

# Relazione d'Impatto 2024

Società Benefit

Certified



Corporation



BOTTEGA  
FILOSOFICA



Bottega Filosofica srl  
Società Benefit

[www.bottegapilosofica.net](http://www.bottegapilosofica.net)



BOTTEGA  
FILOSOFICA

# Indice dei contenuti

- 1 Chi siamo
- 2 Benefit per vocazione
- 3 Valutazione d'Impatto - criteri
- 4 Valutazione d'Impatto – semaforo degli impatti
- 5 Valutazione d'Impatto – i risultati di sintesi
- 6 Le nostre finalità di beneficio comune
- 7 Obiettivi realizzati e obiettivi futuri

Approfondimenti

# Il messaggio della CEO e founder Myriam Ines Giangiacomo



Quando, più di dieci anni fa, abbiamo dato vita a Bottega Filosofica, ci siamo poste una domanda semplice ma radicale: *come possiamo tenere insieme il successo di un'impresa e il bene comune?* Da allora, questa domanda ci accompagna come una bussola, orientando ogni nostra scelta, ogni relazione, ogni progetto.

Il momento della Relazione d'Impatto per noi è sempre quello che meglio ci consente di guardare in maniera sistemica e sintetica a come stiamo lavorando per i nostri clienti e a come cambia la nostra impresa.

Una narrazione e una valutazione – utili per prime a noi stesse – di quanto siamo riuscite a realizzare per incarnare il nostro proposito e onorare il nostro impegno: essere protagoniste attive, all'interno del sistema delle imprese e nella comunità più ampia; testimoni di coerenza, con il nostro agire quotidiano, dell'essere Società Benefit e B Corp.

Il 2024 è stato per noi un anno di consolidamento del nostro 'perché' e, insieme, di rinnovamento del 'come' e del 'cosa' facciamo.

Abbiamo continuato a tessere legami, a condividere fiducia e a creare spazi di riflessione e azione per le persone

e le organizzazioni che scelgono di camminare con noi.

Siamo felici di aver accompagnato un numero crescente di realtà a diventare - o ad essere meglio - Società Benefit continuando a coltivare il Modello della Buona Impresa come riferimento per una gestione più consapevole, sistemica e sostenibile.

Abbiamo scelto, anche quest'anno, di reinvestire quasi tutte le risorse per nutrire ciò che per noi conta di più: lo sviluppo delle persone, la formazione continua, la partecipazione a reti nazionali e internazionali, la costruzione di nuove partnership.

In un tempo che spinge verso la velocità e il risultato immediato, noi continuiamo a scegliere il passo lungo, quello che si misura con la profondità e la durata.

Così, nei primi sei mesi abbiamo portato avanti, con un significativo investimento di tempo e di energie, il progetto più impegnativo dell'anno in attuazione delle finalità di beneficio comune: abbiamo realizzato tre cicli di cinque workshop ciascuno completamente gratuiti per diffondere la conoscenza e la pratica *degli Inner Development Goals* sui nostri territori – Roma e Milano – e on line.

E' stato un progetto entusiasmante che ha raccolto tante persone, non solo del mondo business, e che ha ricevuto feedback molto lusinghieri che ne hanno anche confermato l'impatto positivo moltiplicativo.

Accanto a questo, i nostri impegni più consueti della newsletter divulgativa bimensile, della partecipazione a eventi connessi a nuove culture d'impresa, del volontariato associativo.

Non mancano le sfide.

La sostenibilità economica resta un pilastro da consolidare, così come la tensione costante a far dialogare i nostri modelli organizzativi con la complessità delle relazioni interne ed esterne.

Ma è proprio in queste tensioni che vediamo la possibilità di evolvere, di crescere, di generare un impatto che non sia solo misurabile, ma anche concretamente trasformativo.

Dopo un primo semestre in scia con il 2023, il secondo semestre, infatti, è stato molto difficile ma anche molto utile a comprendere cose importanti, a precisare e focalizzare il nostro *purpose*, a ripensare il nostro modello di business.

Perché siamo sempre un'impresa e la sostenibilità economica è un presupposto per tutto il resto.

Il 2024 si è chiuso con un fatturato quasi dimezzato rispetto al 2023 ma maggiore chiarezza e una certa antifragilità.

Oggi più che mai crediamo che la sostenibilità sia sempre meno un 'cosa' e sempre più un 'come'.

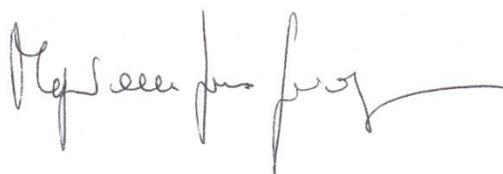
Non si tratta di aggiungere un'attività in più, ma di ripensare il modo in cui agiamo ogni giorno, nel rispetto profondo di noi stessi, degli altri e del mondo che abitiamo.

In questi tempi così incerti e tempestosi per tutti, un business come il nostro - condotto in maniera sartoriale come piace a noi - è molto fragile ma anche prezioso.

Per questo considero un successo essere ancora 'in piedi', aver trovato nuovi clienti - che stanno, in qualche modo, sostituendo quelli che per motivi del tutto indipendenti da noi sono venuti meno - e avere delle prospettive di sviluppo.

Il nostro grazie va a chi ci ha scelte, a chi ci accompagna, a chi ci ispira e ci sfida a essere ogni giorno più brave, più belle, più buone e più ricche — non solo di risorse, ma soprattutto di senso.

Continuiamo a coltivare insieme il futuro che desideriamo.



# 1 Chi siamo



Fondata formalmente nel 2014, Bottega Filosofica nel 2024 ha visto impegnato un team di professioniste, con esperienza più che ventennale come manager, consulenti e coach, che hanno operato in modalità *'open collaborator'* nella forma da ciascuna ritenuta più congeniale.

## B Corp certificata dal 2017 e Società Benefit dal 2019

Bottega Filosofica è stata costituita come srl, dal 2019 è **Società Benefit** e dal 2017 è certificata **B Corp**.

Ci rivolgiamo a organizzazioni, professioniste e professionisti che, oltre a desiderare di realizzare processi di cambiamento e di ampliare le proprie competenze, vogliono essere **migliori 'per il mondo'**.

Mettiamo a disposizione delle nostre e dei nostri clienti una competenza e un'esperienza consolidate nell'impiego dei metodi e degli

strumenti offerti dalla filosofia, dal pensiero sistemico, dal coaching e dall'*Organizational Development* (OD) per sostenere persone e organizzazioni nella costruzione dei loro percorsi evolutivi.

Insieme disegniamo contenitori 'sicuri' per la generazione di impatti positivi, duraturi e sostenibili, *conditio sine qua non* per realizzare il futuro desiderato per sé e per il Mondo.

Miriam ad attivare una trasformazione culturale coltivando e sviluppando le qualità interiori e le competenze riconosciute come indispensabili per la sostenibilità che trattiamo, quindi, non più come un 'cosa' ma come un '**come**'.

Non più "cosa faccio per la sostenibilità" ma "come faccio, in modo sostenibile, ciò che devo comunque fare".

Attraverso lo sviluppo della capacità di riflettere su se stessi e sul mondo, favoriamo, inoltre, la costruzione di rapporti profondi con i propri interlocutori, interni ed esterni.

Rapporti duraturi e generativi basati sulla fiducia e sull'ascolto, in grado di permettere a tutti di realizzare il proprio business con i migliori risultati aumentando, contemporaneamente, il bene comune.

Consideriamo nostri punti di forza il deciso orientamento all'innovazione e alla sperimentazione di metodi e strumenti, la passione con la quale sempre co- progettiamo con il cliente la nostra offerta e l'attitudine a creare partnership strategiche grazie alla nostra predisposizione naturale all'interdipendenza.

I nostri clienti non sono riconoscibili per il settore di appartenenza o le dimensioni, bensì in ragione del loro intento di voler essere persone e organizzazioni sempre più sostenibili o del potenziale che mostrano nel poterlo diventare.

Il nostro impatto si riconosce nella consapevolezza e nel movimento trasformativo che riusciamo a generare con il nostro lavoro e nel modo in cui incarniamo ciò che proponiamo.





*Pensare bene per generare  
valore per tutti*

## La nostra vocazione

**Crediamo in un futuro possibile di bellezza e  
abbondanza per tutti.**

Per questo diamo **vita ai principi ESG.**

Con la **filosofia**, il **coaching** e gli **strumenti dello Sviluppo Organizzativo** aiutiamo le persone e le organizzazioni a trasformarli in **visioni, strategie, processi, pratiche e relazioni** capaci di dare forma a **sistemi economici rigenerativi e società più sane.**

- Portiamo **metodo** e **immaginazione**
- per sviluppare **innovazione sostenibile** e **prosperità**
- con le persone e le organizzazioni che vogliono avere un **impatto positivo** sul loro ecosistema



BOTTEGA  
FILOSOFICA

## I nostri valori e presupposti

- Sostenibilità integrale
- Autenticità
- Inclusività
- Approccio olistico
- Pensiero sistemico

Per approfondire: il [Codice GenEtico](#)

# Bottega Filosofica è anche



Uno spazio di apprendimento privilegiato e sicuro, all'interno del quale condurre insieme un lavoro riflessivo su noi stessi, sui nostri contesti e sul mondo come ecosistema, utilizzando come framework sistemico di riferimento anche quello degli *Inner Development Goals*, qualità e competenze che tutti abbiamo bisogno di coltivare e sviluppare per conseguire gli SDGs - gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU.

I percorsi proposti dalla nostra **academy** utilizzano il group coaching per l'esplorazione, la riflessione e la creazione di quell'impatto positivo che vogliamo generare nelle organizzazioni e comunità alle quali partecipiamo.

Con "*mente aperta, cuore aperto e volontà aperta*" per "*aiutare il futuro ad emergere.*" (Otto Scharmer)



L'associazione culturale **Spazi dell'anima**, legata a Bottega Filosofica, è uno dei luoghi di attuazione dei suoi obiettivi di beneficio comune.

Dal 2006 è un laboratorio permanente di filosofia praticata e di cittadinanza attiva sul territorio.

È un luogo di 'resistenza del pensiero' offerto alle persone che sentono il desiderio di incontrarsi e co-costruire significati e progetti e impegnarsi per contribuire a un Mondo migliore.

Attraverso un continuo processo di ascolto dei desideri delle persone, dell'evoluzione dei tempi e delle tecnologie, siamo impegnate a creare le condizioni per un'esperienza stimolante e soddisfacente in chi si avvicina.

# Noi e gli SDGs



I 17 SDGs costituiscono per noi il principale punto di riferimento per valutare le nostre azioni. Sono sistemici, vale a dire profondamente interconnessi tra loro e insieme, in maniera sinergica, realizzano l’impatto positivo di cui il Mondo ha bisogno per (soprav)vivere ed evolvere verso il ben-essere di tutti.

Bottega Filosofica, per la sua stessa natura, agisce per contribuire a perseguirli tutti, impegnandosi attivamente per realizzare un’economia, una società, un ecosistema più sani e prosperi e motivando le imprese a impegnarsi per diventare sempre **#piùbravepiùbellepiùbuonepiùricche**, accrescendo, così, insieme alla propria prosperità, il proprio impatto positivo.

Siamo inoltre sempre attente a tradurre gli SDGs in obiettivi personali, oltre che di business, per noi e per i nostri interlocutori e clienti, aiutandoli a comprendere come calarli nella propria realtà quotidiana di vita e di lavoro.

Gli SDGs che abbiamo identificato come prioritari per il nostro business sono otto, a seguire il loro dettaglio.

Per focalizzare il nostro impatto e orientare al meglio le nostre azioni, abbiamo identificato gli SDGs ai quali i nostri ambiti di attività, le strategie e le competenze concorrono maggiormente.



Attraverso alcune nostre iniziative contribuiamo allo sviluppo di un'offerta educativa e formativa per l'apprendimento permanente di qualità per adolescenti e adulti



Il nostro *core team* è composto da donne, lavoriamo attivamente per l'*empowerment* delle donne, pratichiamo e promuoviamo l'inclusione e l'uguaglianza dei generi in tutti i campi



Nelle nostre consulenze, anche per l'avvio di impresa, promuoviamo e contribuiamo a realizzare business e innovazione sostenibili favorendo la creazione di ambienti di lavoro sani e sereni, in grado di consentire a tutte le persone di sviluppare pienamente il proprio talento e trarne la giusta soddisfazione personale ed economica



L'inclusione è per noi un valore fondante e uno dei temi *core* delle consulenze e workshop offerti da BF, anche attraverso la collaborazione con *Pluribus Global*



Siamo impegnate personalmente e nel business a promuovere e sostenere stili di produzione e consumo responsabili



Siamo impegnate personalmente e nella società per contrastare il cambiamento climatico



Creare partnership per avere maggiore impatto fa parte delle nostre strategie di sviluppo

# Noi e gli IDGs



## Gli *Inner Development Goals*:

- supportano chi voglia concretamente agire per la sostenibilità nell'orientare le proprie energie verso ciò che è davvero necessario a quell'agire
- favoriscono lo sviluppo di competenze utili alle persone in prospettive più ampie e spendibili in ogni ambito della vita e del lavoro, per migliorarne l'auto-consapevolezza, le relazioni, il pensiero sistemico, la concretezza
- sviluppano leadership funzionale, più che situazionale
- rappresentano un *framework* per la realizzazione degli obiettivi ESG (*Environmental, Social, Governance*) delle aziende, con conseguenti ricadute positive economiche e finanziarie oltre che reputazionali.

Sono una bussola per orientarsi in quella transizione culturale indispensabile per concretizzare e rendere stabili nel tempo gli interventi compiuti dalle organizzazioni per essere progressivamente più sostenibili – sotto il profilo ambientale, sociale, umano ed economico - e realizzare pienamente gli SDGs.

Per questi motivi Bottega Filosofica ha aderito alla piattaforma internazionale IDG e offre ai propri clienti approcci e modelli globali ed efficaci che, integrando tutte le dimensioni, aiutano a "vedere l'intero" e a collocare gli interventi in un'ottica sistemica, interdipendente e radicata nell'intimo di ciascuna persona.



## 2 Benefit per vocazione



Fin dalla nostra costituzione – come brand nel 2012 e come srl nel 2014 – ci siamo poste la domanda: "Come possiamo conciliare il profitto d'impresa con il bene comune?"

Il profitto è imprescindibile per un'attività imprenditoriale: non solo perché possa sostenersi, ma perché è nella sua natura prosperare e far prosperare chi se ne assume il rischio e gli oneri.

D'altra parte, perseguire il profitto senza avere un impatto sull'ambiente, sulle persone e sulla società, non è possibile; quindi la questione diventa che carattere e che segno ha questo impatto.

Abbiamo allora deciso di organizzare e far crescere la nostra azienda in modo eco-logico: tenendo conto, cioè, degli effetti che il nostro agire ha quotidianamente sul nostro mondo, inteso come ecosistema biologico, economico e sociale.

### Organizzare e far crescere la nostra azienda in modo eco-logico

La convinzione che le migliori opportunità sono generate da scelte guidate da una logica 'eco' – anziché 'ego' – ci ha portato a diventare Società Benefit e a conseguire la certificazione **B Corp**.

Come piccola impresa, siamo consapevoli che, per le PMI, queste scelte comportano impegni non trascurabili – sotto il profilo organizzativo ed economico – ma anche altrettante **opportunità**.

Perciò, abbiamo deciso di mettere a sistema la nostra esperienza, arricchendola con le esperienze raccolte da altre aziende (differenti per dimensioni e attività) che hanno fatto scelte analoghe alle nostre, e di coniugare questi esempi concreti con le nostre competenze in ambito di modelli di business e benessere organizzativo.

Siamo arrivate così a sviluppare strumenti e percorsi a favore delle imprese che:

- vogliono avere successo e prosperare a lungo termine e, per questo, vogliono avere un **impatto più positivo** sul loro ecosistema interno ed esterno
- vogliono riflettere sulla propria **evoluzione culturale e di business** e avviare un piano strategico e sostenibile per il conseguimento di **nuovi obiettivi**
- sono o vorrebbero **diventare Società Benefit e/o B Corp** e desiderano essere accompagnate nel mantenere sempre connessi, in maniera coerente, l'intento e l'azione, per essere ben focalizzate e non disperdere tempo ed energie.

Siamo consapevoli che, per prosperare e avere impatto positivo, le intenzioni devono diventare pratiche concrete e costanti da parte di tutti.

Per essere esercitate, quindi, in modo autonomo, efficace, continuativo e duraturo hanno bisogno di essere interiorizzate dalle persone e dall'organizzazione.

In questo cammino ci proponiamo come compagne di viaggio.

La nostra convinzione è che ciascuna persona possa contribuire al benessere condiviso, operando laddove si sente più confidente e sicura.

Abbiamo fiducia che il bene – per sé e per gli altri – sia virale, in grado di contagiare nel tempo ambiti operativi e persone, generando un'inarrestabile spirale virtuosa che dal singolo si propaga alla collettività.



## 3 Valutazione d'impatto - criteri



Per la valutazione dell'impatto da noi generato nel 2024 abbiamo utilizzato due strumenti, diversi ma complementari:

- il **SABI 3.0** - Strumento di Autovalutazione del Buon Impatto (versione 2024) (<https://labuonaimpresa.it/lautovalutazione/>), costruito sulla base del "Modello della Buona impresa"
- il **BIA** - B Impact Assessment (<https://bcorporation.eu/become-a-b-corp/b-impact-assessment/>), strumento di valutazione delle B Corp.

La scelta è ricaduta su di essi sia perché entrambi rispondenti agli standard di valutazione indicati nella Legge 28/12/2015 n. 2018, art. 1 com. 376-384, sia perché ci consentono di avere contemporaneamente una visione più europea e una più globale.

Inoltre, il 2024 è stato per noi l'anno della seconda ricertificazione B Corp. Il confronto con le valutatrici - osservatori esterni non stakeholder - ci ha fornito un'utile ulteriore prospettiva di osservazione.

### Focus: il SABI, lo strumento di Autovalutazione del Buon Impatto

Il SABI, Strumento di Autovalutazione del Buon Impatto, è uno strumento che riteniamo adeguato ed esaustivo dal momento che osserva l'impresa come sistema attraverso 5 aree: **Prodotto, Lavoro, Valore Economico, Operations sostenibili, Governance.**

L'output è una rappresentazione del **valore condiviso creato dall'impresa** tenendo in equilibrio i pilastri fondamentali della sua attività, e del suo **impatto su società e ambiente.**

Per la parte **Governance**, la valutazione è guidata innanzitutto dalla scelta della "Buona Impresa" di avere un certo orientamento di fondo e prendere un impegno cogente in *questa direzione*, adottando processi strategici e gestionali coerenti, condivisi e trasparenti.



**Creazione di Valore** attraverso **Prodotto (2)**, **Lavoro (3)** e **Valore Economico (4)**: dal momento che, nella visione della Buona Impresa, l'impatto principale sulla società sta nello svolgere – bene – il suo stesso mestiere di impresa, lo strumento punta a valutare la capacità di creare valore attraverso l'osservazione dei principali pilastri dell'attività di qualsiasi impresa.

Ciascuno dei 3 pilastri è osservato in 3 dimensioni:

- la capacità di creare valore
- gli elementi che qualificano la creazione di valore
- la capacità di continuare a crearlo nel lungo periodo.

**Operations sostenibili (5)**: la creazione di valore non può prescindere dalla gestione degli impatti dei processi in ottica di tutela dell'ambiente e della comunità – in base al principio "*Do no significant harm*".

I risultati in ciascuna area sono descritti separatamente e poi osservati in modo sistemico, dando evidenza alle relazioni, ai condizionamenti reciproci e alle eventuali difformità.

Il SABI si è confermato per noi uno strumento prezioso anche per la gestione d'impresa, in quanto consente l'accesso a una valutazione sistemica dell'operato dell'impresa oltre che dell'impatto che genera nel suo complesso.

E ci piace molto perché permette una valutazione anche qualitativa della azienda, coinvolgendo direttamente gli stakeholder più significativi.



## Non solo per noi

Il SABI è anche una delle nostre proposte alle imprese clienti che - anche nel caso di aziende di piccole e medie dimensioni - ne apprezzano il valore.

SABI, cogliendo e trattando in maniera adeguata alcune tipicità delle aziende italiane, consente a imprenditori e manager di avere una visione completa, sintetica e sistemica dell'impresa, che a volte dà veri e propri *insight* sui propri punti di forza e sulle loro caratteristiche, sugli ambiti sui quali investire per il miglioramento e su quali leve siano più efficaci per realizzarlo.

## Focus: il BIA, il B Impact Assessment

Per la nostra valutazione ci siamo avvalse anche del BIA (nella versione in vigore fino al 2024), perché possiede le seguenti caratteristiche:

- è **esaustivo** e articolato nel valutare l'impatto della società e delle sue azioni, anche in relazione alle finalità di beneficio comune
- è sviluppato da un **ente indipendente internazionale**
- è **credibile**, sia perché il B Lab – che lo ha sviluppato e lo aggiorna costantemente - ha tutte le competenze per valutare l'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso utilizzando un approccio scientifico e multidisciplinare, sia perché è uno strumento utilizzato e validato a livello globale
- è **trasparente**, perché i criteri utilizzati per la misurazione dell'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso sono pubblici, così come il processo attraverso il quale vengono effettuate modifiche e aggiornamenti allo standard.



## 4 Valutazione d'impatto – 'semaforo degli impatti'



Di seguito, vengono presentati gli impatti materiali della nostra azienda, con una valutazione (verde, giallo, rosso) dell'impatto generato dalla sua attività, in base all'autovalutazione espressa sui singoli elementi del modello.

Gli impatti sono presentati in ordine di importanza per l'azienda: a partire da quelli legati al *core business* fino a quelli giudicati abbastanza rilevanti. Gli impatti valutati come trascurabili non sono rappresentati.

IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Diversità, Equità e Inclusione ⓘ		
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Benessere degli individui ⓘ		
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Educazione, informazione e cultura ⓘ		
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Sviluppo economico ⓘ		
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori ⓘ		

## 4 Valutazione d'impatto – 'semaforo degli impatti'



IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Disuguaglianze economiche e sociali ⓘ		
IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Salute e sicurezza dei lavoratori ⓘ		
IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Progresso della società e innovazione ⓘ		
IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Comunità Locali ⓘ		

Il semaforo degli impatti evidenzia coerenza tra intenzione e risultati, salvo che per lo sviluppo economico rispetto al quale il risultato è stato molto influenzato dalle contingenze (mercato, ecc.) e dal fatto che l'azienda ha destinato ca. l'84% del fatturato alla remunerazione del lavoro e alla formazione. Ha scelto, inoltre, di coprire con mezzi propri tutte le forniture e le imposte a scapito della generazione di utile per l'impresa.

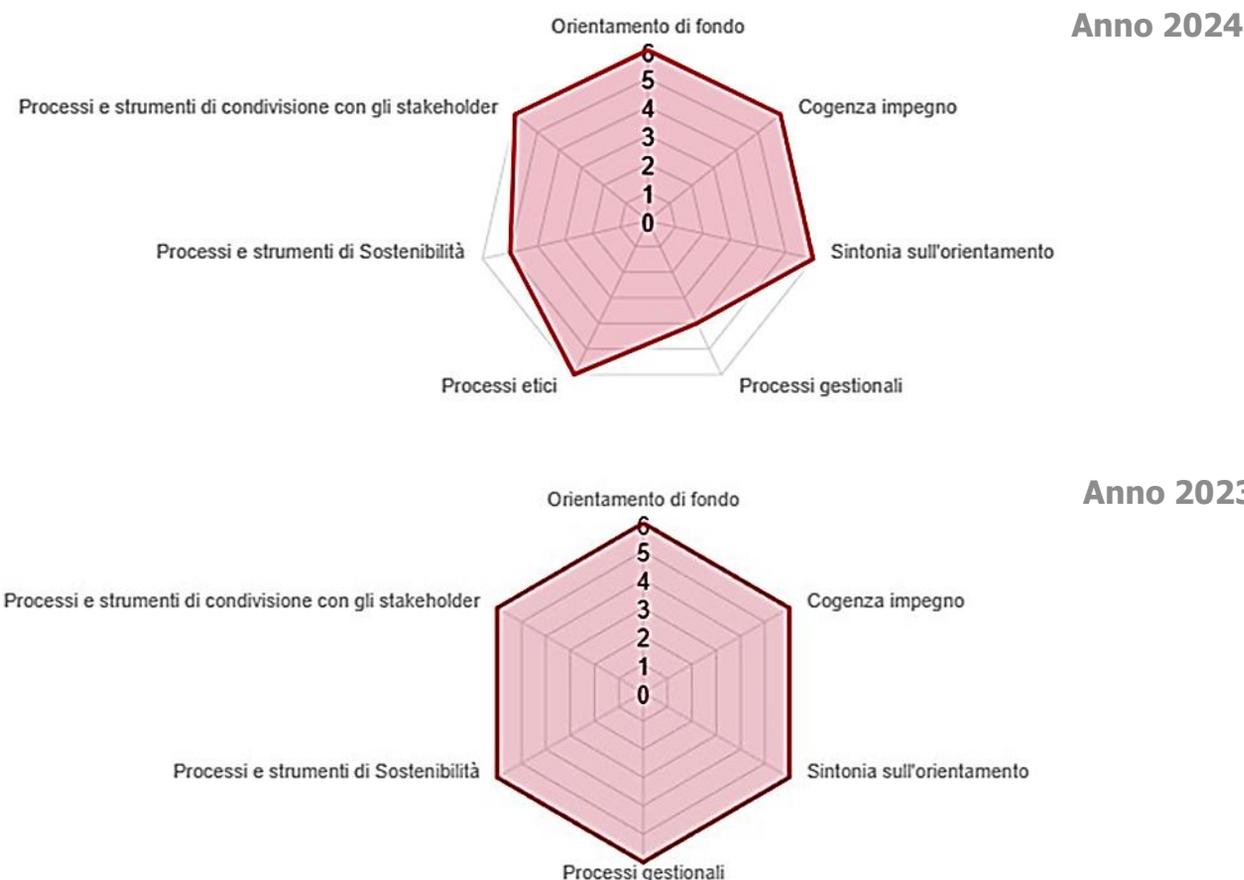
# 5 Valutazione d'impatto – i risultati in sintesi



Riportiamo di seguito la sintesi delle valutazioni effettuate con il SABI e con il BIA, rimandando agli approfondimenti per ulteriori dettagli.

## Con il SABI

### Autovalutazione rispetto alla Governance



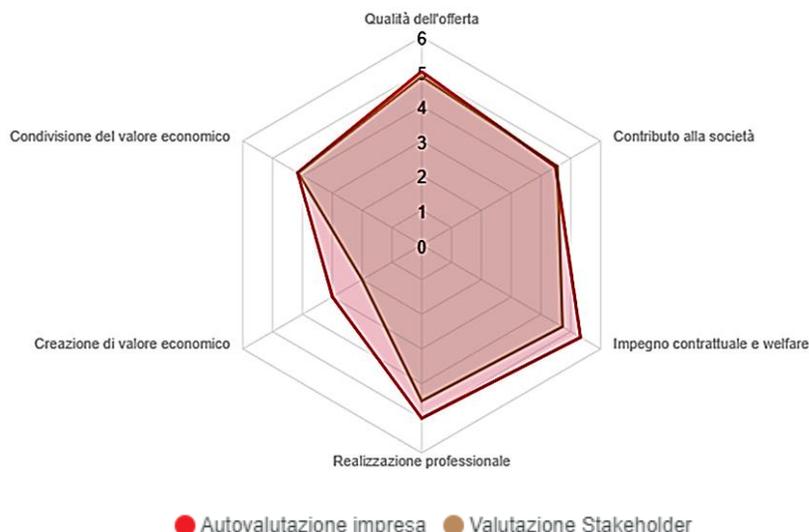
Rispetto al 2023 gli impegni sono invariati e, anzi, è stato ulteriormente rafforzato l'ascolto dei clienti attraverso feedback sempre più strutturati e specifici per le diverse tipologie di attività.

Il sistema adottato a sostegno della pianificazione e del controllo della gestione – invece – si è rivelato poco efficace per le modalità di governo del lavoro rispetto alle quali presenta eccessive rigidità.

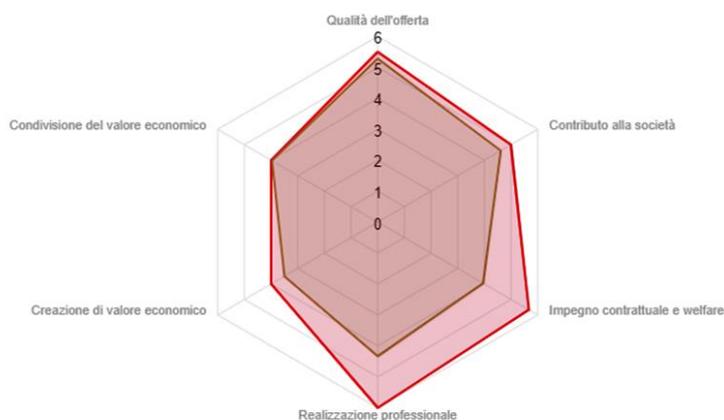
L'autovalutazione 2024 è frutto della consapevolezza di aver sottovalutato la rilevanza (forse più formale che sostanziale, dato il modello organizzativo a leadership diffusa dell'azienda) di strumenti e procedure strutturate di rilevazione del clima interno e di feedback formali.

## Sintesi creazione del valore

Questo grafico offre uno sguardo di sintesi della creazione di valore attraverso i principali pilastri dell'attività di impresa: il Prodotto, il Lavoro e il Valore economico. Sono rappresentate le prime due dimensioni di ciascun pilastro (elementi che creano valore ed elementi che qualificano una 'buona' creazione di valore).



Anno 2024



Anno 2023

Come meglio esplicitato più avanti, il 2024 ha visto un miglioramento nella percezione di valore da parte dei lavoratori (+0,5 punti in media) e una sostanziale continuità nella percezione di valore da parte dei clienti.

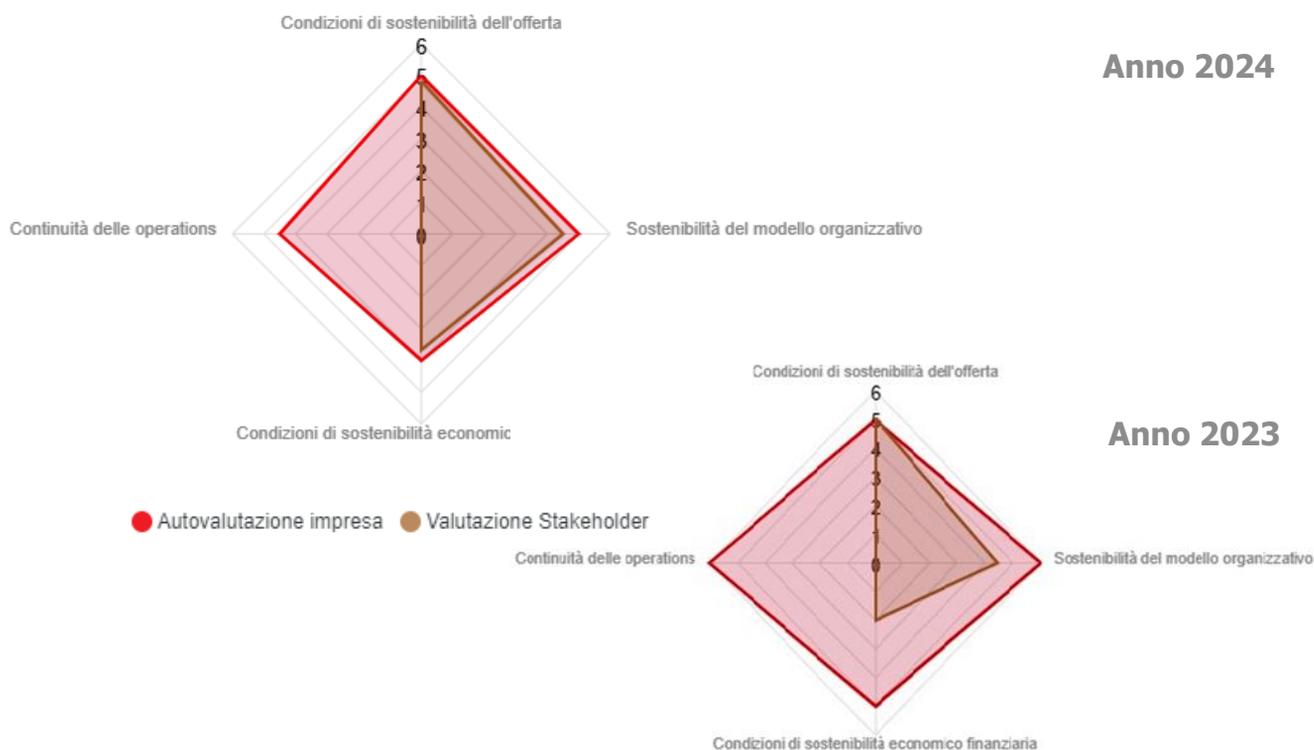
Il principale disallineamento riguarda la creazione di valore economico perché l'azienda, come già accennato, ha deciso di autofinanziare gli investimenti (programma gestionale, formazione, marketing, ecc.) senza ricorrere al credito e – di fatto – annullando gli utili.

## Sostenibilità nel tempo della Creazione di Valore

Questo grafico intende restituire uno sguardo d'insieme rispetto a un elemento caratterizzante dell'osservazione del modello della Buona Impresa, ovvero la **capacità di continuare a generare valore per la società nel lungo periodo**.

In particolare: per l'impresa viene espressa la valutazione rispetto alla fidelizzazione di clienti, lavoratori e soci; la valutazione degli stakeholder invece è la media delle risposte date alle domande rispetto all'intenzione di consigliare ad altri l'impresa.

L'ultimo vertice, infine, rappresenta la valutazione di sintesi rispetto alla sostenibilità delle *operations*, elemento non rilevante per un'impresa come Bottega Filosofica. Anche in questo caso: per l'impresa viene espressa la valutazione rispetto alla solidità della relazione con fornitori e partner commerciali; non è invece previsto in questo punto il riscontro degli stakeholder.



Rispetto al 2023, il grafico evidenzia un miglioramento nella previsione di sostenibilità nel tempo della creazione di valore da parte dell'organizzazione.

Ciò non dipende tanto dai risultati conseguiti nel 2024, che hanno – invece – confermato, e forse acuito le criticità riscontrate nell'anno precedente, quanto da una maggiore consapevolezza da parte dell'azienda, che ha portato – nell'ultimo trimestre – a ridiscutere e revisionare i modelli di governance e gli investimenti.

Il livello di bontà delle decisioni assunte potrà essere valutato meglio nel tempo, a partire dal 2025; ma un primo risultato è la maggiore fiducia da parte di soci e lavoratori.

## Con il BIA

Punteggio complessivo: B Impact Score

Bottega Filosofica

Data di fine dell'anno fiscale 31 Dec 2023



2024

Bottega Filosofica



2021

Il 2024 è stato l'anno del secondo rinnovo della nostra Certificazione B Corp.

Come sempre, è stata l'occasione per osservarci da fuori, anche grazie al confronto con gli analisti internazionali che – a differenza degli stakeholder – non ci conoscono direttamente e, pertanto, esprimono osservazioni basate esclusivamente su dati e documentazione.

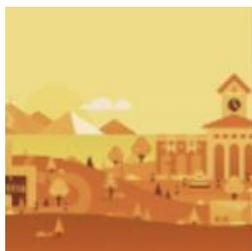
La valutazione ha riguardato il triennio conclusosi il 31 dicembre 2023, e non ha – perciò – tenuto conto di alcune procedure attivate nel 2024 (ad esempio il programma gestionale).

Pur gioendo dell'avanzamento di 4 punti, che per una realtà delle nostre dimensioni e tipologia organizzativa non è semplice, abbiamo dovuto accettare un punteggio sostanzialmente più basso di quello emerso in autovalutazione in occasione della Relazione d'Impatto dello scorso anno (avevamo consuntivato 117.8 punti, seppure con una distribuzione differente).

Quello che abbiamo imparato dalla comparazione tra la valutazione B Lab 2021, la valutazione B Lab 2024 e la nostra autovalutazione 2023 è che dobbiamo dare maggior valore, e quindi attenzione, all'impiego di procedure standardizzate per la raccolta di feedback formali dai clienti così come per le relazioni interne indipendentemente dalla tipologia di relazione (contrattuale e umana) e dal modello organizzativo a leadership diffusa.

## BIA nel dettaglio delle Aree di valutazione

**vs. 2021**  
(certificazione precedente)



### GOVERNANCE



**17,6: + 0,6**  
**= + 3,4%**



### LAVORO



**19,00: + 1,8**  
**= + 9,5%**



### COMUNITA'



**29,00: - 0,7**  
**= - 2,4%**



### AMBIENTE



**11,5: + 1 =**  
**+ 8,7 %**



### CLIENTI



**32,2: + 1,5**  
**= + 4,7 %**

## In sintesi

- La nostra valutazione d'impatto esamina direttamente il nostro comportamento orientato alla "Buona Impresa", relativamente a tutte le dimensioni e, poiché tutti gli stakeholder vengono invitati ad esprimere direttamente la propria valutazione, il risultato è il frutto dell'integrazione di entrambe le visioni, quella dell'impresa e quella del complesso degli stakeholder.
- Dal momento che il nostro *core business* è la trasformazione culturale, il nostro impatto è solitamente diretto su pochi, ma indiretto su molti.
- Inoltre, il raggiungimento degli obiettivi – che in ogni caso cerchiamo di definire anche in maniera quantitativa – viene valutato quali-quantitativamente. Questi due aspetti rendono complesso misurare - in senso stretto - l'impatto utilizzando dei KPI a questo correlati.

## Un caso concreto:

Abbiamo accompagnato in un percorso di team coaching il Team Strategy di una grande azienda romana, per supportarlo nell'integrazione con tutte le altre funzioni aziendali sulle quali – inevitabilmente – il suo lavoro impatta.

Obiettivo primario è stato aumentare il livello di fiducia e dialogo con le altre funzioni per favorire la generazione di strategie che – a partire dalle esigenze del board aziendale - vedesse il più possibile partecipi tutti i soggetti coinvolti, fin dalle fasi di progettazione, così da favorire il senso di ingaggio e di responsabilità rispetto agli obiettivi aziendali.

Relativamente a questo percorso abbiamo raccolto feedback dalla committenza e dai membri del team e possiamo, pertanto, rilevarne l'impatto diretto.

L'impatto indiretto – sull'organizzazione nel suo complesso, per il tramite delle persone che interagiscono con il Team Strategy e dei loro riporti diretti – invece, sarà difficilmente misurabile, se non nel medio-lungo periodo, in termini di sostenibilità umana dell'organizzazione e di aumento della produttività complessiva.

## 6 Le nostre finalità di beneficio comune



Dallo Statuto di Bottega Filosofica:

*"La società, in quanto Società Benefit, si pone l'obiettivo di massimizzare il proprio impatto positivo agendo in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.*

*La direttrice dell'attività societaria è orientata al coinvolgimento, alla partecipazione, a relazioni positive e interazioni con la società e il territorio.*

*La società, in particolare, intende perseguire finalità di beneficio comune mediante azioni funzionali a rendere gratificante la partecipazione alle attività societarie, di quanti ne facciano parte in qualità di soci o ad altro titolo coinvolti, attraverso un motivante e soddisfacente impegno in una prospera attività economica; si impegna inoltre a perseguire la creazione delle migliori condizioni possibili per attrarre, fare crescere e trattenere persone di talento, nonché a contribuire alla possibilità delle persone che la compongono di soddisfare i propri bisogni umani*

*fondamentali (sussistenza, riposo, comprensione, identità, partecipazione, affetto, creazione, libertà, protezione).*

*L'attività sociale muove dal presupposto che le relazioni professionali e di business costituiscano un insieme di valori e attitudini orientati all'innovazione e all'assunzione di responsabilità, per contribuire allo sviluppo di un mondo più ricco di senso oltre che di risorse economiche.*

*A tale scopo la società si ispira a principi e metodologie per la sostenibilità collegati al 'Framework for Strategic Sustainable Development' (FSSD) e disegna il proprio percorso strategico a partire dalla visione definita secondo principi di successo sociale, ambientale ed economico (backcasting da principi), nella prospettiva della sostenibilità e della generazione di valore per tutti.*

*Inoltre sperimenta – costantemente e apertamente - e adotta soluzioni e modelli organizzativi sistemici fondati sull'open collaboration, il systems thinking e la leadership autentica.*

*La società si propone di conseguire sufficiente profitto dall'attività oggetto del proprio operato per sostenerne la vitalità aziendale e la dinamicità commerciale, per finanziarne il continuo miglioramento, per distribuire una parte di questi profitti annualmente ai propri soci e per rendere possibile l'avvio di altre attività che siano coerenti con l'obiettivo, le finalità e lo scopo.*

*A tal fine la società promuove e ricerca opportunità di cooperazione e rapporti di partenariato, non esclusivi, con autorevoli organizzazioni che perseguono analoghi obiettivi su progetti condivisi, ovvero mediante strutture organizzative innovative qualificate e/o modelli sociali innovativi'.*



**[...] Per le specifiche finalità di beneficio comune, l'attività della società attiene:**

- l'elaborazione, promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro, in particolare il modello di **B Corp** e la forma giuridica di **Società Benefit** in diversi settori economici italiani
- il design e l'introduzione di pratiche e **modelli di innovazione sostenibile** nelle imprese e nelle istituzioni per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali
- lo sviluppo organizzativo, la formazione e le attività di training, coaching e facilitazione prevalentemente nel campo dell'innovazione organizzativa e sociale, del change management e dello sviluppo della leadership autentica nelle grandi organizzazioni, nelle PMI (piccole e medie imprese) e verso professionist\*, finalizzate a creare **contesti di lavoro e di servizio sostenibili e rigenerativi**
- l'elaborazione di soluzioni e modelli organizzativi **innovativi e partecipativi** fondati sull'open collaboration e sul systems thinking
- la consulenza per l'elaborazione di value proposition sostenibili e generatrici di senso - all'interno e all'esterno dell'organizzazione attraverso la co-costruzione e l'elaborazione partecipata delle business practice affinché siano calate nello specifico, adeguate a ridurre/superare le criticità presenti nelle comunità di riferimento e in grado di **produrre valore** per tutti
- la collaborazione e la sinergia con organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della società, per contribuire al loro sviluppo e **amplificare l'impatto positivo** del loro operato

## 7 Obiettivi realizzati e obiettivi futuri



### Sintesi dei risultati rispetto agli obiettivi 2024



Continuare a disegnare e offrire servizi in logica B promuovendo e sostenendo un approccio sistemico in tutti gli interventi oltre che considerando come proprio mercato di elezione le organizzazioni impegnate in un cammino di crescente sostenibilità



*Questo approccio è ormai il nostro marchio distintivo. La nostra capacità di guardare al sistema nel suo complesso e supportare la valutazione degli impatti delle scelte effettuate è la ragione principale per la quale veniamo scelte e apprezzate.*



Continuare a diffondere la Società Benefit e a sostenere e accompagnare una tale scelta strategica da parte dei clienti e proporre, quando possibile, il Modello della Buona Impresa come riferimento per l'impresa ben gestita, sistemica e sostenibile



*Nel 2024 abbiamo avuto l'opportunità di accompagnare un numero maggiore (+50%) di aziende nella redazione della Relazione d'Impatto e nella trasformazione in Società Benefit. Tuttavia, non ci sentiamo ancora pienamente soddisfatte sotto il profilo della diffusione del Modello della Buona Impresa.*



Realizzare workshop e fornire consulenza in ambito IDEA (inclusione, Diversità, Equità, Accessibilità)  
**almeno 3 iniziative**



*Obiettivo pienamente centrato con due iniziative on line e 1 in presenza che hanno visto coinvolte complessivamente 30 persone Titolari e Responsabili di organizzazioni profit e non profit.*

## Sintesi dei risultati rispetto agli obiettivi 2024 (segue)

	<p>Alimentare Bottega Filosofica IDG Hub con iniziative gratuite per diffondere cultura, apprendere, innovare, prototipare, praticare e condividere azioni e strumenti. Sviluppare Il Cluster italiano degli IDG Hub per aumentare l'impatto di trasformazione complessivo</p> <p><b>almeno 1 percorso di alfabetizzazione completo</b></p>
---	---



*Obiettivo pienamente centrato con 3 percorsi di alfabetizzazione completi realizzati gratuitamente: 2 in presenza – a Roma e Milano – e 1 on line. L'IDG Italy Hubs Collaboration è oggi una realtà vitale e operativa che al momento vede impegnati 5 Hub dalla Lombardia alla Sicilia.*

	<p>Sviluppare e lanciare l'IDG academy per l'autoformazione nelle diverse dimensioni del framework IDG e nella sua adozione in diversi ambiti e ruoli nelle organizzazioni</p> <p><b>almeno 1 percorso per ciascuna dimensione e 3 percorsi 'situati'</b></p>
--	---



*Obiettivo mancato, per oggettivi problemi organizzativi. Tuttavia, è stata l'occasione per ripensare l'academy e organizzarne il lancio effettivo nel 2025, riconducendo l'academy in maniera esplicita al brand Bottega Filosofica per sviluppare una maggiore sinergia.*

	<p>Offrire gratuitamente strumenti e occasioni di autoformazione e di consapevolezza di sé e dei contesti alle persone nelle associazioni, nelle organizzazioni e nella comunità</p> <p><b>20 giornate persona equivalenti</b></p>
--	--



*Diverse iniziative di condivisione e apprendimento cui si è aggiunto un percorso di mentoring imprenditoriale rivolto a persone migranti e richiedenti asilo*

## Sintesi dei risultati rispetto agli obiettivi 2024 (segue)



Partecipare come relatrici a eventi e iniziative per promuovere la cultura delle sostenibilità sistemica, fare video, interviste, podcast e scrivere articoli in merito su riviste, newsletter, ecc.

**40 giornate persona equivalenti**



*Myriam Ines Giangiacomo è stata coinvolta in qualità di esperta in eventi e seminari e come responsabile di rubriche dedicate agli IDGs su alcuni magazine on line. Il team ha partecipato collettivamente a diversi webinar e podcast di divulgazione.*



Offrire gratuitamente attraverso la newsletter di Bottega Filosofica e i suoi canali social, video ed eventualmente anche podcast, contenuti di qualità su temi quali la buona impresa, la sostenibilità umana e sociale, lo sviluppo interiore, SDGs, IDGs ecc.

**2 uscite mensili + almeno 1 o 2 video mese**



*Alle consuete uscite mensili delle nostre newsletter ormai storiche, si sono aggiunti due canali YouTube (uno di Bottega Filosofica e uno dedicato all'academy) con video autoprodotti sui temi che ci stanno a cuore.*



Contribuire a promuovere e diffondere nuovi modelli organizzativi ed economici volti a una maggiore sostenibilità, attraverso la guida e/o la partecipazione a gruppi di ricerca e studio e la pubblicazione dei relativi contenuti

**almeno 3 gruppi di lavoro e ricerca**



*Siamo particolarmente felici di essere riuscite a unire le nostre competenze di coaching con quelle relative agli SDGs, agli IDGs e agli ESG, avviando riflessioni sul contributo che, come coach, si può portare ai temi della sostenibilità integrale.*

## Sintesi dei risultati rispetto agli obiettivi 2024 (segue)



Aderire e partecipare attivamente a organismi nazionali e internazionali che sostengono lo sviluppo della cultura della sostenibilità o contribuire, attraverso la partecipazione di Bottega Filosofica, a rafforzare la cultura della sostenibilità in ambienti nei quali non è ancora sufficientemente sviluppata

**almeno 6 membership**



*Abbiamo confermato e rafforzato il nostro impegno attivo in organizzazioni e associazioni nazionali e internazionali (attualmente 9), anche attraverso l'ingresso come membri dei consigli direttivi di due di queste realtà.*



Mantenere vive e prospere le partnership di interdipendenza con altre B Corp, Società Benefit e organizzazioni affini in essere e svilupparne di nuove per avviare progetti di impatto in comune

**almeno 2 nuove partnership fattive**



*Abbiamo avviato diverse nuove partnership con realtà, italiane ed europee, a noi affini soprattutto per valori, anche sviluppando insieme progettualità che, tuttavia, sono ancora in costruzione.*



Offrire a tutte le partner occasioni di formazione esterne

**almeno 1 opportunità per ciascuna**



*Ogni partner ha avuto l'opportunità di realizzare almeno un percorso formativo, secondo le proprie esigenze professionali e vocazioni personali.*

## Focus sulle finalità di beneficio comune perseguite attraverso le attività for profit

### Finalità di beneficio comune interessate

- *l'elaborazione, promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro, in particolare il modello di B Corp e la forma giuridica di Società Benefit in diversi settori economici italiani*
- *il design e l'introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle imprese e nelle istituzioni per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali*
- *lo sviluppo organizzativo, la formazione e le attività di training, coaching e facilitazione prevalentemente nel campo dell'innovazione organizzativa e sociale, del change management e dello sviluppo della leadership autentica nelle grandi organizzazioni, nelle PMI (piccole e medie imprese) e verso professionist\*, finalizzate a creare contesti di lavoro e di servizio sostenibili e rigenerativi*
- *la consulenza per l'elaborazione di value proposition sostenibili e generatrici di senso - all'interno e all'esterno dell'organizzazione - attraverso la co-costruzione e l'elaborazione partecipata delle business practice, affinché siano calate nello specifico, adeguate a ridurre/superare le criticità presenti nelle comunità di riferimento e in grado di produrre valore per tutti*



## Cosa abbiamo realizzato

Nel 2024 la nostra offerta è rimasta centrata sul supporto alla trasformazione organizzativa e all'evoluzione culturale utili allo sviluppo di business e di modelli di governance rigenerativi, che producano impatti positivi dentro e fuori le organizzazioni coinvolte, sia nel breve che – soprattutto – nel medio-lungo periodo.

Per questo lavoriamo con tutti i livelli aziendali e soprattutto con i board e gli executive, dalle cui decisioni dipendono le azioni orientate alla sostenibilità integrale che intendiamo sviluppare e sostenere.

E lavoriamo sia a livello individuale (Executive Coaching, Executive Reflection, Mentoring Professionale) che collettivo (Consulenza strategica, Group Coaching, Team Coaching e Facilitazione).

alcune realtà con cui abbiamo lavorato nel 2024



## Due esperienze che ci piace approfondire

### **Società Cooperative e ETS**

Nel 2024 abbiamo ampliato la clientela includendo anche queste due tipologie di organizzazioni.

La sfida, in questi casi, è stata invertita.

Queste organizzazioni sono molto orientate al bene comune e agli impatti esterni.

La sfida è stata supportarle nel definire modelli organizzativi che garantissero anche la sostenibilità interna e quella economica, senza tradire la loro vocazione sociale.

### **Team Coaching e Group Coaching**

Il 2024 ci ha anche viste maggiormente impegnate in percorsi di team coaching e group coaching che hanno parzialmente sostituito quelli di facilitazione.

Abbiamo, infatti, riscontrato che il mercato ci riconosce particolari abilità nel coaching - come approccio più e oltre che come pratica - ed è quindi disponibile ad affidarsi anche quando il modello di coaching che proponiamo di primo acchito non sembra completamente 'speculare' alle richieste formulate dalla committenza.

Il team e il group coaching ci hanno consentito di accelerare l'acquisizione – da parte dei e delle partecipanti – di quello sguardo sistemico indispensabile per intraprendere e concretizzare l'evoluzione culturale.



Lavorando prevalentemente con proprietà, board e ruoli executive delle organizzazioni, si generano impatti su tre livelli:

1. diretti sulle persone con cui lavoriamo (clienti)
2. indiretti sulle persone che lavorano con i nostri clienti
3. indiretti sulle organizzazioni (committenti) e sui loro stakeholder, attraverso i nuovi modelli di governance adottati dai nostri clienti

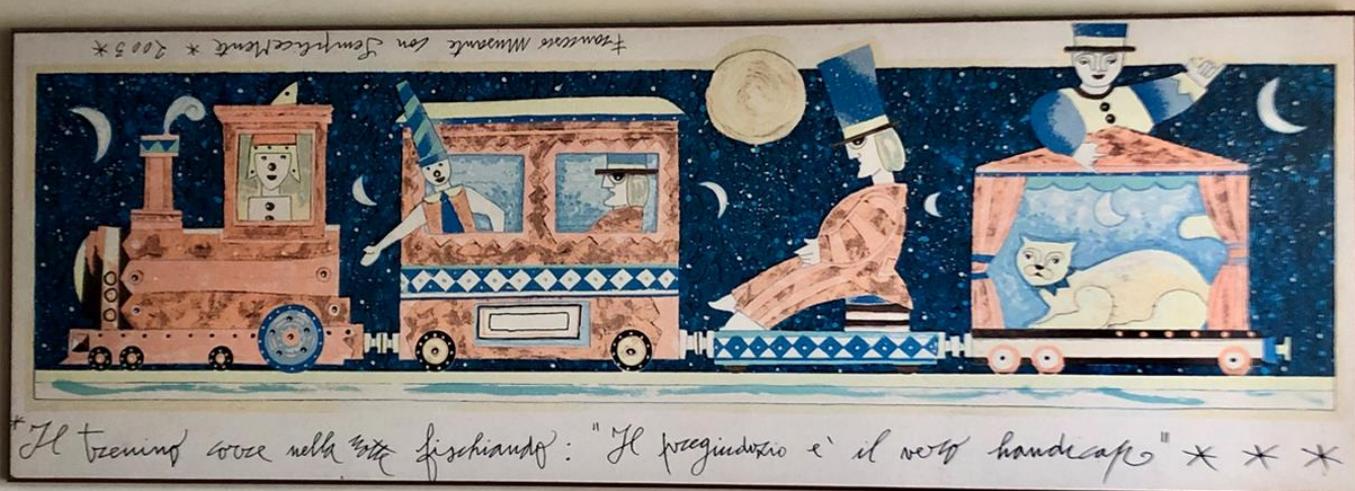
**2024**

**Impatto diretto delle attività for profit:**

**ca. 100 persone**

**Impatto indiretto delle attività for profit:**

**ca. 3000 persone** e un numero non rilevabile di clienti esterni e altri interlocutori attraverso di loro



## Focus sulle finalità di beneficio comune perseguite attraverso attività not for profit

### Finalità di beneficio comune interessate

- *l'elaborazione, promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro, in particolare il modello di B Corp e la forma giuridica di Società Benefit in diversi settori economici italiani*
- *il design e l'introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle imprese e nelle istituzioni per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali lo sviluppo organizzativo, la formazione e le attività di training, coaching e facilitazione prevalentemente nel campo dell'innovazione organizzativa e sociale, del change management e dello sviluppo della leadership autentica nelle grandi organizzazioni, nelle PMI (piccole e medie imprese) e verso professioniste e professionisti, finalizzate a creare contesti di lavoro e di servizio sostenibili e rigenerativi l'elaborazione di soluzioni e modelli organizzativi innovativi e partecipativi fondati sull'open collaboration e sul systems thinking*
- *la collaborazione e la sinergia con organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della società, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato.*



## Cosa abbiamo realizzato

Nel 2024 abbiamo:

- rinnovato il nostro impegno partecipativo in associazioni nazionali e globali per promuovere la diffusione di modelli organizzativi rigenerativi anche attraverso il confronto e la co-costruzione con il mondo no profit
- contribuito a riflessioni e confronti mediante la partecipazione in qualità di relatrici e guest speaker in eventi e convegni nazionali
- Attivato Bottega Filosofica IDG Hub e organizzato 3 percorsi di alfabetizzazione (2 in presenza e 1 da remoto) da 6 incontri ciascuno
- confermato il nostro impegno di condivisione e diffusione di visioni, pensieri e pratiche attraverso le nostre newsletter gratuite – Pensare B e Pausa. – e attraverso la collaborazione con Bancaforte di ABI e Green Planner Magazine, insieme a quella storica con la rivista on line Formazione e Cambiamento
- facilitato tavoli di lavoro e confronto in occasione degli eventi organizzati da Walls Down e Il Quinto Ampliamento, Assobenefit, EMCC Italia nonché dell'edizione 2024 del Jazz'Inn di Fondazione Ampioraggio
- proseguito il nostro lavoro nei Focal Point per l'Executive Reflection e il Team Coaching con EMCC Italia
- come di consueto, partecipato con nostri eventi a Roma e a Milano al cartellone del Festival dello Sviluppo Sostenibile di ASVIS
- svolto docenza (a cura di Myriam Ines Giangiacomo) *pro bono* nel modulo "Filosofia nelle Organizzazioni per costruire sostenibilità" del Master di II livello "Pratiche filosofiche e consulenza filosofica" dell'Università di Roma
- partecipato in qualità di coach e mentor al programma Conecta di Bridge for Billions su progetti imprenditoriali di migranti e richiedenti asilo

Alcune realtà che ci hanno visto e ci vedono impegnate



## Due esperienze che ci piace approfondire

### Sempre più impegnate

Con l'obiettivo di aumentare il nostro contributo, abbiamo accettato l'invito a entrare nei consigli direttivi di due delle associazioni di cui siamo membri da diversi anni.

In particolare:

Myriam Ines Giangiacomo è stata nominata nel Consiglio Direttivo di EMCC Italia (European Mentoring and Coaching Council) con delega alla Ricerca e Sviluppo

Myriam Ines Giangiacomo è stata eletta Vice Presidente de Il Quinto Ampliamento e Daniela Cadeddu è membro del Comitato Direttivo

Incarichi assunti per testimoniare la nostra consonanza valoriale con queste due associazioni e per contribuire ancora più intensamente alle loro azioni e iniziative.

Inoltre Myriam Ines Giangiacomo è Founding Member di For Good Leaders.

### Coaching e Mentoring Imprenditoriale

Il 2024 ci ha viste coinvolte nel Programma Conecta di Bridge for Billions in qualità di coach e mentor per progetti imprenditoriali sostenibili di migranti e richiedenti asilo in Italia.

Un lavoro di affiancamento durato sei mesi e che ci ha viste impegnate sia nel supporto alla costruzione del business model che in un percorso di coaching e mentoring per supportare la persona nel suo nuovo ruolo imprenditoriale.

La partecipazione a questo progetto ha incarnato per noi l'essenza dell'essere Benefit, consentendoci di mettere in campo in modalità *pro bono* le competenze che costituiscono il nostro core business.



**Impegno su finalità di beneficio comune perseguite attraverso attività not for profit**

**ca. 200 giornate persona equivalenti (25% ca. del potenziale di lavoro della società)**

**impatto diretto\* : più di 1.400 persone**

**impatto indiretto\*: ca. 5.000 persone**

\* ove sia stato possibile misurarlo/stimarlo



## **Finalità di beneficio comune interessata, verso l'interno**

*.. azioni funzionali a rendere gratificante la partecipazione alle attività societarie di quanti ne facciano parte in qualità di soci o ad altro titolo coinvolti, attraverso un motivante e soddisfacente impegno in una prospera attività economica; si impegna inoltre a perseguire la creazione delle migliori condizioni possibili per attrarre, fare crescere e trattenere persone di talento, nonché a contribuire alla possibilità delle persone che la compongono di soddisfare i propri bisogni umani fondamentali (sussistenza, riposo, comprensione, identità, partecipazione, affetto, creazione, libertà, protezione).*

### **Attività**

#### **Il lavoro in Bottega Filosofica**

Tutte le persone che lavorano con Bottega Filosofica operano secondo la modalità *open collaboration*.

Ogni persona ha trovato il proprio modo di stare nell'impresa riguardo a contributi, tempi, stili e modalità di lavoro, garantendo così il pieno soddisfacimento dei bisogni umani fondamentali di ogni persona.

Questo è stato possibile anche per la piena integrazione tra momenti da remoto e momenti di condivisione.

Poiché crediamo nel valore dell'intelligenza collettiva e della partecipazione, le strategie aziendali sono state elaborate insieme da tutte le partner con, quando utile, il contributo delle altre figure.

Quindi, guardando all'impresa come a un bene comune, ci siamo impegnate nella co-costruzione di scenari e obiettivi per l'anno e nel co-design di processi, ambiti di responsabilità, prodotti/servizi e attività di comunicazione.

Nella quotidianità del lavoro, inoltre, sono stati costantemente condivisi gli avanzamenti delle attività e praticato il feedback reciproco aperto e sincero.

Anche nel 2024, come negli anni precedenti, non si era previsto di distribuire utili, così da avere l'agio di effettuare gli investimenti necessari per lo sviluppo dell'impresa con mezzi propri.

Ciò ci ha consentito di

- continuare a investire nella formazione e nello sviluppo professionale di tutte le partner
- garantire la partecipazione ad associazioni, organizzazioni ed eventi attraverso il pagamento delle quote di iscrizione individuali e aziendali e delle spese vive connesse alle relative attività
- proseguire nelle attività di marketing per rafforzare la visibilità dell'azienda.

La formazione per noi riveste un ruolo chiave: consentendo il nostro costante aggiornamento, dà garanzia di elevati livelli di innovatività e qualità dei nostri servizi.

Questo si traduce in una costante attenzione all'apprendimento continuo e al mantenimento e innovazione delle nostre competenze, ai quali dedichiamo, in media, più del 10% del tempo lavorativo totale disponibile.

Parallelamente a queste attività, tutte le partner svolgono attività di ricerca e volontariato associativo in almeno un'associazione allineata con i valori aziendali.



## Obiettivi di beneficio comune 2025

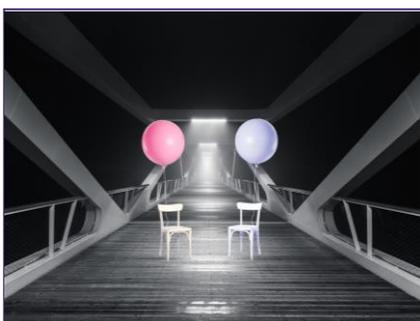


Accrescere l'impegno alla diffusione del Modello della Buona Impresa come riferimento per aziende ben gestite, sistemiche e sostenibili, indipendentemente dalla loro forma giuridica



Accompagnare aziende che vogliono costituirsi o trasformarsi in Società Benefit e supportare la redazione di Relazioni d'Impatto autentiche e riflessive.

**5 interventi**



Realizzare percorsi di accompagnamento e sostegno per organizzazioni for profit e not for profit che vogliono cogliere la sfida di trasformare gli adempimenti normativi in occasioni di crescita e prosperità

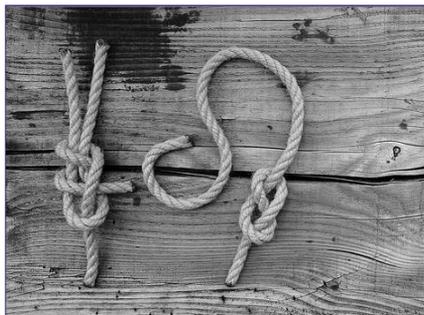
**1 percorso per tipologia di organizzazione**



Aderire e partecipare attivamente a organismi nazionali e internazionali che sostengono lo sviluppo della cultura della sostenibilità o contribuire, attraverso la partecipazione di Bottega Filosofica, a rafforzare la cultura della sostenibilità in ambienti nei quali non è ancora sufficientemente sviluppata

**almeno 6 membership**

## Obiettivi di beneficio comune 2025



Mantenere vive e prospere le partnership di interdipendenza con organizzazioni e persone affini e svilupparne di nuove per avviare progetti di impatto in comune

**almeno 2 nuove partnership fattive**



Completare l'evoluzione dell'academy di Bottega Filosofica e realizzare il lancio definitivo

**2 percorsi**



Promuovere la cultura d'impresa e modelli di leadership generativi anche attraverso la contaminazione con forme espressive ed esperienziali diverse (es. le arti)



Continuare ad alimentare Bottega Filosofica IDG Hub con iniziative gratuite per diffondere la cultura degli Inner Development Goals. Continuare a sviluppare il Cluster Italiano degli IDG Hub

**Almeno 1 incontro di alfabetizzazione e 1 evento condiviso del cluster**

## Obiettivi di beneficio comune 2025



**PENSARE**  
La newsletter di Bottega Filosofica

**pausa.**

Offrire gratuitamente attraverso la newsletter di Bottega Filosofica e i suoi canali social, video ed eventualmente anche podcast, contenuti di qualità su temi quali la buona impresa, la sostenibilità umana e sociale, lo sviluppo interiore, SDGs, IDGs ecc. Aumentare l'accessibilità ai nostri contenuti attraverso la fruibilità in audio degli articoli e dei contenuti pubblicati nelle newsletter

**2 uscite mensili + 1 video mese**



Offrire gratuitamente strumenti e occasioni di autoformazione e di consapevolezza di sé e dei contesti alle persone nelle associazioni, nelle organizzazioni e nella comunità

**10 giornate persona equivalenti**



Partecipare come relatrici a eventi e iniziative per promuovere la cultura delle sostenibilità sistemica, fare video, interviste, podcast e scrivere articoli in merito su riviste, newsletter, ecc.

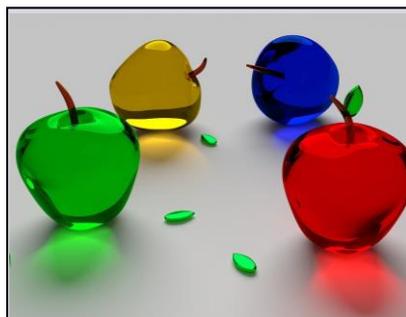
**40 giornate persona equivalenti**



Contribuire a promuovere e diffondere nuovi modelli organizzativi ed economici volti a una maggiore sostenibilità, attraverso la guida e/o la partecipazione a gruppi di ricerca e studio e la pubblicazione dei relativi contenuti

**almeno 3 gruppi di lavoro e ricerca**

## Obiettivi di beneficio comune 2025



Favorire una maggiore percezione di stabilità e continuità con partner e collaboratori attraverso processi formali di feedback e incontri periodici di allineamento

## Considerazioni

I risultati del SABI confermano il nostro percepito e non mostrano grandi variazioni rispetto all'anno precedente.

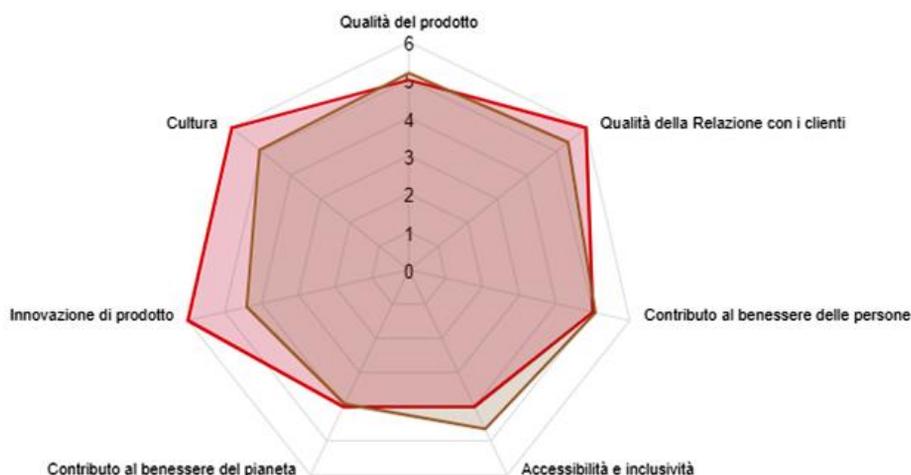
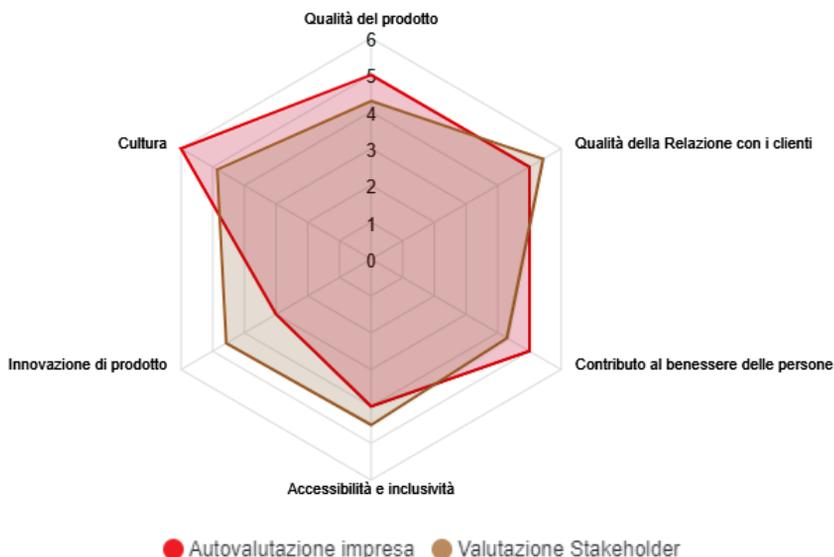
Alcune riflessioni in più le ha suscitate il risultato del BIA, soprattutto rispetto al modello di governance, che si riflette anche sulla sostenibilità economica, unica area critica anche nel SABI.

Poiché questi elementi erano già oggetto di attenzione da parte dell'azienda, nell'ultimo trimestre del 2024 sono state avviate riflessioni e riorganizzazioni i cui effetti saranno parzialmente misurabili nel 2025 e più approfonditamente a partire dal 2026.

Vengono esposti di seguito gli esiti di dettaglio dei questionari compilati dall'impresa e dai suoi stakeholder, focalizzandosi sulle aree di creazione di valore:

- Prodotto
- Lavoro
- Valore Economico.

## La creazione di valore con il Prodotto



La valutazione media da parte dei clienti rispetto al 2023 è sostanzialmente invariata ( $\pm 4\%$ ) e parzialmente influenzata dal fatto che abbiamo potuto raccogliere un numero inferiore di questionari. Il livello di fidelizzazione rimane 5 su 6.

Rispetto alla nostra autovalutazione, oltre alla considerazione già espressa, rileviamo un sostanziale allineamento salvo che per la voce 'innovazione di prodotto'. Ciò è probabilmente frutto della valutazione di clienti nuovi o che hanno sperimentato servizi nuovi per loro che noi avevamo sviluppato prevalentemente nell'anno precedente, motivo per il quale avevamo dato particolare risalto nella nostra autovalutazione al fattore 'innovazione di prodotto'.

Si ripete lo scostamento rispetto alla cultura ma non ci desta preoccupazione perché le nostre attività in tal senso sono prevalentemente not for profit quindi è facile che i nostri clienti profit non ne abbiano visibilità. Ai partecipanti alle iniziative not for profit non è stato possibile, invece, inviare i questionari dedicati ai clienti.

## La creazione di valore con il Lavoro

Anno 2024



Anno 2023



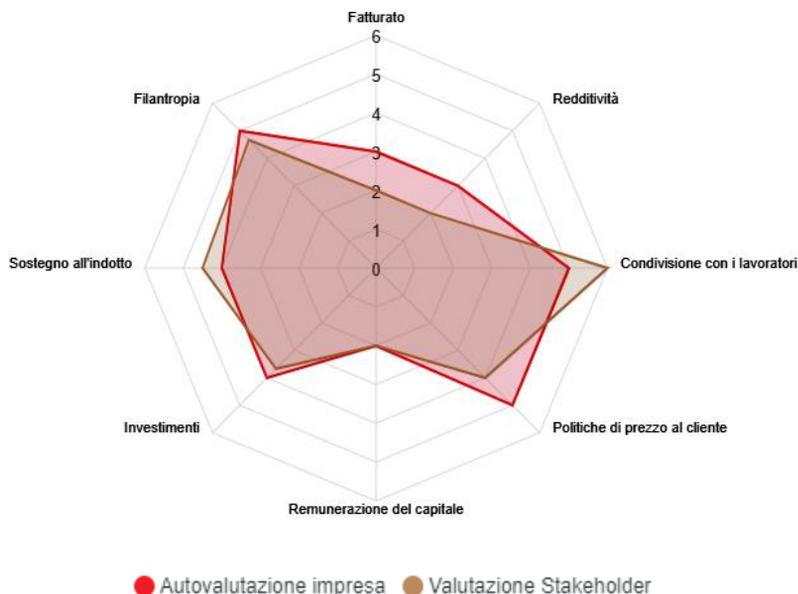
La valutazione media da parte dei lavoratori rispetto al 2023 è migliorata dell'11%.

In confronto con l'autovalutazione gli scostamenti sono meno rilevanti in parte per la crescita appena esposta e in parte perché i risultati dello scorso anno sono stati oggetto di ampie riflessioni da parte dell'azienda e di profondi confronti con partner e collaboratrici/collaboratori. Ciò ha indotto l'azienda a riconsiderare alcune valutazioni che non tenevano conto del modello organizzativo il quale, non prevedendo rapporti di lavoro subordinato, in alcune persone genera sensazioni di minore stabilità e sicurezza per il futuro, indipendentemente dalle evidenze. Questi confronti hanno favorito il sostanziale avvicinamento delle valutazioni.

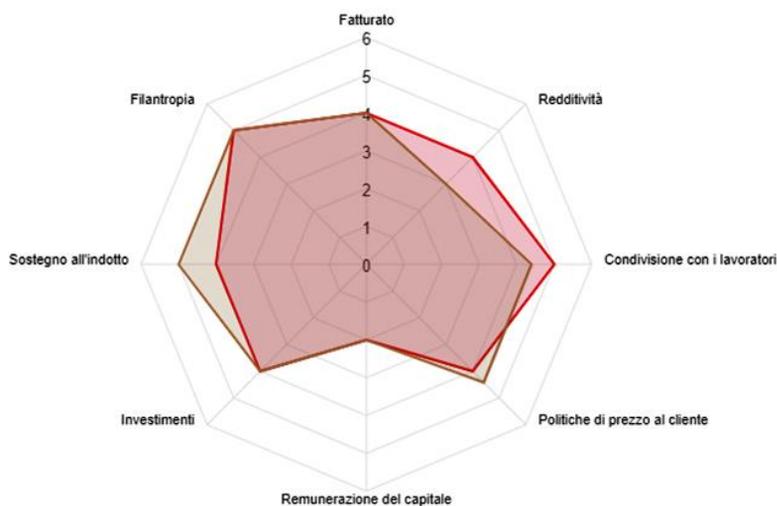
Le modifiche alla governance decise a fine anno sono state attivate nel 2025 e non potevano – pertanto – essere considerate per questa relazione.

## La creazione di valore economico

Anno 2024



Anno 2023



La valutazione da parte dei soci, anche nel 2024, è sostanzialmente allineata con quella dell'azienda, sebbene sia cresciuta la fiducia nella sostenibilità nel tempo.

È evidente che questa è la dimensione più critica, indipendentemente dall'andamento del fatturato.

Questa è anche una delle ragioni che ha indotto alle modifiche organizzative di cui si è più volte accennato in precedenza. L'intento è quello – nella logica della Buona Impresa – di tenere in equilibrio tutti i pilastri dell'organizzazione per assicurarle longevità e crescita per sé, per le persone che ci lavorano, per clienti e fornitori e per consentirle di continuare a generare impatti positivi per il Mondo.

Confidiamo che tale intento possa essere realizzato, anche contando su una solida base patrimoniale dell'azienda e sull'assenza di esposizioni.



**Grazie per averci dedicato il tuo tempo**

Bottega Filosofica srl  
Società Benefit  
Via Carlo Denina, 72 Roma  
Via Privata della Braida, 5 Milano  
[www.bottegapilosophica.net](http://www.bottegapilosophica.net)  
[info@bottegapilosophica.it](mailto:info@bottegapilosophica.it)