

INNOVAZIONE “FOR BENEFIT”

Un’analisi di sfondo dell’esperienza italiana

di Vanessa Russo e Mara Maretta*

Abstract

Innovation “for benefit”. A background analysis of the Italian experience

The term B Corp, or Benefit Corporation, refers to a type of business organisation that is committed to pursuing a positive social and environmental impact alongside financial profit, while promoting social responsibility and transparency. Such companies promote equity, environmental protection, and support of local communities for sustainable development.

The research presented concerns a background analysis of the phenomenon from a corporate welfare perspective. The aim is to understand the characteristics and opportunities offered by benefit societies in the Italian context. In detail, the vectors examined regard the impact of this new form of enterprise on the social, economic, and territorial system and its possible applications in field of social sciences.

Keywords

Stud benefit Corporation; social network analysis; bibliometric analysis; welfare; expert interview

* VANESSA RUSSO è RTDA in sociologia generale presso il Dipartimento di Scienze Giuridiche e Sociali dell’Università di Chieti-Pescara attualmente la sua attività di ricerca è concentrata nel progetto PON REACT EU innovazione (azione IV.4) Social Data Science per l’innovazione e la Brand Reputation dell’impresa 4.0. Email: v.russo@unich.it

MARA MARETTI è professoressa associata in sociologia generale, docente di politiche sociali e metodologia della ricerca sociale e coordinatore del CSLab (Computational Social Science Laboratory) presso il Dipartimento di Scienze Giuridiche e Sociali dell’Università di Chieti-Pescara. Email: mara.maretti@unich.it.

DOI: <http://doi.org/10.13131/unipi/fysj-sk87>

INTRODUZIONE

Il paper sintetizza i risultati di una ricerca esplorativa¹, svolta tra gennaio e novembre 2022, con l'obiettivo di delineare un'analisi di sfondo del fenomeno delle Benefit corporation nel contesto territoriale e socioeconomico italiano in un approccio metodologico Mixed Method.

Le benefit corporation (o società benefit, SB) sono società che nell'esercizio di un'attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili (*profit*), perseguono una o più finalità di beneficio comune (*no profit*) operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse (Rozza, 2019; Castellani, et al 2016; Porter & Kramer, 2011).

In questo contesto l'innovazione risiede nella creazione di una terza via tra profit e no-profit ovvero il "*for benefit*" (Castellani, et al 2016) la quale deve essere interpretata come una dimensione in cui questi due sistemi sono interrelati tra loro e co-occorrono insieme al fine di raggiungere l'obiettivo imprenditoriale della creazione di valore. Le B Corp possono avere un impatto positivo sullo sviluppo locale, non solo attraverso l'incremento dell'occupazione ma anche implementando obiettivi sociali e ambientali per lo sviluppo del territorio.

La forma di impresa benefit nasce negli USA intorno al 2010 (Bisconti, 2009; Cooney et al, 2014; Cummings, 2012; Deskin 2011) ed entra nel panorama economico italiano con la Legge Stabilità del 28 dicembre 2015 (208 - commi dal 376 al 382).

Nel contesto internazionale l'Italia è la seconda nazione dopo gli USA a definire dal punto di vista legislativo la struttura e le caratteristiche delle società benefit (SB).

La motivazione che giustifica questa tempestività di adeguamento del nostro paese all'esperienza americana risiede nella tradizione

¹ Il lavoro presentato si inserisce all'interno di un disegno di ricerca più ampio intitolato "*Il Social Data Science e per l'innovazione e la Brand Reputation dell'impresa 4.0*" finanziato su fondi PON-REACT-EU Innovazione con l'obiettivo di analizzare l'impatto delle società benefit sullo sviluppo sociale e delle comunità locali in Italia. Il progetto nella sua completezza, si articola in 36 mesi di attività e si compone di 3 task operative applicate a 4 casi di studio: 1) selezione del campione, 2) analisi di sfondo; 3) definizione del modello sperimentale.

teorica e di policy presente nel contesto italiano, relativamente al concetto di economia civile, intesa come la produzione di valore anche in termini di massimizzazione del bene totale (Zamagni, 2005; Zamagni, 2011; Porta, 2004).

Il concetto di bene totale implica una presa di consapevolezza da parte dell'impresa dell'impatto sociale dei suoi processi nei confronti di tutti gli attori (interni ed esterni) ad essa.

Dal punto di vista della policy aziendale in Italia è possibile individuare esperienze virtuose già dal secondo dopoguerra con il caso di Olivetti e di altri imprenditori come Mattei e Fascetti che hanno avviato delle politiche interne di supporto per i propri dipendenti che si traducevano in servizi come: biblioteca, asilo nido, agevolazione all'incremento dei livelli di istruzione, villaggi abitativi. Il modello di Olivetti è stato portato avanti negli anni 80 da Ferrero, il quale ha ampliato i molti dei servizi rivolti al personale interno all'azienda anche alla comunità locale della città di Alba, in cui aveva sede l'azienda.

Dalle pratiche aziendali virtuose attuate e, con lo sviluppo degli studi e degli interventi in termini di Corporate Social Responsibility, il concetto di "pubblico di riferimento" in Italia si è notevolmente ampliato superando la sfera di prossimità dell'impresa per arrivare alla società in genere e alla tutela ambientale di tutto il pianeta.

In questo contesto, l'azienda diventa un agente in grado di operare una trasformazione sociale e, per questo motivo, è possibile affermare che in Italia il fenomeno delle aziende Benefit deve essere considerato come "l'anello successivo" di una lunga catena di azioni in tema di responsabilità sociale dell'impresa.

La scelta di analizzare il fenomeno delle Benefit Corporation è motivata dalla risposta che questa forma di organizzazione offre al management rispetto a quelli che sono i driver di mutamento sociale, definiti dall'unione europea in termini di innovazione e sostenibilità (Open Europe, 2019) e dall'interesse sociologico rispetto ad un fenomeno recente e in via di definizione.

Con queste premesse il presente contributo si articola nella descrizione di un'analisi di sfondo finalizzata fotografare lo stato dell'arte delle società benefit in Italia.

Il contributo di carattere sociologico ha come obiettivo di tracciare l'evoluzione del fenomeno e di comprenderne caratteristiche, punti di forza e criticità attraverso "la voce" di testimoni privilegiati.

In linea con gli obiettivi preposti, l'iter metodologico è strutturato in tre fasi: analisi territoriale, analisi bibliometrica e interviste a testimoni privilegiati.

Il primo task consiste in un'analisi territoriale, che mira a identificare le caratteristiche del contesto in cui le società benefit operano. Si è proceduto in primis con la mappatura delle organizzazioni presenti nel territorio e con un'analisi del contenuto del loro oggetto sociale.

La seconda fase si articola in un'analisi bibliometrica, che ha l'obiettivo di raccogliere informazioni sulle pubblicazioni scientifiche riguardanti le società benefit e sulla rete italiana degli studiosi della materia.

I risultati dei primi due task saranno utilizzati per circoscrivere un gruppo di esperti sul tema a cui somministrare un set in interviste a testimoni privilegiati, al fine di raccogliere informazioni sulla realtà delle società benefit, in termini di obiettivi, opportunità, sfide, criticità e minacce.

Data la moltitudine di chiavi interpretative del fenomeno in questa sede si è scelto di approfondire il ruolo di questa nuova forma di organizzazione con una specifica curvatura sulle tematiche del welfare aziendale e del welfare di comunità.

1. IL RUOLO DELLE AZIENDE BENEFIT NEL QUADRO DEL WELFARE DI COMUNITÀ

Per delineare il quadro teorico che caratterizza il fenomeno delle Benefit Corporation è necessario analizzare i key theme che definiscono il filone di studi dell'economia civile e che sono alla base delle policy in tema di Corporate Social Responsibility. Pertanto, diventa centrale lo studio dei processi di welfare aziendale e welfare comunitario.

Con il termine Welfare si fa riferimento ad un insieme di azioni finalizzate al raggiungimento di uno stato di benessere, inteso come uno stato in cui l'individuo detiene una condizione di vita tale per cui c'è un equilibrio tra risorse e opportunità a sua disposizione. Questo stato dipende da numerosi fattori, tra cui la condizione lavorativa, la vita familiare e associativa, l'integrazione nella società e l'accesso ai principali servizi (Anand & Sen, 1994; Anand et al., 2005; Fornasier et al, 2019; Gatti, 2014).

In ambito aziendale il concetto di welfare si traduce in termini di interventi attuati da un'organizzazione verso il proprio pubblico interno finalizzato ad incrementare il benessere individuale, professionale e familiare sotto il profilo economico e sociale (Fornasier et al, 2019).

Riprendendo la descrizione presente nel *Libro Bianco del welfare responsabile* è possibile articolare il welfare aziendale in relazione a diversi vettori di interventi relativi a: protezione della salute, sostegno alla conciliazione vita-lavoro e al reddito, tutela del diritto di istruzione e formazione, gestione del tempo libero.

Queste traiettorie di intervento possono essere sviluppate in termini in tipologie di azioni classificabili come:

1) rewarding; misure retributive finalizzate a gratificare le risorse umane incrementando il loro potere d'acquisto;

2) benefit, prestazioni di natura previdenziale e assistenziale; in questa tipologia rientrano i piani pensionistici integrativi e assicurativi e l'assistenza sociosanitaria;

3) perquisites; beni e i servizi usufruibili anche al di fuori dell'ambito lavorativo, come le auto aziendali, i cellulari aziendali, i buoni pasto, le carte di credito, i corsi di formazione;

4) flexible benefit; un portafoglio di spesa a disposizione del dipendente da utilizzare per l'acquisizione e la personalizzazione di alcuni servizi di welfare messi a disposizione dell'organizzazione;

5) smart working; strutturazione dei tempi e luoghi di lavoro in termini di flessibilità oraria, mobilità e autonomia del lavoratore (Fornasier et al, 2019).

La tradizione italiana di welfare aziendale dagli anni '80 in poi si amplia dal rapporto binario tra organizzazione e pubblico interno al rapporto tra organizzazione, territorio e comunità di riferimento. In questi termini, si può parlare di un welfare comunitario, inteso come una rete di rapporti circolari tra impresa e stakeholder e territorio. All'interno di questa rete, l'impresa, insieme con altri attori pubblici e privati, è integrata in un sistema di governance e responsabilità condivise in cui ognuno nell'ambito delle rispettive competenze, concorrono a formulare, realizzare e valutare politiche di welfare (Maglia, 2018; Dato & Cardone 2018).

Quando gli strumenti di policy tipiche del welfare aziendale in senso stretto e del welfare aziendale e di comunità sono progettate in un'ottica di pluralismo, innovazione e sostenibilità e mediate da essa si può ragionare in termini di Welfare 4.0.

Il concetto di Welfare 4.0 è stato messo a punto da Fornasier con riferimento a *una rete di organizzazioni interconnesse capaci da un lato di integrare localmente i diversi welfare (municipale, contrattuale, territoriale e aziendale) in modo autonomo e creativo, dall'altra di essere una rete tematica nazionale che condivide strumenti tecnologici abilitanti, si scambia esperienze e competenze, al fine di migliorare la*

qualità, l'interoperabilità e l'accesso ai servizi dei cittadini. (Fornasier et al, 2019 pp. 286).

Il paradigma interpretativo del welfare 4.0 trova applicazione empirica nella definizione delle B-Corp in generale e in particolare delle Benefit Corporation.

Infatti, già nella fase di certificazione del B-impact assesment gli items di valutazione sono organizzati in relazione alle seguenti categorie in: workers, community, governance, environment e customers. Successivamente, se raggiunto un punteggio superiore ad 80, l'organizzazione può definirsi come B-Corp. Diversamente la strutturazione della società benefit, relativamente alla sua normativa di attuazione (legge di stabilità n.208 del 28 dicembre 2015) impone all'organizzazione di esplicitare nell'oggetto sociale di avere finalità di beneficio comune e di operare in modo responsabile e sostenibile definendo nello specifico in quale ambito e in quale modalità.

Rispetto al tema del Welfare 4.0 le società benefit hanno il ruolo di essere dei connettori tra i quattro items alla base del B-Impact Assessment e di realizzare delle politiche di welfare aziendale e comunitario in grado di creare un sistema virtuoso che le colleghi in un'ottica di innovazione e sostenibilità.

2. DISEGNO DELLA RICERCA E METODOLOGIA

Sulla base delle premesse descritte nei paragrafi precedenti, emerge un quadro di insieme variegato dal punto di vista teorico. Attualmente è possibile inquadrare le Benefit Corporation rispetto a cinque chiavi di lettura: economica civile, economia circolare, welfare aziendale, welfare comunitario e welfare 4.0.

Da una prima analisi della normativa di riferimento emerge un fenomeno ancora in via di definizione al livello empirico. La legge di stabilità n.208 del 28 dicembre 2015 definisce la struttura e gli obblighi a cui sono sottoposte le società Benefit, tuttavia, da uno studio più approfondito del testo della normativa, emergono delle zone grigie rispetto alle modalità di attuazione.

In un'ottica di incentivazione alla diffusione del fenomeno la legge italiana sembra aver volutamente lasciato dei "campi liberi" da riempire sulla base della sperimentazione sul campo di queste forme imprenditoriali. Questo tipo di scelta "flessibile" implica la possibilità di ricevere esperienze e best practices da parte degli attori sociali,

istituzionali, professionali e aziendali per poter poi introdurre concrete e adeguate forme di attuazione (Castellani *et al.* 2016).

Aggiungendo questo dato al quadro già delineato nei paragrafi precedenti, la ricerca in oggetto ha come finalità di: 1) fotografare lo scenario italiano delle B-Corp in termini di evoluzione sul territorio e ambiti di intervento; 2) identificare opportunità, criticità e sfide di un sistema ancora in divenire; 3) focalizzare sull’impatto delle Benefit Corporation nell’ambito dei sistemi di welfare aziendale e di comunità; 4) identificare le possibili traiettorie di studio per la ricerca sociale.

Fig. 1 – Schema riassuntivo dell’iter di ricerca



L’operativizzazione del disegno della ricerca si articola in quattro fasi (fig.1):

Nella prima fase è stata analizzata la documentazione relativa alla presenza in Italia delle società benefit e, attraverso i dati estratti, è stato possibile mappare - in parte - la diffusione del fenomeno sul territorio nell’arco di 4 anni (2016-2022) e di classificare le imprese rilevate in relazione alla collocazione territoriale e al valore di B-Impact Assessment.

Dal dataset estratto nel primo task è stato possibile ottenere i contenuti degli oggetti sociali di 511 imprese e analizzarli attraverso gli strumenti della semantic network analysis (SemNA) (Drieger, 2013) al fine di individuare specifiche aree semantiche espressione dell’impegno delle organizzazioni che decidono di trasformarsi in Benefit Corporation.

I primi due task hanno l’obiettivo di tracciare il fenomeno sul territorio, differentemente l’obiettivo della terza fase della ricerca è

stato di studiare come la comunità scientifica sta analizzando il fenomeno, identificando gli autori più citati e anche quelli più attivi nel panorama italiano. A tal proposito è stata realizzata un'analisi bibliometrica (Donthu, Kumar, & Pattnaik, 2020b; Donthu, Kumar, Pattnaik, & Lim, 2021; Khan et al., 2021) su dati Scopus rispetto alla produzione scientifica italiana sul tema identificando una comunità scientifica di riferimento.

Nella quarta fase è stato costituito un panel per la somministrazione di interviste a testimoni privilegiati con l'obiettivo di ricostruire le caratteristiche del fenomeno in corso ed evidenziarne le opportunità e criticità emergenti.

Le prime tre fasi della ricerca, come illustrato nella figura 1, sono state propedeutiche alla quarta sia in relazione alla definizione dei contenuti che all'identificazione dei testimoni privilegiati.

Dal punto di vista dei contenuti la strutturazione del temario delle interviste è stata realizzata sia attraverso l'analisi della letteratura sia includendo le dimensioni semantiche emerse dall'analisi degli oggetti sociali. Dal punto di vista degli attori sociali la costituzione del panel è stata realizzata attingendo sia alle imprese rilevate nel task 1 sia ai ricercatori emersi nella fase di analisi bibliometrica.

Infine, attraverso l'analisi dei dati, dei diversi step di ricerca, è stato possibile delineare una fotografia dello scenario attuale che caratterizza il fenomeno SB in Italia.

3. MAPPATURA DELLE SOCIETÀ BENEFIT IN ITALIA

Nel 2016, in seguito alla strutturazione normativa delle società benefit in Italia solo 10 imprese avevano la certificazione B-Corp: Nativa (febbraio 2013), Equilibrium Srl (giugno 2014), Treedom (giugno 2014), Fratelli Carri (luglio 2014), D-Orbit (agosto 2014), Habitech – Distretto tecnologico trentino per l'energia e l'ambiente (dicembre 2014), Little Genius International (dicembre 2014), Mandora Srl (marzo 2015), Dermophysiology Srl (giugno 2015), Cometech Srl (gennaio 2016) (Castellani et al, 2016).

Come si può evincere dalla mappa (fig.2) le prime esperienze di B-Corp riguardano le regioni Lombardia, Trentino, Toscana e Lazio in un periodo in cui non esisteva ancora la definizione legale di benefit, infatti, il periodo di certificazione comprende gli anni 2014-2016.

Fig.2- Mappa delle prime 10 B-Corp in Italia



Rispetto all'analisi dello sviluppo delle SB in Italia nel 2021 D'Angelio e Russo hanno dichiarato, in un articolo pubblicato dal Sole 24 Ore, che sul territorio italiano in data 31 marzo 2020 (fonte infocamere) erano presenti 511 società benefit. Nell'articolo si evidenzia che rispetto ai dati 2020 nel 2021 c'è stato un ulteriore incremento - quasi un raddoppio - di queste esperienze imprenditoriali per un totale di 926 imprese dislocate soprattutto nelle regioni Lombardia (316), Lazio (117), Emilia-Romagna (94).

Attualmente è difficile riuscire ad avere una mappatura completa delle società benefit in Italia. Infatti, anche attraverso il motore di ricerca *Telemaco* di infocamere non è semplice individuarle tutte poiché non rientrano tra le forme giuridiche messe a disposizione dal portale per la ricerca.

B-Lab insieme con *Assobenefit* hanno creato un registro sul portale online www.societabenefit.net all'interno del quale un'impresa può autosegnalarsi come società benefit indicando rispettivamente: nome, indirizzo data / luogo / notaio della conversione in società benefit, e-mail referente in azienda, standard di valutazione utilizzato e l'oggetto sociale come società benefit.

Dall'analisi delle aziende presenti all'interno del portale emerge un elenco di 511 imprese distribuite soprattutto nelle regioni del nord Italia, in particolare Lombardia e Piemonte; tuttavia, il dato riportato e illustrato nella figura (fig.3) non può essere considerato come una distribuzione completa del fenomeno sul territorio italiano.

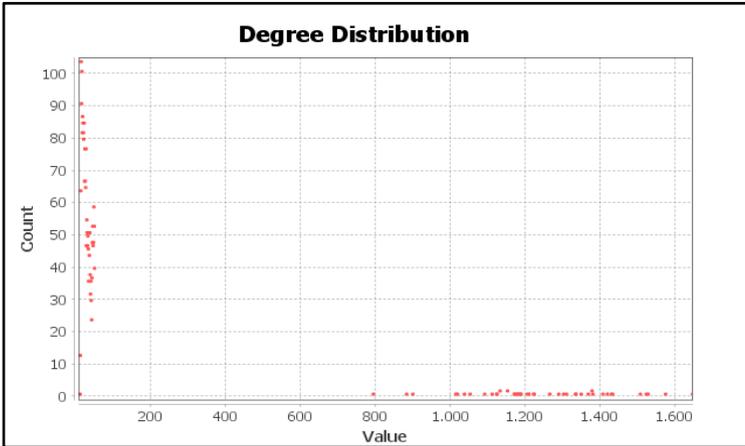
Fig. 3 - *Mapa delle imprese registrate su www.societabenefit.net*



Dal dataset presente all'interno del sito è stato possibile estrarre l'elenco degli oggetti sociali inseriti dalle diverse SB. L'insieme dei dati testuali acquisiti sono stati successivamente processati e analizzati attraverso lo strumento della semantic network analysis (Drieger, 2013).

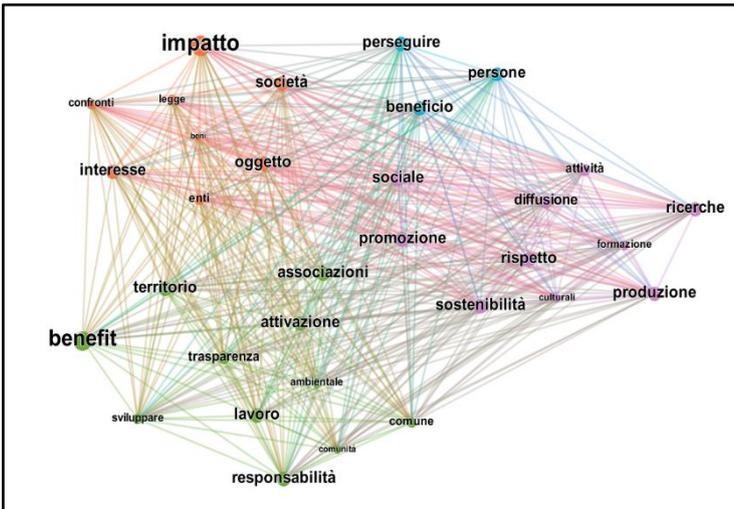
Nel dettaglio, è stata costruita una matrice di adiacenza sui legami di co-occorrenza tra le parole. Il grafo che emerge dall'analisi era composto di 2297 nodi e 55862 connessioni con una media delle connessioni di 48,639. La distribuzione delle connessioni all'interno del grafo illustrata nella figura (fig.4) evidenzia una rosa di nodi particolarmente rilevante.

Fig.4 - Distribuzione dei modi in relazione al valore degree



Al fine di visualizzare i termini più rilevanti all'interno della rete semantica sono stati selezionati solo il set di nodi che presentano un valore degree superiore a 800 circoscrivendo l'area di interesse ad un sub graph di 36 nodi e 648 connessioni (fig.5).

Fig. 5 - Grafo semantico dei nodi con un valore di degree superiore a 800



Analizzando le sottoreti, con l'ausilio dell'algoritmo di modularità (Lambiotte et al. 2009) (tab.1), emergono quattro cluster. Il primo indicativo del rapporto tra organizzazione e comunità di riferimento ("benefit" "trasparenza" "territorio" "associazioni" "comunità" "ambientale"). Il secondo cluster è espressione dell'impegno dell'impresa nel perseguire forme di utilità sociale in senso ampio ("perseguire", "beneficio", "persone"). Il terzo sub-graph è di natura più tecnica e gestionale ("impatto", "legge", "enti", "interesse", "società"). Infine, l'ultimo sottogruppo contiene una sfera semantica che identifica alcuni termini chiave che caratterizzano l'obiettivo delle società benefit ("sostenibilità", "rispetto", "ricerche", "diffusione", "formazione", "produzione", "attività").

Tab. 1 – *Sub graph emersi dall'analisi degli oggetti sociali*

Cluster 0		Cluster 1		Cluster 2		Cluster 3	
Label	Degree	Label	Degree	Label	Degree	Label	Degree
beneficio	830	sociale	1123	società	1164	ambientale	934
persone	811	rispetto	942	oggetto	874	sviluppare	929
perseguire	712	formazione	889	enti	860	territorio	868
		sostenibilità	869	beni	791	comune	850
		particolare	855	legge	775	attivazione	826
		ricerche	790	confronti	760	modo	788
		culturali	778	interesse	705	associazioni	730
		promozione	768	impatto	585	lavoro	730
		produzione	744			benefit	715
		attività	723			trasparenza	672
		diffusione	669			comunità	664
						responsabilità	649

Dalle prime due fasi, descritte all'interno del paragrafo, emergono diversi elementi di interesse.

Risulta evidente che il fenomeno benefit è in espansione, tuttavia, è attualmente difficile riuscire a monitorare in maniera completa l'evoluzione.

Diversamente, dall'analisi degli oggetti sociali estratti dalle imprese

mappate, emergono diverse sfere di interesse e contestualmente termini che identificano le traiettorie di intervento dell'impresa (sostenibilità, trasparenza, responsabilità e beneficio alla persona).

A tal proposito è interessante operare una riflessione sulla struttura della rete semantica. Un dato singolare, ma significativo, riguarda la topologia del grafo: il reticolo si presenta composto da tanti nodi (parole) di cui pochissimi rilevanti (1.56%) rispetto alla maggioranza (98.44%) con un livello di degree molto basso, quindi irrilevante nello studio della struttura del network. La forma della rete di fatto indica che i termini chiave che caratterizzano gli oggetti sociali delle SB sono ampiamente condivisi da tutti gli attori imprenditoriali presenti all'interno del dataset estratto.

4. ANALISI BIBLIOMETRICA

L'analisi bibliometrica (AB) è una tecnica di ricerca quantitativa finalizzata a mappare un determinato ambito di ricerca analizzando la produzione scientifica presente all'interno di uno o più database di catalogazione dati come Scopus, Google Scholar o Web of Science (Donthu et al, 2021). Negli ultimi anni l'AB ha acquisito una grande popolarità per via dell'aumento della ricerca scientifica e soprattutto grazie alla disponibilità di sistemi di elaborazione dati in grado di lavorare e questa tipologia di dato (Donthu, Kumar, & Pattnaik, 2020b; Donthu, Kumar, Pattnaik, & Lim, 2021; Khan et al., 2021).

La metodologia di analisi bibliometrica rientra tra le tecniche quantitative in quanto si avvale di indicatori specifici, strumenti di text mining e di social network analysis; tuttavia, è un metodo che necessita di un'interpretazione qualitativa dei risultati. Dal punto di vista operativo essa si suddivide in due macro-applicazioni: 1) come strumento di supporto alla ricerca o finalizzata a monitorare il rendimento della produzione scientifica; 2) come strumento per la ricerca scientifica.

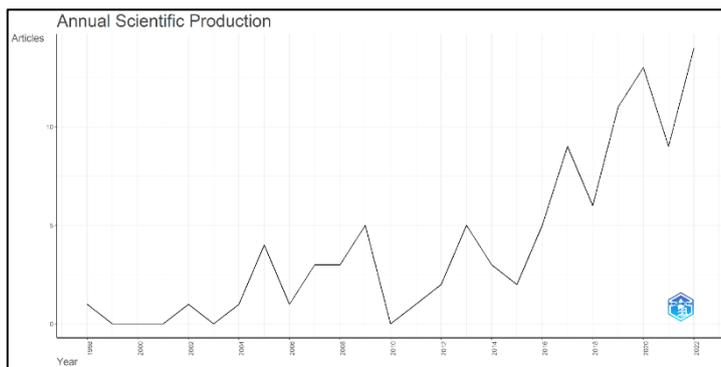
Nel contesto della ricerca presentata, in linea con il disegno e gli obiettivi preposti, il task bibliometrico è stato circoscritto alla produzione scientifica italiana e si suddivide su due livelli interpretativi semantico e sociale.

A partire da un set di dati estratto dal database di Scopus sulla base della query di ricerca B-Corp OR Benefit Corporation, i dati acquisiti sono stati filtrati selezionando solo la produzione scientifica italiana dal 2010 al 2023 e ottenendo un set di 82 documenti (articoli scientifici,

saggi e monografie) e 197 autori. I dati sono stati successivamente analizzati tramite il pacchetto di R Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017).

Dall'analisi effettuata emerge che la produzione scientifica in tema di Benefit Corporation nell'arco temporale 2010-2022 segue un andamento crescente con particolare incremento dal 2019 (fig.6).

Fig. 6 - *Distribuzione della produzione scientifica dal 2010 al 2022 - Fonte: Bibliometrix*



Successivamente, è stata realizzata un'analisi finalizzata a circoscrivere gli autori italiani che hanno prodotto materiale scientifico sul tema. Sono state estratte rispettivamente le reti di collaborazione e le co-citazioni e analizzate mediante la social network analysis.

Dalla rete di collaborazioni (fig. 7) emergono 6 subset che identificano altrettanti gruppi di ricerca.

Le componenti 1 e 2 comprendono collaborazioni scientifiche sul tema innovazione, computing e management, in particolare il numero 1 identifica una collaborazione tra l'università La Sapienza di Roma e l'Università di Lisbona mentre il numero 2 collega l'Università Bocconi di Milano con l'Università di Bureau e quella di Copenaghen.

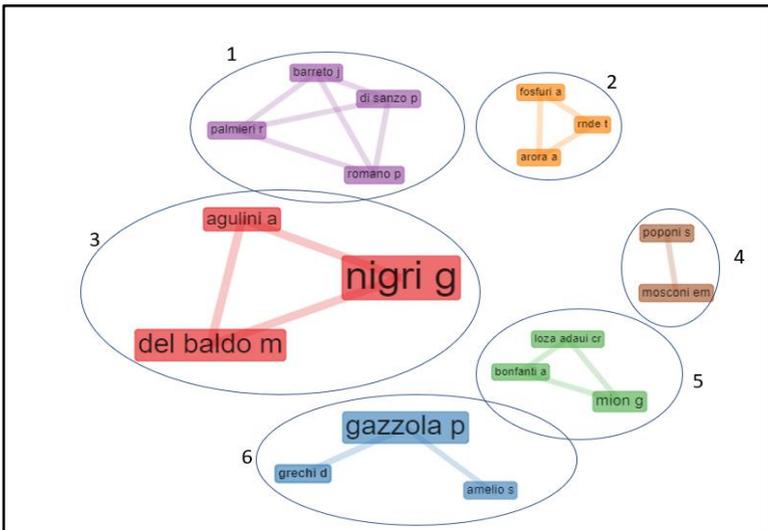
I Gruppi 3, 6 e 4 rappresentano contributi di carattere scientifico sul tema Benefit Corporation, sostenibilità, economia circolare, responsabilità sociale dell'impresa e certificazione B-Corp.

Rispetto alle collaborazioni il numero 3 è un team che comprende l'università LUMSA di Roma e l'Università Carlo Bo, il 4 collega l'Università Cusano e l'Università della Tuscia, infine il numero 6 rappresenta un ego network il cui nodo centrale è Gazzola (Università

dell'Insubria) e descrive la collaborazione interna all'ateneo (Gazzola-Amelio) e con la Aberdeen Cesar Ritz Colleges University (Gazzola-Gregghi).

Infine, la componente 5 rappresenta pubblicazioni di carattere scientifico relative alla costituzione delle società benefit in termini di statuto, definizione della missione e reporting (Università di Verona e la Friedrich-Alexander University).

Fig. 7 - Grafo delle collaborazioni accademiche con dettaglio dei subset. Fonte: Bibliometrix



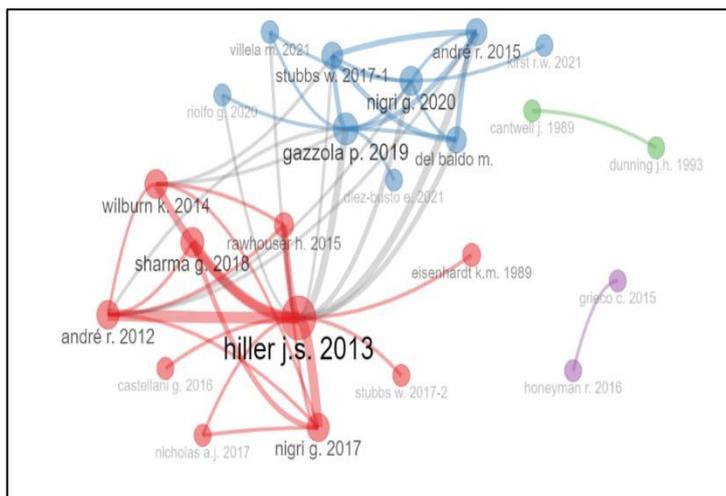
Alcuni degli autori italiani presenti all'interno della rete delle collaborazioni (Nigri, Gazzola e Del Baldo) sono presenti anche nel network delle co-citazioni (fig. 8) con una posizione preferenziale rispetto alla misura di centralità Betweenness (tab.2).

Tab. 2. 10 nodi con valore di Betweenness più alto nella rete delle co-citazioni

Node	Betweenness
hiller j.s. 2013	444.333975445385
gazzola p. 2019	44.0967219760752
andré r. 2012	11.8500239658587

Node	Betweenness
andré r. 2015	10.0916252201098
del baldo m.	23.9536453541188
haigh n. 2015	7.89380983085446
nigri g. 2020	22.4909455259464
stubbs w. 2017-1	8.3811005870679
riolfo g. 2020	9.16331139608683
battilana j. 2012	0.28683557118883

Fig. 8 - Grafo delle co-citazioni. Fonte: Bibliometrix



Dal punto di vista semantico è stata svolta un'analisi finalizzata a individuare le occorrenze all'interno delle Keyword di ricerca (fig.9).

Dalla Word Frequency Analysis oltre ai termini che identificano il fenomeno (benefit corporation, hybrid organization, b-corps, business model, b impact assessment) emergono delle keyword che indicano gli ambiti di studio e approfondimento del tema Benefit Corporation nell'ambito della ricerca scientifica italiana e riconducibili ai termini: accountability, sustainability, transparency, innovation, corporate social responsibility (CSR), third sector, Big Data.

Fig. 9. Wordcloud delle occorrenze delle keywords. Fonte: Bibliometrix



Dall'analisi effettuata emergono contestualmente un set di categorie interpretative rispetto al fenomeno società benefit e diversi punti di riferimento dal punto di vista della ricerca scientifica.

Tuttavia, nonostante la rilevanza interdisciplinare del tema, da una prima riflessione sui risultati empirici, risulta evidente che, nel panorama accademico italiano, lo studio del fenomeno riguarda prettamente l'area economico-aziendale a discapito di quella giuridica e sociologica.

5. INTERVISTE A TESTIMONI PRIVILEGIATI

Le prime due fasi, illustrate nei paragrafi precedenti, insieme con l'analisi della letteratura di riferimento, sono diventate la base per la costituzione di un panel di esperti a cui somministrare delle interviste semistrutturate a testimoni privilegiati.

L'intervista a testimoni privilegiati è un metodo di ricerca empirica che rientra nella sfera delle tecniche qualitative. L'obiettivo di questo strumento è l'esplorazione di un determinato fenomeno attraverso la voce e l'esperienza di un certo numero di attori selezionati sulla base dell'expertise maturato sul tema. (Bogner, Menz, 2009, Bogner et al, 2009).

Nel contesto della ricerca presentata, l'analisi teorica ed empirica svolta e illustrata precedentemente è stata propedeutica sia per la

strutturazione del panel sia per la costituzione del temario dell'intervista qualitativa.

Relativamente al gruppo di esperti si è proceduto a strutturare un gruppo eterogeneo proveniente dal mondo accademico, dall'impresa e dalla libera professione.

Rispetto al subset degli accademici sono stati selezionati ricercatori e docenti nelle aree economica, giuridica e sociologica sulla base dei risultati emersi dall'analisi bibliometrica e dallo studio della letteratura di riferimento.

Nel mondo dell'impresa sono state selezionate le Società Benefit in relazione in relazione al valore del B Impact Assessment. Infine, sono stati selezionati professionisti che lavorano con le società benefit selezionati con campionamento a valanga.

In conclusione, si è ottenuto un panel composto da nove esperti di cui quattro provenienti dal mondo dell'imprenditoria e in particolare delle società benefit, tre accademici di cui due di area economica e uno di area sociologica; infine sono stati aggiunti al gruppo di esperti due testimoni privilegiati di formazione giuridica e impegnati nella libera professione.

Il temario delle interviste è stato composto sulla base delle tematiche individuate ed espone nel quadro teorico insieme con i risultati semantici emersi dallo studio degli oggetti sociale e dell'analisi bibliometrica (tab.3).

Tab. 3 – *Temario dell'intervista a testimoni privilegiati*

Dimensione	Domande
<p>Introduzione Definizione di B-Corp o Benefit Corporation</p>	<p>Come definirebbe le Benefit Corporation? Secondo lei quali sono gli elementi più importanti che caratterizzano questa tipologia di impresa? Come descriverebbe il ruolo delle B-Corp nell'ambito dell'economia circolare? In relazione alla responsabilità sociale dell'impresa qual è il valore aggiunto di un'azienda benefit?</p>
<p>Dimensione 1 Lo stato dell'arte e l'impatto sociale</p>	<p>Descriva lo sviluppo delle B-Corp in Italia dal punto di vista normativo, economico e sociale? Quali sono le opportunità e le minacce e le criticità del fenomeno nel contesto italiano Quali sono le opportunità e le minacce e le criticità per un'impresa Benefit Le caratteristiche delle aziende benefit in relazione ai driver di mutamento sociale (digitalizzazione e sostenibilità)</p>

Dimensione	Domande
<p style="text-align: center;">Dimensione 3 B-Impact Welfare Aziendale e Welfare Comunitario</p>	<p>L'indice B-Impact si compone di cinque indicatori: Governance, Worker, Communities, Environment e Customer, in questo contesto che ruolo giocano le politiche di Welfare aziendale e di Welfare comunitario?</p> <p>Rispetto al welfare aziendale come descriverebbe la situazione italiana all'interno delle aziende benefit e nelle organizzazioni in generale?</p> <p>Secondo lei un'azienda che decide di trasformarsi in una B-Corp che tipo di relazione dovrebbe istituire con gli enti locali presenti nel territorio?</p> <p>Come descriverebbe la dimensione relazionale dell'impresa benefit con gli stakeholder interni ed esterni all'organizzazione?</p>
<p style="text-align: center;">Dimensione 4 Le associazioni di riferimento</p>	<p>Quali sono le associazioni di riferimento e che ruolo esercitano nel contesto italiano per l'azienda e per gli altri stakeholders extra aziendali?</p>
<p style="text-align: center;">Dimensione 5 La rete di esperti</p>	<p>Secondo lei quali altri colleghi o esperti o imprenditori possono essere considerati dei punti di riferimento per lo studio del fenomeno nel contesto italiano?</p>

In dettaglio il temario è stato suddiviso in cinque parti: introduzione al fenomeno, lo stato dell'arte in Italia tra opportunità e criticità, il quadro del welfare aziendale e comunitario, il ruolo delle associazioni di riferimento, la rete degli esperti.

Nella parte introduttiva è stato chiesto agli intervistati di inquadrare il fenomeno delle società benefit in termini di caratteristiche di riferimento e rispetto ai due driver di mutamento (innovazione e sostenibilità) e al quadro della responsabilità sociale d'impresa. Successivamente l'intervista mira ad approfondire il fenomeno nel contesto economico giuridico e sociale italiano, in particolare si è ragionato su: 1) le motivazioni tali per cui l'Italia è stata il primo paese europeo a strutturare questa forma di impresa; 2) quali sono le caratteristiche della diffusione di questo fenomeno; 3) quali sono i vantaggi, le opportunità e le criticità delle Benefit Corporation.

Nella terza parte, partendo dalle caratteristiche del B-Impact (Assesment, Governance, Worker, Communities, Environment e Customer) si è voluto approfondire la dimensione del Welfare Aziendale e di Comunità in termini di investimenti e policy messe in

atto. Infine, in questa parte è stato chiesto agli intervistati di menzionare delle best practices di riferimento a supporto dell'intervista.

Dopo aver delineato le caratteristiche del fenomeno anche in relazione a specifici key theme (quarta parte) si è ragionato sul ruolo delle associazioni di riferimento nel contesto italiano - come, ad esempio, Assobenefit - nel creare una rete di relazioni tra i membri e nella gestione dei rapporti con altri stakeholder dell'impresa come, ad esempio, le istituzioni e il mondo dei media. Infine, nell'ultima parte dell'intervista è stato chiesto agli intervistati quali altri colleghi o esperti o imprenditori possono essere considerati dei punti di riferimento per lo studio del fenomeno nel contesto italiano.

Sulla base della selezione degli esperti e della costruzione del temario precedentemente descritti, sono state realizzate 9 interviste svolte in modalità telematica della durata di circa 60 minuti.

6. DISCUSSIONE DEI RISULTATI

I dati raccolti dalle interviste qualitative sono stati analizzati con l'ausilio del software R Studio in particolare con il pacchetto per l'analisi di contenuto RQDA (Rongui H., 2016).

Rispetto alle dimensioni individuate nella strutturazione del temario, emerge che gli intervistati delineano il fenomeno delle SB che, come una naturale evoluzione di un sistema di impresa che era già presente in Italia a tal proposito, vengono citate le esperienze di Olivetti e Ferrero, non solo come best practices, ma come punto di riferimento dell'esperienza italiana in termini di responsabilità sociale d'impresa, politiche di welfare e di impresa integrale.

Insieme con "esempi storici", vengono citati come casi virtuosi, le esperienze di Illy in termini di politiche di sostenibilità e di welfare comunitario in Colombia, Aboca e Loccioni per le policy aziendali orientati alla tutela del benessere delle persone, della comunità e dell'ambiente.

Rispetto alle best practices vengono menzionati come virtuosi anche i casi di: Nativa, una delle prime aziende Benefit in Italia che ha come mission di riferimento la formazione e l'accompagnamento degli attori imprenditoriale per la transizione verso il "for benefit" e di Patagonia, un'azienda benefit statunitense di abbigliamento sportivo fortemente impegnata nell'investire in tematiche sociali e ambientali fino al punto di trasformarsi nel 2022 in azienda no profit i cui proventi sono devoluti

per combattere il cambiamento climatico². Insieme con le best practices viene menzionato il caso di critico di Fileni, una società benefit che successivamente è finita al centro di uno scandalo circa comportamenti non in linea con la dichiarazione di intenti svolta in termini di sostenibilità.

Rispetto alle riflessioni sul ruolo del welfare aziendale e del welfare comunitario, vengono definiti entrambi come termini caratterizzati da uno spettro molto ampio di azioni che devono basarsi su un concetto di impresa come sistema aperto.

Nel dettaglio progettare delle politiche di welfare aziendale e comunitario in un'ottica for benefit implica necessariamente: gestire un rapporto con la comunità e con il territorio; progettare delle policy in linea con sostenibilità, innovazione, attenzione al benessere del pianeta.

Dalle interviste emerge che l'impresa italiana è ancora molto ancorata al concetto di welfare aziendale in termini di benefit per i dipendenti (buoni pasto, servizi alla persona, tutela della salute, smart working), tuttavia il vero salto di qualità in un'ottica benefit non è stato ancora pienamente realizzato. Secondo gli intervistati il concetto di welfare, nella filosofia for benefit, implica una trasformazione concettuale che si traduce in azioni progettate in un'ottica di rete tra pubblico interno e pubblico esterno. Questo tipo di trasformazione implica ragionare in termini di worklife balance, progetti di banca a ore, attività di volontariato, tutela del benessere della comunità.

Rispetto al ruolo dell'associazionismo di settore emerge un panorama ancora non molto chiaro. Nelle interviste si evidenzia che le associazioni di riferimento - in questo caso Assobenefit - non riescono ad essere un punto di riferimento reale per le società benefit né in termini di formazione né in termini di creazione di rete. Tuttavia, viene sottolineato anche che essendo un panorama di aziende estremamente eterogeneo gestire una rete di relazione non è semplice.

Un'altra criticità dell'associazionismo nel panorama delle società benefit riguarda anche il legame stretto tra la presidenza di Assobenefit e il mondo politico.

Rispetto alle chiavi di lettura del fenomeno, dalle interviste emergono contenuti rilevanti declinate in termini di opportunità, criticità e sfide (tab.4).

²https://www.repubblica.it/economia/2022/09/15/news/patagonia_cede_societa_a_no_pr_ofit_per_salvare_il_pianeta-365722630/

Tab. 4. *Rielaborazione sintetica dei dati emersi dalle interviste qualitative in termini di Opportunità Criticità e Sfide*

Opportunità	Criticità	Sfide
Benessere delle comunità locali	Fenomeno ancora poco conosciuti e compreso	essere “al passo” con l’evoluzione che il caso benefit porta con sé.
Responsabilità ambientale	Mancanza di dialogo tra le società SB.	Creare un sistema di formazione e dialogo attivo con gli stakeholder.
Responsabilità sociale	Scarsa formazione degli stakeholder sulla realtà delle società benefit	Coinvolgere gli attori che contribuiscono sui risultati aziendali.
Welfare aziendale	Scarso dialogo tra la società e le parti sociali	Incrementare la ricerca sociologica.

Dal punto di vista delle opportunità il fenomeno delle società benefit e delle B-Corp è un’opportunità per il benessere delle comunità locali e l’ambiente perché combina insieme il raggiungimento di profitto con l’impegno in termini di responsabilità sociale e ambientale dell’impresa, in altre parole le aziende benefit sono un’opportunità già per loro stessa costituzione.

Questo nuovo modo di concepire l’impresa mette di fronte tutti i pubblici di riferimento, comprese le parti sociali, alla sfida di essere “al passo” con l’evoluzione che il caso benefit porta con sé. In altre parole, è necessario un sistema di formazione e dialogo attivo tra i diversi stakeholder dell’impresa in un’ottica peer to peer.

Questa prima criticità conduce direttamente ad una riflessione su un’altra criticità emersa, ovvero, diversamente dal mondo no-profit, attualmente non esiste una rete di rapporti e di dialogo tra le società benefit e tra loro e le parti sociali. Pertanto, la sfida che si presenta è il riuscire a coinvolgere una platea vasta di attori che consapevolmente inconsapevolmente contribuiscono sui risultati aziendali.

Infine, rispetto alle sfide che attua la diffusione di questo fenomeno si evidenzia che la dimensione sociale e sociologica sul tema è ancora molto embrionale. Questa immaturità si traduce in termini di relazioni con le parti e di definizione e studio di quelli che sono dei vettori sociali sulla quale poggia il fenomeno benefit in Italia: sostenibilità, innovazione e welfare. Pertanto, la sfida è soprattutto di adeguamento e crescita della ricerca sociologica al passo con l’analisi economica, aziendale e giuridica.

CONCLUSIONE E FUTURE WORK

Gli elementi emersi in quest'analisi di sfondo possono essere sintetizzati nei seguenti risultati preliminari: mappatura del fenomeno, oggetto di intervento, rapporto con le parti, welfare 4.0, traiettorie di studio, social networking.

Rispetto al fattore tracciabilità risulta evidente che le Società Benefit sono una realtà espansione; tuttavia, non esiste un modo di tracciarne le dinamiche, in termini di numerosità, di diffusione territoriale e soprattutto rispetto all'oggetto sociale dichiarato. Infatti, attualmente l'unico registro consultabile è costituito da imprese che hanno segnalato la loro presenza e il loro oggetto.

Rispetto all'oggetto di intervento attualmente oltre le certificazioni sono veramente pochi gli standard che definiscono l'effettivo intervento dell'impresa rispetto ai propositi dichiarati nell'oggetto e il caso Fileni ne è un esempio emblematico.

L'analisi di sfondo evidenzia inoltre che attualmente le società benefit non sono ancora parte integrante di un sistema di rete che coinvolga anche le associazioni di categoria e gli interlocutori istituzionali. Emerge un sistema ancora acerbo che non tiene il passo con l'aumento della casistica in termini di esperienze aziendali.

In questo contesto rientra anche il concetto di welfare. Dalle interviste qualitative emerge che le policy di welfare aziendale e del welfare comunitario sono progettate ancora come due settori diversi. Pertanto, è ancora necessario operare una trasformazione in termini di "welfare for benefit" ovvero creare un sistema di governance che coinvolga pubblici interni, esterni e comunità di riferimento in un'ottica di sostenibilità sociale e ambientale e di innovazione.

Infine, dall'analisi bibliometrica e dalle interviste a testimoni privilegiati risulta evidente che la ricerca scientifica in materia di società benefit è ancora una nicchia circoscritta all'area economica-aziendale e in piccola parte in ambito giuridico, resta completamente scoperto l'ambito sociologico. Inoltre, è necessario sottolineare che, già dall'analisi di sfondo, emergono molte traiettorie di studio per la sociologia generale e la sociologia economica e del lavoro tra cui: lo studio dell'impatto sociale delle Benefit Corporation, le tematiche legate ai sistemi di welfare, la misurazione dei livelli di intervento delle imprese in termini di sostenibilità e tutela della comunità, i meccanismi di lavoro agile e infine i rapporti con le parti sociali e le associazioni di categoria.

Un ultimo dato rilevante riguarda la difficoltà di costruire una rete di riferimento per lo studio di questo fenomeno, per questo motivo, i risultati

delle interviste saranno utilizzati per estrapolare una rete di studiosi e di best practices, che verrà successivamente analizzata mediante l'analisi delle reti sociali. L'analisi presentata permetterà di identificare i principali attori e le relazioni esistenti tra di loro, nonché di valutare la centralità e la diversità dei diversi attori nella rete. Le informazioni rilevate saranno importanti per comprendere come le conoscenze e le esperienze relative alle società benefit siano distribuite e condivise all'interno della comunità scientifica e per identificare le opportunità di collaborazione e di scambio di conoscenze tra i diversi attori.

RINGRAZIAMENTI

La ricerca presentata è parte di un progetto europeo PON React Eu intitolato "Il Social Data Science per l'innovazione e la Brand Reputation dell'impresa 4.0" che ha come obiettivo di analizzare l'impatto sociale delle società benefit in Italia.

BIBLIOGRAPHIC REFERENCES

- ANAND, P., HUNTER, G., & SMITH, R. (2005). Capabilities and well-being: evidence based on the Sen–Nussbaum approach to welfare. *Social Indicators Research*, 74(1), 9-55.
- ANAND, S., & SEN, A. (1994). *Human Development Index: Methodology and Measurement*. New York Human Development Report Office, United Nations.
- ARIA, M., & CUCCURULLO, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of informetrics*, 11(4), 959-975.
- BISCONTI, A. (2009). The Double Bottom Line: Can Constituency Statutes Protect Socially Responsible Corporations Stuck in Revlon Land. *Loyola of Los Angeles Law Review*, 42.
- BOGNER, A., & MENZ, W. (2009). The theory-generating expert interview: epistemological interest, forms of knowledge, interaction. *Interviewing experts*, 43-80.
- BOGNER, A., LITTIG, B., & MENZ, W. (2009). Introduction: Expert interviews—An introduction to a new methodological debate. *Interviewing experts*, 1-13.
-

- CASTELLANI G., DE ROSSI D., RAMPA A., (2016). *Le Società Benefit – La nuova prospettiva di una Corporate Social Responsibility con Commitment*, <https://www.societabenefit.net/articoli-e-pubblicazioni/>
- COMMISSIONE EUROPEA, DIREZIONE GENERALE DELLA RICERCA E DELL'INNOVAZIONE, LABAREDA, J. (2019). *Open Europe: policies, reforms and achievements in EU science and innovation 2014-2019 under EU Commissioner Carlos Moedas: open innovation, open science, open to the world*, Publications Office.
- COONEY, K., KOUSHYAR, J., LEE, M., MURRAY, H. (2014) *Benefit Corporation and L3C adoption: A survey*. Stanford Social Innovation Review.
- CUMMINGS, B. (2012), Benefit Corporations: How to Enforce a Mandate to Protect the Public Interest. *Columbia Law Review*, 112(3), <https://ssrn.com/abstract=3350498>.
- DATO, D., & CARDONE, S. (2018). *Il welfare aziendale: caratteristiche, progetti e strumenti per la promozione del benessere comunitario*. WP 170, AICCON.
- DESKINS, M. (2011) Benefit Corporation legislation, version 1.0. A breakthrough instakeholder rights? *Lewis & Clark Law Review*, 15.
- GATTI M. (2014, a cura di). Welfare aziendale. La risposta organizzativa ai bisogni delle persone. *Quaderno di Sviluppo&Organizzazione*, 20.
- HILLER, J. S. (2013). The Benefit Corporation and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 118: 289-290.
- LAMBIOTTE R., DELVENNE J.-C., BARAHONA M. (2009), *Laplacian Dynamics and Multiscale Modular Structure in Networks*. physics, arXiv:0812.1770.
- MAGLIA, E. (2018). *Reti profit e non-profit per il welfare comunitario*.
- PORTA, P. L. (2004, a cura di). *Economia civile*. Dipartimento di economia politica, Università degli studi di Milano-Bicocca.
- PORTER M. E., KRAMER M. R. (2011). Creare Valore Condiviso. *Harvard Business Review Italia*, gennaio/febbraio 2011, 68-85.
- RONGGUI H. (2016). RQDA: R-based Qualitative Data Analysis. R package version 0.2-8. <http://rqda.r-forge.r-project.org/>
- ROZZA L., (2019) *Made in B-Italy. La via italiana all'impresa sostenibile*. Pavia, Blonk.
- ZAMAGNI, S. (2005). *Per una teoria economico-civile dell'impresa cooperativa*. WP 10 AICCON, 15-56.
- ZAMAGNI, S. (2011). Dal liberalismo welfarista al welfare sussidiario: la sfida dell'economia civile. *I quaderni dell'economia civile*.
-