

Relazione annuale d'impatto della Società Benefit ex art. 1 c. 382 L. 208/2015

esercizio sociale 2019

“Le Benefit Corporation sono aziende che hanno un doppio scopo ed avranno risultati economici migliori di tutte le altre aziende” (Robert Shiller, Premio Nobel per l'Economia, 2013)

“Tra cinque o dieci anni guardando indietro diremo: questo è stato l'inizio di una rivoluzione perché il paradigma esistente non funziona più. Questo è il futuro” (Yvon Chouinard, fondatore di Patagonia, la prima grande azienda a trasformarsi in Benefit Corporation, nel 2011).

Signori Soci,

siamo molto orgogliosi che la nostra Società sia una Società Benefit.

Un impegno serio e concreto che porterà risultati importanti in ogni ambito aziendale e che ci ha permesso di continuare nel 2019 la prima realtà italiana presente nel mercato delle comunicazioni. Abbiamo allargato la nostra attività editoriale anche sul canale You Tube realizzando un portale denominato “Tuatv” su cui è in evidenza un canale tv denominato “ITALIART” per la promozione dei paesaggi turistici e dei musei italiani (<https://www.youtube.com/watch?v=rtE36pdGUic>) .

Siamo certi che questa sia la scelta giusta per continuare ad essere, anche negli anni a venire, un'azienda capace di stare al passo con un mondo che cambia e di cogliere in anticipo le necessità ed i desideri dei propri clienti, dei propri fornitori, dei propri collaboratori e dei nostri ascoltatori /utenti.

Siamo una Società Benefit perché condividiamo con molte grandi imprese del mondo un nuovo modello sociale ed economico che, da sempre, fa parte della nostra cultura e della nostra visione. Un modello d'impresa che contribuisca a creare nuove opportunità di benessere per le persone e a rigenerare risorse naturali preziose per l'equilibrio del pianeta. Nel nostro progetto c'è la persona e il suo futuro.

Siamo certi di essere sulla strada giusta.

Il Responsabile dell'Impatto

Marco Biamonti

Introduzione.

Le aziende non sono tutte uguali. Il paradigma delle Benefit Corporation statunitensi e delle Società Benefit italiane serve per fare emergere le differenze.

Negli ultimi anni, sia a livello comunitario che internazionale, si è assistito ad un ampio dibattito sul modo in cui affermare una nuova concezione di business, dove il progresso sociale si presenti integrato nel processo di sviluppo economico dell'impresa. Dibattito che discende dall'intuizione secondo la quale temperare la logica del profitto, bilanciando l'interesse dei soci con quello degli altri stakeholders (o portatori di interessi), non costituisce un vincolo per le imprese, ma un'opportunità di differenziazione e di crescita.

Le Società Benefit sono aziende che svolgono attività di business con modalità innovative

perché volontariamente, accanto all'obiettivo di massimizzazione del profitto, hanno come scopo la creazione di un impatto positivo sulla società e sull'ambiente. Per questo, assumono formalmente obblighi di trasparenza e responsabilità verso tutti gli stakeholder, soci, dipendenti, fornitori, utenti, cittadini e tutte le categorie che possano essere impattate dall'attività aziendale.

La tradizionale divisione tra società finalizzate al profitto e organizzazioni *no profit* è in corso di superamento grazie all'emersione di un nuovo approccio al business, quello caratterizzante un profilo societario innovativo: la Benefit Corporation la quale, fin dall'atto costitutivo, sceglie volontariamente e formalmente di produrre contemporaneamente benefici di carattere sia sociale sia ambientale senza per questo rinunciare ai propri risultati di profitto.

La prima società Benefit è stata riconosciuta legalmente nell'aprile 2010 nel Maryland (USA), che è stato il primo stato a completare l'iter legislativo per la definizione di una specifica forma giuridica che si affianca a quelle di "*for profit*" e "*no profit*", innovando il diritto societario. Oggi sono oltre 30 gli stati in cui la forma societaria "*for benefit*" è riconosciuta e l'iter di approvazione è in corso in molti altri stati americani. Al di fuori degli Stati Uniti, solo l'Italia ha una regolamentazione di tale forma giuridica.

L'idea di lanciare questa grande sfida al mercato è nata da Coen Gilbert, Bart Houlahan e Andrew Kassoy, tre imprenditori di successo, che decisero nel giugno 2006 di far nascere un nuovo settore economico in grado di usare la forza delle imprese private per creare valore per la società. Nacque così "*B Lab*", una non profit che si propone tre obiettivi principali:

1. favorire la nascita di una community di imprese (le Certified B Corp™) che perseguono obiettivi sociali e ambientali e "allargano" la propria responsabilità nei confronti dei principali stakeholder inserendo la creazione di valore condiviso come elemento statutario vincolante.
2. favorire lo sviluppo di un contesto legislativo idoneo a riconoscere la forma giuridica dell'impresa for benefit (Benefit Corporation).
3. sviluppare un innovativo standard per la valutazione aziendale, il GIIRS (Global Impact Investing Rating System) capace di superare i tradizionali sistemi di rating e drenare importanti risorse verso investimenti "impact", cioè dedicati ad aziende strategicamente orientate alla creazione di valore collettivo.

Si tratta di un segnale importante, un cambio di paradigma, una specie di "rivoluzione" in un Paese, come gli Stati Uniti, che tra gli obiettivi dell'impresa, hanno sempre messo al primo posto la creazione di valore per gli shareholder (proprietari e azionisti).

Le Società Benefit sono state introdotte nel nostro ordinamento dai commi 376-384 della legge 28 dicembre 2015, n. 208, "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato" (legge di stabilità 2016, pubblicata nella Gazzetta ufficiale 30 dicembre 2015, n. 302, S.O.), in vigore dal 1° gennaio 2016.

BMP s.r.l. nel mese di marzo del 2017 ha deciso di iniziare nel mondo delle Telecomunicazioni con un nuovo canale televisivo denominato "111tv" ed ha iniziato la diffusione sul canale del digitale terrestre ligure 111, ovviamente prima di poter incominciare a vedere dei risultati ci vorrà del tempo, ma già dalle prime battute, questa televisione ha impostato la propria programmazione in un modo che permette agli

ascoltatori di essere informati su temi molto importanti come ad esempio Notizie Locali, internazionali, Economia, Politica, Sport, messaggi di Protezione Civile, Sostenibilità, Buone Notizie, Europa, Music Planet, Movie Planet, Libri e moltissime altre sezioni informative. Il nostro slogan è ALL NEWS ALL MUSIC, con grande spazio a comunicazioni sociali. Nel 2019 la BMP s.r.l. oltre alla propria attività televisiva, ha proseguito nello sviluppo di un software che permette alle aziende la creazione di un proprio canale tv con diffusione interna alla propria azienda e/o esterna a seconda delle proprie esigenze , questo per la promozione i dei propri prodotti e servizi , questi canali porta avanti le nostre idee e soprattutto rispetta il nostro statuto nella promozione turistica , protezione civile e tutela dei beni archeologici ed in generale a tutela del territorio in quanto i clienti vengono indirizzati a livello editoriale su questi temi. Inoltre, si è aumentata la diffusione del canale Tv su Lombardia e Sicilia.

Il perseguimento delle finalità di beneficio comune

Come evidenziato, ai sensi dell'art. 1 co. 376 della L. 208/2015, la società benefit è, innanzitutto, una società che, nell'esercizio della propria attività economica, *oltre* allo scopo di dividere degli utili, deve perseguire *anche* finalità di beneficio comune.

Per "beneficio comune", ex art. 1 co. 378 lett. a) della L. 208/2015, deve intendersi il perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, su una o più delle categorie sopra elencate. Il beneficio comune generato deve essere reale e tangibile e rispondere alle esigenze concrete della realtà nella quale l'azienda si colloca così come agli obiettivi dell'azienda stessa. Per questo motivo, la definizione del beneficio comune non può esulare dalla mission dell'azienda e dal ruolo che questa ricopre all'interno della realtà che la circonda, ma deve essere fortemente connesso a tali elementi.

La definizione del beneficio comune ha tenuto conto del contesto interno all'organizzazione e quindi delle attività caratteristiche dell'azienda indicate nello Statuto Sociale, nel rispetto della normativa vigente. Conseguentemente, la definizione e attuazione di tutte le attività dell'organizzazione tengono conto degli obiettivi di beneficio comune che la stessa intende generare.

In BMP s.r.l., l'impatto sociale è diventato quindi parte integrante della strategia d'impresa e si ritrova sia nella Visione che nella Mission dell'azienda.

La Vision di BMP s.r.l. è *"Accrescere la consapevolezza che il nostro futuro e quello della terra dipendono anche dalla scelta responsabile delle comunicazioni che diamo agli utenti"*

La Mission di BMP s.r.l. è *"Dare una concreta possibilità di collaborazione con le comunità locali. Sostenere progetti educativi, per dare alle generazioni future la consapevolezza che la salvezza del pianeta dipende anche dal modo come informiamo e cerchiamo di educare gli utenti /cittadini"*.

Preme sottolineare che il soggetto responsabile a cui sono state affidate le funzioni e i compiti volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune ("Responsabile dell'Impatto") è il Sig. Marco Biamonti. Questa nomina è stata decisa affinché vi sia la garanzia che l'organizzazione possa perseguire le finalità di beneficio comune e gli interessi degli stakeholder e affinché lo stesso Responsabile abbia la giusta autorità per

poter operare liberamente, con la sua nomina decisa dall'amministratore unico.

Gli obiettivi specifici per il perseguimento delle finalità di beneficio comune dichiarate nello statuto di BMP S.R.L. Società Benefit

In qualità di Società Benefit, la società intende perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente, nei confronti di persone, comunità, territori ed ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti, associazioni ed altri portatori di interesse.

La società ha per oggetto:

a) l'esercizio di attività editoriale radiotelevisiva attinente all'informazione ed allo spettacolo;

b) le seguenti specifiche finalità di beneficio comune:

- riserverà parte del palinsesto alla diffusione di programmi atti alla sensibilizzazione, all'informazione ed all'educazione in materia di difesa e salvaguardia dell'ambiente, del territorio e delle tradizioni locali o in materia di recupero e salvaguardia di opere e siti a contenuto storico, archeologico o artistico;
- si impegnerà ad avere sempre in palinsesto un programma di divulgazione di notizie positive;
- consentirà gratuitamente, all'interno e/o in luogo della programmazione quotidiana, la diffusione di comunicazioni da parte dei soggetti pubblici preposti e rivolte ai cittadini in caso di calamità naturali o emergenze, mettendo a disposizione i propri canali (televisivi/radiofonici/multimediali o in altre forme previste dalla normativa) direttamente ai soggetti preposti o limitandosi a trasmettere tramite propria struttura i contenuti provenienti dai medesimi;
- praticherà sconti del 50% sul prezzo di listino (pubblicato sul proprio sito) a favore di enti pubblici ed associazioni no profit per l'acquisto di spazi pubblicitari;
- collaborerà con soggetti il cui scopo sia allineato e/o sinergico con quello della propria struttura, in modo tale da contribuire al loro sviluppo ed amplificare l'impatto positivo del loro operato, così contestualmente realizzando il conseguimento delle finalità di beneficio comune

Conclusioni

Signori Soci,

Vi invitiamo ad approvare la presente relazione redatta ai sensi dell'art. 1, c. 382 della L. 208/2015 concernente il perseguimento del beneficio comune, che viene allegata al Bilancio dell'esercizio 2019 e pubblicata sul sito internet della Società www.bmpsrlsocietabenefit.it

----- giugno 2020.