

Certified



Corporation



BOTTEGA  
FILOSOFICA

# Relazione d'impatto 2021

Bottega filosofica srl  
società benefit

---

[bottegafilosofica.net/](https://bottegafilosofica.net/)

# Indice dei contenuti

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

# Il messaggio della CEO e Founder

Myriam ines Giangiacomo



Eccoci giunte alla nostra terza Relazione d'Impatto. Per noi 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.

Il 2021, al quale la Relazione si riferisce, è stato un anno ancora molto complesso, per noi come per tutt\*. Quando ho scritto un analogo messaggio, lo scorso anno a corredo della Relazione 2020, avevamo fiducia che il periodo più brutto fosse al termine e che tutto potesse ricominciare, e forse anche cominciare su basi nuove, in virtù delle prove superate dall'umanità passando attraverso una pandemia globale. Purtroppo non è stato così.

L'autunno non ci ha visto riprendere la vita sociale abituale ma, piuttosto, dovere affrontare – e sopportare – un altro periodo lungo (non ancora



terminato in questa quasi estate del 2022) di difficoltà economiche e non solo, di lontananze, incertezze e timori per il futuro che hanno continuato a mettere alla prova la nostra creatività e la nostra determinazione a esserci, a prosperare e a contribuire a una maggiore prosperità per persone e imprese nel nostro Paese.

Una tale sfida ci ha portato a passare ancora una volta sotto la lente d'ingrandimento sia la nostra proposta di valore, sia la strategia per darle attuazione. Utilizzando i metodi che ci sono cari - quelli che proponiamo anche ai nostri clienti - abbiamo dato ampio spazio e tempo all'osservazione attenta e sistemica della realtà interna ed esterna alla nostra impresa. A partire poi da quanto avevamo potuto notare come singole persone e professioniste, ci siamo dedicate alla riflessione e al dialogo che ci hanno permesso di comporre un quadro ampio e 'spesso' con il contributo di tutte.

Sicuramente abbiamo rilevato anche molti elementi positivi come, ad esempio, la curiosità e l'attenzione crescente da parte della società e del mercato per i nuovi modelli di business e in particolare per le

Società Benefit e le B Corp che nel 2021 hanno visto molt\* decidere di intraprendere questa strada.

Questo ha portato anche numerose altre società di consulenza a offrire servizi per la costituzione o la trasformazione in Società Benefit e/o per la certificazione come B Corp rendendo il nostro mercato più competitivo. Ed è certamente un bene, per i clienti che possono scegliere la società di consulenza che risuona di più, e per le società stesse che sono incoraggiate a **svilupparsi**, ad **apprendere nuove cose**, a identificare sempre meglio cosa le rende **'uniche'** e a farsi conoscere di più.

Noi, nel 2021, abbiamo fatto proprio questo: abbiamo curato lo sviluppo e il consolidamento della nostra identità come impresa e il nostro sviluppo personale e di team e, per questo,

- abbiamo cercato le modalità migliori per essere più efficienti, per comunicare meglio tra noi, per confrontarci e condividere di più al nostro interno e con le/i clienti
- abbiamo dedicato molto tempo ed energie ad apprendere nuovi approcci e metodologie, a studiare ed esplorare nuovi territori - come quello dell'*organizational*

*coaching*, ad esempio – anche diventando punto di riferimento nella nostra comunità professionale su alcune tematiche emergenti

- abbiamo deciso di concentrarci sempre di più sull'offrire alle/ai nostri clienti spazi di riflessione accoglienti nei quali indagare autenticamente in maniera profonda il proprio intento – la vocazione, il *purpose* - personale e d'impresa, esplorando le aspettative e le speranze e, senza timore, anche le ombre, i non detti, le preoccupazioni e le riserve rispetto a scelte di (maggiore) senso e sostenibilità. Questo ci sembra il modo migliore per accompagnarli\* nel decidere con consapevolezza quale nuovo o ulteriore cammino intraprendere, anche eventualmente quello per diventare Società Benefit o mirare a certificarsi B Corp.

Ma la cosa che abbiamo decisamente messo a fuoco – facendo noi stesse un cammino di esplorazione profonda – è che **la nostra passione e il nostro talento speciale stanno nel prenderci cura del 'dopo'**, ovvero del processo di trasformazione e continua evoluzione culturale e organizzativa che consentono a chi ha scelto di perseguire un impatto positivo per il mondo, attraverso il proprio agire personale e di impresa, di **mantenersi coerente nel tempo la scelta fatta** e di incarnarla, sempre di più e con risultati migliori, in tutte dimensioni dell'esistenza e del fare impresa

- abbiamo consolidato e ulteriormente sviluppato i canali e le modalità con cui, attraverso le nostre attività di comunicazione, realizziamo uno dei nostri obiettivi di beneficio comune, quello di diffondere sempre più e meglio il **modello dell'impresa 'riflessiva', sostenibile e interdipendente.**





Dal punto di vista delle attività business, abbiamo lavorato bene con i nostri clienti for profit consolidando alcuni rapporti e sviluppandone di nuovi e abbiamo visto aumentare la loro fiducia nelle nostre proposte, la partecipazione attiva nel realizzarle e la nostra reputazione sul mercato. Anche il fatturato è lievemente aumentato ma una maggiore sostenibilità economica per chi lavora in Bottega Filosofica, oltre che per l'impresa, è certamente un obiettivo da continuare a perseguire nel 2022.

Molto del nostro tempo è stato dedicato ad attività no profit, alla collaborazione con organizzazioni non business e allo sviluppo di conversazioni profonde e di partnership di interdipendenza e co-creazione con altre Società Benefit e B Corp nella convinzione che lavorare insieme nella stessa direzione non produce una somma ma una **moltiplicazione dell'impatto** che insieme si può avere.

**Molto tempo  
dedicato ad attività  
no profit**

Infine, il 2021 è stato anche l'anno del **rinnovo della certificazione B Corp** di Bottega Filosofica che ha premiato l'impegno e gli sforzi fatti finora. Il nostro punteggio, infatti, è aumentato di più del 25% e questo ci ha riempito di orgoglio ma, contemporaneamente, ci ha fatto sentire ancora più grande la responsabilità della **testimonianza in prima persona** e della **trasparenza dell'agire**. Auspichiamo che questo 'arrivi' attraverso la Relazione contenuta nelle pagine che seguono.

# 1 Chi siamo



Fondata formalmente nel 2014, Bottega Filosofica raccoglie un team di professionist\* con esperienza più che ventennale come manager, consulenti, formatrici o coach (nel 2021, 7 persone, tutte donne di diversi background ed esperienza per complessivi 5,5 FTE) di cui un'assunzione di lavoro dipendente avvenuta nel 2021 e le altre collaboratrici operanti nella modalità *'open collaboration'* nella forma da ciascun\* ritenuta più congeniale.

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

Costituita come srl, da Marzo 2017 certificata come **B Corp** e da Maggio 2019 **Società Benefit**, la società si rivolge a imprese e professionist\* che, oltre che ampliare le proprie competenze, vogliono essere **migliori 'per il mondo'**.

Mettiamo a disposizione delle/i nostr\* clienti la nostra competenza ed esperienza nell'impiego dei metodi e degli strumenti offerti dalla filosofia,

dal pensiero sistemico e dal management riflessivo, per sostenerli\* nella costruzione dei loro percorsi evolutivi e per disegnare insieme percorsi di apprendimento che consentano alle persone di riconoscere nella sostenibilità, nell'autenticità e nell'inclusione una bussola per il proprio agire mirato ed efficace.

Attraverso lo sviluppo della capacità di riflettere su se stessi\* e sul mondo, favoriamo 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, per collaborare tra aziende sinergiche.



BOTTEGA  
FILOSOFICA

# La nostra vision

Pensare bene per generare  
valore per tutti





## La nostra mission

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
- 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 (Autenticità), sui nostri contesti (Inclusione) e sul mondo come ecosistema (Sostenibilità), per fare con chi lo vorrà percorsi di esplorazione con "mente aperta, cuore aperto e volontà aperta".

Percorsi di riflessione e di creazione per "aiutare il futuro ad emergere" (Otto Scharmer), percorsi di apprendimento basati sull'esperienza (John Dewey) e frutto di co-design tra tutti i soggetti coinvolti (Tim Brown, Roger Martin).



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 e nella formazione dei giovani - e non solo - ai principi ad essi connessi, 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 2021.

# SDGs prioritari

SDGs prioritari	Il nostro impegno
	<p>Attraverso alcune nostre iniziative offriamo educazione e formazione di qualità a bambini e adolescenti</p>
	<p>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</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 ciascun* 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 e 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>

## 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 delle migliori opportunità generate da scelte guidate da una logica 'eco' – anziché 'ego' – ci ha consentito di conseguire la certificazione **B Corp** e di evolvere in **Società Benefit**.

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**
- vorrebbero **diventare Società Benefit e/o B Corp** e desiderano essere accompagnate nel processo di verifica della coerenza dell'intento e del possesso dei requisiti, per essere ben focalizzate e non disperdere tempo ed energie.

Non abbiamo la presunzione di possedere l'esclusiva del bene, e siamo consapevoli che le intenzioni devono diventare pratiche concrete e costanti. 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 strada**.

La nostra convinzione è che ciascun\* possa contribuire al **bene comune**, operando laddove si sente più confidente e tranquillo\*.

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



Per la valutazione dell'impatto da noi generato nel 2021 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](http://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.



## SABI: il nostro alleato per crescere e migliorare

Il SABI si conferma uno strumento che consente l'accesso a una valutazione sistemica dell'impresa e dell'impatto che genera nel suo complesso. A differenza di altri strumenti di autovalutazione, inoltre, permette una valutazione anche qualitativa dell'azienda.

Noi lo utilizziamo per diverse finalità, nello specifico:

- strategiche
- gestionali
- reportistiche

Grazie al SABI ci è stato possibile monitorare le nostre attività annuali, scegliere su quali focalizzarci e quali altre implementare per migliorare il nostro impatto.

Per questa Relazione d'impatto abbiamo impiegato il SABI 2.0. A fine 2021 è stata infatti rilasciata una nuova versione, migliorata e aggiornata.



Con il SABI 2.0 sono stati apportati alcuni piccoli, ma significativi, aggiornamenti alla versione beta originaria per renderlo fruibile in maniera più agevole e per rispondere alle esigenze delle aziende in maniera più idonea.

Questo strumento si conferma come un nostro prezioso alleato, poiché risponde in maniera più adeguata di altri

alle nostre esigenze, adattandosi meglio alle caratteristiche della nostra azienda.

Tra l'altro il SABI è anche una delle nostre proposte alle imprese clienti che lo riconoscono molto idoneo, anche per le aziende di piccole e medie dimensioni, consentendo loro di cogliere in maniera adeguata e argomentare alcune tipicità delle aziende italiane.

### 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 e utilizza 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.

## 2021: l'anno della nostra ricertificazione B Corp



Dopo quattro anni dalla nostra prima certificazione, il 2021 è stato l'anno della nostra ricertificazione B Corp.

Il punteggio che abbiamo ottenuto, con la compilazione del BIA, è di **109.6**. Ben 27,5 punti superiore al precedente punteggio (82,1), con un incremento superiore al 25%. Un risultato che ci inorgoglisce e testimonia il nostro impegno ad aumentare costantemente il nostro impatto positivo.

Il miglioramento sostanziale del nostro punteggio è frutto - e premio - di un lavoro intenso, sistemico e sistematico che abbiamo condotto per:

- cambiare il nostro modello di business, trasformandoci da una società che offriva soprattutto formazione in una società che offre servizi a tutto tondo per la sostenibilità alle organizzazioni clienti, anche grazie alle partnership sviluppate con altre B Corp nello spirito di interdipendenza che ci contraddistingue
- comunicare in maniera trasparente la nostra missione traducendola in un impegno statutario formale con la trasformazione in Società Benefit



- far conoscere meglio i nostri servizi rendendoli interessanti e accessibili nonché co-progettati con i nostri clienti o risultato di specifici momenti di ascolto del mercato
- organizzarci meglio al nostro interno dotandoci delle procedure e degli strumenti necessari per una buona gestione
- aumentare la nostra capacità di offrire occasioni di riflessione, apprendimento e confronto gratuite alla comunità locale nella quale siamo inserite.

È proprio questo risultato così positivo, che ci stimola e motiva a proseguire nella nostra direzione, continuando a guardare e ad affrontare le sfide presenti e future con un approccio che ci piace definire 'olonomico' (ovvero capace di coniugare natura, scienza ed economia).

Guardando agli obiettivi definiti per il 2021 nella Relazione d'impatto 2020, auspicavamo un miglioramento del punteggio di ricertificazione di 5 punti. Possiamo dire di averlo raggiunto con ampio margine! (27,5 punti in più verso i 5 auspicati)

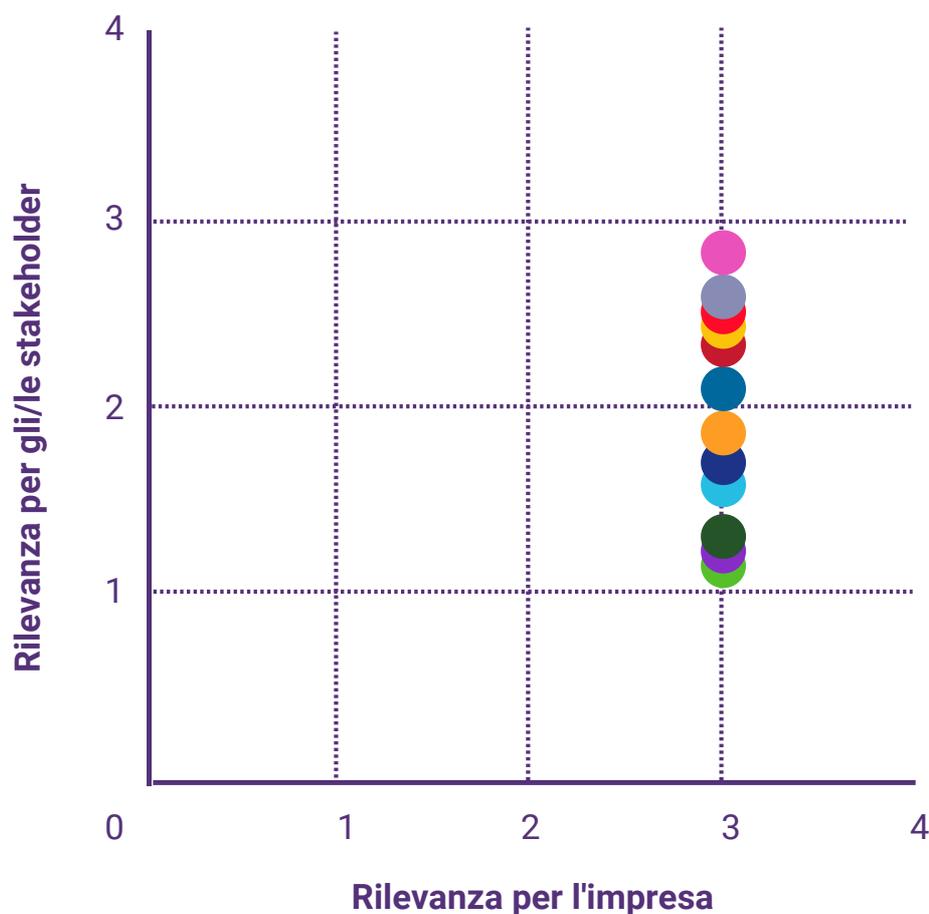


## 4 Matrice di materialità



L'analisi di materialità consente di individuare gli aspetti più rilevanti per l'azienda e per i suoi stakeholder, giungendo a un risultato definitivo 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 dell\* stakeholder intervistat\*. La platea di stakeholder coinvolta nell'analisi è stata: lavoratrici, soci, clienti, fornitori. Le risposte ricevute circa gli aspetti più rilevanti per Bottega Filosofica, sono state poi 'incrociate' con quelle date dall'impresa per se stessa.



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

Elementi da presidiare	Stakeholder	Bottega Filosofica
 <b>Emissioni</b>	1,25	3
 <b>Acqua e scarichi idrici</b>	1,25	3
 <b>Ecosistema e biodiversità</b>	1,25	3
 <b>Sistemi di gestione ambientale</b>	1,55	3
 <b>Rifiuti</b>	1,73	3
 <b>Consumi energetici</b>	1,92	3
 <b>Salute e sicurezza dei clienti</b>	2,08	3
 <b>Salute e sicurezza sul lavoro</b>	2,17	3
 <b>Comunità locali</b>	2,33	3
 <b>Sistema di gestione della responsabilità sociale</b>	2,42	3
 <b>Diritti umani e del lavoro</b>	2,42	3
 <b>Diversità e non discriminazione</b>	2,5	3

## 5 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**

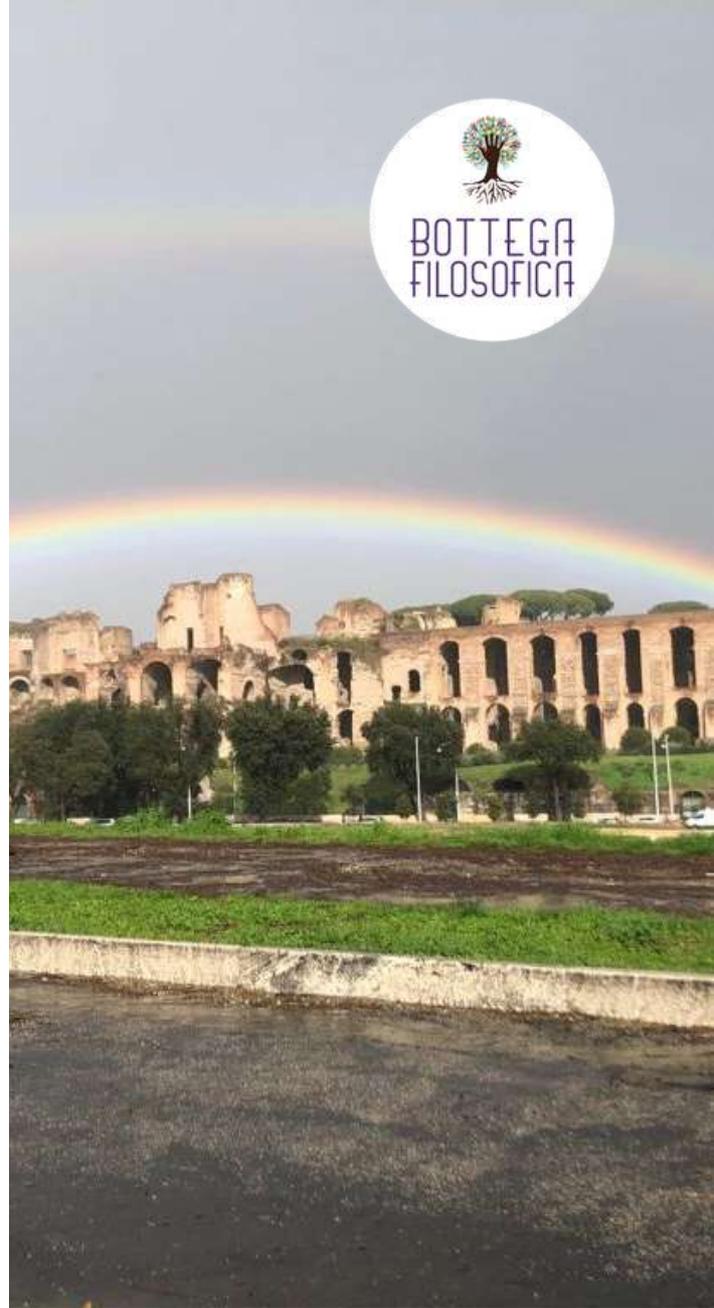
La società, in particolare, intende perseguire finalità di beneficio comune mediante azioni funzionali a rendere gratificante la partecipazione alle attività societarie, di quanti ne facciano parte in qualità di soci o ad altro titolo coinvolti, attraverso un motivante e soddisfacente impegno in una 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, 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 innovative strutture organizzative 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.

## 6

# Obiettivi realizzati e obiettivi futuri

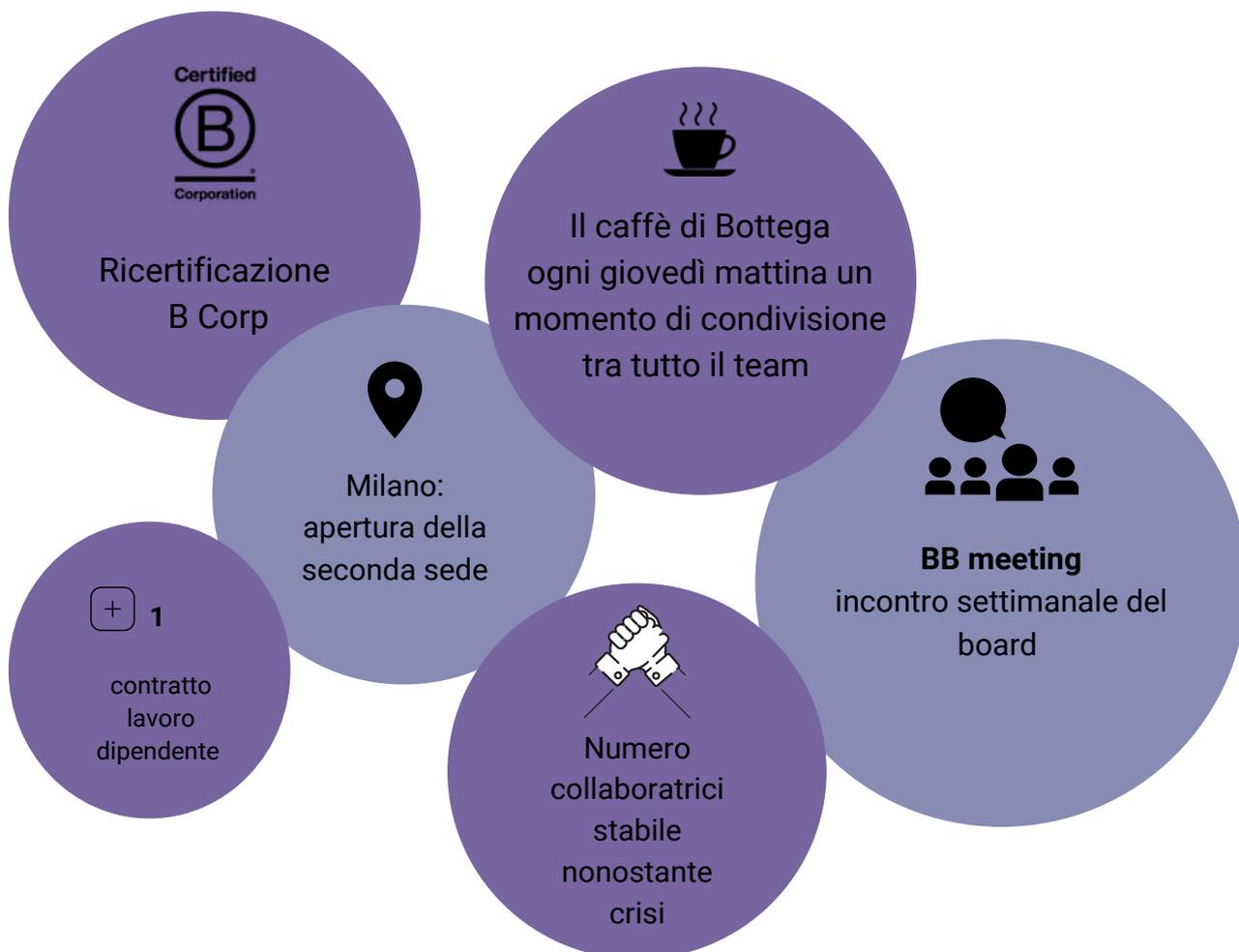


Il 2021 è stato l'anno della nostra ricertificazione B Corp ma anche dell'apertura della nostra seconda sede, a Milano.

Il protrarsi della crisi derivante da COVID-19 ha sicuramente influito sulle nostre attività ma, nonostante questo, il numero delle nostre collaboratrici è rimasto stabile e con una di esse è stato stipulato un contratto di lavoro dipendente.

La necessità e la voglia di stare insieme, in quest'anno ancora caratterizzato da restrizioni, ci ha portato, inoltre, a organizzare settimanalmente due appuntamenti:

- **il caffè di Bottega:** ogni giovedì mattina tutto il team si incontra per condividere i propri aggiornamenti, un'occasione per vederci e per iniziare la giornata con la giusta carica
- **BB meeting:** ogni venerdì pomeriggio il board si incontra per monitorare l'operatività aziendale e definire le nuove strategie.



## I nostri obiettivi in sintesi



Percorrendo a ritroso il 2021 e analizzando gli obiettivi che ci eravamo prefissate possiamo definirci soddisfatte del lavoro svolto anche se intravediamo sicuramente alcune aree di miglioramento.

Attraverso le nostre attività e i servizi erogati, gli obiettivi che abbiamo soddisfatto pienamente sono:

- Realizzare workshop e fornire consulenza in materia di D&I
- Offrire gratuitamente strumenti e occasioni di autoformazione e di consapevolezza di sé e dei contesti alle persone e alla comunità
- Favorire la formazione dei bambini e dei giovani sui temi dell'inclusione e della sostenibilità attraverso percorsi dedicati
- Acquisire nuove collaboratrici
- Offrire a tutte le collaboratrici occasioni di formazione esterne
- Costruire partnership di interdipendenza con B Corp e Società Benefit per sviluppare progetti in comune
- Contribuire alla diffusione dello strumento di autovalutazione della Buona Impresa (SABI)
- Partecipare come relatrici a eventi e iniziative per promuovere la cultura B e scrivere articoli in merito su riviste, newsletter, ecc.
- Proseguire nella pubblicazione regolare delle due newsletter "Pausa." e "Pensare B"
- Portare a termine con successo il rinnovo della certificazione B Corp
- Proseguire vendita dell'e-book SDGs per tutti
- Rafforzare e costruire nuove partnership finalizzate allo sviluppo delle PMI del territorio

Al tempo stesso ci sono stati alcuni obiettivi che siamo riuscite a realizzare solo in parte e, con l'estrema trasparenza che ci contraddistingue, ci fa piacere raccontarlo.

Nello specifico ci riferiamo agli obiettivi:

- Favorire l'adozione del modello Buona Impresa per il proprio sviluppo da parte di 5 clienti: durante tutto l'anno il nostro impegno nello sviluppo e



- nella più ampia diffusione del modello è stata costante. Le nostre consulenze sono basate sempre su questo approccio. Questo specifico obiettivo non è stato pienamente realizzato solo per quanto riguarda il numero esatto di clienti coinvolti che ci eravamo prefissate.
- Digitalizzare percorsi originali di sviluppo della leadership autentica e dell'empowerment delle donne, prototiparli ed erogarli: nel 2021 abbiamo provveduto alla prototipazione di più percorsi, ma all'erogazione di uno solo di essi, il CIYO.
- Definire il design e realizzare nuovi contenuti per SIAcademy e attuare almeno una edizione di ciascuno di quelli esistenti: il riassetto della strategia di cui si parla più avanti e il protrarsi di una certa confusione nel mercato della formazione on line ci hanno portato a valutare come opportuno non dedicare a questo obiettivo gli sforzi ipotizzati e posticipare le relative nuove iniziative.

Nel corso dell'anno la nostra strategia è mutata e anche il nostro focus si è via via più orientato verso il consolidamento delle buone prassi e il rafforzamento della sostenibilità sociale delle Società Benefit preesistenti. Infatti per le aziende la trasformazione in Società Benefit non è punto di arrivo ma piuttosto di partenza, per la piena e quotidiana attuazione dei valori fondanti.

## **La trasformazione in Società Benefit punto di partenza e non di arrivo**

Questo spostamento di strategia ci ha distolto dalla realizzazioni degli obiettivi che seguono:

- Promuovere e/o contribuire a progetto di sviluppo territoriale in chiave B, almeno 2 progetti
- Supportare la costituzione/trasformazione in Società Benefit, di almeno 3 società: come menzionato in precedenza, nel 2021 ci siamo focalizzate maggiormente su progetti di rafforzamento delle società benefit presistenti.

Relativamente poi alla messa a punto di:

- Strumenti originali per l'autoformazione ("Oggetti per pensare" e simili), testare i prodotti e prototiparli, abbiamo scelto di accantonare per il momento il progetto per dedicare maggiore attenzione alla progettazione ed erogazione dei nostri servizi di consulenza.



# Focus sugli obiettivi di beneficio comune



## 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

**Gennaio- Febbraio 2021**



Stanza Clubhouse: **'Imprese con il cuore'**, insieme ad altr\* esponent\* dell'ambiente benefit italiano abbiamo esplorato insieme il mondo benefit, tra società benefit e B Corp.  
(Impegno: 1 giornata persona equivalente)

PERCORSO FORMATIVO CIVILE ANF ROMA 2021  
**"SOCIETÀ BENEFIT: dalla normativa alle prospettive di rigenerazione del business in Benefit (Agenda 2030)"**  
13 maggio 2021 - dalle ore 12,30 alle ore 15,30

**INTRODUZIONE DI LALLIO**  
Avv. Luigi Fansini  
Segretario Nazionale  
Associazione Nazionale Forensi

**INTRODUCE E MODERA**  
Avv. Giandomenico Catalano  
Segretario ANF sede di Roma  
Avvocatura ITAL.

**RELATORI:**  
Prof. Raul Caruso  
(Professore Associato di Politica Economica Università Cattolica del Sacro Cuore - Direttore e Componente Comitato Scientifico Assosmezzati)  
**Sostenibilità, responsabilità, impatto sociale: le sfide del Paese e delle imprese di oggi e di domani**

Avv. Paula Viletti  
(Vice Segretario ANFRoma - of counsel E-Sigal Studio Legale - ex founder Yissal Contract Italia)  
**Aspetti giuridici della costituzione e trasformazione in società benefit**

Dott.ssa Myriam Ines Giangiacomo  
(Founder e CEO Bottega Filosofica certified B Corp e Società Benefit - Senior Advisor PricewaterhouseCoopers Advisory SpA)  
**Il modello "Buona Impresa" dall'autovalutazione alla strategia di sviluppo, un modello su misura per le imprese italiane**

Dott.ssa Daniela Cadeddu  
(Trainer specialist, facilitatrice e business & career coach - Partner Bottega Filosofica SrlSR)  
**Il valore aggiunto dell'essere B per le PMI**

Dott. Riccardo Cerulli  
(Consulente Amministrativo - All Start Consulting Srl Società Benefit)  
**Criteri e strumenti per la rendicontazione annuale delle società benefit**

**ULTIMI 30 MINUTI SARANNO DEDICATI AL DIBATTITO CON I PARTECIPANTI con una "case history di startup in B"**

Per iscriversi <https://bit.ly/conference-call>  
il nome nel meeting/joining link è: <https://bit.ly/9a75WzE242vZ8h2h70>

Eventi a titolo oneroso dell'Associazione Nazionale Forensi, in forza di convenzione sottoscritta in data 20.10.2020 con il Consiglio Nazionale Forensi ai sensi dell'art. 18 del Regolamento ANF n. 8 del 16.7.2018, e successive modificazioni, per la formazione continua.

Dopo l'iscrizione, riceverai un'e-mail di conferma con le informazioni necessarie per entrare nella riunione.  
**3 crediti formativi ordinari**  
Disponibilità 300 partecipanti

Via Daniela 7, 00192 Roma (presso Tribunale civile di Roma piano terra stanza n. 3476)/fax: 06 3244513  
email: [anfroma@anf.it](mailto:anfroma@anf.it) - [anf@anf.it](mailto:anf@anf.it)  
sito: <https://www.anf.it> - <https://www.fedconf.it>

**Maggio 2021**

Intervento su **'Società Benefit: dalla normativa alle prospettive di rigenerazione del business in Benefit (Agenda 2030)'**. In collaborazione con l'Associazione Nazionale Forensi.  
(Impegno: 1 giornata persona equivalente)



CONSULENZA  
E RISORSE

# Elevation Brain Call

## Società Benefit

25 MARZO - 17:30

Relatore:  
Ines Giangiacomo

Bar Index	Value
1	10
2	35
3	55
4	25
5	35
6	15
7	55
8	75
9	45

### **Marzo 2021**

**Webinar** di approfondimento del tema società benefit e di quanto oggi costituiscano un paradigma necessario.  
In collaborazione con Consulenza e Risorse.  
(Impegno: 1/2 giornata persona equivalente)

# OPEN TALK

## LA SFIDA DELLA SOSTENIBILITÀ

26 maggio 2021

GIUFFRÈ  
FORMAZIONE

BOTTEGA  
FILOSOFICA

### **Maggio 2021**

Facilitazione dell'open talk: **"La sfida della sostenibilità"**, attraverso cui abbiamo esplorato quali contributi possono dare avvocati e dottori commercialisti a una maggiore sostenibilità delle imprese clienti.  
In collaborazione con Giuffrè Francis Lefevbre.  
(Impegno: 1 giornata persona equivalente)



**Giugno 2021**



Workshop '**Youth Exchange 'Be Sustainable'**': progetto Erasmus volto alla sensibilizzazione di giovani cittadini europei all'imprenditoria sociale, società benefit e B Corp.

In collaborazione con Aicem.

(Impegno: 1 giornata persona equivalente)

**Febbraio - Giugno 2021**



Nell'ambito del progetto **B Corp School** mentorship della 22 alunne e alunni della classe 3B Bio dell'ITSOS Marie Curie di Cernusco (MI).

1 progetto sul tema dell'efficienza energetica, 588 ore di PCTO (ex alternanza scuola-lavoro) svolte in tutto dai 22 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: 7; 12; 13; 17. Per un totale di **374 ore di accompagnamento** erogate a distanza dalla mentor.

In collaborazione con InventoLab.

(Impegno: 5 giornata persona equivalente)

**Giugno 2021**



Giudice per il progetto **B-Free plastic challenge** che crea un ponte virtuoso tra scuole e aziende per costruire una rete di scuole Plastic Free in tutta Italia.

In collaborazione con InventoLab.

(Impegno: 1 giornata persona equivalente)



## Novembre 2021

**New coaching & mentoring challenges related to the UN-SDGs (Sustainability Development Goals) within 2030**

**Alessandro Pegoraro, Myriam Ines Giangiacomo and Daniela Cadeddu**

**Tue 16th Nov 2021: 16:00 - 17:30 UTC**

**EMCC - GPS Global Provider Summit**

**CO-CREATING THE FUTURE FOR OUR PROFESSIONAL PRACTICE: LEADERSHIP, COACHING, MENTORING, AND SUPERVISION**

Facilitazione di un *World Café* all'interno del EMCC Global Provider Summit 2021 dal titolo: **'New coaching and mentoring related to the UN SDGs within 2030'**. Per rivedere l'evento si può andare [qui](#).  
(Impegno: 2 giornate persona equivalente)

**CONSULENZA E RISORSE**

**Impresa sostenibile: passato o futuro? No, presente!**

- A cura di Myriam Ines Giangiacomo -

## 2021

Pubblicazione del white paper: **'Società Benefit. Un nuovo e necessario approccio sistemico al fare impresa'** (disponibile gratuitamente a richiesta). In collaborazione con Consulenza e Risorse.  
(Impegno: 5 giornate persona equivalente)



2021

Publicazione regolare, nel 2021, di entrambe le nostre newsletter, "Pensare B" e "Pausa".

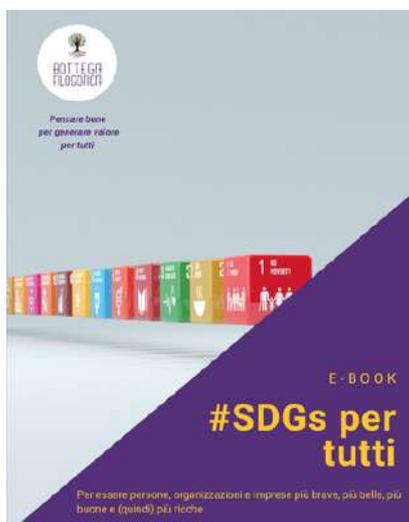
- Pensare B è la newsletter quindicinale gratuita, rivolta prevalentemente al mondo del business, in cui sono presenti semi di pensiero e spunti per agire nel Mondo in modo più efficace ed essere ed essere persone, organizzazioni o imprese costantemente

#piùbravepiùbellepiùbuonepiùricche

**21 numeri pubblicati** (Impegno: 40 giornate persona equivalente)

- Pausa. è la 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 antifrangibilità di individui e comunità.

**12 numeri pubblicati** (Impegno: 20 giornate persona equivalente)



2021

Per tutto l'anno 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.



## Obiettivo 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 professionist\*, finalizzate a creare **contesti di lavoro e di servizio sostenibili e rigenerativi**;

## Attività

2021



Bottega Filosofica è focal point EMCC Italia per l'*Organizational Coaching* (coaching all'organizzazione), in tale ambito è stato condotto un percorso di elaborazione e condivisione di un modello che tratti l'organizzazione come organismo vivente e favorisca l'attivazione degli stakeholder interni in processi di cambiamento culturale sostenibili.

(Impegno: 5 giornate persona equivalente)

**da Settembre 2021 - in corso**



Executive coaching con l'obiettivo di sostenere le singole persone in un percorso di sviluppo, affinché possa ricoprire il ruolo in modo più completo e coerente con le aspettative personali e dell'organizzazione in una logica di *sense-making*.



## Attività

### **Settembre 2021**



Un percorso articolato in più incontri con l'obiettivo di sensibilizzare il Team Quality Assurance su 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. Le attività hanno alimentato dialoghi sui principi guida rispetto a come il team lavora sia al suo interno sia nella relazione con gli/le stakeholder esterni, ponendo le basi per la loro declinazione operativa in azioni concrete.

### **2021**

## **PMI**

Business coaching finalizzato alla crescita delle persona nel ruolo, in una logica di benessere personale e sostenibilità per l'impresa.



## Attività



**Giugno 2021 - Dicembre 2021**

Partecipazione al progetto '**Sostenibilità RFI on the go**' finalizzato alla definizione di una mappa di azione strategica per la transizione ESG di Rete Ferroviaria Italiana.



**Ottobre 2021 - Maggio 2022**



Executive coaching con l'obiettivo di sostenere le persone in un percorso di sviluppo, affinché possano ricoprire il ruolo in modo più completo e coerente con le aspettative personali e dell'organizzazione in una logica di *sense-making*.

## Obiettivo di beneficio comune interessato

- l'elaborazione di soluzioni e modelli organizzativi innovativi e partecipativi fondati sull'open collaboration e sul systems thinking;

## Attività

2021

### *Virtual café in Fastweb*



FASTWEB



Un format di consulenza e progettazione e facilitazione di un processo sociale volto a favorire la creazione di spazi:

- di condivisione, aggiornamento, confronto, dove nasce la collaborazione interfunzionale,
- di ascolto e dialogo in cui le idee nascono, si impollinano e prendono forma, generando visione d'insieme e innovazione spontanea,
- di relazione informale in cui si sviluppa il senso del «noi», dove vive la cultura organizzativa, crescono senso di appartenenza ed engagement.

## 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

**2021**



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: 8 giornate persona equivalente)



**Settembre 2021**

Adesione al NISB (Network Italiano delle Società Benefit) e partecipazione al primo incontro in presenza dei soci.

(Impegno: 1 giornata persona equivalente)

**Settembre 2021**



Partecipazione al gruppo di lavoro 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: 2 giornate persona equivalente)

## Attività

### Settembre e Ottobre 2021



Partecipazione al Festival dello Sviluppo Sostenibile 2021 attraverso la realizzazione di tre eventi, in tre luoghi diversi, dal titolo **"Dialogo sulle utopie realizzabili"**.

- Roma: 29 Settembre
- Milano: 6 Ottobre
- Reggio Emilia: 13 Ottobre,

per contribuire a diffondere la cultura della sostenibilità, che è economica e ambientale ma, secondo noi, prima di tutto sociale.  
(Impegno: 6 giornate persona equivalente)



### Ottobre 2021

Organizzazione dell'evento **"Primo io includo"** all'interno della 4W4I, la più grande maratona italiana dedicata ai temi della diversità e dell'inclusione. La nostra partecipazione è stata volta a testimoniare questo nostro credo profondo: l'inclusione comincia da noi.  
(Impegno: 3 giornate persona equivalente)



## Attività



### **Novembre 2021**

Collaborazione costante con B Lab Europe per iniziative risonanti con la nostra attività e partecipazione al Summit europeo delle B Corp. (Impegno: 4 giornate persona equivalente)

### **Novembre 2021**



**"Orientarsi al futuro"** un progetto che ha coinvolto sette classi delle scuole medie con con l'obiettivo di:

- accompagnare i ragazzi a fare scelte consapevoli
- offrire ai ragazzi speranze e prospettive concrete
- favorire la mobilità sociale e lo sviluppo del potenziale femminile.

In collaborazione con l'associazione Ad Astra. (Impegno: 4 giornate persona equivalente)



## Attività



### Dicembre 2021

Partecipazione alla terza giornata nazionale delle società benefit sia a Roma sia a Milano. Dialogo costante con Assobenefit in vista di ampliare la conoscenza e la diffusione del modello di business delle società benefit. (Impegno: 2 giornate persona equivalente)



### 2021

Siamo tra le oltre 100 aziende ad aver firmato l'*Interdependence coalition*. La coalizione che mira a stimolare modifiche a livello legale europeo affinché le aziende europee operino attuando un sistema economico più inclusivo, equo e rigenerativo.



## Attività



**2021**

Firmatarie del *Global Enaction Manifesto*, con lo scopo di far emergere attraverso l'azione concreta di ciascuno dei sottoscrittori una saggezza eco-sistemica che trasformi noi stessi e il mondo di cui facciamo parte.



**2021**

Adesione alla Piattaforma di iniziative Laudato Sì del Dicastero per il Servizio dello Sviluppo Umano Integrale. È uno spazio in cui istituzioni, comunità e famiglie possono imparare e crescere insieme, mentre camminiamo verso la piena sostenibilità, nello spirito olistico dell'ecologia integrale.

## 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.

## Attività



**Febbraio 2021**

Intervento volto alla creazione di un modello organizzativo interno virtuoso in grado di impattare positivamente sull'esterno.

## Obiettivi di beneficio comune interessati

- 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.

## Attività

**Marzo 2021**

Intervento di formazione e dialogo sull'utilizzo degli strumenti del feedback con tre obiettivi:

- come leva per far emergere le eccellenze di ogni persona e quindi valorizzarle,
- come strumento di comunicazione aperta, anche nella logica della creazione di un clima più inclusivo,
- come strumento di team building vero e proprio.



## Altre attività del 2021

### Febbraio 2021



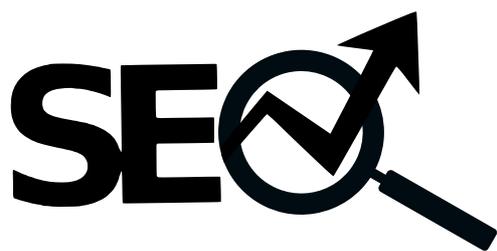
Partecipazione della nostra CEO e founder a Women 2027, un evento volto far incontrare le imprenditrici italiane tra loro e con le parlamentari europee per generare spunti di progettualità concreta utilizzando le possibilità aperte dalla nuova programmazione Europea 2021-2027 in particolare nel campo dell'empowerment femminile e della sostenibilità a 360°.

### Gennaio - Agosto 2021



**Ore Lib(e)rate**, il gruppo di lettura creato nel periodo di *lockdown* del 2020, ha proseguito i suoi incontri settimanali durante il 2021. Con incontri su Zoom sono stati proposti romanzi brevi e saggi, per rendere l'esperienza sostenibile e compatibile con il rientro lavorativo in presenza della maggior parte de\* partecipanti.

## Altre attività del 2021



### **Dicembre 2020 - Febbraio 2022**

Nel 2021, per essere più efficaci nella nostra comunicazione e aumentare la visibilità sui temi della sostenibilità delle società benefit, delle B Corp e del business orientato al bene comune, abbiamo investito in una consulenza specialistica in materia di SEO (fornita da una società benefit).



### **Luglio 2021**

Partecipazione a JazzInn, 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.

## 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, a eccezione dell'unica collaboratrice con contratto di lavoro dipendente, 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 collaboratrice. 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 nel consueto retreat annuale (dal 1 al 3 Settembre 2021) che ci ha visto tutte impegnate 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 2021, 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 2021 le partner e le collaboratrici hanno frequentato i seguenti corsi:

- Dolquest Integral: 3 partner
- Dolquest TeamIN: 1 partner
- Economy of Francesco: 1 collaboratrice
- u.lab Leading from the

Emerging future: 1 collaboratrice

- CIYO Apprenticeship: 3 partner

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 collaboratrici  
dedicano il 10% del  
loto tempo totale  
lavorativo  
all'apprendimento**

## Obiettivi 2022



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 e rinunciando a eventuali incarichi che non consentano questo approccio

**BUONA  
IMPRESA**

Favorire l'adozione da parte dei clienti del "Modello Buona Impresa" per il proprio sviluppo anche in prospettiva di trasformazione/costituzione in Società Benefit



Realizzare workshop e fornire consulenza in materia DEI

**5 iniziative**



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

**2 progetti**



Digitalizzare, prototipare ed erogare percorsi originali di sviluppo della leadership autentica e dell'empowerment delle donne

**4 percorsi**



Definire il design e realizzare nuovi contenuti per le Academy

**4 percorsi**



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 partnership di interdipendenza con B Corp e Società Benefit per sviluppare progetti in comune

**2 nuove partnership**



Partecipare come relatrici a eventi e iniziative per promuovere la cultura B 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 B in diversi campi

**6 organismi**



Adottare strumenti di feedback strutturati per avere maggiori informazioni da parte dei clienti su:

- aspettative e qualità percepita rispetto ai servizi offerti dall'azienda
- accessibilità e inclusività dei nostri servizi



Favorire la formazione dei/delle bambin\* e dei/delle giovani sui temi dell'inclusione e della sostenibilità attraverso percorsi dedicati:

- **B Corp School** di InventoLab: partecipazione al progetto come mentor
- **Orientarsi al futuro**: percorsi di orientamento per adolescenti nell'individuazione dei propri talenti e delle proprie qualità autentiche. Offerto direttamente alle scuole o alle aziende come progetto di welfare aziendale.



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.

**almeno 21 uscite di Pensare B e 11 di Pausa. durante l'anno**



Promuovere e diffondere nuovi modelli organizzativi ed economici volti a una maggiore sostenibilità, attraverso:

- traduzione di testi internazionali
- partecipazione e guida di gruppi di ricerca e studio

Nello specifico:

- **traduzione e postfazione di 'Holonomics'**
- **4 gruppi di lavoro e ricerca**

# 7 Approfondimenti



## Il nostro impatto sugli SDGs

Come approfondito nella sezione SDGs, gli obiettivi di sviluppo sostenibile costituiscono per noi la linea guida da seguire nella realizzazione dei nostri progetti e, al fine di indirizzare al meglio le nostre attività, li monitoriamo costantemente.

Attraverso l'utilizzo del SABI abbiamo identificato quali sono stati gli SDGs su cui abbiamo impattato maggiormente nel 2021.

Ma non solo, grazie all'integrazione della nostra autovalutazione con la valutazione fornita dai nostri stakeholder, abbiamo identificato quali sono state le attività che maggiormente hanno contribuito al loro perseguimento.

Nel prosieguo sono ricapitolati gli SDGs su cui l'impresa ha prodotto un impatto positivo attraverso la sua attività, con i dettagli degli elementi che lo hanno generato.

L'impatto generato attraverso il Prodotto viene attribuito direttamente dall'impresa, mentre gli impatti generati attraverso gli altri Pilastri dell'attività di impresa sono assegnati in automatico. Ai fini della rappresentazione, l'impatto è considerato positivo se la valutazione media complessiva dell'elemento, data dall'impresa e dalle 4 categorie di Stakeholder, è superiore a 3,5 (*dettagli forniti dal SABI*).

 **BIETTIVI**  
**PER LO SVILUPPO**  
**SOSTENIBILE**

## SDGs Impattati positivamente

## Elementi da cui sono stati generati



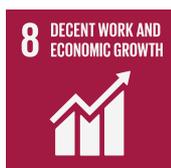
- Welfare aziendale e Benefit



- Formazione e sviluppo professionale attraverso il prodotto



- Welfare aziendale e benefit
- Valorizzazione delle differenze e inclusione
- Creazione e remunerazione del lavoro attraverso il prodotto



- Welfare aziendale e benefit
- Qualità dei rapporti con i fornitori
- Prospettive e tutela dei lavoratori
- Riconoscimento
- Solvibilità
- Condivisione con i lavoratori
- Reinvestimento degli utili
- Creazione e remunerazione del lavoro attraverso il prodotto

## SDGs Impattati positivamente

## Elementi da cui sono stati generati



- Attraverso il prodotto



- Qualità dei rapporti con i fornitori
- Welfare aziendale e benefit
- Prospettive e tutele dei lavoratori
- Valorizzazione delle differenze e inclusione
- Creazione e remunerazione del lavoro attraverso il prodotto



- Filantropia



- Sostegno all'indotto



- Attraverso il prodotto

Gli SDGs su cui abbiamo impattato maggiormente sono stati nove. Tra questi nove compare l'obiettivo 3 non identificato come prioritario mentre non compare l'obiettivo 13 relativo al cambiamento climatico. Il nostro impegno in tal senso è stato costante anche se, essendo una società di servizi, nel complesso l'impatto generato non è particolarmente significativo. Tra le iniziative a supporto di questo obiettivo la nostra adesione e il nostro impegno al NET Zero della comunità globale B Corp.

Al tempo stesso attraverso il SABI sono stati identificati 3 SDGs come 'rischiosi', poichè valutati come non pienamente soddisfacenti dall'impresa e dagli/dalle stakeholder coinvolti.

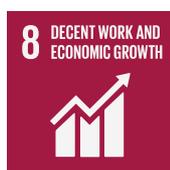
Nello specifico sono:



- Salute e sicurezza dei clienti



- Consumi energetici



- Fatturato
- Redditività
- Salute e sicurezza sul lavoro



In riferimento all'obiettivo 8, le voci fatturato e redditività, anche al di là delle criticità generate dalla pandemia, rimangono a tutt'oggi per l'impresa il principale punto di miglioramento.

Per quanto riguarda l'obiettivo 3 si rileva che nel corso del 2021 le attività svolte in presenza sono state ridotte al minimo. Avendo lavorato con i clienti prevalentemente in modalità online in ogni caso è stata posta attenzione al tempo della connessione, alle pause e ad altri elementi di tutela della salute dei clienti.

Relativamente all'obiettivo 7 i nostri consumi energetici possono considerarsi irrisori.



## 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.

### Sintesi creazione di valore



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

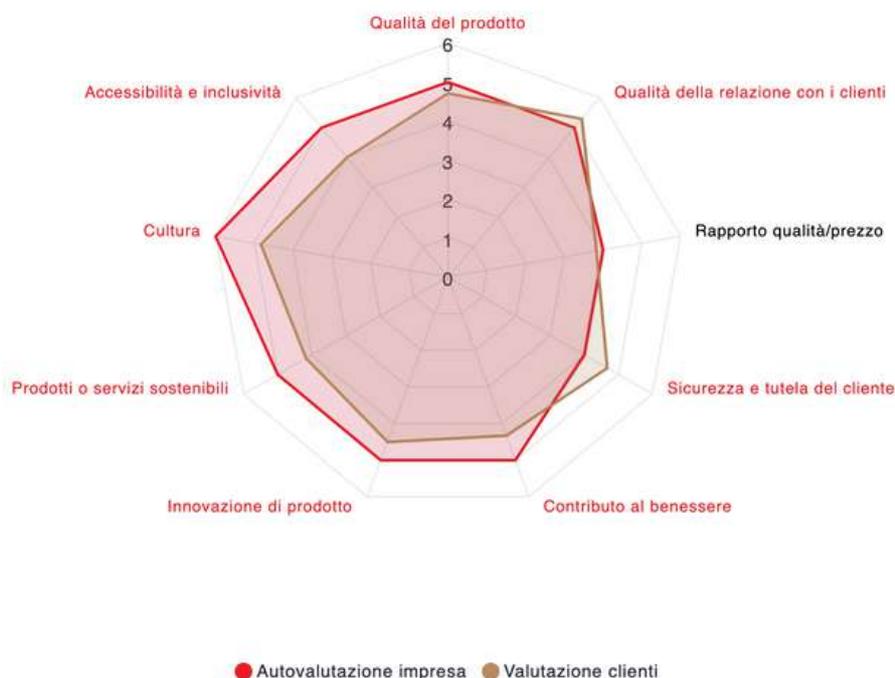
- Prodotto
- Lavoro
- Valore Economico.

### **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**



Per quanto riguarda la creazione di valore con il prodotto l'elemento di valutazione con punteggio più elevato per gli/le stakeholder risulta la **'Qualità della relazione con i clienti'** (media dei punteggi: 5,29) mentre per l'azienda è **'Cultura'** (6).

Il punteggio minore è stato invece registrato per l'elemento **'Rapporto qualità prezzo'** (3,83) per gli/le stakeholder, per l'azienda risultano **'Rapporto qualità prezzo'** (4) e **'Sicurezza e tutela del cliente'** (4).

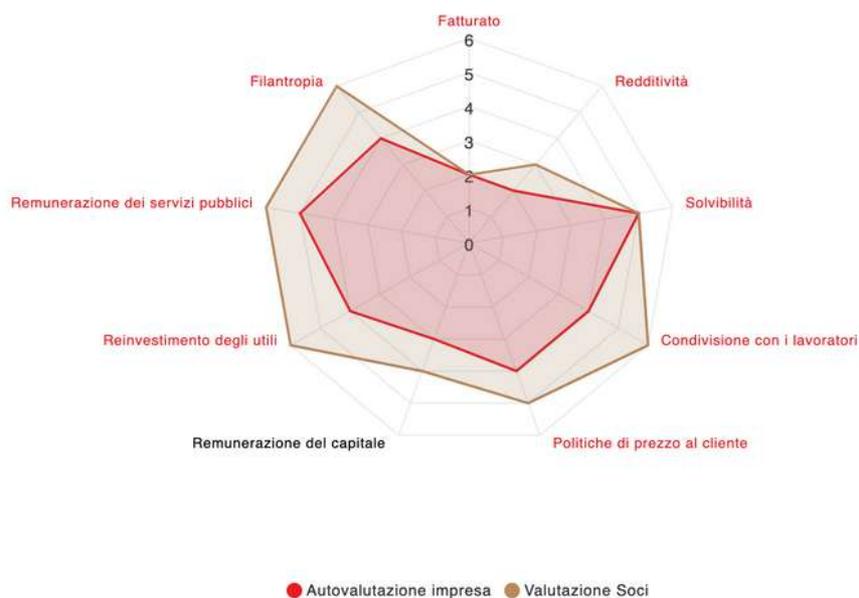
## La creazione di valore con il Lavoro



Per la creazione di valore con il lavoro l'elemento di valutazione con il punteggio più elevato sia per gli/le stakeholder sia per l'azienda è la **'Valorizzazione delle differenze e inclusionione'**. Il punteggio attribuito dagli/dalle stakeholder è pari a 5,33, per l'azienda è 6.

I punteggi minori attribuiti agli elementi analizzati sono stati, invece, per gli stakeholder all'elemento **'Creazione e remunerazione del lavoro'** (4,20), per l'azienda a **'Sostegno all'indotto'** (3).

## La creazione di valore economico



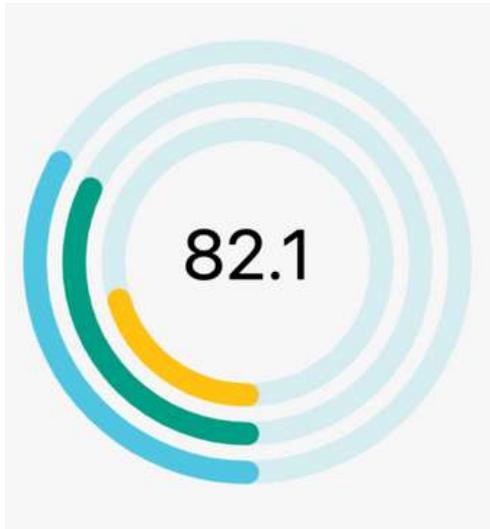
Nell'analisi dell'ultimo pilastro (Valore economico) l'elemento di valutazione di cui si registra il punteggio più elevato sia per gli/le stakeholder e sia per l'azienda la '**Remunerazione dei servizi pubblici**', con un punteggio rispettivamente pari a 6 e 5.

Il punteggio minore che si è registrato con la valutazione sia degli/delle stakeholder sia dell'azienda è nell'elemento '**Fatturato**' con un punteggio, in entrambi i casi, pari a 2.

# Certificazione B Corp



2017



2021



Dettaglio delle aree analizzate:

- Governance: 4,5
- Ambiente: 1,9
- Lavoratori: 20,6
- Comunità: 33,2
- Clienti: 21,9

Dettaglio delle aree analizzate:

- Governance: 17,6
- Ambiente: 11,5
- Lavoratori: 19
- Comunità: 29
- Clienti: 32,2

Nella ricertificazione del 2021 si assiste a una **distribuzione più omogenea** dei punteggi raggiunti nelle diverse aree.

È un risultato coerente con le modifiche apportate negli ultimi anni a livello di strategia aziendale che premia il nostro impegno quotidiano (*per approfondire le modifiche apportate nel periodo vedi il capitolo Valutazione d'impatto*).

Ci fa particolarmente piacere il punteggio ottenuto nell'area clienti dal momento che proprio nel rapporto con la clientela, al quale diamo grande rilevanza, mettiamo il massimo dell'impegno.