

Il modello **Società Benefit** per generare impatto sociale

Lunedì 27 novembre 2023, ore 16.30 - 18.30

Cottino Social Impact Campus

Saluti introduttivi

Guido Bolatto

Segretario Generale della Camera di commercio di Torino

Esperienze territoriali a confronto

Grace De Girolamo, *Communication Manager Torino Social Impact*
in dialogo con:

Micol Burighel – *Amapola*, **Emanuela De Sabato** – *Futura Law Firm*,
Federica Fugiglando – *FL20 Studio*, **Andrea Toso** – *Synesthesia*

Fit4benefit

quattro esercizi d'impatto



1 Comunità di pratica



24 società benefit coinvolte



4 incontri itineranti



12 ore di formazione e networking



1 report di restituzione



Stakeholder engagement

27 gennaio 2023



Reporting

17 marzo 2023



Comunicazione

21 giugno 2023



Obiettivi di beneficio comune

21 aprile 2023



Scarica il report!



www.torinosocialimpact.it/documentazione/fit4benefit-quattro-esercizi-di-impatto/

Esperienze territoriali a confronto

Grace De Girolamo, *Communication Manager Torino Social Impact*
in dialogo con:

Micol Burighel – *Amapola*, **Emanuela De Sabato** – *Futura Law Firm*,
Federica Fugiglando – *FL20 Studio*, **Andrea Toso** – *Synesthesia*



Fit4benefit

4 esercizi d'impatto

Unisciti alle attività della Comunità di pratica!

info@torinosocialimpact.it



Esperienze territoriali a confronto

Pierangelo Decisi

Coordinatore gruppo Imprese Benefit-ESG API Torino

Esperienze territoriali a confronto

Marco Piccolo

Vicepresidente Piccola Industria Unione Industriali Torino con delega alla Sostenibilità

Essere Società Benefit oggi: scenario, profili e competenze

Nicoletta Alessi

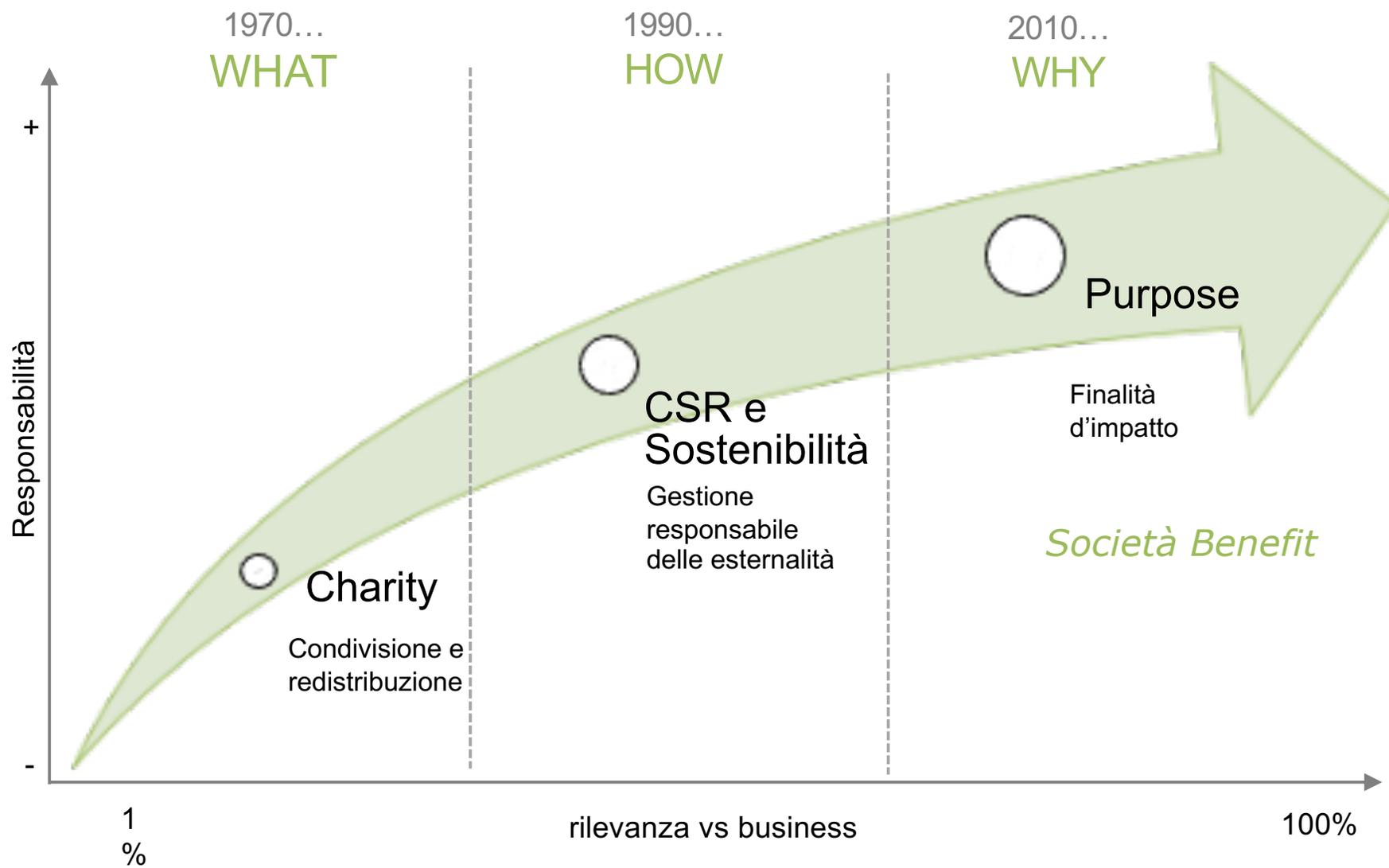
Co-founder Goodpoint SB e membro del consiglio direttivo di Assobenefit

LE SOCIETA' BENEFIT IN ITALIA: IDENTITA', OBIETTIVI, IMPATTO.

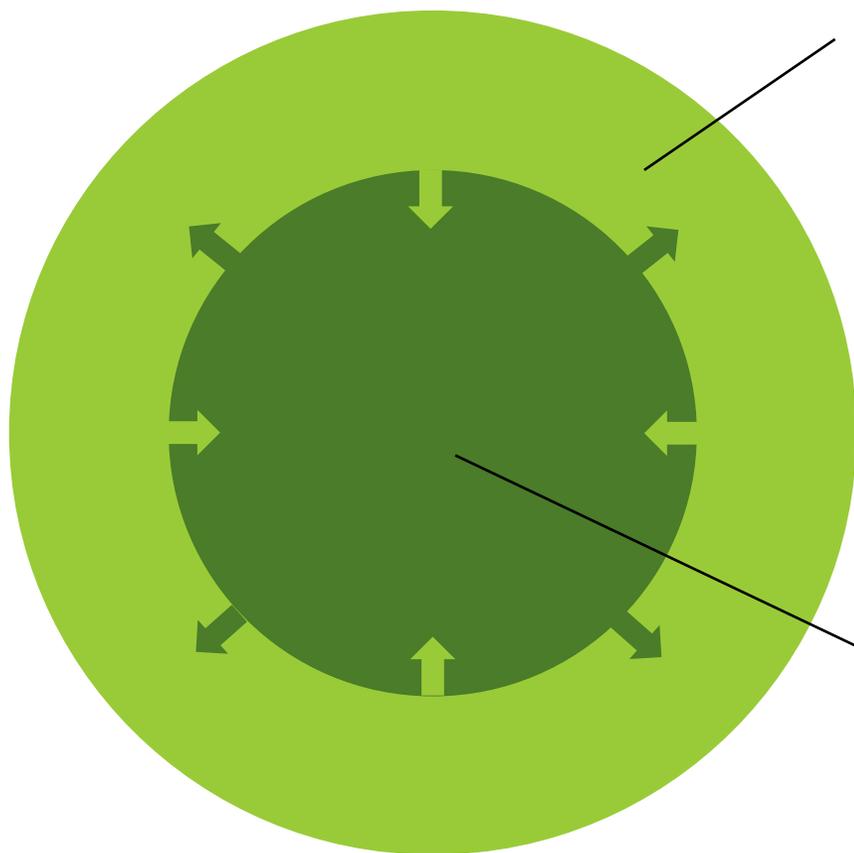
Torino Social Impact
*"Il modello Società Benefit per generare
impatto sociale"*
27 novembre 2023

goodpoint





L'impatto complessivo



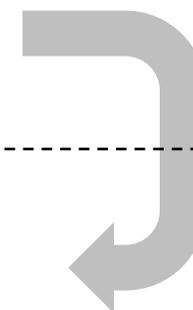
Sostenibilità Sociale e ambientale, nel senso di gestione responsabile delle esternalità negative e positive dell'attività d'impresa
(DO NO HARM)

Lo scopo d'impatto del business, ovvero il modo in cui l'impresa crea valore per la società in modo intenzionale, addizionale e misurabile
(FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE)

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 **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**»*

(Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (commi 376-383))



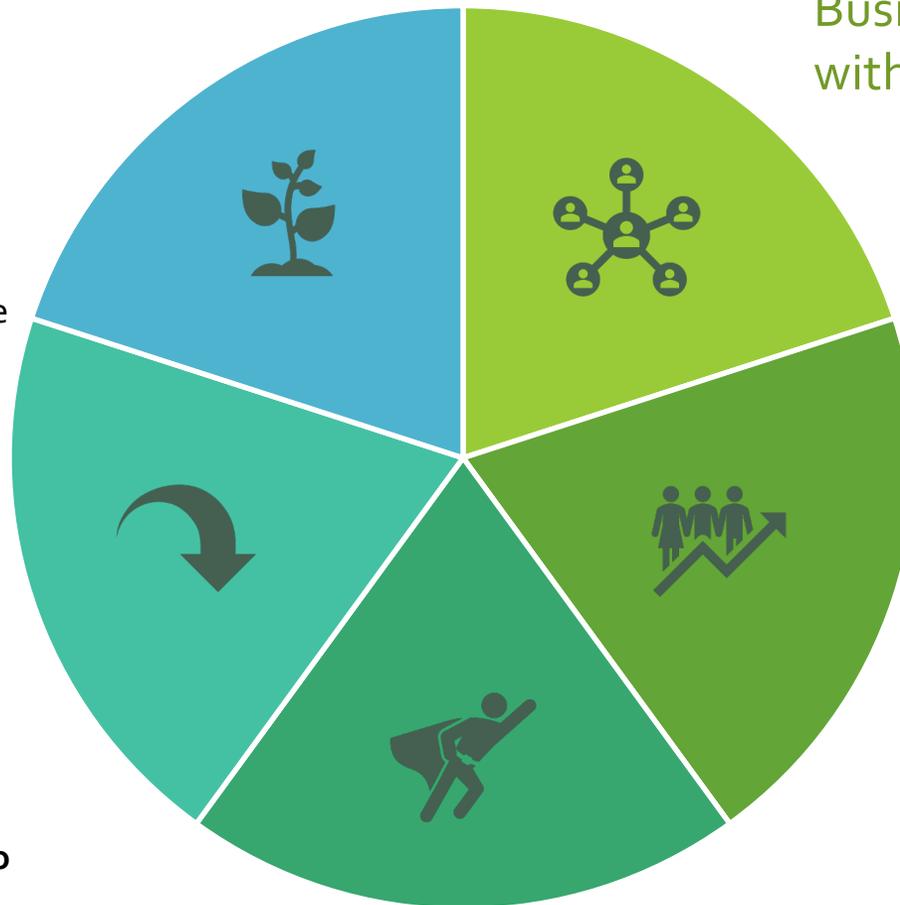
Diversi profili d'impatto delle Società Benefit

Committed to sustainability

La CSR in Statuto: **L'impegno per la Sostenibilità e la Responsabilità Sociale d'Impresa** diventa vincolante, allo scopo di ridurre le esternalità negative e massimizzare gli effetti positivi su uno o più temi sociali o ambientali.

Change Maker

Una rivoluzione sostenibile: la scelta è quella di **affrontare in modo strutturale un problema di sostenibilità legato al core business o alla industry, e trasformarlo radicalmente** in ottica sostenibile.



Business with Purpose

L'impresa al servizio delle persone: Concepiscono l'impresa stessa, qualsiasi cosa faccia, come strumento per creare valore condiviso attraverso quello che sa fare meglio: il suo core business.

Impact Booster

Gli ambasciatori dell'impatto: Perseguono il Beneficio Comune in modo indiretto, **amplificando l'impatto positivo (o riducendo quello negativo)** di altre imprese.

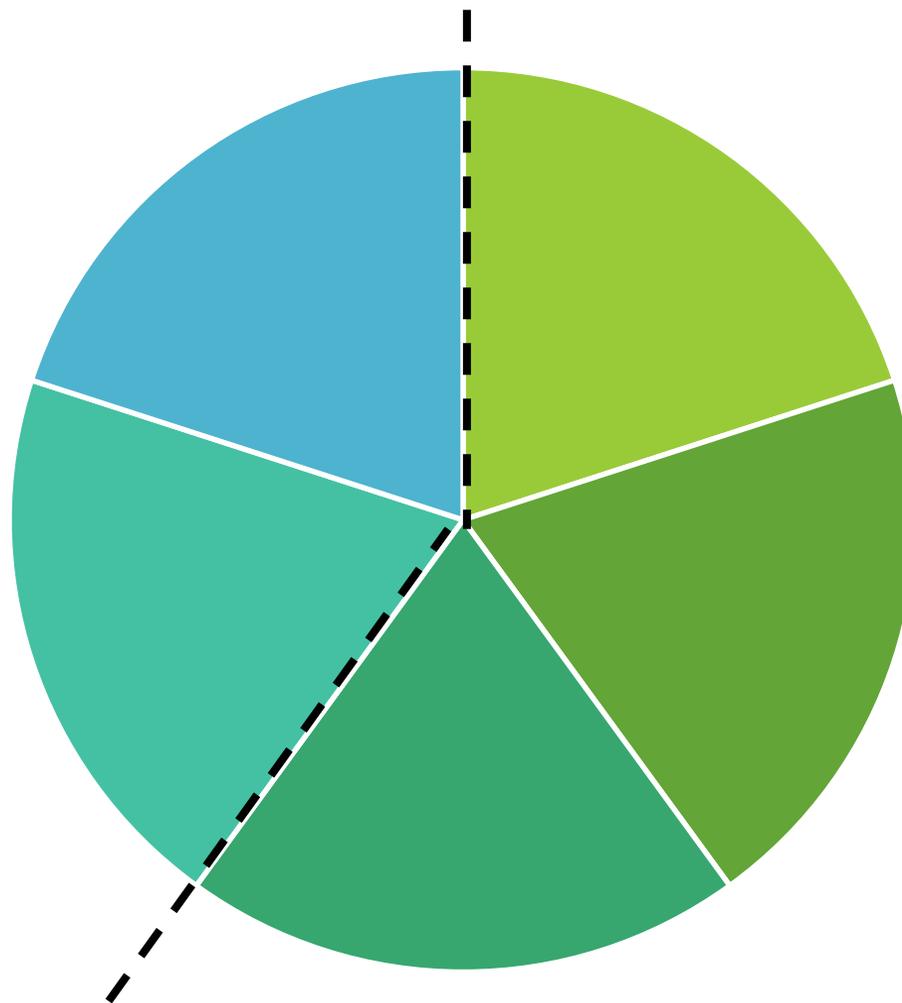
Impact Driven

Quasi un'impresa sociale: Esistono per perseguire una missione molto specifica, in **risposta a un problema sociale o ambientale** (un «ostacolo allo sviluppo sostenibile»).

Due visioni del «ruolo sociale dell'impresa»

FOCUS SU
SOSTENIBILITA'
SOCIALE E
AMBIENTALE DEL
BUSINESS

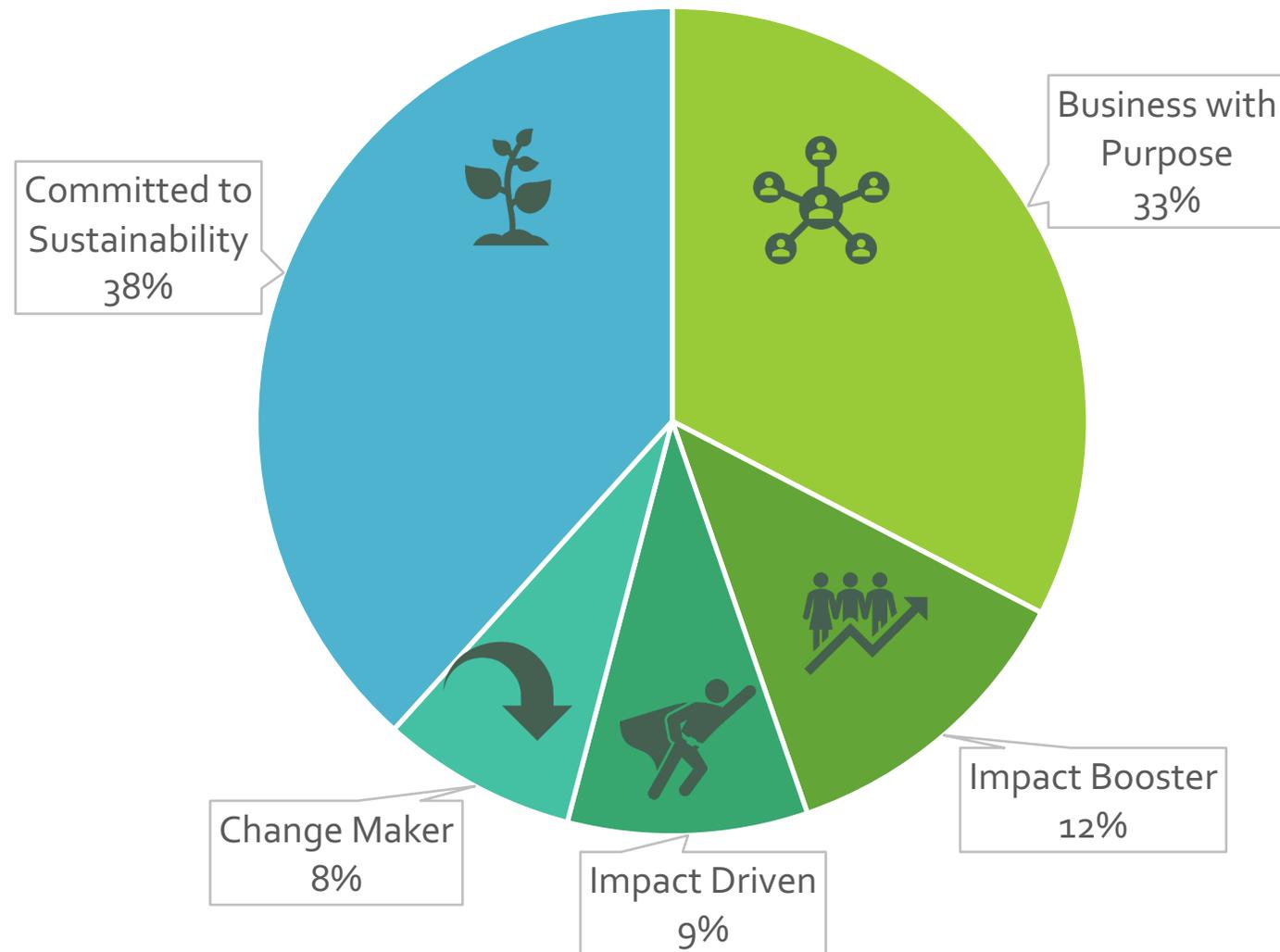
«L'impresa è una cosa
da rendere
sostenibile»



FOCUS SU
CREAZIONE DI
VALORE
ATTRAVERSO IL
CORE BUSINESS

«L'impresa è una cosa
che crea valore»

L'universo delle Società Benefit in Italia oggi





Committed to Sustainability

- 50% Finalità definite in modo generico
→ (8% = testo legge)
- 50% focus specifico (legato al core business, ancorchè accessorio)
→ 31% progetti CSR strategica



Far emergere la differenza rispetto all'impresa
«semplicemente sostenibile»

Change Maker

operano in industry ad alto impatto ambientale:

- energia (30%)
- moda (19%)
- agricoltura, acqua e cibo (16%)



Attenzione alla promessa!
Piano chiaro, obiettivi prendibili, KPI osservabili



Impact Driven

Vedono il profitto quasi come un «mezzo per amplificare l'impatto»

La missione copre 9 SDGs su 17. I più presenti:

- 24% inclusione sociale (SDG 10)
- 15% decarbonizzazione (SDG 15)
- 13% economia circolare (SDG 13)



Occhio al rischio «alibi del bene»:
responsabilità d'impresa verso tutti gli stakeholder



Business with a Purpose

100% ha una finalità d'impatto che coincide con il core business

operano in tutti i settori:

- 22% a «impatto immanente» (cultura, salute, etc)
- 18% beni e servizi di base (trasporti, cibo, etc)
- 15% beni accessori (moda, design, turismo)
- 41% servizi alle imprese



Come valutare il «come»?

L'importanza della de-soggettivazione: kpi e feedback



Impact Booster

- 10% incubatori e acceleratori
- 90% consulenti → coprono tutte le possibili aree di consulenza sui temi della sostenibilità e dell'impatto (strategia, azioni specifiche, reporting, valutazione).



Imparare a valutare la correlazione dell'impatto:
quanto facciamo la differenza?

Take aways

1. La SB è un **contenitore inclusivo**: qualsiasi impresa, di qualsiasi industry e dimensione, basta che scelga consapevolmente di superare il puro scopo di lucro con l'assunzione di uno scopo di beneficio comune.

2. Ciò che le differenzia è l'approccio all'impatto (**5 diversi profili**), e la visione di fondo rispetto al **concetto di Beneficio Comune**: lo sforzo di rendere il business «sostenibile per la società e l'ambiente» vs l'orientamento a «creare valore sociale proprio attraverso il business».

3. Nel secondo caso (prevalente nel campione) la SB non è tanto "un modo di essere sostenibili", ma proprio **un diverso modello di impresa, orientata a servire la società**. Molte imprese lo sono implicitamente, esplicitarlo rinforza l'impegno e lo valorizza con gli stakeholder.

4. Il punto di partenza è definire (bene) il proprio scopo. **La sfida successiva è quella di imparare a osservarsi e valutarsi rispetto a questo scopo**, ma prima ancora agire con coerenza nella gestione ordinaria.

1. Rispetto al Beneficio Comune

- Rilevanza dello Scopo (nel reporting) inferiore rispetto a quanto ci si potrebbe aspettare (nonostante sia l'identità distintiva delle SB)
- Da migliorare la «misurazione»: pochi indicatori (meglio le grandi) e il coinvolgimento degli stakeholder (in particolare per la valutazione)
- Osservazione dell'impatto (=cambiamento generato) poco presente

2. Rispetto agli obiettivi

- Necessità di maggiore chiarezza nella valutazione
- Utile definire indicatori per gli obiettivi futuri e piani di impatto

3. Rispetto agli standard

- La sensazione è che ci sia poca conoscenza/chiarzza e poca riflessione (è una scelta automatica, poco identitaria)
- Necessità di definire un set di indicatori standard per la sostenibilità + modalità di valutazione degli impatti specifici e distintivi

4. Sulla rendicontazione di sostenibilità

- In vista delle evoluzioni normative (CSRD), indispensabile definire un approccio base alla rendicontazione, in grado di integrare gli strumenti di reporting (Informazioni Minime Standard su ESG e Linee Guida per la Valutazione dell'Impatto Specifico).

4 Elementi emersi dall'indagine sulle Relazioni d'Impatto

Grazie

nicoletta.alessi@goodpoint.it



Essere Società Benefit oggi: scenario, profili e competenze

Caterina Soldi

Development & Program Manager Cottino Social Impact Campus

Mario Calderini

Portavoce Torino Social Impact, Advisor Scientifico Cottino Social Impact Campus, Professore Ordinario School of Management Politecnico di Milano