

# Indice

	<i>pag.</i>
Capitolo 1	
<i>Un nuovo modo di fare impresa</i>	
1.1. L'impresa socialmente responsabile	1
1.2. L'impresa sostenibile	5
1.3. Il valore della reputazione	7
Capitolo 2	
<i>Il percorso dell'impresa verso la sostenibilità</i>	
2.1. Premessa	11
2.2. L'evoluzione della cultura aziendale	11
2.3. Gli indicatori della sostenibilità, il bilancio sociale	16
2.4. Lo sviluppo sostenibile	18
2.5. Il quarto settore	20
2.6. Il movimento B Corp	21
2.7. La certificazione B Corp	25
Capitolo 3	
<i>Le Società Benefit – Aspetti caratteristici</i>	
3.1. Premessa	29
3.2. L'avvento della Legge n. 208/2015 (Legge di stabilità 2016)	29
Capitolo 4	
<i>La Società Benefit – Tra Azienda e Impresa</i>	
4.1. Premessa	53
4.2. L'azienda	54
4.3. Il ruolo dell'azienda, quali sono i bisogni da soddisfare?	56

	<i>pag.</i>
4.4. La classificazione delle aziende, le aziende di erogazione	57
4.5. Le aziende di produzione per il mercato, l'impresa	59
4.6. La società benefit tra azienda e impresa	60
Capitolo 5	
<i>La valutazione del capitale economico delle imprese benefit: un'analisi critica</i>	
5.1. Premessa	63
5.2. La reputazione aziendale	64
5.3. Come misurare la reputazione?	72
5.4. Analisi dei vantaggi di una buona reputazione aziendale	80
<i>Conclusioni</i>	83
<i>Bibliografia</i>	85