

Obiettivo sostenibilità: al primo posto nell'agenda delle imprese

di Luigi A. M. Rossi

Master di specializzazione

Sostenibilità d'impresa: il ruolo del professionista

Scopri di più

La sostenibilità è **oramai una norma**.

L'Unione europea ha emanato **disposizioni chiare**, che vincolano **imprese ed operatori finanziari**, finalizzate all'attuazione di un sistema regolamentare integrato che coinvolgerà un numero sempre maggiore di destinatari **obbligati a rendicontare le performance ESG**.

Difatti, all'assioma rischio-rendimento si integra l'analisi sui fattori *Environmental, Social e Governance* che, oggi, fungono da *driver* per la canalizzazione di **investimenti**, a favore di quelle imprese le cui *performance* finanziarie sono **raggiungibili per il mezzo di strategie sostenibili**.

Il **cambio** di rotta non è solo normativo, ma principalmente culturale caratterizzato dal passaggio dal tradizionale paradigma economico di tipo "**estrattivo**", in cui il valore di *input* economico, sociale e ambientale che l'impresa necessita per funzionare, è maggiore di quanto **l'impresa è in grado di generare** come *output*, ad un **paradigma di tipo "rigenerativo"** dove, invece, il sistema economico, ed *in primis* le aziende, sono progettati e agiscono per **creare valore condiviso per la società** e per rigenerare la biosfera: il *break-even* non è più esclusivamente economico-finanziario, ma è calcolato sulla triplice prospettiva, ossia **economica, sociale e ambientale**.

Orbene, le sfide che attendono le imprese, ed i professionisti che vogliono svolgere il loro consueto ruolo di **guida e supporto**, se affrontate con tempismo, possono offrire un decisivo **vantaggio competitivo** dell'azienda in termini di posizionamento sul mercato.

Non solo una scelta di compliance, quindi, ma una **scelta di sopravvivenza**.

Appare evidente, difatti, che la rigida misurazione degli impatti extra-finanziari e la divulgazione dei risultati da parte delle aziende svolgono un ruolo chiave sia per la definizione del **nuovo concetto di "sviluppo economico"** sia per le stesse strategie imprenditoriali di medio lungo periodo, in grado non solo di creare profitto, ma anche di costruire un **capitale reputazionale** che possa rivelarsi concretamente competitivo nell'attrazione (tra gli altri) degli

investitori e consumatori che sempre di più abbracceranno la **cultura della sostenibilità**.

Tutto ciò rientra all'interno del complesso di regole europee sulla sostenibilità, di cui il segmento "green" ne rappresenta solo una parte e che, a sua volta, si colloca nel più ampio programma di azioni stilato da 193 Paesi membri dell'ONU che hanno individuato i 17 *Sustainable Development Goals* da **raggiungere entro il 2030**.

Ecco che l'iniziativa economica privata, costituzionalmente garantita, si può elevare a **protagonista** nel raggiungimento degli obiettivi di scala globale nei tempi prefissati.

L'Italia è riuscita a distinguersi nel panorama legislativo internazionale come primo Stato sovrano, dopo gli Stati Uniti, a promuovere una Legge *ad hoc*, dedicata alle **Società Benefit** (L. 208/2015, [commi 376-383](#) e Allegati 4 – 5).

Con questa nuova forma giuridica di impresa, si estende la finalità originaria **contratto sociale** delineato all'[articolo 2247, cod. civ.](#), con cui "[...] *due o più persone conferiscono beni o servizi per l'esercizio in comune di una attività economica allo scopo di dividerne gli utili*" individuando, nelle Società Benefit, quelle società che "*nell'esercizio di una attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano 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*".

Lo *status* giuridico **Società Benefit** permette, quindi, alle aziende che lo adottano, di includere all'interno dell'oggetto sociale la **creazione di valore** non solo per i soci ma per **tutti i portatori di interesse**, ufficializzando così l'impegno dell'azienda, con corrispondenti obblighi del *management*, nel perseguire effetti positivi o nel ridurre quelli negativi, nel processo produttivo e nelle strategie aziendali.

Abbracciando questo paradigma, quindi, **si consente al business di rappresentare una forza propulsiva di cambiamento** verso un futuro che si fa sempre più vicino.