

## **Società benefit : da 500 a 3 mila in poco più di due anni (Andersen-Ned Community)**

MILANO (MF-DJ)--Quale evoluzione aspetta le società benefit? E quale sarà il nuovo framework per la sostenibilità? Queste le domande al centro dell'evento organizzato da Andersen e NedCommunity tenutosi oggi a Milano (la prima è membro italiano di Andersen Global, un'associazione di studi fiscali che conta circa oltre 13mila professionisti ed è composta da commercialisti, avvocati e advisor finanziari; Ned Community, invece, è un'associazione italiana di amministratori non esecutivi e indipendenti che conta circa 600 associati).

Il trend è sicuramente positivo per la crescita delle società benefit: nel 2020 erano 511 le aziende che adottavano questo principio, mentre nel 2023 il numero si avvicina a 3 mila. "L'andamento è molto interessante", commenta Francesco Marconi, partner e capo del desk innovazione sostenibile di Andersen, "ma oggi la maggior parte delle società quotate in Italia non è benefit". Tra i motivi più importanti spicca quello della burocrazia: "Per le imprese che vogliono diventare benefit", spiega Marconi, "è richiesta una doppia compilazione di moduli riguardo la loro attività" il che tende a disincentivare tale scelta.

Il tema della sostenibilità è comunque sempre più sentito non solo dai consumatori, ma anche dal legislatore. A tal proposito, la Regione Lombardia ha emesso un bando nei giorni scorsi che andava a premiare le società benefit con un punteggio maggiore. "Il problema", conclude Marconi, "è la mancanza di verifica sul fatto di essere benefit da parte delle istituzioni".

L'incontro è stato occasione per discutere sulle nuove regole giuridiche, europee e non, introdotte in tempi recenti e che vanno a interessare il panorama delle imprese italiane. In particolare, il codice di corporate governance nel 2020 ha introdotto il concetto di successo sostenibile e alcune società quotate hanno già aggiunto nel loro statuto considerazioni su come raggiungere uno sviluppo che si sposa con il concetto di sostenibilità.

Ma questo basta per definirle benefit? "La norma è importante perché definisce uno scopo per le imprese", commenta Guido Ferrarini, presidente del comitato scientifico NedCommunity, "ma le note distintive rimangono l'assumere questo impegno a livello di statuto e portare benefici effettivi alla comunità".

Non solo, è fondamentale trovare uno standard di riferimento, "ma è altrettanto vitale saperlo comunicare al mercato", spiega Silvia Stefini, presidente di Chapter Zero Italy. "Ciascuna azienda può scegliere che percorso intraprendere e come diventare benefit, ma è vero anche che questo deve essere un impegno per avere una rendicontazione strutturata e coerente con l'essere un'attività sostenibile".

"Può l'impresa darsi un fine? O esiste solo il profitto?" queste sono alcune domande che hanno guidato Andrea Ferlin, ad di Professional Link, azienda impegnata nel settore delle

telecomunicazioni. Anche se l'azienda non risulta essere benefit dal punto di vista giuridico, ciò non ha impedito a questa realtà di costruire e lavorare basandosi su elementi innovativi, facendo partnership anche con atenei come la Bicocca per studiare e capire che con la tecnologia si possono connettere più futuri. "Noi siamo partiti dal perché dobbiamo condurre una certa attività", commenta Ferlin, "e uno degli elementi fondamentali è stato intercettare i bisogni dei nostri clienti, individuando le soluzioni più adatte a ciascuno di loro. La crescita che l'impresa sta sperimentando oggi è basata sul fattore umano: abbiamo alimentato una rete di relazioni all'interno che ci ha reso affidabili agli occhi dei clienti e che ha costruito un ambiente di squadra che cammina verso un obiettivo comune", conclude Ferlin.

Anche in un territorio come Oristano, terra di origine di Giangiacomo Ibba, presidente di Abbi Group, azienda di distribuzione che a oggi conta 3 mila addetti e oltre 700 milioni di euro di fatturato, il concetto di società benefit è stato fondamentale per gestire un'impresa di cultura familiare. "Lo scopo più grande dell'azienda", dichiara Ibba, "è essere parte integrante del territorio e continuare a crescere in modo sostenibile. Essere società benefit ha portato un approccio di lavoro e di coerenza con gli obiettivi che ci siamo dati" e ciò ha condotto Abbi Group al secondo posto in termini di fatturato nel territorio sardo, tenendo alto il concetto di crescita sostenibile.

rbo

MF-DJ NEWS