

Diritto societario. Ma la nuova normativa non prevede sgravi

Arriva la società «benefit»: guarderà oltre gli utili

È imminente l'introduzione nel nostro ordinamento delle cosiddette «società benefit» (con acronimo «SB»): si tratta della normativa, che sarà probabilmente contenuta nella legge di Stabilità, in base alla quale tutte le tipologie di società (società di persone, società di capitali, cooperative) potranno prevedere nel proprio oggetto sociale che la società, oltre allo scopo di distribuire gli utili ai suoi soci, possa perseguire «una o più finalità di beneficio comune» operando «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».

Questa nuova normativa pare prefigurata a permettere a quelle società che intendano ad essa conformarsi, di aggiungere alla propria denominazione l'appellativo «benefit» così da rendere noto al mercato (e, in particolare, al contesto in cui esse operano e ai loro stakeholders), con una informazione chiara, precisa, univoca e legalmente riconosciuta, che la società stessa, oltre allo scopo di dividerne gli utili, persegue finalità ulteriori, non dettate dal proprio egoistico profitto, ma, appunto, altruistiche. Occorre notare che la disciplina in questione non prevede per queste società alcun particolare vantaggio (come benefici fiscali, sgravi contributivi, agevolazioni finanziarie, eccetera).

I tratti caratteristici del «beneficio comune» che la nuova normativa prefigura vengono definiti, dal progetto legislativo in esame, in modo francamente assai poco chiaro: si tratta infatti del «perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica» della società benefit, «di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi» a vantaggio di determinati soggetti. Costoro, a loro, volta, sono individuati (con espressioni altrettanto non facilmente comprensibili), quali «altri portatori di interesse»: si tratterebbe del soggetto o dei gruppi di soggetti che siano coinvolti, direttamente o indirettamente, dall'attività delle società, quali lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile. Tutto quanto precede sarebbe da valutarsi mediante «standard di valutazione esterni» in base a specifiche «aree di valutazione».

La progettata normativa non prevede deroghe espresse alla disciplina del diritto societario disposta dal codice e da altre leggi, ma si limita a introdurre requisiti ulteriori che la società benefit dovrebbe rispettare in tema di organizzazione statutaria, di governance e di pubblicità.

Si richiede, infatti, che le finalità benefit siano espressamente previste nello statuto della società (e quindi sottoposte ai medesimi vincoli di modificabilità propri dei patti sociali) e che siano individuati, sempre a livello statutario, il soggetto o i soggetti responsabili cui affidare le funzioni e i compiti volti al perseguimento suddette finalità benefit, con la conseguenza che tali soggetti saranno personalmente e professionalmente responsabili del rispetto delle regole imposte, alla stregua delle norme dettate dal codice per gli amministratori della società.

A livello pubblicitario, oltre alla possibilità di inserire la dizione «società benefit» a latere della denominazione sociale, dovrà essere annualmente predisposta, in occasione del bilancio d'esercizio, una relazione concernente il perseguimento del «beneficio comune», dalla quale emergano, in primo luogo, taluni dati «storici» (ossia la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni intraprese, nonché la valutazione dell'impatto generato); e, in secondo luogo, dei dati «prognostici», ossia una descrizione dei nuovi obiettivi che la società si pone. Tale relazione dovrà essere pubblicata sul sito internet della società, affinché tutti ne possano prendere conoscenza, con la sola possibilità di oscurare eventuali dati sensibili.

A tutela di una corretta informazione del mercato viene infine previsto che la «società benefit» soggiaccia alle regole dettate in tema di pubblicità ingannevole (dlgs.

145/2007); e si ribadisce che essa è vincolata al rispetto codice del consumo (dlgs 206/2005). Sul corretto adempimento di tali obblighi viene prefigurato un preciso dovere di vigilanza in capo all'autorità garante della Concorrenza e del mercato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Angelo Busani