (e bilanciarsi) a quella della divisione degli utili (la legge fa infatti riferimento allo scopo di lucro), ammettendo tuttavia l'applicabilità della qualifica "Società Benefit" anche alle società cooperative. Volendo trascendere tale incongruenza testuale, può tuttavia ritenersi che l'intento del legislatore del 2016 fosse quello di rimarcare la necessaria coesistenza ed il doveroso bilanciamento di due interessi, ed in particolare che al fine "tipico" della forma associativa di riferimento, si dovessero affiancare una o più finalità ulteriori volte a generare un beneficio comune (o quantomeno a ridurre gli effetti negativi conseguenti allo svolgimento dell'attività).

Si è più volte parlato della qualifica "benefit" come di un'ambizione; ambizione alla luce del fatto che il comma 379 dell'art. 1 della legge di stabilità consente (ma non impone) alla società che rispetti i requisiti necessari per divenire Società Benefit, di fregiarsi di tale qualifica, potendo introdurre accanto alla denominazione sociale la dicitura "Società Benefit", ovvero *breviter* "SB".

L'inserimento di tale dicitura nella denominazione sociale rappresenta uno degli strumenti principali per divulgare l'acquisizione della qualifica benefit e per trarne i vantaggi in termini di reputazione ed immagine. Per tale motivo ben si comprende la tendenza di quasi tutte le Società Benefit italiane di riportare nella propria denominazione sociale una delle summenzionate diciture. Infatti, su 105 società che si sono statutariamente obbligate a perseguire una o più *dual mission*, 103 hanno inserito nella propria denominazione sociale la dicitura SB ovvero Società Benefit.



Nelle economie avanzate, infatti, specie negli ultimi anni, è cresciuta e continua a crescere la domanda di prodotti e servizi in grado di rispondere ai bisogni della società, i quali provengono da imprese orientate ai principi di sostenibilità. Al contempo è aumentato anche l'interesse degli investitori nei confronti di quelle imprese che abbiano innovato il proprio sistema operativo al fine di contribuire al benessere sociale ed ambientale.

In buona sostanza, quindi, anche alla luce del fatto che non sono ad oggi previste agevolazioni di alcun tipo da parte dello Stato per quelle società che si conformino a tali parametri, il frutto concreto della trasformazione o, se del caso, della costituzione di una società come Società Benefit, sta in quello che si potrebbe definire come un ritorno d'immagine.

Veniamo ora ad esaminare quelli che sono gli elementi salienti della disciplina delle Società Benefit.

Tutto ruota, come si è avuto modo di vedere, intorno al concetto di dualismo dello scopo, in particolare intorno al concetto di “finalità di beneficio comune” quale scopo necessario ed ulteriore rispetto a quello tradizionale di divisione degli utili.

È lo stesso legislatore che, al comma 378 dell'art. 1 della Legge di stabilità, offre una chiara, seppur vaga, definizione del concetto di beneficio comune, dovendosi intendere con tale espressione “*il perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica della Società Benefit, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, su una o più categorie di cui al comma 376*”, ovvero: “*persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interessi*”.

Al di là dell'indeterminatezza della disposizione, deve rilevarsi come non sia necessario che l'impresa crei valori nei confronti delle predette categorie di soggetti, essendo sufficiente che la società operi in maniera tale da minimizzare gli effetti esterni negativi (ad esempio, tramite l'utilizzo di materiali a basso impatto ambientale). Il legislatore, poi, coerentemente anche con la *business judgment rule*, non richiede che la società realizzi il beneficio comune, bensì quel che interessa è che lo persegua.

Il legislatore, dunque, diversamente dal modello americano, non si preoccupa di esprimere un catalogo, seppur non tassativo quantomeno esemplificativo, di cosa debba intendersi in concreto con l'espressione cardine di tale disciplina, ossia “beneficio comune”.

Certo è che il beneficio comune specifico da perseguire deve essere individuato *ex ante* mediante inserimento dello stesso nell'oggetto sociale. Tale circostanza consente alla società di attribuire stabilità e certezza allo scopo “altruistico” in quanto impone che la gestione della società sia effettivamente orientata anche a tale obiettivo, con il riconoscimento di apposite sanzioni per *mala gestio* degli organi preposti all'amministrazione della società, in caso di inadempimento.



In particolare, gli amministratori, oltre a perseguire entrambi gli scopi mediante un attento bilanciamento degli stessi, sono tenuti ad individuare il soggetto o i soggetti cui affidare funzioni e compiti volti al perseguimento del beneficio comune.

Quanto mai ampia è la discrezionalità di questi nell'individuazione di tale soggetto, visto il disinteresse del legislatore di predeterminarlo in via univoca; non viene precisato, in particolare, se debba trattarsi di un amministratore, di un dipendente a livello dirigenziale o, al limite, di un consulente esterno. È tuttavia evidente che, più diretto sarà l'*engagement* del top management, più credibile risulterà l'impegno aziendale.

Il legislatore, inoltre, al fine di consentire un controllo da parte dei soci e degli *stakeholders* sull'attività effettivamente svolta per il perseguimento della *dual mission*, ha previsto l'obbligo per gli amministratori di redigere annualmente una relazione sul beneficio comune perseguito, la quale deve essere allegata al bilancio e pubblicata sul sito internet della società, qualora esistente.

A norma del comma 382 dell'art. 1 della legge di stabilità 2016, la relazione deve contenere:

- 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 annesso alla presente legge e che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 annesso alla presente legge;*
- c) *una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.*

La parte della relazione maggiormente volta a consentire una vigilanza esterna sull'impatto socialmente utile conseguito da una Società Benefit è rappresentata dalla voce sub b), il c.d. "Benefit Impact Report".

Queste informazioni, se veritiere, dovrebbero costituire l'oggetto ed il parametro del controllo effettuato sulla conformità dell'operato di una Società Benefit rispetto alle disposizioni statutarie e ai requisiti di legge. Tale impatto dovrà essere descritto e valutato dall'organo amministrativo alla stregua di uno "Standard di Valutazione Esterno" predisposto da un ente munito delle necessarie competenze.

L'intenzione del legislatore di fornire gli elementi sui quali, ed a mezzo dei quali, esercitare un controllo e, al tempo stesso, consentire una limitazione della responsabilità degli amministratori, sembra presentare alcuni limiti ed effetti collaterali. Infatti, il legislatore si è limitato a prevedere in capo agli amministratori l'obbligo di usare, nella predisposizione della



relazione annuale, standard e criteri valutativi predisposti da un qualsiasi (non uno in particolare) ente terzo; quest'ultimo è, quindi, chiamato esclusivamente a formulare degli standard di valutazione di cui le singole Società Benefit si avvarranno per descrivere la propria attività sotto il profilo dell' "impatto generato" in termini di benefici socio-ambientali. In tal modo, il legislatore ha regolarizzato solo a grandi linee un meccanismo di autocertificazione, effettuata dal medesimo soggetto il cui operato viene sottoposto a verifica. Oltre ai problemi sull'effettiva terzietà ed oggettività dell'autocertificazione, si potrebbero riscontrare dei problemi di natura prettamente tecnica, non essendo circostanza scontata la detenzione da parte dell'organo gestorio delle competenze e delle conoscenze adeguate per applicare correttamente i summenzionati standard di valutazione.

4. Modificazioni statutarie e diritto di recesso.

Un punto complesso e rilevante ai fini delle prospettive di applicazione delle nuove norme relative alla Società Benefit anche alla grande impresa è quello relativo al diritto di recesso del socio, ai sensi dell'art. 2437 c.c., in presenza di una modifica per adeguare l'oggetto sociale agli scopi benefit.

Ci si chiede se l'inclusione nello statuto della previsione del perseguimento della finalità di beneficio comune presupponga il riconoscimento del diritto di recesso in capo ai soci non consenzienti rispetto alla correlativa modificazione. La rilevanza pratica della questione consiste, come è chiaro, nel fatto che a seconda delle soluzioni fornite si potrà ipotizzare un più o meno significativo ricorso alla qualifica di "benefit" per le grandi realtà societarie, ad iniziare dalle società quotate.

Anzitutto, occorre notare che la Società Benefit non è pensata e disciplinata come autonomo tipo sociale, con la conseguenza che, in caso di successivo acquisto della qualifica di Società Benefit, non si pone un tema di recesso per "modificazione del tipo". Infatti, tutti i tipi di società di diritto italiano possono acquistare la qualificazione di Società Benefit.

Le migliori pubblicazioni disponibili sul tema delle Società Benefit, sottolineano con particolare rigore che molto dipende dalla specifico tenore della clausola e dunque della concreta modificazione statutaria (si veda Assonime, Circolare n. 19 del 20 giugno 2016, p. 15 ss., e S. Corso, *Le Società Benefit nell'ordinamento italiano: una nuova "qualifica" tra profit e non-profit*, in *Nuove leggi civ. comm.*, 2016, 995 ss., a 1013 ss.). Per valutare la sussistenza di un diritto di recesso dei soci, si tratterebbe in altre parole di valutare, caso da caso, la significatività del cambiamento.

Almeno per quanto riguarda le società azionarie, si dovrebbe determinare se l'introduzione dell'obbligo di perseguire anche il beneficio comune si concretizzi in un'alterazione delle condizioni di rischio dell'investimento effettuato dai soci in quella specifica realtà societaria.



Ed infatti in ciò si traduce la *ratio* sottostante al riconoscimento delle ipotesi legali di recesso e, conseguentemente, il parametro sul quale misurare la significatività della modificazione della clausola dell'oggetto sociale.

L'introduzione di una finalità di beneficio comune, a ben vedere, sembrerebbe porre tendenzialmente un problema di alterazione delle condizioni di rischio dell'investimento effettuato dai soci. Invero, la circostanza che gli amministratori debbano, in esecuzione della loro funzione, contemperare ed equilibrare il perseguimento dell'interesse altruistico (*stakeholders*) con quello egoistico (*shareholders*) rappresenta una non certo insignificante modifica delle condizioni dell'investimento effettuato dai soci.

D'altra parte, per quanto riguarda le società per azioni, il riconoscimento del diritto di recesso, prima ancora che alla lett. a) dell'art. 2437, comma 1, c.c., potrebbe essere ricondotto ad una modificazione statutaria concernente "i diritti di partecipazione". Infatti, per quanto la disposizione della lett. g) dell'art. 2437 c.c. si caratterizzi soprattutto per la sua estrema ambiguità e sia dunque suscettibile di interpretazioni eterogenee, è più che plausibile che comunque rientrino nel contenuto della norma quelle modificazioni che, introducendo nuovi destinatari di benefici provenienti dalla società, finiscano per incidere sui diritti di partecipazione dei soci ai risultati dell'attività comune.

Pertanto, ciò che sembra ad oggi sostenibile è che le prospettive di un ricorso allargato alla forma della benefit da parte di società, soprattutto di grandi dimensioni, nate prive di tale qualifica, appare certamente ostacolato dalla possibile operatività del diritto di recesso. Infatti, basti osservare che nessuna società con azioni quotate in un mercato regolamentato, pur essendocene molte che all'atto pratico perseguono politiche aziendali socialmente responsabili, non solo non sia divenuta benefit ma non abbia neanche provato a intraprendere il percorso per acquisire tale qualificazione.

5. Il sistema dei controlli.

La legge non si limita a tracciare la disciplina delle Società Benefit, bensì ne prevede anche un sistema di controlli, nonché un apposito sistema sanzionatorio nel caso in cui il fine altruistico non dovesse essere perseguito.

Le Società Benefit devono infatti sottoporsi ad un attento sistema di autovalutazione delle performance sociali ed ambientali; in particolare, l'attività sociale deve essere parametrata ad uno standard di valutazione esterno, ossia sviluppato da un ente che non sia controllato dalla Società Benefit o collegato con la stessa.

Tale standard deve essere esauriente ed articolato nel valutare l'impatto della società e delle sue azioni nel perseguire la finalità del beneficio comune, credibile, in quanto sviluppato da



un ente che abbia le competenze per strutturare uno standard di valutazione secondo un criterio scientifico e multidisciplinare, e trasparente.

La legge definisce altresì le aree cui la valutazione deve essere orientata:

- 1) il governo d'impresa al fine di valutare il grado di trasparenza e di responsabilità della società nel perseguimento del beneficio comune;
- 2) i lavoratori, per valutare le relazioni della società con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro etc.;
- 3) gli altri portatori d'interesse al fine di valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e la comunità locale in cui opera;
- 4) l'ambiente, al fine di valutare l'impatto della società con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.

Ad oggi, non esiste un solo ed unico standard di valutazione esterno, il che può evidentemente comportare una forte elasticità dei parametri di valutazione, nonché, conseguentemente, una incisiva discrezionalità da parte della società nella scelta del parametro di riferimento; tra questi, in particolare, possiede i requisiti richiesti a livello internazionale il *Benefit Impact Assessment* (c.d. BIA), elaborato dall'ente americano non-profit B-Lab. Il superamento di un determinato punteggio nel BIA consente alla Società Benefit di ottenere l'ulteriore certificazione "B-Corp", attestante l'impegno della stessa al perseguimento dei più elevati standard di trasparenza e performance possibili.

Per ottenere e mantenere la citata certificazione, le aziende devono raggiungere un punteggio minimo sul BIA (ovvero un questionario di analisi delle proprie performance ambientali e sociali) ed integrare nei documenti statutari il proprio impegno verso gli *Stakeholder*. Ad ottobre 2017, esistevano già 2263 B Corp certificate in 130 settori ed in oltre 50 paesi diversi. Peraltro, in Italia, dopo l'introduzione della forma giuridica Società Benefit, le B Corp certificate, al fine di mantenere la certificazione, sono tenute a modificare il proprio statuto e trasformarsi in Società Benefit entro due o quattro anni dalla loro certificazione.

Tra i principali vantaggi di aderire a questa tipologia di certificazione, che può ovviamente essere apposta su tutti i prodotti della Società Benefit, vi è certamente "l'effetto-novità" che B Corp porta con sé, anche in ragione del fatto che la sua moltiplicazione nel mondo anglosassone è stata ed è assai rapida.

Oltre a questo aspetto scarsamente tecnico, se ne affianca uno assai pragmatico: la piattaforma per l'autovalutazione iniziale messa a disposizione *online* a tutte le imprese che



vogliono mettersi per qualche ora ad inserire i propri dati all'interno del portale, rappresenta un efficace strumento di *benchmarking* sufficientemente preciso rispetto ad almeno un migliaio di imprese da tutto il mondo, su aspetti economici, sociali e ambientali abbastanza dettagliati.

La certificazione inoltre, dal punto di vista dei costi complessivi, in termini di denaro e di tempo dedicato, risulta assai competitiva rispetto ad altri tipi di standard appartenenti al mondo della RSI diffusi in Italia (dalle certificazioni ambientali EMAS ai marchi Ecolabel). Dal punto di vista dell'impegno in termini di tempo, come dettagliato all'interno del sito B-Corp, il percorso globale occupa uno spazio nell'ordine di poche giornate/uomo; sul fronte economico, invece, i costi sono proporzionali alla dimensione dell'impresa e al settore di appartenenza. Per una tipica piccola-media impresa italiana, si può andare dai 500 ai 1.000 euro all'anno, che possono diventare 2.500 per una grande impresa.

6. Sanzione dell'AGCM in caso di violazioni.

Veniamo ora alle sanzioni che l'AGCM è tenuta a comminare nel caso in cui la società non persegua lo scopo del beneficio comune.

Nel primo periodo del comma 384, la legge italiana assoggetta le Società Benefit che non perseguono le finalità di beneficio comune alle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole (D.lgs. 145/2007), e alle disposizioni del codice di consumo (D.lgs. 206/2005), ferme altresì le sanzioni previste dal codice civile per gli amministratori delle Società Benefit, per l'inadempimento degli obblighi di cui al comma 380.

Il secondo ed ultimo periodo del comma in esame prevede che "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".

L'AGCM, qualora dovesse ritenere ricorrano gli estremi della pubblicità ingannevole da parte di una Società Benefit, potrà dunque avviare un procedimento, avvalendosi di ampi poteri investigativi e, una volta accertata la violazione, far in modo che tale comportamento lesivo cessi, inibendolo e disponendo la pubblicazione di dichiarazioni tese a rettificare, a spese ovviamente dell'impresa responsabile, e irrogando, qualora ne ricorra il bisogno, sanzioni pecuniarie che vanno dai 5.000 Euro ai 500.000 Euro ed in caso di inottemperanza ai provvedimenti, irrogare ulteriori sanzioni che vanno dai 10.000 Euro ai 150.000 Euro.

7. Conclusioni.

Per quanto concerne l'evoluzione e la sorte delle Società Benefit, è lecito ravvisare che, da un lato, la mancanza di agevolazione e sgravi fiscali si pone certamente come limite alla



diffusione di tale forma di impresa in Italia, in quanto la possibilità di agevolazioni avrebbe certamente favorito maggiormente l'adozione della forma di Società Benefit. Dall'altro, tuttavia, tale modello ha ampie possibilità di successo laddove si tenga conto dei recenti *trend* socio-economici ed in particolare di quelli generazionali, che sottolineano il forte impegno dei consumatori per la tutela dell'ambiente e l'emersione di un maggiore interesse per il settore sociale.

Sono sempre più numerosi, infatti, i consumatori disposti a pagare prodotti e servizi ad un prezzo leggermente più elevato, qualora questi provengano da realtà imprenditoriali socialmente ed ambientalmente responsabili. Anche all'estero è dato rinvenire l'aumento di tale tendenza e la valorizzazione dell'*appeal* che suscitano società con fini non esclusivamente egoistici.

Tale connotato sociale, evidenziato nella denominazione stessa della società e nella eventuale certificazione B-Corp, potrebbe ben rivelarsi una sorta di marchio "doc" in grado di far divenire le Società Benefit delle vere eccellenze del mercato dell'impresa, in quanto aziende orientate alla creazione di valore collettivo, favorendo anche l'attrazione di nuovi investimenti.

Per ulteriori informazioni contattare:

Domenico Cannizzaro

Tel (+39) 06 97996055

domenico.cannizzaro@ssalex.com

Alessandro Mercurio

Tel (+39) 06 97996058

admin@ssalex.com