

PERCORSO ESG/ODCECG

I concetti di CSR e di Shared Value nella cornice normativa

Prof. Pier Maria Ferrando

Università di Genova

12 aprile 2022

Oggetto dell'intervento

1. Il superamento del pensiero neo-liberista, fino a ieri dominante a livello internazionale, in tema di economia e di impresa
2. L'evoluzione del pensiero in tema di impresa (natura, finalità, ruolo nell'economia e nella società): dalla *Corporate Social Responsibility* (CSR) allo *Shared Value*
3. Le nuove imprese di tipo ibrido (Società Benefit e Siavs) come forme giuridiche riconducibili alla logica dello *Shared Value*
4. Le differenze tra queste forme di impresa e l'Impresa Sociale

Nel trentennio neo-liberista (1989-2008)

➤ Pensiero dominante

- in economia: deregolamentazione (Hayek, Lucas)
- in economia aziendale: *shareholder value* (Rappaport)

➤ Il nesso tra i due livelli (Friedman): la deregolamentazione libera il potenziale di creazione di valore dell'impresa e la ricchezza prodotta si trasmette alla società

➤ Ipotesi implicita: l'impresa deve produrre ricchezza e i problemi sociali devono essere oggetto dell'attività dello Stato

N.B. questa logica di comportamento delle imprese

- è dominante in USA ed in UK ed è stata veicolata dalle multinazionali, dalla consulenza, dalle *business schools*
- la sua diffusione in Italia è stata limitata dalla presenza di PMI a gestione imprenditoriale e familiare gestite in ottiche di lungo termine

Esaurimento della fase neo-liberista

➤ Cause:

- nel sistema economico, instabilità
- nelle imprese, non solo creazione ma anche estrazione di valore a danno dei lavoratori e dei ceti medi (impoverimento e crescente disuguaglianza), delle *supply chains* (perdita di esperienze e competenze), dei territori (problemi ambientali)

 crescente consapevolezza degli impatti economici, sociali, ambientali dell'attività delle imprese (modello della *triple bottom line*)

➤ Conseguenze: perdita di immagine, di legittimazione sociale, di centralità della (grande) impresa, vista come generatrice di problemi e non di soluzioni; conflittualità sociale e diffusione di movimenti populistici

Reazioni

Nella *business community* e nella finanza ci si è posti il problema di una svolta capace di riproporre l'impresa come attore centrale del sistema e protagonista dello sviluppo

- *Business RoundTable*. Secondo lo *Statement on the purpose of a corporation 2019* l'impresa deve creare valore per i clienti, investire nei dipendenti, trattare in modo equo ed etico i fornitori, sostenere le comunità, creare valore a lungo termine per i proprietari
- Larry Fink di BlackRock nelle lettere ai CEOs. Le imprese per creare valore a lungo termine per i loro azionisti devono fare leva su relazioni reciprocamente vantaggiose con gli *stakeholders*.
- Vengono proposti nuovi modelli di *corporate reporting* per monitorare e comunicare gli impatti economici, sociali ed ambientale delle imprese. Cfr. per es. le Linee Guida *Global Reporting Initiative* (GRI) e il Framework *International Integrated Reporting Standard* (IIFR). L'*International Sustainability Standard Board* (IFRS Foundation) ha pubblicato i primi *Exposure Drafts* relativi al reporting di sostenibilità

I governi e gli organismi internazionali propongono alle imprese nuovi obiettivi e impongono nuovi obblighi informativi

- Agenda 2030 dell'ONU, con 17 *Sustainable Development Goals* (SDGs) finalizzati alla sostenibilità.
- UE e governo italiano. Direttiva (UE 95/2014) e legge sulla Dichiarazione Non Finanziaria (D.Lgs. 254/2016). In preparazione una nuova Direttiva Europea.

CSR e Stakeholderism


L'esaurimento del neo-liberismo ha riaperto spazi per correnti di pensiero e ipotesi teoriche rimaste «sotto-traccia» nel periodo precedente

- CSR, come principio di *Business Ethics* che sollecita le imprese a «integrare gli interessi sociali, ambientali, etici e per i diritti umani nella loro strategia e nella loro gestione» (Documenti dell'UE, 2001 e 2011), come risposta a obbligazioni morali, ad esigenze di legittimazione sociale, a problemi reputazionali.

N.B. La CSR però ha finito per rappresentare al più una istanza di temperamento degli impatti più negativi dello *shareholderism*

- La *Stakeholder Theory*, come teoria di management secondo cui rispondere agli interessi degli *stakeholders* promuove il successo dell'impresa.

N.B. La *Stakeholder Theory* però finisce per privare l'impresa di una finalità propria consegnandola alla discrezionalità del management

 Entrambe le ipotesi presentano quindi limiti che impediscono di considerarle alternative credibili allo *shareholderism*

In alternativa allo *shareholderism*

Recentemente Colin Mayer (Oxford) e Vittorio Coda (Bocconi) hanno sostenuto che in alternativa allo *shareholderism*, che considera l'impresa come uno strumento degli interessi dei proprietari, occorre considerare l'impresa come un attore sociale che integra nei suoi obiettivi e nei suoi comportamenti la dimensione economica e quella sociale

- Per Mayer l'impresa deve offrire soluzioni economicamente convenienti ai problemi della gente e del pianeta, evitando di generare diseconomie e disuguaglianze
- Per Coda l'impresa deve integrare nell'ambito della formulazione e dell'implementazione delle sue strategie tanto obiettivi economici e finanziari quanto obiettivi sociali ed ambientali

N.B. In entrambi i casi l'impresa è considerata come un ambito organizzativo in cui incorporare strategie e comportamenti coerenti col modello dello *Shared Value* di Porter e Kramer.

Lo *Shared Value* di Porter e Kramer

- Porter e Kramer hanno proposto lo *Shared Value* come strumento per rilegittimare l'impresa nel sistema economico e sociale come protagonista dello sviluppo, capace di assicurare congiuntamente creazione di valore economico e benefici a livello socio/ambientale
- Essi osservano che i processi di trasformazione dell'economia e della società generano problemi e bisogni nuovi (per es. nel campo delle energie rinnovabili, della salute, della assistenza agli anziani) rispetto ai quali il progresso scientifico e tecnologico rende possibili risposte innovative
- La logica dello *Shared Value* spinge le imprese a cercare nuove opportunità di *business* nella risposta innovativa ai problemi sociali, ambientali, di sostenibilità dello sviluppo

Shared Value e forma giuridica delle società

- Art.2247 cc: «Con il contratto di società due o più persone conferiscono beni o servizi per l'esercizio in comune di una attività economica allo scopo di dividerne gli utili»

Tuttavia

- Già secondo il Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana le società devono essere guidate perseguendone il successo sostenibile
- Recenti norme hanno introdotto due forme di società che richiamano lo *Shared Value*, in quanto istituzionalmente combinano obiettivi economici e sociali:
 - la Startup Innovativa A Vocazione Sociale (SIAVS), ovvero un'impresa che però opera in ambito sociale
 - la Società Benefit, che accanto all'obiettivo dell'utile persegue «una o più finalità di beneficio comune»

Le SIAVS (1)

- Il D.L. 179/2012 (Decreto Crescita), convertito con L.221/2012 ha introdotto la figura della Start Up innovativa, come nuova impresa con attività basate su tecnologia ed innovazione, assicurando un'ampia gamma di misure di vantaggio di natura fiscale, finanziaria, societaria e lavoristica
- Requisiti delle Start Up innovative
 - nuova impresa (non nata da fusioni, scissioni, cessioni)
 - età < 5 anni
 - sede principale in Italia
 - dimensioni < 5mln € di ricavi
 - non distribuzione utili
 - produzione di beni e servizi innovativi, ad alto contenuto tecnologico
 - 1 requisito tra:
 - spese R&S > 15% del maggiore tra valore e costo della produzione
 - elevata presenza nel personale di Dottori di Ricerca o Laureati Magistrali
 - titolarità di almeno un brevetto

Le SIAVS (2)

- Il Decreto Crescita all'art.25 ha introdotto anche la figura della Startup Innovativa a Vocazione Sociale, che è una Startup Innovativa operante negli stessi settori di attività delle Imprese Sociali
- Alle SIAVS sono riconosciuti benefici fiscali superiori che alle Startup Innovative
- Per le SIAVS è stato previsto un meccanismo di riconoscimento basato sulla redazione di un *Documento di descrizione dell'impatto sociale*:
 - in sede preventiva, al momento dell'avvio dell'attività (descrizione dell'impatto atteso)
 - In sede consuntiva, annualmente durante la vita dell'impresa (descrizione dell'impatto generato), a conferma del mantenimento dei requisiti

Il «Documento di descrizione dell' impatto sociale» delle SIAVS

Ai fini del *Documento di descrizione dell' impatto sociale* le Linee-Guida ministeriali (cfr. MISE – Guida per startup innovative a vocazione sociale alla redazione del “Documento di Descrizione dell’Impatto Sociale”) suggeriscono di assolvere a tale obbligo attraverso

- un Documento descrittivo avente per oggetto l'organizzazione (profilo; problema sociale affrontato e soluzione proposta; descrizione delle attività) e l'impatto sociale (descrizione del cambiamento perseguito e analisi delle relazioni causa-effetto che generano l'impatto)
- una Griglia di indicatori di *output* e di *outcome* utili per ancorare la descrizione dell'impatto a riferimenti misurabili e verificabili

Le Società Benefit (SB) (1)

- La figura della Società Benefit (SB) è stata istituita in Italia (primo paese in Europa) ai sensi della Legge n. 208/2015 (legge di stabilità 2016), art.1, commi da 376 a 384
- Questa innovazione si rifà all'esperienza USA che prevede
 - la certificazione come *Certified B Corp*, rilasciata dall'organizzazione *non profit* B Lab, di imprese che predispongono un *Impact Report* basato sullo standard BIA (*Business Impact Assessment*)
 - la forma giuridica della *Benefit Corporation* adottabile da imprese che assumano finalità di beneficio comune accanto a quelle economiche, con obbligo di trasparenza dei risultati in tema di beneficio comune, attraverso la rendicontazione pubblica dei loro impatti sulla società

Le Società Benefit (SB) (2)

- In Italia le SB sono società che *«nell'esercizio di un'attività economica oltre allo scopo di dividerne gli utili perseguono una o più finalità di beneficio comune»*
- Il beneficio comune può riguardare “uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi” nei confronti di “persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse” quali lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile.
- Tale forma è adottabile da tutte le società di cui al libro V, titoli V e VI del codice civile (società di persone, società di capitale, cooperative)
- La doppia finalità, economica e sociale, è assunta formalmente nello Statuto e nell'oggetto sociale della società, e quindi è condivisa dai soci e viene perseguita dagli amministratori nell'ambito del loro impegno gestionale

Società Benefit e finalità di beneficio comune nello Statuto – Chiesi Farmaceutica

- Finalità specifiche di Beneficio Comune
- Il nuovo Statuto di Chiesi incorpora quattro finalità specifiche di beneficio comune e una generale.
- (I) Impegno nell'innovazione continua verso la sostenibilità dei processi e di tutte le pratiche aziendali al fine di minimizzare gli impatti negativi e amplificare gli impatti positivi sulle persone, sulla biosfera e sul territorio.
- (II) Impatto positivo sulle persone e sui pazienti, con l'obiettivo di migliorarne la salute, il benessere e la qualità della vita.
- (III) Contributo allo sviluppo delle comunità locali in cui la Società opera.
- (IV) Promozione di un modo consapevole e sostenibile di condurre l'attività d'impresa, anche attraverso il dialogo collaborativo con gli stakeholder.
- Inoltre la società persegue – oltre agli obiettivi economici propri di una attività imprenditoriale – finalità di beneficio comune e opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

Società Benefit e finalità di beneficio comune nello Statuto - Illycaffé

- La società, in qualità di società benefit, intende perseguire nell'esercizio della propria attività economica una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse. Il principio guida è la creazione di valore per tutti gli attori coinvolti lungo la filiera produttiva, attraverso un processo di miglioramento continuo.
- In particolare, la società persegue obiettivi di beneficio comune nelle seguenti aree:
 - A) Catena responsabile del valore e agricoltura sostenibile, nella prospettiva di:
 - contribuire al miglioramento della conoscenza e dell'analisi degli impatti lungo la filiera del caffè;
 - contribuire allo sviluppo e all'analisi della sostenibilità della filiera attraverso la ricerca, il trasferimento di conoscenza, i progetti sul campo;
 - sostenere e divulgare le ragioni dell'agricoltura integrata per preservare e migliorare la qualità e la sostenibilità del caffè a livello globale.
 - B) Aspirazione alla felicità e qualità della vita, nella prospettiva di:
 - accogliere i principi e la cultura della sostenibilità economica, sociale e ambientale, nonché il loro legame intrinseco con l'aspirazione alla felicità che è propria di ogni persona;
 - partecipare al dibattito internazionale sui temi dell'aspirazione alla felicità, del benessere e del miglioramento della qualità di vita, prevalentemente ma non esclusivamente nelle aree mondiali di coltivazione del caffè;
 - favorire partnership globali per promuovere la sostenibilità e la sensibilità internazionale in merito.
 - C) Economia circolare e innovazione, nella prospettiva di:
 - considerare prodotti e sistemi anche secondo criteri coerenti con i principi della sostenibilità e dell'economia circolare, a beneficio del pianeta;
 - migliorare l'efficienza energetica e il consumo di risorse, tenendo in considerazione le migliori pratiche e le soluzioni innovative nel perseguimento della progressiva riduzione di emissioni.
 - promuovere il rispetto dell'ambiente come principio fondamentale del settore del caffè lungo tutta la catena del valore.

Società Benefit e finalità di beneficio comune nello Statuto - Novamont

- Novamont, in qualità di società benefit, per il raggiungimento dell'oggetto social persegue finalità di beneficio comune, operando 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. [...]
- La società persegue le seguenti specifiche finalità di beneficio comune attraverso un modello di bioeconomia che preveda:
 - la rigenerazione dei territori anche attraverso il recupero di siti produttivi dismessi evitando il consumo di suolo vergine;
 - la promozione di un modello circolare che massimizzi il recupero della materia organica attraverso sistemi sempre più sostenibili per la raccolta ed il trattamento del biowaste per generare compost e materia organica di qualità;
 - la preservazione e rigenerazione della vitalità e della salute del suolo; a tal fine, sviluppa e produce prodotti di origine vegetale, biodegradabili e compostabili, concepiti come soluzioni a specifici problemi, quali l'inquinamento da plastica e altri inquinanti persistenti, strettamente connessi con la qualità di acqua e suolo e promuove pratiche agricole sostenibili che rafforzino la fertilità dei terreni e ne ripristinino la materia organica;
 - lo sviluppo dei processi di produzione innovativi e sostenibili che contribuiscano alla decarbonizzazione dell'economia anche attraverso la ricerca e innovazione per la trasformazione di scarti e byproduct della filiera in nuovi prodotti;
 - il contributo alla creazione di un sistema virtuoso creando alleanze con Stakeholder del territorio e connettendo diversi settori, nonché alla crescita culturale e delle conoscenze sul tema della bioeconomia circolare, promuovendo attività formative in collaborazione con partner del settore pubblico e privato e iniziative di sensibilizzazione ed educazione allo sviluppo sostenibile.

La relazione annuale delle SB sul perseguimento del beneficio comune

Le SB sono tenute a pubblicare annualmente, come allegato al bilancio, una relazione che deve includere:

- La descrizione degli obiettivi perseguiti e delle azioni attuate in tema di beneficio comune
- La valutazione dell'impatto generato
- La descrizione degli obiettivi programmati per l'esercizio successivo

La valutazione dell'impatto generato dalle SB

- Ai fini della valutazione dell'impatto le Sb devono utilizzare uno standard con i seguenti requisiti:
 - capacità di valutare in modo esauriente ed articolato l'impatto delle azioni svolte dalla SB per perseguire il beneficio comune
 - essere stato sviluppato da un ente non controllato dalla SB o ad essa collegato
 - credibilità in base alle competenze ed alle esperienze dell'ente che lo ha sviluppato
 - capacità di generare informazioni trasparenti
 - La valutazione dell'impatto deve coprire le seguenti aree:
 - governance
 - relazioni con i dipendenti ed i collaboratori
 - relazioni con i portatori di interesse
 - impatti sull'ambiente
- N.B. Queste indicazioni rinviano sostanzialmente a modelli come
- i GRI Standards
 - l'International Integrated Reporting Framework

Il perseguimento del beneficio comune

- Governance. E' prevista l'individuazione di un Responsabile di impatto, con il compito di sovrintendere al processo di perseguimento degli obiettivi specifici relativi alle finalità del beneficio comune, a supporto del CdA
- Controllo. La verifica della rendicontazione e della sua correttezza è compito del Collegio Sindacale. In assenza di tale collegio essa compete all'organo amministrativo.
- Revisione. La rendicontazione non va sottoposta a revisione, che è una verifica di natura contabile.
- Altri controlli. Le SB sono sottoposte al controllo dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM) in quanto soggette alle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole e a quelle del codice del consumo.

...e le Imprese Sociali

- SIAVS e SB danno una cornice giuridica all'integrazione di finalità economiche e sociali nell'attività delle imprese
- Le Imprese Sociali sono invece la risposta giuridica all'esigenza di ricondurre a logiche imprenditoriali attività aventi finalità sociali, rese sempre più necessarie dalla riduzione degli spazi del *Welfare State*
- Nelle Imprese Sociali c'è una finalità sociale, ma l'attività è condizionata dal mantenimento di condizioni di equilibrio economico

Enti del Terzo Settore (ETS) e Imprese Sociali

- La figura dell'Impresa Sociale, già prevista da un provvedimento del 2006, è stata recentemente riconsiderata dal Codice del Terzo Settore
- Secondo il Decreto Legislativo n.112 del 3 luglio 2017 e ss.mm.ii. (Codice del terzo Settore) sono ETS, se iscritti al Registro Unico Nazionale del Terzo Settore:
 - le organizzazioni di volontariato
 - le associazioni di promozione sociale
 - gli enti filantropici
 - le imprese sociali, incluse le cooperative sociali
 - le reti associative
 - le società di mutuo soccorso
 - le associazioni riconosciute o non riconosciute, le fondazioni e gli altri enti di carattere privato diversi dalle società costituiti per il perseguimento, senza scopo di lucro, di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale mediante lo svolgimento, in via esclusiva o principale, di una o più attività di interesse generale, in forma di azione volontaria o di erogazione gratuita di denaro, beni o servizi, o di mutualità o di produzione o scambio di beni o servizi

Le Imprese Sociali

Possono conseguire il titolo di Impresa Sociale tutti gli enti privati, inclusi quelli costituiti nelle forme di cui al libro V del codice civile, che esercitano in via stabile e principale un'attività d'impresa di interesse generale

- senza scopo di lucro e per finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale
- adottando modalità di gestione responsabili e trasparenti
- favorendo il più ampio coinvolgimento dei lavoratori, degli utenti e di altri soggetti interessati alle loro attività

N.B. Tuttavia le imprese sociali, se costituite nelle forme di cui al libro V del c.c., possono destinare una quota inferiore al 50% degli utili ad aumento gratuito del capitale sociale oppure alla distribuzione di dividendi, comunque in misura non superiore all'interesse massimo annuo dei buoni postali fruttiferi aumentato del 2,5% calcolato sul capitale effettivamente versato dai soci.

Ambiti di attività delle Imprese Sociali (a)

Le Imprese Sociali possono operare nei seguenti settori:

- assistenza sociale; assistenza sanitaria; assistenza socio-sanitaria;
- educazione; istruzione; formazione universitaria e post-universitaria,
- formazione extra-scolastica; attività di (re)inserimento nel mercato del lavoro;
- tutela dell'ambiente e dell'ecosistema;
- valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio;
- ricerca scientifica di particolare interesse sociale;
- turismo di interesse sociale, culturale, religioso;
- organizzazione e gestione di attività sportive dilettantistiche;
- attività svolte nell'ambito o a favore di filiere del commercio equo e solidale;
- cooperazione allo sviluppo;
- servizi strumentali alle imprese sociali.

Ambiti di attività delle Imprese Sociali (b)

Le Imprese Sociali possono svolgere, indipendentemente dal loro oggetto, attività nelle quali, per il perseguimento di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, sono occupate persone

- svantaggiate
- disabili
- beneficiarie di protezione internazionale
- in condizioni di povertà

Il Bilancio Sociale delle Imprese Sociali

- Le Imprese sociali sono tenute alla redazione, al deposito, alla diffusione attraverso la pubblicazione sul sito istituzionale, di un Bilancio Sociale redatto in base alle Linee Guida del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali di cui al Decreto 186 del 9 agosto 2019, che sostituiscono le precedenti Linee Guida del 2006
- Il Bilancio sociale è visto come lo strumento attraverso il quale le Imprese Sociali possono rispondere alle esigenze di trasparenza, informazione, rendicontazione nei confronti degli associati, dei lavoratori e dei terzi interessati
- Sono principi di redazione del Bilancio Sociale: rilevanza, completezza, trasparenza, neutralità, competenza di periodo, comparabilità, chiarezza, veridicità e verificabilità, attendibilità, autonomia delle terze parti
- Contenuti necessari del Bilancio Sociale: metodologia adottata; profilo dell'impresa; struttura, governo e amministrazione; persone che lavorano per l'impresa; obiettivi e attività; situazione economico-finanziaria; altre informazioni
- Tra i contenuti del Bilancio Sociale non è prevista la valutazione dell'impatto sociale