

SOSTENIBILITÀ

Da Alessi a Reda, così avanzano le società benefit

Imprese che, attraverso il proprio business, vogliono cambiare: avere impatto positivo sull'ambiente, la governance aziendale, le relazioni, il welfare. Sono le società benefit che decidono di modificare lo statuto inserendo obiettivi di impatto. Da Alessi a Reda, da Novamont a Fratelli Carli, il fenomeno attraversa tutti i settori dell'economia. Molte di loro ottengono anche la certificazione internazionale BCorp.

Maccaferri a pagina 31



Ambiente, welfare, governance: l'avanzata delle società benefit

Sostenibilità. Aziende come Alessi e Slow Food Promozione modificano lo statuto per inserire obiettivi di impatto positivo. Dal design alla ristorazione il modello è trasversale rispetto ai settori

Alessia Maccaferri

«I nostri prodotti sono esposti in oltre 50 musei di arte contemporanea nel mondo. Il principale impatto sociale è il contenuto artistico e culturale di ciò che facciamo», racconta Nicoletta Alessi, responsabile Csr dell'azienda di Omegna. Il suo bisnonno Giovanni, che fondò nel 1921 la prima bottega acquistando le mura dall'amico Alfonso Bialetti, non lo avrebbe di certo chiamato «impatto sociale». Ma con il suo saper fare artigianale contribuiva, nei fatti, a tramandare l'antica tradizione

della lavorazione a freddo del metallo. Nei mesi scorsi, a rimarcare queste origini, l'azienda (60 milioni di fatturato nel 2019) ha inserito nel proprio statuto l'obiettivo, insolito per una classica società di capitali, di «portare arte e poesia nella produzione industriale». L'occasione della modifica è stata la trasformazione in società benefit, uno stato giuridico in cui vengono espressamente citati l'impatto sociale e ambientale. L'Italia è stato il pri-

mo paese al mondo a riconoscerlo con una legge del 2016. Peraltro Alessi aveva già ottenuto in precedenza la certificazione BCorp, che prevede un assessment costante sugli obiettivi ambientali, sociali, di governance, di relazione coi dipendenti, i fornitori, i consumatori, il territorio. Le benefit italiane sono circa 500, le BCorp un centinaio, rappresentano una piccola avanguardia culturale decisa a cambiare le regole del capitalismo e riportare sostenibilità ed etica nel business. A livello internazionale questo nuovo modello ha conquistato brand come Danone, Patagonia, Ben & Jerry.

Quando cinque anni fa è passata la legge hanno quasi tirato un sospiro di sollievo a Bra. «Di fatto Slow Food da sempre opera con lo spirito di una benefit», spiega Roberto Burdese, portavoce di Slow Food Promozione Srl. La società è partecipata al 100% da Slow Food Italia, è l'anima commerciale della non profit. Con la trasformazione in benefit e la certificazione BCorp il volto commerciale e quello etico basato anche su scelte di gratuità posso-

no convivere armoniosamente. I valori ambientali e sociali sono da sempre in Slow Food. «Per esempio dal 2006 abbiamo avviato, in collaborazione con il Politecnico di Torino, un corso di design sistemico con una visione olistica del processo produttivo - aggiunge Burdese - Noi siamo di fatto una rete di comunità della prima edizione di Terra Madre nel 2004».

Complice prima le campagne di Greta Thunberg, poi la pandemia con le contraddizioni del modello di sviluppo occidentale, il movimento sta contaminando tutti i settori. A Genova c'è Ert, prima azienda italiana ad esse-

re certificata B Corp nel settore dello smart government e delle applicazioni digitali per il potenziamento del patrimonio culturale e museale. Il benefit anche la torinese Izmade che da otto anni opera nel campo dell'eco-design autoprodotta, realizzando arredi e complementi in piccole serie o in edizioni limitate e gestendo un maker space punto di riferimento del quartiere Barriera di Milano.

Nella lista delle benefit appare an-

che un ristorante, l'incanto a La Loggia (provincia di Torino), che oltre a prediligere il cibo biologico collabora con enti non profit, fondazioni e altre realtà aggregative, enti ed associazioni del territorio per promuovere il bene comune e lo sviluppo locale. Il benefit Ibringme Srl, la startup, incubata nel Politecnico di Torino, che ha lanciato il car pooling aziendale. Con il servizio fojob la società intende aiutare la comunità a ridurre il traffico e l'inquinamento atmosferico. Infine la benefit Reymaldi Srl è un'azienda torinese specializzata nella produzione in conto terzi di prodotti cosmetici natu-

rali e bio. Le benefit e le BCorp avranno presto un possibile alleato: si rivolgerà anche loro il nuovo prototipo di Borsa Sociale messo a punto da Torino Social Impact. L'idea è quella di sperimentare modelli e metriche con cui le aziende intenzionalmente orientate alla sostenibilità e ai nuovi paradigmi possano essere supportate dagli investitori e, in particolare, dal crescente mondo della finanza a impatto sociale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA