

Certified



Corporation



BOTTEGA
FILOSOFICA

Relazione d'impatto 2022

Bottega filosofica srl
società benefit

bottegafilosofica.net/

Indice dei contenuti



- 1 Chi siamo
- 2 Benefit per vocazione
- 3 Valutazione d'impatto: criteri
- 4 La matrice di materialità
- 5 Valutazione d'impatto: sintesi dei risultati
- 6 I nostri obiettivi di beneficio comune
- 7 Obiettivi realizzati e obiettivi futuri

Approfondimenti

Il messaggio della CEO e Founder

Myriam ines Giangiacomo



Eccoci giunte a una nuova Relazione d'Impatto. Per noi questo è un documento fondamentale in quanto ci consente di raccontare 'al mondo' il nostro impegno nell'attuare il proposito di svolgere un **ruolo attivo** all'interno del sistema delle imprese e nella comunità più ampia, dando concretezza e visibilità al nostro essere Società Benefit e B Corp.

Ruolo attivo nella comunità

Il nostro obiettivo di beneficio comune, infatti, potrebbe essere definito sinteticamente come: vivere, **testimoniare e diffondere la cultura della buona impresa e della Società Benefit**. A questo ci dedichiamo, sempre, con grande passione.

Nel 2022, anno al quale la Relazione si riferisce, il primo semestre è stato ancora segnato dalla pandemia globale mentre, dall'autunno in poi le attività sono, lentamente, ricominciate sebbene ancora in un quadro di incertezza, disorientamento e ricerca di un nuovo equilibrio.

Nonostante questo e anche in virtù del lavoro di analisi, riflessione e focalizzazione condotto nel 2021, la nostra **identità** è stata più chiara ai nostri clienti - oltre che a noi stesse - e i servizi che abbiamo offerto sono stati concentrati prevalentemente nell'area della **facilitazione di team**, dell'**executive coaching** e dell'**executive reflection**.



In tali attività abbiamo portato un nostro **approccio distintivo** che i clienti hanno premiato.

Questo ci ha consentito di aumentare in maniera significativa il fatturato, migliorando su un fattore che nel 2021 era stato valutato come punto di debolezza, e di tornare in utile.

Non siamo ancora al livello che ci consentirebbe maggiore serenità e alcuni investimenti nello sviluppo che da tempo desideriamo fare, ma ci sembra un dato positivo.

Abbiamo, inoltre, continuato a dare attenzione al miglioramento delle attività di controllo della gestione e alla costruzione di un solido sistema di *continuous feedback* con i nostri clienti.

In sintesi, **abbiamo conseguito il miglioramento desiderato** nei punti che avevamo identificato come target a valle delle valutazioni BIA e SABI dello scorso anno.

Sul piano della strategia abbiamo continuato una costante **pratica riflessiva** sulla nostra proposta di valore e sui modi in cui le stavamo dando attuazione, partendo dall'osservazione attenta e sistemica della realtà interna ed esterna alla nostra impresa e utilizzando i metodi che ci sono cari e che proponiamo anche ai nostri clienti.

Nel 2022 abbiamo rilevato ancora crescenti curiosità e attenzione, da parte della società e del mercato, per le Società Benefit e le B Corp, che è senz'altro un bene.

D'altra parte diventa sempre più importante inscrivere tali scelte in una **cornice di senso** solida e riconoscibile.

Per questo ci siamo dedicate, con la passione che ci è propria, alla promozione e alla revisione della traduzione di un testo che



consideriamo come una sorta di compendio delle basi scientifiche, filosofiche, organizzative ed economiche del modo di fare impresa che abbiamo scelto e che promuoviamo attivamente.

Si tratta di "**Holonomics**" di Simon Robinson e Maria Moraes Robinson, pubblicato in Italia da Ubiliber.

Siamo consapevoli che l'attuale crisi ambientale è qualcosa di più grande: è una crisi di '**visione del mondo**'. Per questo crediamo che, se la scienza e l'economia fossero integrate con una visione ecologica del mondo, ne avremmo una comprensione più vera e più profonda e saremmo finalmente in grado di dare

corpo a quel definitivo '**cambio di paradigma**' che tanto si auspica.

La **prospettiva ologomica** è ricca e trasformativa perché '**radicata nel profondo**' e costituisce, a nostro parere, quasi uno **stile di vita** oltre che di lavoro.

Non solo, pertanto, un 'buon modello' per rappresentare e analizzare la realtà complessa e favorire il suo cambiamento.

La sottostante dimensione spirituale, in *Holonomics*, appare qualificante e può '**dare un'anima**' - e una filosofia di riferimento - ai nuovi movimenti dell'**impresa sostenibile**.





Holonomics, quindi, appare come un libro particolarmente prezioso, perché, con rigore, accompagna, un passo dopo l'altro - senza salti, né buchi, né impliciti - nella comprensione di un diverso approccio possibile che può costituire una **proposta autenticamente e concretamente trasformativa**.

La 'messa in pratica' del pensiero ologonomico - di un modo di vedere nel quale scienza, economia ed ecologia non sono separate ma costituiscono un intero - consente di vedere il mondo e i sistemi nella loro interezza e di intraprendere azioni che 'tengono insieme' perché radicate nella capacità di 'vedere insieme' (senza separazione) il business, l'ambiente e le persone.

Bottega Filosofica è impegnata quotidianamente - '**walk the talk**' - nell'incarnare per prima il

cambiamento che vogliamo vedere realizzato nel mondo, adottando per noi - e proponendo ai nostri clienti - servizi e metodologie costruiti con un approccio riconoscibile come ologonomico, avendone sperimentato la **potenza trasformativa e rigenerativa** delle persone e del business.

E i nostri clienti, le società partner, e le reti in cui siamo appassionatamente impegnate, ci riconoscono un talento speciale nel prenderci cura della vita quotidiana delle persone e delle imprese e nell'accompagnarle nel processo di **trasformazione e continua evoluzione culturale e organizzativa** che hanno scelto di percorrere per avere - e aumentare - il proprio **impatto positivo** per il mondo.

Così, nel 2022, la conoscenza e la reputazione di Bottega Filosofica sul mercato sono aumentate e con esse anche il



volume e i risultati del nostro business, iscritto solidamente nella cornice dei nostri obiettivi di beneficio comune.

Questo non ci ha distratto dal grande impegno in attività no profit di varia natura che completano l'attuazione di tali obiettivi.

Progetti mirati per giovani e donne, iniziative per promuovere e sostenere l'inclusione e l'equità di trattamento tra persone appartenenti generi e generazioni diversi e con abilità differenti, partecipazione attiva ad associazioni professionali e di impresa, attività di scrittura e presenza come relatrici o docenti in corsi, convegni e altri eventi per diffondere la cultura dell'impresa sostenibile e capace di **"generare valore per tutti"**.

Alle attività no profit per la realizzazione dei nostri obiettivi di beneficio comune, nel 2022, abbiamo complessivamente

dedicato ca. il **20% del tempo di lavoro totale** disponibile in Bottega Filosofica.

Nelle pagine che seguono abbiamo cercato di raccontare, sentendo tutta la responsabilità della testimonianza in prima persona e della trasparenza dell'agire, tutto ciò che abbiamo realizzato nel 2022. Abbiamo illustrato le nostre motivazioni, la cornice in cui le nostre azioni si inscrivono, gli obiettivi che abbiamo raggiunto e come lo abbiamo fatto, cercando di arricchire la nostra narrazione con dati quantitativi oltre che qualitativi nella convinzione che nella misurazione ci sia del valore.

La Relazione d'Impatto per noi è il documento principe per conoscerci, auspichiamo che lo sia anche per chi ci legge.

1 Chi siamo



Fondata formalmente nel 2014, Bottega Filosofica è oggi un team di professioniste con esperienza più che ventennale come manager, consulenti, e coach (nel 2022, 5 persone, tutte donne di diversi *background* ed esperienza), operanti nella forma da ciascuna ritenuta più congeniale - *'open collaboration'*.

B Corp certificata dal 2017 e Società Benefit dal 2019

Costituita come srl, **Società Benefit** certificata **B Corp**, la società si rivolge a organizzazioni, professioniste e professionisti che, oltre che ampliare le proprie competenze, vogliono essere **migliori 'per il mondo'**.

Mettiamo a disposizione delle nostre e dei nostri clienti competenza ed esperienza consolidata nell'impiego dei metodi e degli strumenti offerti

dalla filosofia e dal pensiero sistemico per sostenere persone e organizzazioni nella costruzione dei loro percorsi evolutivi.

Disegniamo insieme contenitori 'sicuri' per l'apprendimento della sostenibilità (in tutte le sue componenti) vedendola come una *conditio sine qua non* per 'mantenere acceso' il futuro.

Mirando a coltivare e sviluppare le qualità interiori e le competenze riconosciute come indispensabili per attivare la trasformazione culturale e trattando, quindi, la sostenibilità 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 aumentare il bene comune, oltre che di realizzare il proprio business con i migliori risultati. 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.





La nostra vocazione

Pensare bene per generare valore per tutti

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

I nostri valori e presupposti

- Sostenibilità a 360°
- Autenticità
- Inclusione
- Approccio olistico
- Pensiero sistemico

Per approfondire: il [Codice GenEtico](#)

I nostri ambienti



Si propone come 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 eco-sistema, utilizzando come framework sistemico di riferimento quello degli Inner Development Goals.

Gli IDGs, infatti, costituiscono l'insieme delle qualità e competenze che tutti abbiamo bisogno di sviluppare e coltivare per conseguire gli SDGs, gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU.

IDG Adcademy è la nostra proposta di percorsi di esplorazione, di riflessione e di creazione con "mente aperta, cuore aperto e volontà aperta" in grado di "aiutare il futuro ad emergere" (Otto Scharmer).

È l'ambiente dedicato alle persone che vogliono migliorare se stesse e contribuire a rendere il mondo migliore.

E che vogliono:

- riconoscere e manifestare la propria essenza autentica
- apprendere come coltivare stili di vita più felici
- sviluppare partecipazione e cittadinanza attiva

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 quell'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, il loro impatto positivo.

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. Siamo inoltre costantemente impegnate nella traduzione degli 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, nel prosieguo il dettaglio.

Mentre, nel capitolo *approfondimenti* è presente un focus sugli SDGs su cui abbiamo impattato maggiormente nel 2022.

SDGs prioritari



SDGs prioritari	Il nostro impegno
	<p>Attraverso alcune nostre iniziative contribuiamo allo sviluppo di un'offerta educativa e formativa per l'apprendimento permanente di qualità per adolescenti e adulti</p>
	<p>Il nostro core team è composto da donne, lavoriamo attivamente per l'empowerment delle donne, praticiamo e promuoviamo l'inclusione e l'uguaglianza dei generi in tutti i campi</p>
 	<p>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</p>
	<p>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 Europe</p>
	<p>Siamo impegnate personalmente e nel business a promuovere e sostenere stili di produzione e consumo responsabili</p>
	<p>Siamo impegnate personalmente e nella società per contrastare il cambiamento climatico</p>
	<p>Creare partnership per avere maggiore impatto fa parte delle nostre strategie di sviluppo</p>

IDGs



INNER DEVELOPMENT GOALS
Transformational Skills for Sustainable Development



THE GLOBAL GOALS



Nel 2020 un gruppo di ricercatori, esperti e consulenti in leadership e sostenibilità, ha dato vita agli Inner Development Goals (Obiettivi di Sviluppo Interiore) per supportare lo sviluppo delle capacità interiori necessarie a sostenere la realizzazione degli SDGs.

Da una ricerca condotta su oltre 1000 soggetti, provenienti per lo più dal settore privato, è nato un framework di competenze con 5 aree e 23 competenze trasformativazionali.

Intorno ad esse si è costituita una comunità - che oggi conta oltre 3000 partecipanti - che, a partire dal framework, contribuisce attivamente a esplorare le qualità, le capacità e le competenze (cognitive ed emotive) individuali e collettive necessarie a sostenere il cambiamento culturale - nelle organizzazioni private e nelle istituzioni - per realizzare uno sviluppo sostenibile.

Noi e gli IDGs



L'importanza degli IDGs si manifesta a più livelli:

- 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 migliorare l'autoconsapevolezza, 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 tutte le conseguenti ricadute positive in ambito reputazionale ed economico-finanziario.

Porre l'attenzione sulle qualità e competenze identificate dagli IDGs nelle organizzazioni consente di sviluppare persone più consapevoli, coinvolte, responsabili e positive, aumentandone il benessere con conseguente aumento del benessere delle organizzazioni stesse come sistemi.

Gli IDGs costituiscono un'ottima mappa di sviluppo personale e professionale per chi voglia avere un "impatto positivo sul proprio ecosistema".

Sono una bussola per orientarsi verso quella transizione culturale che sola può concretizzare e rendere stabili nel tempo gli interventi delle 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 e utilizza costantemente il framework IDG per orientare la propria offerta di servizi per lo sviluppo personale e organizzativo.

In tal modo 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, di arricchirla con le esperienze di 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 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 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 **bene comune**, 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.





Valutazione d'impatto: criteri



Per la valutazione dell'impatto da noi generato nel 2022 abbiamo utilizzato due strumenti, diversi ma complementari:

- il **SABI** - Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa (<https://labuonaimpresa.it/sabi/>);
- il **BIA** - B Impact Assessment (www.bimpactassessment.net).

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, e sia perché ci consentono di avere contemporaneamente una visione più europea e una più globale.

Focus: il SABI, lo strumento di Autovalutazione della Buona Impresa

Per valutare il nostro impatto abbiamo utilizzato il SABI, Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa, che riteniamo adeguato ed esaustivo dal momento che osserva l'impresa come sistema attraverso i suoi **5 pilastri fondamentali**:

- La **Governance** (1), ovvero la definizione dell'impegno dell'impresa, l'adozione di processi strategici coerenti, la modalità di gestione e valutazione dei risultati.
- La Creazione di Valore attraverso **Prodotto** (2), **Lavoro** (3) e **Valore Economico** (4), ovvero la capacità di produrre un impatto attraverso i principali pilastri dell'attività di qualsiasi impresa.

**BUONA
IMPRESA**

Ciascuno di questi pilastri è osservato in 3 dimensioni: la capacità di creare valore; il fatto che lo crei in modo soddisfacente per gli stakeholder; la capacità di continuare a crearlo nel lungo periodo.

- La **Sostenibilità Sociale e Ambientale** (5), che guarda tutte le dimensioni sociali e ambientali rilevanti per l'attività d'impresa, valutando la capacità di gestirle in base al principio "*Do no relevant harm*".

I risultati su ciascuno dei pilastri sono descritti separatamente e poi osservati in modo sistemico, dando evidenza alle relazioni, ai condizionamenti reciproci e alle eventuali difformità.

Per questa Relazione d'impatto abbiamo impiegato il SABI 2.0. che si conferma per noi uno strumento prezioso, in quanto consente l'accesso a una valutazione sistemica dell'impresa e dell'impatto che genera nel suo complesso. E ci piace molto perché permette una valutazione anche qualitativa dell'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, nonché 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, 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.



Non solo per noi

Dal 2022 Bottega Filosofica è anche orgogliosamente partner di B Corp Way, una piattaforma creata dal team del B Lab Europe, che consente alle grandi imprese e alle multinazionali in Europa di trovare le società di consulenza B Corp che soddisfano le loro esigenze e che possono aiutarle a diventare più sostenibili.

I partner di B Corp Way hanno superato il rigoroso processo di certificazione B Corp e sono stati selezionati per le loro capacità, qualità e impegno verso il modo di fare impresa B Corp e di continuare a sviluppare offerte di servizi specifici per il mercato delle aziende che vogliono diventare più sostenibili.

4 Matrice di materialità

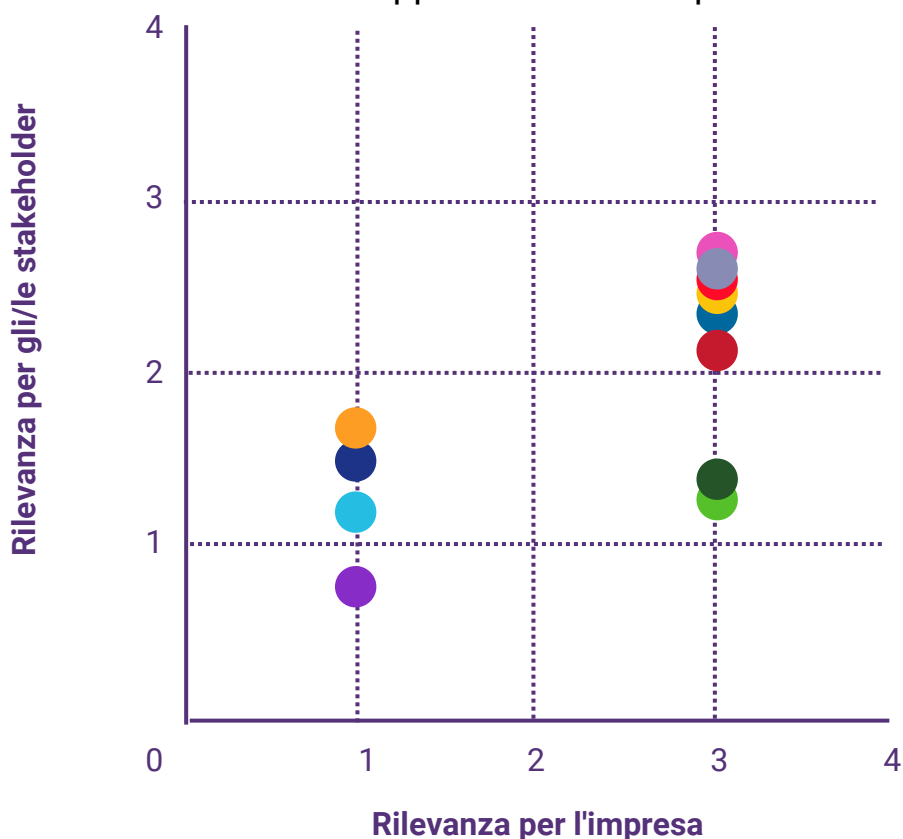
L'analisi di materialità consente di individuare gli aspetti più rilevanti per l'azienda e per i suoi stakeholder, giungendo a una visione di sintesi grazie all'intersezione dei risultati.

Per la redazione della matrice di materialità, in via prioritaria abbiamo identificato i nostri stakeholder chiave e chiesto loro di rispondere ad alcuni questionari di diverso contenuto, a seconda della tipologia di stakeholder intervistati.













La platea di stakeholder coinvolta nell'analisi è stata: lavoratrici, soci, clienti (sia committenti che clienti singoli dei nostri percorsi di coaching), fornitori.

Le risposte ricevute circa gli aspetti più rilevanti per Bottega Filosofica, sono state poi 'incrociate' con quelle date dall'impresa per se stessa.

Possiamo notare una buona coincidenza delle valutazioni per quanto riguarda gli elementi di natura sociale- Per quelli di natura ambientale emerge una maggiore dispersione, probabilmente, noi ipotizziamo, data dalla scarsa conoscenza di alcune caratteristiche della società da parte di qualche cliente singolo (coachee), con cui non c'è stata occasione di approfondire tali aspetti.



Nella tabella seguente l'elenco e la rilevanza registrata degli elementi di sostenibilità sociale e ambientale osservati.

Elementi osservati	Stakeholder	Bottega Filosofica
 Emissioni	1,25	3
 Acqua e scarichi idrici	0,85	1
 Ecosistema e biodiversità	1,25	3
 Sistemi di gestione ambientale	1,12	1
 Rifiuti	1,42	1
 Consumi energetici	1,64	1
 Salute e sicurezza dei clienti	2,20	3
 Salute e sicurezza sul lavoro	2,05	3
 Comunità locali	2,21	3
 Sistema di gestione della responsabilità sociale	2,51	3
 Diritti umani e del lavoro	2,75	3
 Diversità e non discriminazione	2,74	3

5

Valutazione d'impatto: i risultati in sintesi

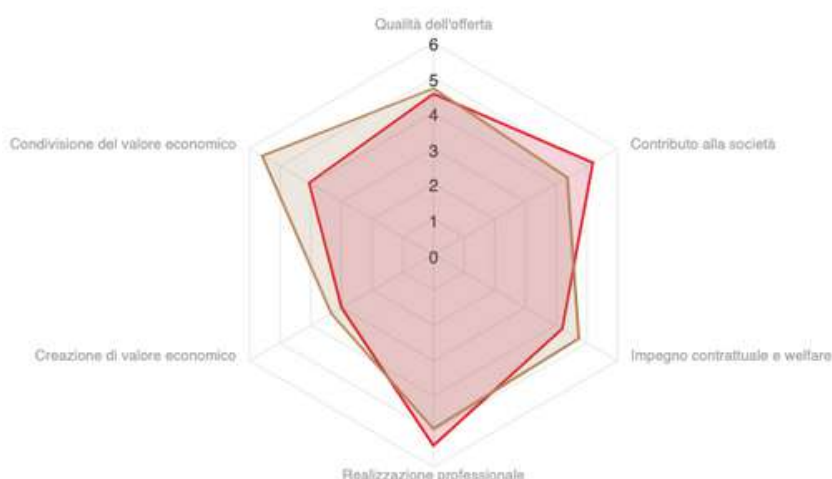


Riportiamo di seguito la sintesi delle valutazioni effettuate con il SABI e con il BIA, rimandando agli approfondimenti per ulteriori dettagli.

Con il SABI

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 2021

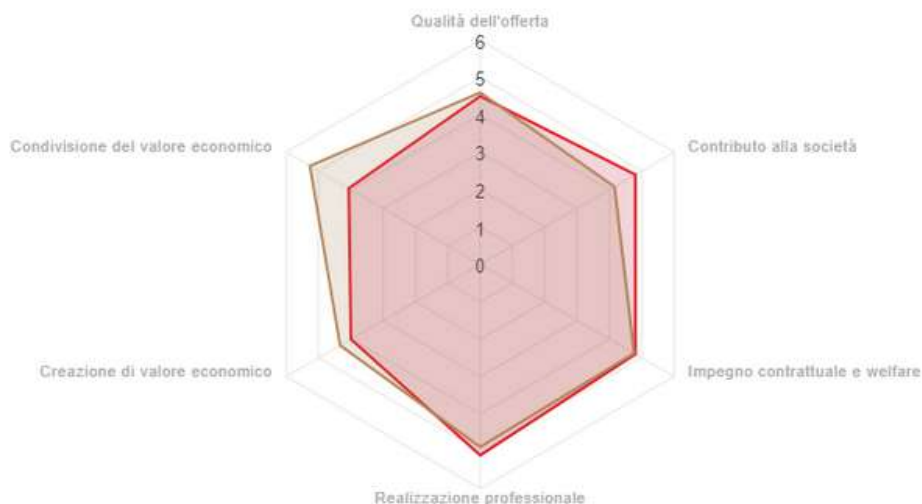
Il pilastro Valore economico migliorabile

Sostanziale accordo tra le valutazioni dell'impresa e quelle degli stakeholder

Anno 2022

Maggiore equilibrio tra i pilastri dell'attività d'impresa

Sostanziale accordo tra le valutazioni dell'impresa e quelle degli stakeholder, con un numero molto maggiore di stakeholder diversi interpellati



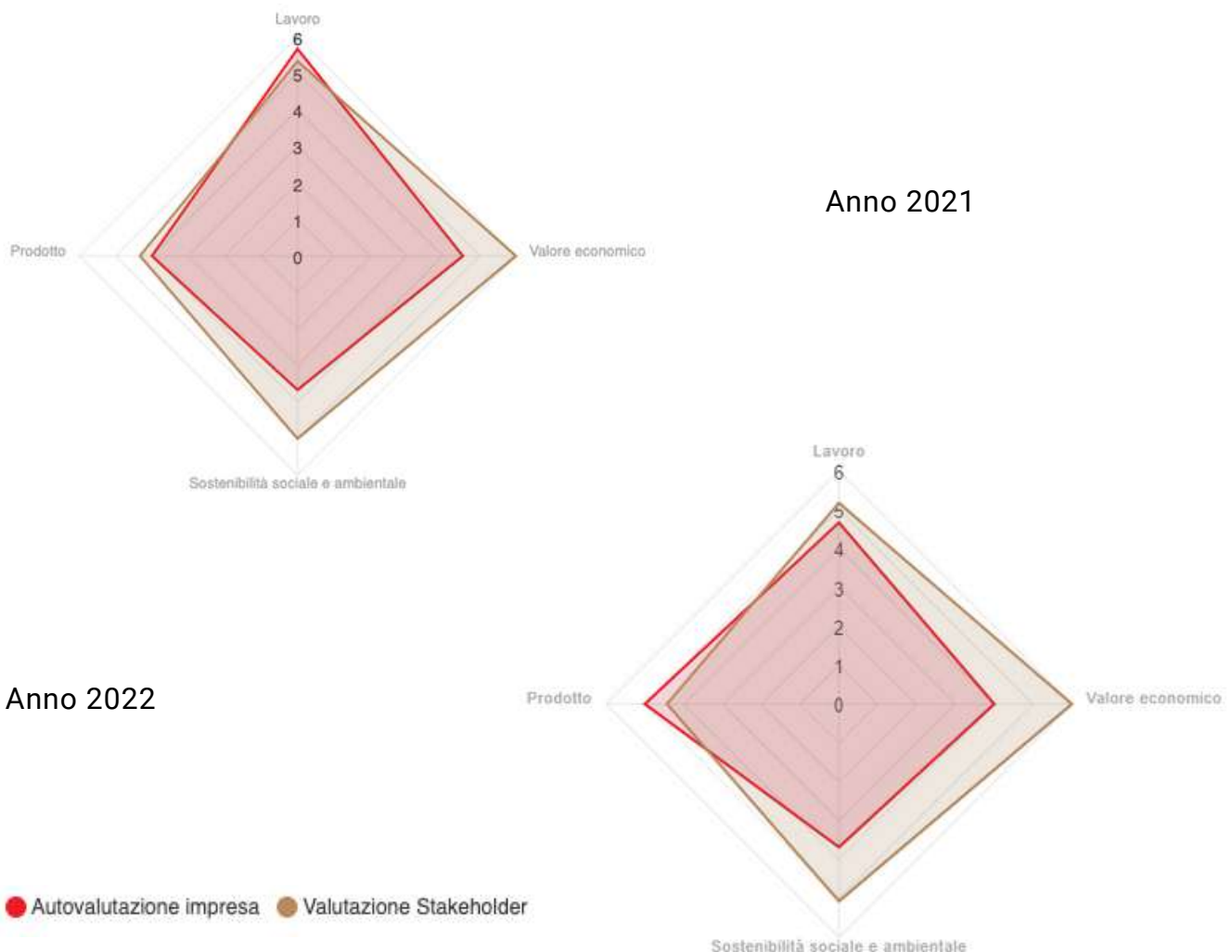
● Autovalutazione impresa ● Valutazione Stakeholder

La sostenibilità nel tempo della Creazione di Valore

Questo grafico guarda alla capacità di continuare a generare valore per la società nel lungo periodo.

Nei tre vertici superiori, vengono rappresentate le “terze dimensioni” relative a Prodotto, Lavoro e Valore economico (rispettivamente: sostenibilità dell’offerta, sostenibilità organizzativa, sostenibilità economica).

Il vertice inferiore invece, rappresenta la valutazione di sintesi rispetto alla Sostenibilità Sociale e Ambientale, interpretata come un fattore determinante per garantire il successo nel tempo dell’attività di impresa.



E' significativamente aumentato il numero degli stakeholder coinvolti e la loro fiducia nella capacità dell'azienda di continuare a creare valore per tutti rimane elevata. Siamo contente che i nostri stakeholder apprezzino il nostro impegno, ci riconoscano coerenti e con un potenziale di sviluppo significativo ed equilibrato .

L'impatto generato sugli SDGs

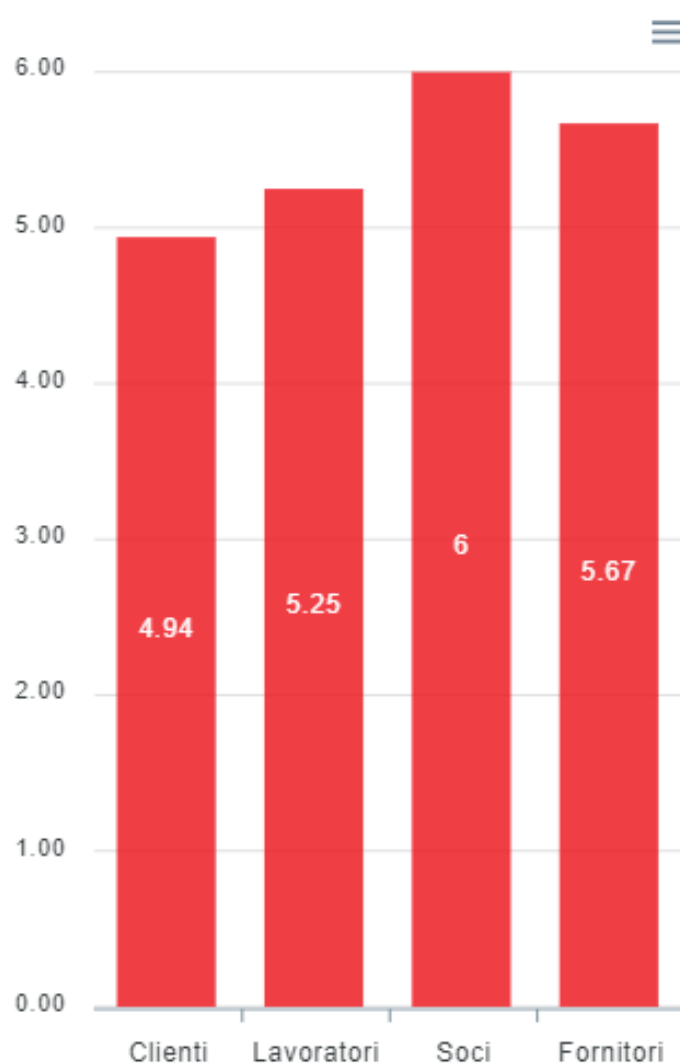
Di seguito vengono ricapitolati gli SDGs su cui l'impresa produce un impatto positivo attraverso la sua attività, con i dettagli degli elementi che lo hanno generato.

È considerato impatto positivo se la valutazione media complessiva dell'elemento data dall'impresa e dalle 4 categorie di Stakeholder è superiore a 3,5.

3 SALUTE E BENESSERE 	Welfare aziendale e benefit attraverso il prodotto	4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ 	Formazione e sviluppo professionale
5 PARITÀ DI GENERE 	Welfare aziendale e benefit Valorizzazione delle differenze e Inclusione Creazione e remunerazione del lavoro attraverso il prodotto	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 	Qualità dei rapporti con i fornitori Welfare aziendale e benefit Prospettive e tutela dei lavoratori Riconoscimento Redditività Solvibilità Condivisione con i lavoratori Reinvestimento degli utili Creazione e remunerazione del lavoro
9 IMPRESE INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE 	attraverso il prodotto	10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE 	Qualità dei rapporti con i fornitori Welfare aziendale e benefit Prospettive e tutela dei lavoratori Valorizzazione delle differenze e Inclusione Creazione e remunerazione del lavoro
11 CITÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI 	Filantropia	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 	Sostegno all'indotto
17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI 	attraverso il prodotto		

Valutazione conclusiva

Questo grafico rappresenta la valutazione complessiva data dagli stakeholder sulla capacità dell'impresa di svilupparsi in armonia con la società nel suo complesso, ovvero il suo saper essere una "Buona Impresa". E' forse l'indicatore più rilevante rispetto alla capacità dell'impresa di crescere in armonia con il contesto, facendo leva su quella che il Modello della Buona Impresa chiama *"la sostanziale coincidenza di interessi"* con gli interlocutori prioritari.



SABI: non solo per valutare ma anche per crescere e migliorare

In Bottega Filosofica utilizziamo SABI anche come supporto strategico-gestionale. Monitorando con SABI le nostre attività, scegliamo più consapevolmente su quali focalizzarci e quali altre implementare per migliorare il nostro impatto.



Con il BIA



Nel primi mesi del 2022 abbiamo ottenuto il rinnovo della nostra certificazione B Corp (su base 31/12/2021).

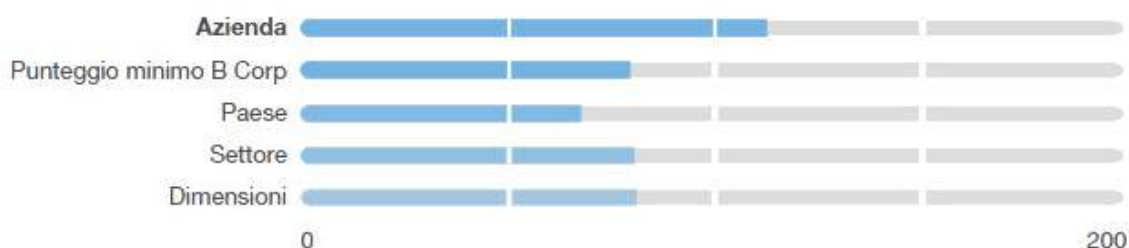
Il punteggio, certificato da B Lab, con la compilazione del BIA, è stato di **109.6**.

A fine anno abbiamo utilizzato nuovamente il BIA in autovalutazione per il 2022 e il nuovo punteggio sintetico ottenuto è stato di **113.1**, mostrando il frutto di alcuni miglioramenti introdotti come obiettivi dell'anno.

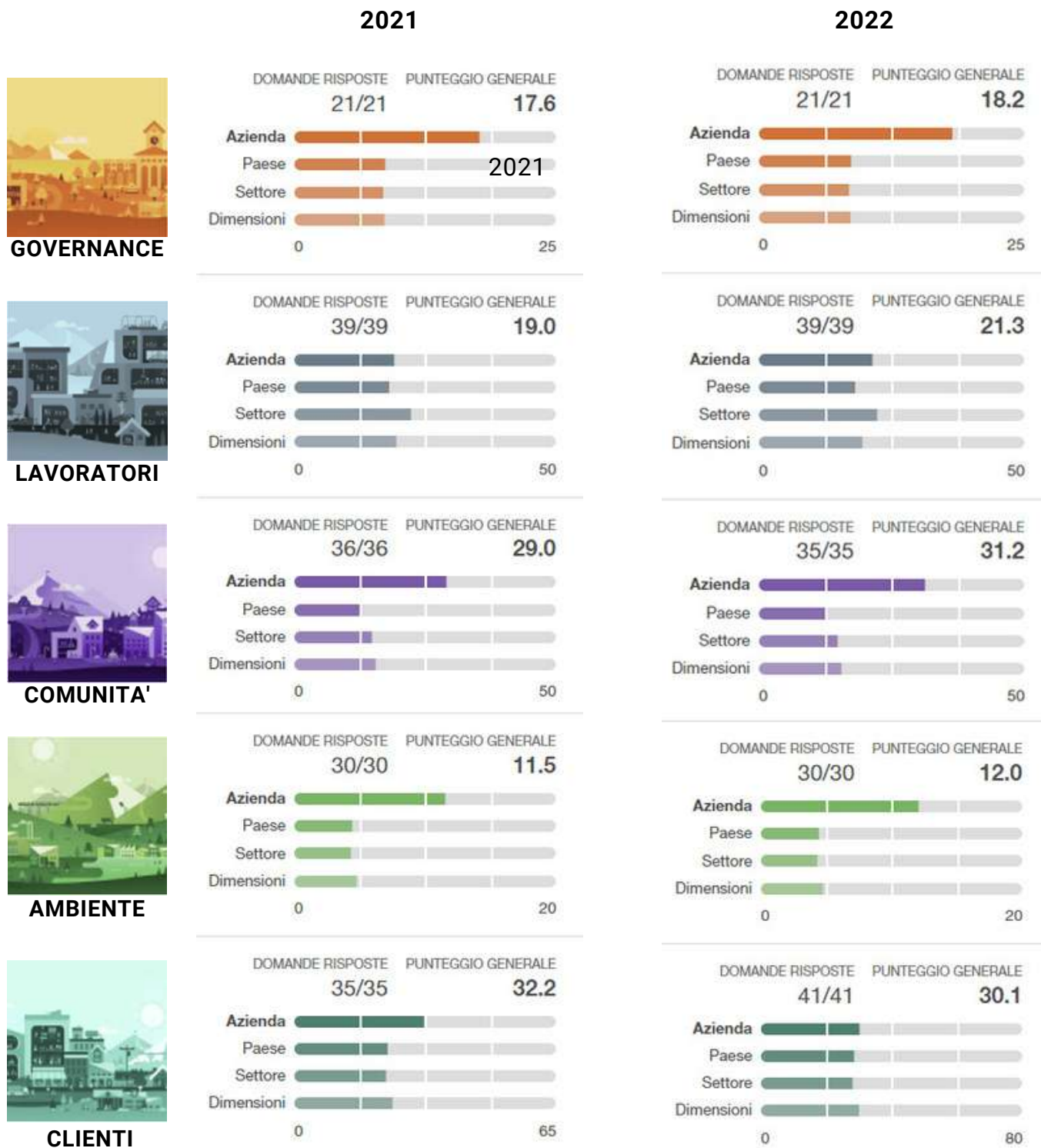
Punteggio complessivo: B Impact Score

Bottega Filosofica

Data di fine dell'anno fiscale 31 Dec 2022



BIA nel dettaglio delle aree di valutazione



In generale, i punteggi per area sono leggermente aumentati. L'area clienti mostra un leggero calo, a causa di un aggiornamento del questionario BIA che considera in modo diverso (non più separatamente) una delle attività del nostro core business

Alcune considerazioni sull'impatto

Una recentissima ricerca condotta da GoodPoint articola le Società Benefit in 5 cluster, sulla base dei loro obiettivi di beneficio comune. In base a tale classificazione, Bottega Filosofica si colloca tra quelle che sono state definite "**Impact Booster**". Questo, tra l'altro, coerentemente con il nostro modello di business di riferimento ai fini della certificazione B Corp. Ma cosa significa?

Significa, in sintesi, essere una sorta di "ambasciatori dell'impatto", imprese che attraverso il loro core business perseguono il Beneficio Comune generando impatto in modo indiretto, ovvero amplificando l'impatto positivo (o riducendo quello negativo) di altre organizzazioni e imprese.

Questo rende difficile misurare direttamente l'impatto attraverso dei KPI. Si tratta, infatti, nel nostro specifico, di azioni finalizzate alla trasformazione culturale e organizzativa che mirano al cambiamento sistemico di strategie e comportamenti per aumentare la sostenibilità complessiva.

L'impatto di tali azioni si manifesta in un tempo anche molto differito e, pur essendo stato 'innescato' o 'amplificato' dal nostro intervento, viene nutrito dall'organizzazione, in modo sistemico, con molti altri elementi.





In sintesi:

- La nostra valutazione d'impatto esamina direttamente il nostro comportamento di 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,
- il raggiungimento degli obiettivi - che in ogni caso cerchiamo di definire anche in maniera quantitativa - viene valutato quali-quantitativamente. Infatti, per quanto detto finora, è complesso misurare, in senso stretto, l'impatto utilizzando dei KPI a questo correlati,
- dal momento che il nostro core business é la trasformazione culturale, il nostro impatto è solitamente diretto su pochi, ma indiretto su molti

Un esempio concreto

Bottega Filosofica conduce, in un'impresa cliente, un intervento di Team coaching che coinvolge i primi riporti dell'AD, finalizzato ad aumentare la consapevolezza dei partecipanti sui temi della sostenibilità a 360°, affinché, attraverso l'esercizio del loro ruolo, aumentino il livello di sostenibilità dell'intera organizzazione.

Sia la funzione committente che i partecipanti (i clienti del nostro lavoro) danno un feedback positivo sull'effetto trasformativo del lavoro fatto insieme.

Questo può essere certamente considerato un impatto ma, affinché questo si dispieghi pienamente, è necessario attendere che l'organizzazione evolva - in maniera non sempre misurabile quantitativamente e sinteticamente - in conseguenza del loro cambiamento.



⑥ I nostri obiettivi 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.

Obiettivo di massimizzare il proprio impatto positivo

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.

[...] 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



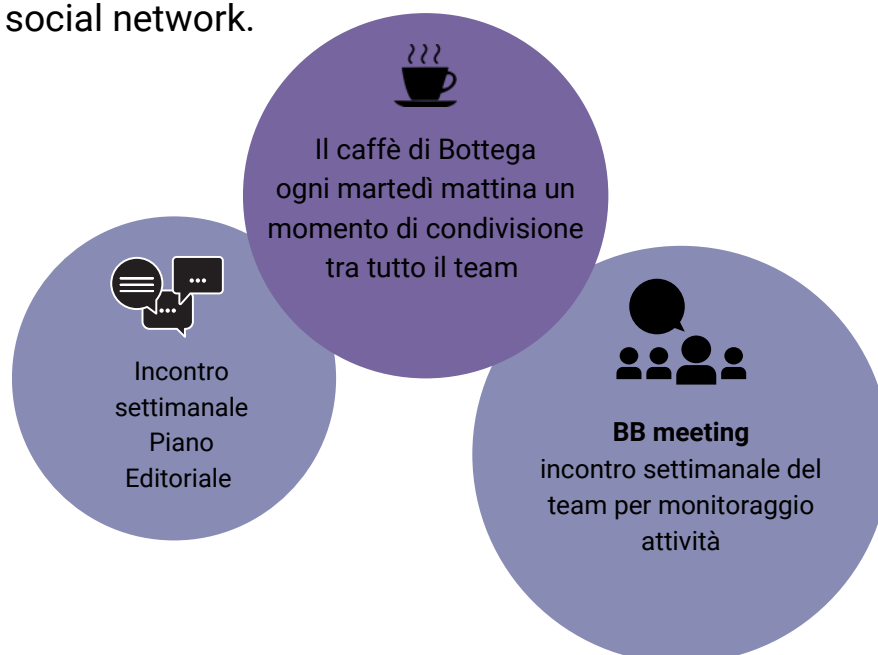
Leadership condivisa

Il protrarsi della crisi derivante da COVID-19 ha sicuramente influito sulle nostre attività nella prima parte dell'anno, ma abbiamo sfruttato quei mesi per riorganizzare alcuni elementi, focalizzare le nostre strategie e meglio posizionare i nostri servizi.

Essendo ormai consolidate nelle due sedi di Roma e Milano, per dare concretezza al modello di leadership condivisa che abbiamo scelto di darci e per mantenere il massimo di integrazione e di confronto, abbiamo continuato ad onorare due appuntamenti fissi:

- il **caffè di Bottega**: ogni martedì mattina il team si incontra per condividere i propri aggiornamenti e talvolta anche darci feedback sulla qualità del nostro stare insieme. Un'occasione per nutrire la nostra relazione e vederci e per iniziare la giornata con la giusta carica.
- **BB meeting**: ogni venerdì pomeriggio il team si incontra per monitorare l'operatività aziendale e sintonizzarsi sull'attuazione delle strategie.

e ne abbiamo aggiunto un terzo, per mantenere coerente nel tempo, ma sempre aggiornata al presente, la nostra **strategia di comunicazione** e per mantenere completamente condiviso il piano editoriale delle Newsletter e della nostra presenza sui social network.





I nostri risultati vs. gli obiettivi in sintesi

Nel 2022 abbiamo formalmente ricevuto il rinnovo della certificazione B Corp e questo ci ha dato uno stimolo ad essere ancora più attive nella comunità internazionale.

Percorrendo l'anno a ritroso e analizzando gli obiettivi che ci eravamo prefissate in relazione agli obiettivi di Beneficio Comune di Bottega Filosofica, possiamo definirci soddisfatte del lavoro svolto e siamo pronte ad investire ancora sul nostro miglioramento.

Abbiamo mantenuto fede al nostro impegno di disegnare ed erogare tutti i servizi di Bottega Filosofica in logica B e questa è stata ed è una caratteristica che i nostri clienti apprezzano anche quando non è una loro specifica richiesta.

E' continuato, inoltre, il nostro impegno per diffondere la conoscenza della Società Benefit e del Modello della Buona Impresa, favorendo la riflessione su come questi possano essere adottati come framework virtuosi di sviluppo dell'azienda e delle persone.

Attraverso le nostre attività e i servizi erogati nel 2022, gli obiettivi che abbiamo soddisfatto, pienamente o parzialmente, sono stati:

- realizzare almeno 5 iniziative (workshop e consulenza) in materia di D&I 😊
- promuovere e/o contribuire almeno a 2 progetti di sviluppo territoriale in chiave B 😊 😞
- Digitalizzare, prototipare ed erogare percorsi originali di sviluppo della leadership autentica e dell'empowerment delle donne: dei 5 percorsi che ci eravamo prefissate come obiettivo target, pur essendo riuscite a digitalizzarli tutti, siamo riuscite a prototiparne ed erogarne solo uno a causa del venir meno di possibili partnership con network femminili significativi 😊 😞
- Definire il design e realizzare nuovi contenuti per almeno 4 percorsi delle Academy . Le nostre Academy sono state completamente riorganizzate nell'articolazione e nei percorsi e riunite in un unico luogo 😊



- Offrire gratuitamente strumenti e occasioni di autoformazione e di consapevolezza di sé e dei contesti alle persone e alla comunità con un impegno di ca. 20 giornate persona equivalenti 😊
- Offrire a tutte le collaboratrici almeno 1 opportunità ciascuna di formazione esterna 😊
- Costruire almeno 4 nuove partnership di interdipendenza con B Corp e Società Benefit per sviluppare progetti in comune 😊
- Partecipare come relatrici a eventi e iniziative per promuovere la cultura B e scrivere articoli in merito su riviste, newsletter, ecc. con un impegno di ca. 60 giornate persona equivalenti 😊
- Aderire e partecipare attivamente a 6 organismi nazionali e internazionali che sostengono lo sviluppo della cultura B in diversi campi 😊
- Adottare strumenti di feedback strutturati per avere maggiori informazioni da parte dei clienti 😊
- Favorire la formazione dei/delle giovani sui temi dell'inclusione e della sostenibilità attraverso percorsi dedicati 😊
- Proseguire nella pubblicazione regolare delle due newsletter "Pausa." e "Pensare B", per offrire gratuitamente strumenti e occasioni di autoformazione e di consapevolezza di sé e dei contesti alle persone e alla comunità (19 uscite di Pensare B su un obiettivo di 21 e 6 uscite di Pausa. su un obiettivo di 11) 😞
- Promuovere e diffondere nuovi modelli organizzativi ed economici volti a una maggiore sostenibilità, attraverso la traduzione e postfazione di 'Holonomics' e la partecipazione a 4 gruppi di lavoro e/o ricerca 😊



Focus sugli obiettivi di beneficio comune perseguiti attraverso le attività profit

Obiettivi di beneficio comune interessati

- *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*

La nostra offerta business nel 2022 è riconducibile, sostanzialmente, al supporto a organizzazioni e imprese per la **trasformazione/evoluzione culturale** nella direzione della **sostenibilità a 360°**, con particolare attenzione alla **sostenibilità umana e sociale**, alla **DEI (Diversity, Equity & Inclusion)**, allo sviluppo di una **leadership saggia e sistemica** diffusa.



Attività: Executive Coaching e Executive Reflection

Nel 2022 è proseguita l'attività di Executive Coaching ed è stata avviata l'attività di Executive Reflection.

Due attività che hanno l'obiettivo di accompagnare e sostenere manager e leader di organizzazioni in un percorso di consapevolezza e azione, coerentemente con le aspettative personali e dell'organizzazione:

- a fronte di sfide ben identificate e specifici obiettivi di ruolo da raggiungere, in una logica di sense making e sostenibilità umana, nel caso dell'Executive Coaching
- a fronte di un processo di trasformazione culturale e organizzativa che mira al cambiamento sistemico di strategie e comportamenti per aumentare la sostenibilità complessiva, nel caso dell'Executive Reflection.

Impatto

Accompagnare manager e leader con attività di *executive coaching* ed *executive reflection*, crea un doppio impatto: diretto su queste persone, indiretto su tutte le persone che, a loro volta, lavorano e interagiscono con loro (diretti collaboratori e altri stakeholder).

Nel 2022 abbiamo accompagnato in questi percorsi circa **25 persone**, tra manager e leader (impatto diretto), creando un impatto indiretto che ha potenzialmente raggiunto più di **1.000 persone**.



Attività: Facilitazione Team di lavoro

Nel 2022 è proseguita anche l'attività di **facilitazione di team di lavoro**, in aziende di settori molto diversi tra loro (ad es.: elettromedicale, cosmetica, cartario, ristorazione).

L'attività di facilitazione porta ad acquisire consapevolezza (individuale e collettiva) rispetto a un tema specifico per come si presenta nello stato attuale, a immaginarlo nel suo stato futuro (come si vuole che si trasformi e diventi), per poi co-creare le azioni che devono essere messe in campo, a livello sia di singola persona che di team, per poter costruire lo stato futuro desiderato.

Esempi di tematiche oggetto degli interventi di facilitazione realizzati nel 2022:

- come poter essere partner per il Business e garante per il Cliente/Paziente, in un equilibrio fatto di sostenibilità, rispetto della normativa, innovazione tecnologica e tutela del paziente (funzione *Quality Assurance*)
- come far sì che tutte le persone del team si sentano parte integrante di un vero team, ognuno mostrando le sue unicità e accogliendo le unicità degli altri (funzione *Quality Assurance*)
- come costruire le condizioni affinché il gruppo diventi e si senta un team collaborativo e coeso, e trovi un nuovo modo di lavorare, più contemporaneo e al servizio di un'azienda votata all'eccellenza e all'innovazione. Un modo di lavorare che favorisca un contesto di lavoro sostenibile e rigenerativo (funzione *Human Resource*)
- come cambiare la cultura organizzativa e il modello di leadership, in un'ottica di maggiore sostenibilità sistemica (direttori di una azienda di servizi, capi di *plant* e loro *middle manager*, capi negozio, capi reparto in aziende produttive)
- quali linee guida definire in ottica DEI, valide sia internamente - nei confronti dei e delle dipendenti - che esternamente - nei confronti dei e delle clienti - (tutto il personale di una azienda di comunicazione e advertising)

- sviluppo consapevolezza delle tematiche DEI e definizione partecipativa di comportamenti inclusivi ed escludenti dell'impresa verso l'interno e verso i clienti (capi negozio azienda retail)

Impatto

Nel 2022 abbiamo coinvolto in attività di facilitazione e accompagnato in questi percorsi circa **180 persone** (impatto diretto), creando un impatto indiretto che ha potenzialmente raggiunto circa **2.500 persone** nelle aziende e un numero imprecisabile di clienti esterni attraverso di loro.

Attività: Advisory strategico

Nel 2022 abbiamo, inoltre, affiancato figure apicali nel definire e indirizzare/ implementare progettualità evolutive e impattanti sull'organizzazione, in un'ottica sistemica e di sostenibilità a 360°.

Impatto

Sono stati coinvolti 2 CEO (impatto diretto), creando un impatto indiretto che ha potenzialmente raggiunto circa 250 persone.

Impatto diretto:

ca. 210 persone

(CEO, executive, middle management)

Impatto indiretto:

ca. 4000 persone



Focus sugli obiettivi di beneficio comune perseguiti attraverso attività no profit



Obiettivo di beneficio comune interessato

- *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*

Attività



Da gennaio 2022 Bottega Filosofica è diventata **partner di B Corp Way**, una piattaforma creata nell'ambito del movimento europeo delle B Corp certificate, per offrire consulenza specializzata B alle grandi imprese e alle multinazionali in Europa. Attività di scambio di esperienze e co-costruzione di pratiche e strumenti (impegno: 4 giornate persona equivalenti)

B Corp Month - Marzo. Il titolo e il tema del 2022 è stato *Behind The B*: un invito a guardare dietro le quinte della comunità di imprese che vogliono essere buone per il Mondo e anche dietro le quinte delle singole imprese stesse.

Noi di Bottega Filosofica abbiamo partecipato con:

- porte aperte a Bottega: per tutto il mese di Marzo abbiamo tenuto aperte le porte della sede di Roma a chi avesse avuto voglia di venire a guardare da vicino e da dentro la nostra B Corp.
- Masterclass "Cosa puoi fare per la sostenibilità sociale: best practice e progetti concreti", organizzata insieme a Goodpoint (un'altra B Corp) il 16 marzo cui hanno partecipato ca. **30 persone** (impatto diretto) sul tema
 - un articolo per The Good In Town
 - un articolo per B Lab

(impegno: 2 giornate persona equivalenti)



Interventi su SABI, Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa:



- testimonianza webinar "SABI 2.0 Strumento per l'autovalutazione della buona impresa" organizzato da Assobenefit
- intervento nel webinar "Dal reporting di sostenibilità alla valutazione d'impatto e alla comunicazione. Evoluzione normativa e standard di valutazione" organizzato da ODCEC Milano
- partecipazione nel eBook collettaneo
- "Linee guida per la valutazione d'impatto delle società benefit e la rendicontazione sociale" edito da Wolters Kluwer Italia con un capitolo su SABI
- docenza su Buona Impresa e SABI nell'ambito del Corso per Valutatori/trici d'impatto organizzato da GoforBenefit

(impegno totale: ca. 6 giornate persona equivalente - **impatto diretto ca. 30 persone**)

Altre attività di dissemination su Sostenibilità 360°, Società Benefit e B Corp:



- intervento su sostenibilità sociale presso il Canova Club di Roma
- interventi sul tema in ambito EMCC Italia
- partecipazione ricerca società benefit università di Verona

(impegno ca. 3 giornate persona equivalenti - **impatto diretto ca. 30 persone**)



Docenza (a cura di Myriam Ines Giangiacomo) nel modulo "Filosofia nelle Organizzazioni per costruire sostenibilità" del Master di II livello "Pratiche filosofiche e consulenza filosofica" dell'Università di Roma Tre (impegno ca. 6 giornate persona equivalenti - **impatto diretto 10 persone**)



Realizzazione workshop su "Prendere decisioni efficaci - dall'osservazione al piano d'azione" per imprenditori a impatto positivo (impegno ca. 2 giornate persona equivalenti - **impatto diretto 10 persone**)



Realizzazione workshop on line per **ca. 1000** manager e consulenti cinesi sul tema "Mentoring, an opportunity for all" finalizzato a contribuire a diffondere modelli di apprendimento cooperativi e generativi in Cina (impegno ca. 3 giornate persona equivalenti)



Realizzazione percorso formativo per Re-generation 23 APS (6 under 35) nell'ambito del progetto "W.A.W. - Women At Work" sulla facilitazione di workshop per agevolare donne svantaggiate a rientrare nel mondo del lavoro dopo la maternità (impegno ca. 6 giornate persona equivalenti - attività con gettone di presenza - **impatto diretto 6 persone, impatto indiretto ca. 60**)



Tutte le partner di Bottega Filosofica sono faculty del programma internazionale per lo sviluppo della leadership delle donne *Coming Into Your Own* e partecipano regolarmente alla vita della community, portando il loro contributo.



Nel 2022 è stata realizzata la prima edizione online del programma in italiano alla quale hanno partecipato **8 donne**, delle quali solo 1 è stata finanziariamente sostenuta dalla propria azienda, 5 hanno pagato quanto hanno potuto (in media ca. la metà della quota), 2 hanno partecipato gratuitamente.

Inoltre il 20% del fatturato è stato donato a Casa Sant'Anna Onlus che accoglie e offre sostegno alle persone in difficoltà, con particolare attenzione alle mamme con bimbi.

(impegno: 5 giornate persona equivalenti - **impatto diretto 8 persone, indiretto ca. 30**)

Nell'ambito del progetto **B Corp School** abbiamo offerto la nostra mentorship delle/gli alunne e alunni di una classe 3^a dell'IIS Enzo Ferrari di Roma.

1 progetto per la riduzione degli sprechi e la gestione dei rifiuti nelle aree verdi, 534 ore di PCTO (ex alternanza scuola-lavoro) svolte in tutto dai 20 student* della classe: 1 evento organizzato dalla classe nel corso del progetto, Sviluppo da parte della classe di 3 pagine social e una pagina web, 4 SDGs trattati nei progetti degli studenti: 12; 13; 15 e 17.

(Impegno: 5 giornate persona equivalenti - **impatto diretto ca. 25 persone**)



Nel 2022 abbiamo continuato la nostra collaborazione con gli istituti scolastici, offrendo la nostra esperienza e le nostre competenze per realizzare un percorso di orientamento scolastico e professionale dedicato alle classi del triennio di un liceo di Milano (indirizzo scientifico e indirizzo scienze umane).

Il percorso ha previsto le seguenti attività:

- Introduzione al mondo del lavoro, attraverso un incontro con dei professionisti. Per conoscere, attraverso le diverse storie personali: cosa significa, per ciascuno, svolgere il proprio lavoro, quale strada è stata percorsa per arrivare a farlo, quali ostacoli sono stati incontrati e come si sono superati, quali opportunità sono state colte.
- Pratica riflessiva sull'esperienza alternanza scuola-lavoro. Per fare tesoro di ciò che si è scoperto e imparato e metterlo a fattor comune con i compagni, così da stimolare una riflessione su se stessi e sul mondo del lavoro e acquisire maggiore consapevolezza.

(impegno: 6 giornate persona equivalenti - attività con gettone di presenza - **impatto diretto ca.110 persone**)



Pubblicazione della versione in lingua italiana del libro "*Holonomics. Il pianeta e le persone al centro dell'economia*", per il quale, oltre ad aver revisionato la traduzione, Bottega Filosofica (Myriam Ines Giangiacomo) ha scritto la postfazione e rilasciato diverse interviste.



Le aziende di tutto il mondo stanno affrontando situazioni economiche e sociali in rapido cambiamento. I leader e i manager sono chiamati a rispondere con idee nuove e strategie innovative. Perché il futuro sia sostenibile, nel business si deve adottare un modo di pensare "olonomico", una comprensione dinamica e autentica delle relazioni all'interno del sistema aziendale. L'olonomia offre una nuova visione del mondo, in cui economia ed ecologia trovano l'equilibrio. Un approccio interdisciplinare al business che, tendendo ad un futuro più sostenibile, mette il pianeta e le persone al centro dell'economia.

(impegno: ca. 20 giornate persona equivalenti)



Articolo "Società Benefit tra Business e solidarietà sociale" per *MIT Sloan Management Review Italia*

(impegno: ca. 3 giornate persona equivalenti)



Pubblicazione regolare, nel 2022, di entrambe le nostre newsletter, "Pensare B" e "Pausa."

- *Pensare B* è una newsletter quindicinale gratuita, rivolta prevalentemente al mondo del business, in cui sono presenti semi di pensiero e spunti per agire nel Mondo in modo più efficace ed essere ed essere persone, organizzazioni o imprese costantemente

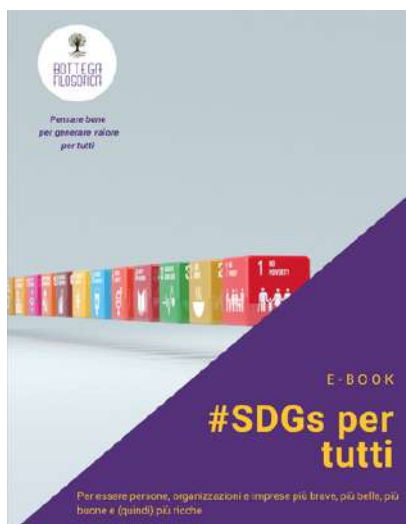
#piùbravepiùbellepiùbuonepiùricche
21 numeri pubblicati

(impegno: ca. 40 giornate persona equivalenti)

- *Pausa.* è una newsletter mensile rivolta alle persone attraverso la quale vengono offerti contenuti per la riflessione e l'auto-sviluppo personale nell'ottica della sostenibilità, della resilienza e della antifragilità di individui e comunità.

12 numeri pubblicati

(impegno: ca. 20 giornate persona equivalenti)



nel 2022 è proseguita la vendita di #SDGs per tutti, in cui sono proposte possibili declinazioni degli obiettivi sostenibili dell'Agenda 2030 dell'ONU a livello di individui e famiglie. In forma di e-book è pubblicato su Amazon e Lulu.

Il ricavato dalle vendite è interamente devoluto a Casa Sant'Anna Onlus che accoglie e offre sostegno alle persone in difficoltà, con particolare attenzione alle mamme con bimbi.



Obiettivi di beneficio comune interessati

- *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*

Attività

Bottega Filosofica è focal point EMCC (*European Mentoring and Coaching Council*) Italia per l'*Organizational Coaching* (coaching all'organizzazione), in tale ambito è stato affinato il modello già delineato lo scorso anno - che tratta l'organizzazione come organismo vivente e favorisce il coinvolgimento di tutti gli stakeholder interni in processi di cambiamento culturale sostenibili - in vista di una futura pubblicazione.

E', inoltre, dal 2022 focal point per l'*Executive Reflection*, una relazione strutturata e confidenziale con un partner riflessivo esperto e fidato rivolta a leader e dirigenti che operano in ambienti ad alta pressione e che raramente hanno l'opportunità di fermarsi, pensare e riflettere, per esplorare criticamente le loro azioni, decisioni e comunicazioni o contemplare il loro approccio al lavoro e alla vita in ottica di maggiore sostenibilità sistemica

(impegno: ca. 10 giornate persona equivalenti
impatto diretto: ca. 100 persone)



Obiettivo di beneficio comune interessato

- *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.*

Attività



Partecipazione della CEO alla 1^a edizione del *B for Good Leaders Summit* (Roma 16 e 17 giugno) offrendo anche una attività di staff volontaria
(impegno: 9 giornate persona equivalenti)



Partecipazione attiva a due eventi di Walls Down (4-5 luglio a Pollenzo e 27-28 ottobre a Certaldo).

Walls Down - progetto al quale abbiamo aderito nel 2022 - è una iniziativa nata nel novembre 2019, dai tavoli di lavoro dell'associazione Quinto Ampliamento, e intende costruire, sulla base del confronto e del dialogo tra il mondo del profit e quello del no profit, un ecosistema di operatori che faciliti una forma di collaborazione rivolta a concretizzarsi in progetti innovativi ad impatto socio-ambientale.

(impegno: 6 giornate persona equivalenti)



Partecipazione, in qualità di facilitatrici - con un proprio format ad hoc - di processi di acquisizione di competenze per lo sviluppo di progetti di business sostenibili sui territori, alle due edizioni - Bracciano (giugno) e Roseto Capo Spulico (settembre), di JazzInn 2022, l'evento della Fondazione Ampioraggio che favorisce l'incontro tra innovatori, aziende, investitori e istituzioni con l'obiettivo di generare ricadute positive per le imprese e per i territori, in particolare del Sud Italia, nella logica dell'*open innovation* tecnologica e sociale.

(impegno 12 giornate persona equivalenti - **impatto diretto: ca. 50 persone**)

Partecipazione al Festival dello Sviluppo Sostenibile 2022 attraverso la realizzazione di tre eventi in tre città diverse:

- Milano, 5 ottobre - "*Dietro a ogni buona impresa c'è una buona formazione: il concetto di 'Holonomics'*" (in collaborazione con Edizioni Green Planner SB)
- Roma, 17 ottobre - "*Holonomics e Buona Impresa: come trovare un senso profondo per l'economia e il business*"
- Firenze, 6 ottobre - "*Holonomics e Buona Impresa: come fare l'impresa sostenibile per tutti*" (in collaborazione con Qu.in.)

(impegno: 6 giornate persona equivalenti - **impatto diretto: ca. 70 persone**)





4 WEEKS 4 INCLUSION

Organizzazione insieme a Goodpoint SB dell'evento "DE&I come scelta identitaria per l'azienda e strategica per il suo mercato: il caso Dentsu Creative", in occasione di 4 Weeks 4 Inclusion, la maratona in corso dal 14 novembre al 6 dicembre, ricca di eventi per sensibilizzare sui temi dell'inclusione e della valorizzazione delle diversità.

(Impegno: 3 giornate persona equivalenti)



Collaborazione costante con la fondazione Buon Lavoro per la diffusione del "Modello Buona Impresa" e dell'utilizzo del connesso SABI (Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa).

Partecipazione alla rete di consulenti accreditati

(impegno: 4 giornate persona equivalenti)



Partecipazione al gruppo di lavoro *Towards Gender Equality* organizzato da B Lab Italia volto a delineare linee guida e a raccogliere *best practice* aziendali per favorire e accelerare l'uguaglianza di genere.

(Impegno: 4 giornate persona equivalenti)



Partecipazione in qualità di membri, al Comitato di Gestione Networking e al Comitato di Gestione Academy, organi di governance di di Assobenefit.
(impegno: 5 giornate persona equivalenti)

Impegno su obiettivi di beneficio comune, attività no profit:

- **ca. 190 giornate persona equivalenti (22% del potenziale di lavoro totale della società)**
- **impatto diretto*: ca. 230 persone**
- **impatto indiretto*: ca. 1.100 persone**



*dove é stato possibile stimarlo

Obiettivi di beneficio comune interessati, 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).

La Governance di Bottega



Tutte le collaboratrici di Bottega Filosofica operano secondo la modalità *open collaboration*. Ognuna 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, impegnandoci tutte nella co-costruzione di scenari e obiettivi per l'anno successivo e nel co-design di processi, ambiti di responsabilità e prodotti/servizi.



Nella quotidianità del lavoro, inoltre, sono stati costantemente condivisi gli avanzamenti delle attività e praticato il feedback reciproco aperto e sincero. I successi sono stati celebrati insieme con gioia e le difficoltà hanno trovato soluzione con il contributo di tutte.

Nel 2022, come negli anni precedenti, non sono stati distribuiti utili, così da avere l'agio di effettuare gli investimenti necessari per lo sviluppo dell'impresa con mezzi propri. Avere questa disponibilità economica ha consentito di cogliere e sostenere tutte le opportunità presentatesi di formazione, autoformazione e visibilità per ciascuna, secondo le diverse attitudini e desideri, oltre che fronteggiare le difficoltà dovute alla pandemia.

Per quanto riguarda la formazione, ci impegniamo a garantire per tutte almeno un'occasione di formazione esterna all'anno. Ed è così che nel 2022 le partner hanno completato tutte la formazione DoLquest TeamIN accreditando così la società.

La formazione per noi riveste un ruolo chiave: consentendo il nostro costante aggiornamento, dà garanzia di elevati livelli di 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 collaboratrici svolgono volontariato associativo in almeno un'associazione allineata con i valori aziendali.

**Le partner dedicano
il 10% del loro
tempo totale
lavorativo
all'apprendimento**

Obiettivi 2023



Il nostro obiettivo macro è: promuovere e diffondere la sostenibilità a 360°, con particolare attenzione alla sostenibilità sociale e alla sostenibilità umana.

Lo realizziamo attraverso il perseguimento di questi specifici obiettivi:



Disegnare ed erogare tutti i servizi di Bottega Filosofica in logica B, dando priorità a incarichi che consentano questo approccio

**BUONA
IMPRESA**

Favorire l'adozione da parte dei clienti del "Modello Buona Impresa" come framework di riferimento per il proprio sviluppo



Realizzare workshop e fornire consulenza in materia DEI

**5 iniziative
anche Erasmus plus**



Promuovere e/o contribuire a progetti di sviluppo territoriale in chiave B

2 progetti



Digitalizzare e prototipare percorsi originali di sviluppo degli Inner Development Goals

3 prototipi



Avviare un IDG Hub italiano per (spazio fisico e virtuale in cui costruire e alimentare cultura, apprendere, innovare, prototipare, praticare e condividere azioni e strumenti,



Offrire gratuitamente strumenti e occasioni di autoformazione e di consapevolezza di sé e dei contesti alle persone e alla comunità

20 giornate persona equivalenti



Offrire a tutte le collaboratrici occasioni di formazione esterne

almeno 1 opportunità per ciascuna



Costruire e mantenere vive e prospere partnership di interdipendenza con B Corp e Società Benefit per sviluppare progetti in comune

4 partnership



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

60 giornate persona equivalenti



Aderire e partecipare attivamente a organismi nazionali e internazionali che sostengono lo sviluppo della cultura della sostenibilità o portare la cultura della sostenibilità in diversi campi

6 organismi



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**



PENSARE 
La newsletter di Bottega Filosofica

pausa.
la newsletter di Spazi dell'anima

Proseguire nella pubblicazione regolare della nostra newsletter - con le sue due 'testate' "Pausa." e "Pensare B"- , per offrire gratuitamente strumenti e occasioni di autoformazione e di consapevolezza di sé e dei contesti alle persone e alla comunità.

2 uscite mensili





Approfondimenti

SABI, Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa

Come esplicitato nel capitolo 3 - Valutazione d'impatto, mediante l'utilizzo del SABI abbiamo osservato l'impresa attraverso i cinque pilastri fondamentali.

In linea generale, al termine della valutazione, i risultati ottenuti si sono rivelati in linea con il nostro percepito e non molto diversi dai risultati registrati lo scorso anno.

Osservando la creazione di valore attraverso i principali pilastri dell'attività di impresa (il Prodotto, il Lavoro e il Valore economico), si registra come Bottega Filosofica abbia una performance eccellente rispetto alla realizzazione professionale e al contributo alla società. Al tempo stesso non è pienamente soddisfacente la creazione di valore economico.

Vengono esposti di seguito gli esiti di dettaglio del questionario, focalizzandoci sulle aree di creazione di valore:

- Prodotto
- Lavoro
- Valore Economico.

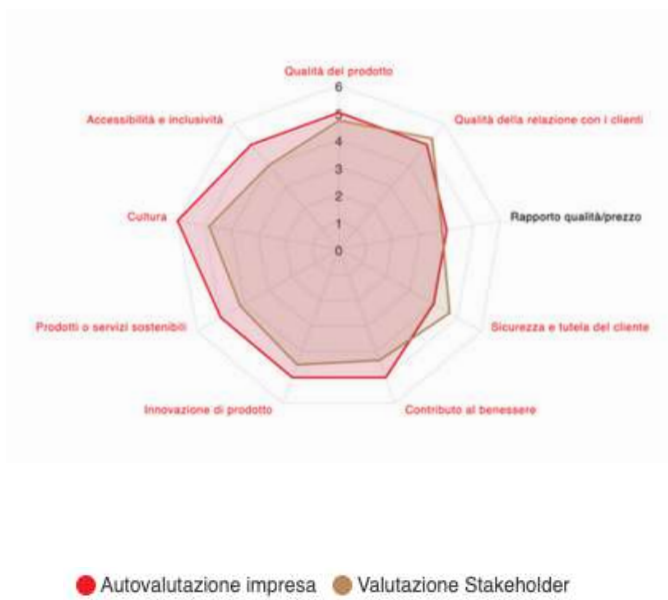
Legenda grafici

In rosso sono indicati i risultati derivanti dall'autovalutazione dell'impresa, in marrone quelli derivanti dalla valutazione dei clienti.

Gli elementi di analisi di colore rosso, sono quelli che abbiamo valutato molto rilevanti in fase di analisi della materialità.

La creazione di valore con il Prodotto

Risultati 2021



Per quanto riguarda la creazione di valore con il prodotto, l'elemento di valutazione con punteggio più elevato:

- per gli/le stakeholder si conferma essere, anche nel 2022 e con lo stesso punteggio, la **'Qualità della relazione con i clienti'** (media dei punteggi: 5,24)
- per l'azienda si conferma essere, come nel 2021, la **'Cultura'** (punteggio 5), affiancata da **'Qualità della relazione con i Clienti'**, **'Qualità del prodotto'**, **'Innovazione di prodotto'**, **'Contributo al benessere delle persone'**, **'Accessibilità e inclusività'** (tutti con punteggio 5)

Risultati 2022



Il punteggio minore è stato invece registrato per l'elemento **'Contributo al benessere del pianeta'** (3,07) per gli/le stakeholder, per l'azienda risultano **'Rapporto qualità prezzo'** (4) e **'Sicurezza e tutela del cliente'** (4), **'Contributo al benessere del pianeta'** (4) e **'Progettazione sostenibile'** (4)

La creazione di valore con il Lavoro

Risultati 2021



Per la creazione di valore con il lavoro, l'elemento di valutazione con il punteggio più elevato per gli/le stakeholder si conferma essere, anche nel 2022, la **'Valorizzazione delle differenze e inclusion'**, con un punteggio di 5,60.

Per l'azienda i due elementi di valutazione con maggior punteggio (6) sono **'Welfare aziendale e benefit'** e **'Chiarezza organizzativa'**.

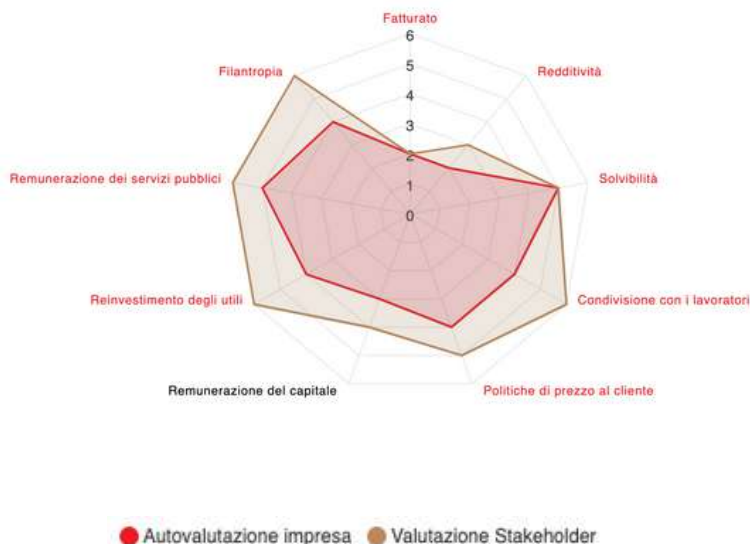
Risultati 2022



I punteggi minori sono stati, invece, attribuiti, sia dagli stakeholder che dall'azienda, all'elemento **'Sostegno all'indotto'** (4). L'azienda ha valutato con lo stesso punteggio anche **'Sicurezza sul posto di lavoro'** e **'Creazione e remunerazione del lavoro'**

La creazione di valore economico

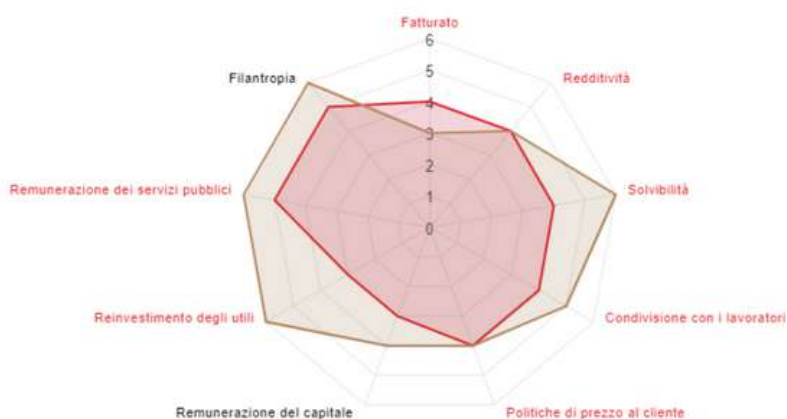
Risultati 2021



Nell'analisi dell'ultimo pilastro (Valore economico), gli elementi di valutazione di cui si registra il punteggio più elevato per gli/le stakeholder sono **'Remunerazione dei servizi pubblici'** (in linea con il 2021), **'Filantropia'**, **'Reinvestimento degli utili'** e **'Solvibilità'**, tutti con un punteggio pari a 6.

L'azienda ha attribuito il punteggio più alto a **'Remunerazione dei servizi pubblici'** (anch'essa in linea con il 2021) e **'Filantropia'**

Risultati 2022



Il punteggio minore che si è registrato con la valutazione degli/delle stakeholder è nell'elemento **'Fatturato'** (come nel 2021), con un punteggio pari a 3. L'azienda ha, invece, attribuito il suo punteggio inferiore a **'Remunerazione del capitale'** e **'Reinvestimento degli utili'**, con un punteggio, in entrambi i casi, pari a 3.



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

info@bottegapilosophica.it