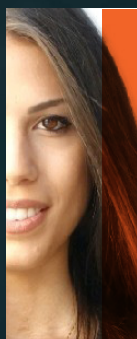


Annarita **Cacciamani**

Società benefit, la strada per la sostenibilità va “certificata”

Rachele Camacci, reserch fellow all'Università Cattolica di Milano, analizza il tema del rapporto tra sostenibilità e governance aziendale: «Servono competenza, programmazione e obiettivi chiari. La società benefit è la scelta giusta per imboccare la strada della sostenibilità e farlo sapere ai mercati»

Rachele Camacci
Reserch fellow
all'Università
Cattolica di Milano



Sostenibilità è una parola che significa tanto e da cui oggi non si può prescindere. Per le aziende essere attenti alla sostenibilità vuol dire **avere la consapevolezza del peso che le proprie azioni hanno sull'ambiente e sulla comunità**. Vuol dire essere consapevoli che **si può lavorare e creare profitto, tenendo conto delle esigenze degli stakeholder e della società**. La **società benefit**, cioè quell'impresa che unisce agli obiettivi di profitto la volontà di avere un impatto positivo sulla comunità, è la strada giusta per essere sostenibili e per farlo sapere ai mercati.

Rachele Camacci, research fellow al Centro Studi Economia Applicata (CSEA) dell'Università Cattolica di Milano, ha analizzato il tema del rapporto tra sostenibilità, governance e impresa in diverse pubblicazioni e stu-

di, portati avanti insieme al **professor Carlo Bellavite Pellegrini, ordinario di Finanza aziendale e direttore del Centro studi di Economia applicata all'Università Cattolica**. **«Diventare società benefit** – conferma Camacci – è importante soprattutto per le società non quotate. **Rappresenta la via migliore per dire ai mercati e agli stakeholder che ci si sta impegnando concretamente sulla sostenibilità»**.

SOSTENIBILITÀ E GOVERNANCE

«Orientare la governance aziendale alla sostenibilità è un processo che richiede **programmazione e strategia**. Innanzitutto – spiega Camacci – è necessario per trasparenza informare tutti gli stakeholder della strada che si vuole intraprendere. Il primo passaggio da fare è poi **creare**

un comitato di sostenibilità per valutare l'impatto delle decisioni prese sull'azienda e capire i risultati che si stanno raggiungendo». Fondamentale è darsi degli obiettivi chiari e monitorare i progressi fatti. «Gli indicatori di sostenibilità sono quei fattori che aiutano l'azienda a capire a che punto e dove sta andando, tenendo traccia dei progressi fatti e capire dove si può migliorare». La sostenibilità deve, però, passare anche all'interno dell'azienda: «Serve formare e sensibilizzare il personale su queste tematiche.

La sostenibilità è una scelta strategica, che necessita di una programmazione sul lungo periodo con obiettivi chiari e misurabili per non perdere la bussola».

VERSO LA SOSTENIBILITÀ. IL RUOLO DEL MANAGEMENT

Avviare un percorso che porti ad essere sostenibili richiede impegno e competenza ai dirigenti dell'azienda. «Quando si intraprende un cambiamento, **i dirigenti devono avere una forte leadership per guidarlo e per creare una cultura aziendale. Servono anche competenze tecniche, spirito innovativo e creatività per creare procedimenti che portino l'impresa verso la sostenibilità**. Ad esempio, adottando tecnologie green o creando prodotti dal basso impatto ambientale – evidenzia Camacci - Serve poi la capacità di capire quali le esigenze degli stakeholder e della comunità che sta intorno perché tutto ha anche un risvolto sociale».

Altra competenza richiesta è quella della **gestione dei rischi di sostenibilità**. «Ci possono essere rischi ambientali, sociali o reputazionali e

bisogna saper gestire le crisi e lavorare per prevenirle con le proprie azioni, stando attenti a non cadere nel greenwashing (il parlare di ambiente senza mettere in pratica ciò che si dice, ndr). Oggi il rischio climatico non può più essere ignorato da nessuno». Secondo la ricercatrice **ciò che crea valore è la finanza sostenibile**. «Si crea valore investendo i capitali e portando avanti attività che uniscono il profitto alla sostenibilità ambientale e sociale. Penso che gli studi accademici che stiamo portando avanti possano essere il giusto driver per aiutare gli imprenditori a capire cosa impatta sulle loro aziende e quali sono le leve giuste da toccare».

LE SOCIETÀ' BENEFIT

Secondo Rachele Camacci il passaggio fondamentale da fare, soprattutto per le società non quotate, è di-

ventare società benefit. «La società benefit è la risposta alla difficoltà che un'azienda può incontrare nel suo percorso verso la sostenibilità.

Essere società benefit vuol dire prendersi degli impegni, darsi degli obiettivi, misurarli e lavorare per raggiungerli. E questo lo si mette nero su bianco pubblicando la valutazione di impatto, un documento che rendiconta, attraverso gli indicatori di sostenibilità, quanto si è fatto per raggiungere l'obiettivo che ci si è prefissati. Essere società benefit è anche il modo per comunicare sia al mercato, sia al proprio interno che si è scelto di percorrere una determinata strada e che si è **consapevoli di poter creare profitto e, nello stesso tempo, creare valore per la società e per gli stakeholders**».