

Società Benefit

Certified B Corporation

BOTTEGA FILOSOFICA

Relazione d'Impatto 2025

Bottega Filosofica srl
Società Benefit

www.bottegafilosofica.net

Indice dei contenuti

1 Chi siamo

2 Benefit per vocazione

3 Valutazione d’Impatto - criteri

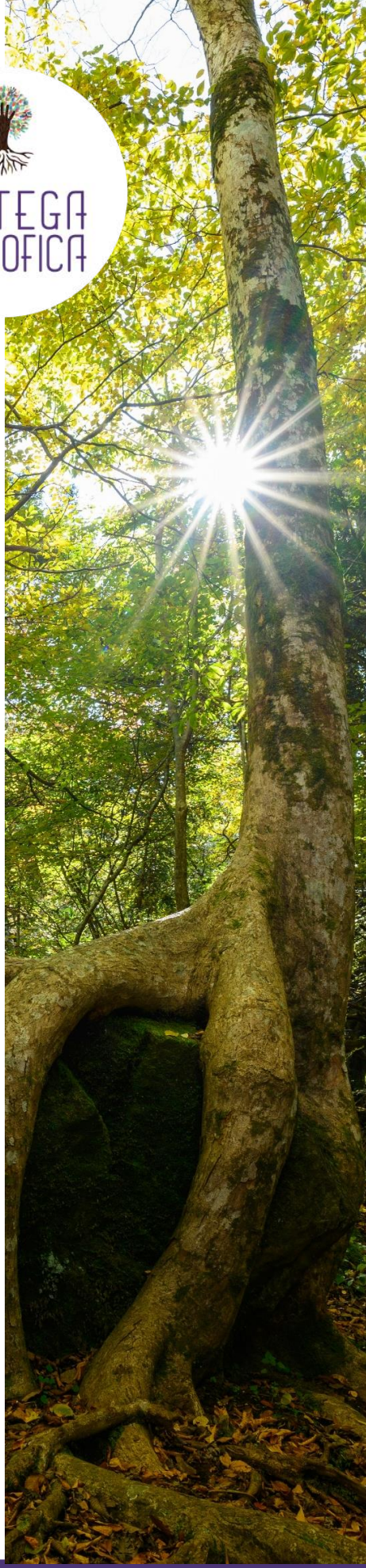
4 Valutazione d’Impatto – semaforo degli impatti

5 Valutazione d’Impatto – i risultati di sintesi

6 Le nostre finalità di beneficio comune

7 Obiettivi realizzati e obiettivi futuri

Approfondimenti



Il messaggio della CEO e founder
Myriam Ines Giangiacomo



Quando, dodici anni fa, ci siamo poste la domanda che ancora ci guida - come tenere insieme il successo di un'impresa e il bene comune? - non immaginavamo quanto, in certi anni, quella domanda ci avrebbe chiesto di *scegliere*.

Il 2025 è stato uno di questi.

Se il 2024 era stato l'anno in cui, dopo un secondo semestre difficile, avevamo cominciato a ripensare in profondità il nostro modello di business e a riportare al centro il nostro *purpose*, il 2025 è stato l'anno in cui quel ripensamento ha messo radici.

Ci siamo interrogate ancora - sull'attualità del nostro *perché*, sulla coerenza tra ciò che diciamo e ciò che pratichiamo - e siamo arrivate a un allineamento pieno e consapevole tra il nostro proposito e la nostra offerta di valore.

Un allineamento che ha avuto un prezzo.

Ha comportato alcune rinunce, in termini di contratti e collaborazioni, e soprattutto una scelta umanamente non facile: nell'autunno abbiamo salutato due delle nostre partner e, con loro, la nostra sede operativa permanente a Milano.

Lo abbiamo fatto con cura e rispetto, perché crediamo che anche il modo in cui ci si lascia sia parte della nostra idea di Buona Impresa.

Sul piano economico, dopo un 2024 con il fatturato quasi dimezzato, il 2025 si è chiuso in attivo. Avendo modificato il modello di business e fatto alcune economie, la società è tornata a generare utile.

Questo non basta ancora a remunerare pienamente gli investimenti degli anni passati e l'impegno dell'anno - la sostenibilità economica resta il pilastro da consolidare - ma il semaforo dei nostri impatti registra, per il primo anno, coerenza anche rispetto allo sviluppo economico.

È il segno che la strada intrapresa è quella giusta.

Nel frattempo abbiamo continuato a fare ciò che amiamo.

Abbiamo ampliato il nostro sguardo alle pubbliche amministrazioni, portando coaching e sviluppo interiore dove possono generare valore pubblico.

Abbiamo rafforzato l'impegno nelle reti che ci somigliano, da settembre faccio parte del CdA della Fondazione Buon Lavoro.

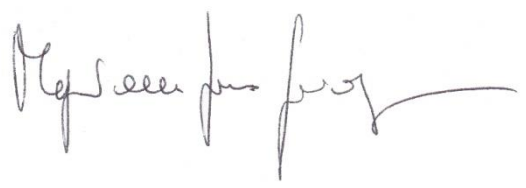
Abbiamo continuato a diffondere gratuitamente cultura della sostenibilità integrale e dello sviluppo interiore attraverso la nostra newsletter e la presenza sui social e abbiamo persino portato la leadership generativa in teatro, devolvendo l'intero ricavato a una preziosa organizzazione non profit amica.

Sebbene i tempi continuino a chiedere velocità e risultati immediati, noi continuiamo a scegliere il passo lungo: quello che si misura con la profondità e la durata.

Guardiamo al 2026 - e al libro sul quale abbiamo deciso di investire, *Cambiare il lavoro, da dentro* -con la serenità e la fiducia di sempre.

Grazie a chi ci ha scelte, a chi ci accompagna, a chi ci sfida a essere ogni giorno #piùbravepiùbellepiùbuone piùricche.

Continuiamo a coltivare insieme il futuro che desideriamo.



❶ Chi siamo

Fondata formalmente nel 2014, Bottega Filosofica nel 2025 ha visto impegnato un team di professioniste, con esperienza più che ventennale come manager, consulenti e coach, che hanno operato in modalità '*open collaboration*' nella forma da ciascuna ritenuta più congeniale.

B Corp certificata dal 2017 e Società Benefit dal 2019

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

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

Mettiamo a disposizione delle nostre e dei nostri clienti una competenza e un'esperienza consolidate nell'impiego dei metodi e degli strumenti offerti dalla filosofia, dal pensiero sistemico, dal coaching e dall'*Organizational Development* (OD) per sostenere persone e organizzazioni nella costruzione dei loro percorsi evolutivi.

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

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

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

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

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

Consideriamo nostri punti di forza il deciso orientamento all'innovazione e alla sperimentazione di metodi e strumenti, la passione con la quale sempre co- progettiamo con la clientela 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

Crediamo in un futuro possibile di bellezza e abbondanza per tutti.
Per questo diamo **nuova vita** ai **principi ESG.**

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

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



I nostri valori e presupposti

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

Per approfondire: il Codice GenEtico

Bottega Filosofica è anche

Uno spazio di apprendimento privilegiato e sicuro, all'interno del quale condurre insieme un lavoro riflessivo su noi stessi, sui nostri contesti e sul mondo come eco-sistema, utilizzando come framework sistemico di riferimento anche quello degli *Inner Development Goals*, qualità e competenze che tutti abbiamo bisogno di coltivare e sviluppare per attuare il cambio di paradigma sociale, economico e culturale che l'Agenda 2030 dell'ONU e, in generale, il futuro sostenibile richiedono.

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

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

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

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

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

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

La mappa che orienta il nostro impatto



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

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

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

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

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



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



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





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



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



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



Siamo impegnate personalmente e nella società per contrastare il cambiamento climatico



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

La nostra mappa interiore



Adattamento Bottega Filosofica da *Inner Development Guide* (IDG)

Nel sistema degli *Inner Development Goals,* sviluppato e aggiornato costantemente da una ampia community di *practitioner* e studiosi dello sviluppo personale, noi di Bottega Filosofica abbiamo riconosciuto una sintesi efficace dei nostri orientamenti circa le competenze e le qualità da coltivare individualmente e collettivamente per realizzare le organizzazioni, i sistemi economici e le società integralmente sostenibili che riteniamo costituiscano il futuro desiderabile al quale vogliamo contribuire.

Riportiamo qui, quindi, il framework IDG da noi integrato con le competenze ulteriori che riteniamo necessarie (in viola)

Prendersi cura delle competenze interiori – a tutti i livelli e in tutti i contesti - a nostro parere, è qualcosa che va oltre i confini dell'individuo. Pur partendo inevitabilmente dalla singola persona, infatti, guarda al sé collettivo e lo riguarda al massimo. Il cambiamento interiore è indispensabile per trasformare la realtà esterna e realizzare concretamente una realtà nuova non è possibile con competenze 'vecchie'.

Bottega Filosofica è, da sempre e costantemente, impegnata nella diffusione e nella 'costruzione' del nuovo sguardo *inside-out* che ormai tutti coloro che si occupano di sviluppo e innovazione economica e social riconoscono come di importanza vitale per affrontare le sfide, decisive, del presente e del futuro dell'Umanità.

La nostra mappa interiore

Nello specifico delle organizzazioni, e quindi delle imprese, il concetto di competenze interiori comprende e supera quelle che vengono comunemente chiamate 'soft skills' integrando e allargando anche quelle spesso definite 'life skills'.

Dare attenzione alle competenze interiori non solo sostiene lo sviluppo della leadership autentica e diffusa, ma favorisce lo sviluppo di competenze utili alle persone in prospettive più ampie e spendibili in ogni ambito della vita e del lavoro, per migliorarne l'auto-consapevolezza, le relazioni, il pensiero sistemico, la concretezza.

Riteniamo, infine, che il *framework* proposto nella pagina precedente sia, al momento, la proposta più completa di sviluppo personale per la realizzazione degli obiettivi ESG (*Environmental, Social, Governance*) delle aziende e, sulla base della nostra esperienza, sappiamo che partire dallo sviluppo interiore ha conseguenti ricadute positive economiche e finanziarie oltre che reputazionali.

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

Adottare la prospettiva dello sviluppo interiore si colloca nel contesto degli approcci e modelli globali ed efficaci che Bottega Filosofica offre ai propri clienti per integrare tutte le dimensioni e aiutare individui e organizzazioni a "vedere l'intero" e a collocare gli interventi di sviluppo personale e organizzativo in un'ottica sistemica, interdipendente e radicata nell'intimo di ciascuna persona.



Al fine di mantenersi costantemente all'avanguardia nelle sue conoscenze e pratiche, Bottega Filosofica ha aderito, sin dalla sua nascita, alla piattaforma internazionale IDG, si è costituita come **IDG Hub locale** impegnandosi a diffondere la conoscenza del *framework* nelle comunità ed è tra le organizzazioni fondatrici della *IDG Italy Hubs Collaboration*, il cluster degli hub italiani.

2 Benefit per vocazione



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

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

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

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

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

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

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

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

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

- vogliono avere successo e prosperare a lungo termine e, per questo, vogliono avere un **impatto più positivo** sul loro ecosistema interno ed esterno
- vogliono riflettere sulla propria **evoluzione culturale e di business** e avviare un piano strategico e sostenibile per il conseguimento di **nuovi obiettivi**
- sono imprese `***purpose driven***' e desiderano essere accompagnate nel mantenere sempre connessi, in maniera coerente, l'intento e l'azione e nel costruire senso e prosperità per tutti gli stakeholder.

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

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

In questo cammino ci proponiamo come compagne di viaggio.

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

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



3 Valutazione d'impatto - criteri

Per la valutazione dell'impatto da noi generato nel 2025 abbiamo utilizzato il **SABI** - Strumento di Autovalutazione del Buon Impatto (https://labuonaimpresa.it/lautovalutazione/), costruito sulla base del "Modello della Buona impresa"

La scelta è ricaduta sul SABI perché risponde pienamente agli standard di valutazione indicati nella Legge 28/12/2015 n. 2018, art. 1 com. 376-384.

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

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

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

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

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

Ciascuno dei 3 pilastri è osservato in 3 dimensioni:

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

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

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

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

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



Non solo per noi

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

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

Focus: il BIA, il B Impact Assessment

Per la nostra valutazione ci siamo sempre avvalse anche del BIA (nella versione in vigore fino al 2024).

Dopo quattro anni di lavoro evolutivo partecipato, nell'aprile 2025 B Lab, l'entità internazionale no profit che ha la responsabilità del BIA, ha introdotto dei nuovi standard progettati per essere più solidi e rilevanti. La certificazione con i nuovi standard B Lab inizierà nel 2026.

Il BIA 2.0 ha valorizzato l'esperienza di tutti i processi di certificazione B Corp realizzati fino ad allora, e ne ha modificato radicalmente i criteri definendo i requisiti di base da possedere per essere imprese certificate, introducendo una valutazione dei rischi e superando il criterio del punteggio.

La ricertificazione di Bottega Filosofica è avvenuta a fine 2024 e il suo rinnovo è previsto nel 2028.

Allo stato attuale, avendo già utilizzato una standard riconosciuto come il SABI per la nostra valutazione d'impatto 2025, e non essendo il nuovo BIA immediatamente utilizzabile a tal fine, abbiamo ritenuto di non procedere in questo senso, almeno per l'anno in questione.





B Impact Score attuale

4 Valutazione d'impatto – 'semaforo degli impatti'

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

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

CORE BUSINESS		
Progresso della società e innovazione ⓘ	✓	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE
CORE BUSINESS		
Sviluppo economico ⓘ	✓	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
CORE BUSINESS		
Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori ⓘ	✓	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Disuguaglianze economiche e sociali ⓘ	✓	10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Diversità, Equità e Inclusione ⓘ	✓	5 PARITÀ DI GENERE

4 Valutazione d'impatto – 'semaforo degli impatti'

IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Educazione, informazione e cultura ⓘ



IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE

Salute e sicurezza dei lavoratori ⓘ



IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE

Benessere degli individui ⓘ



IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE

Diritti Umani ⓘ



IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE

Comunità Locali ⓘ



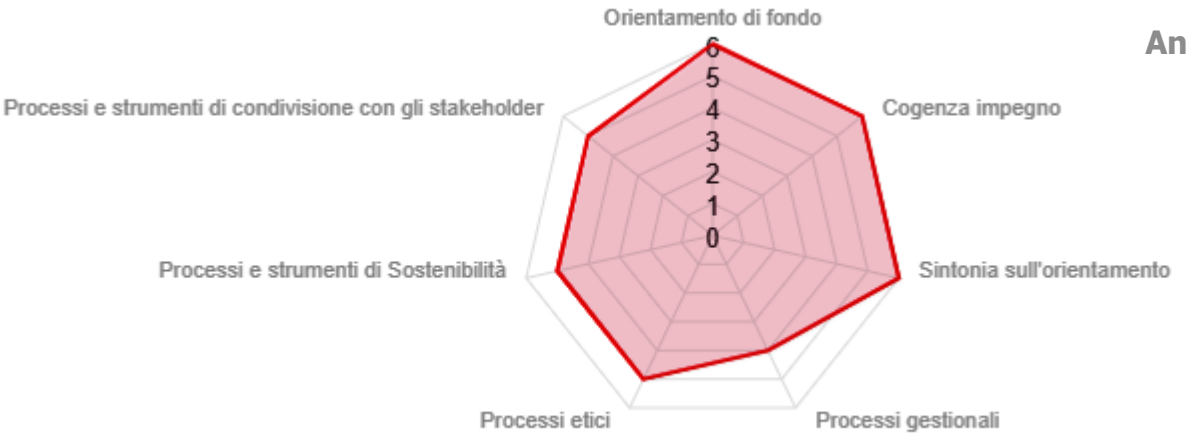
Il semaforo degli impatti evidenzia coerenza tra intenzione e risultati, anche – per il primo anno – rispetto allo sviluppo economico. Questo risultato è il frutto dei cambiamenti apportati nella governance e nella gestione economica dell'azienda. Come meglio evidenziato nel prosieguo, questo aspetto non è ancora presidiato come vorremmo ma la mancanza di criticità indica che si è intrapresa la giusta strada.

5 Valutazione d'impatto – i risultati in sintesi

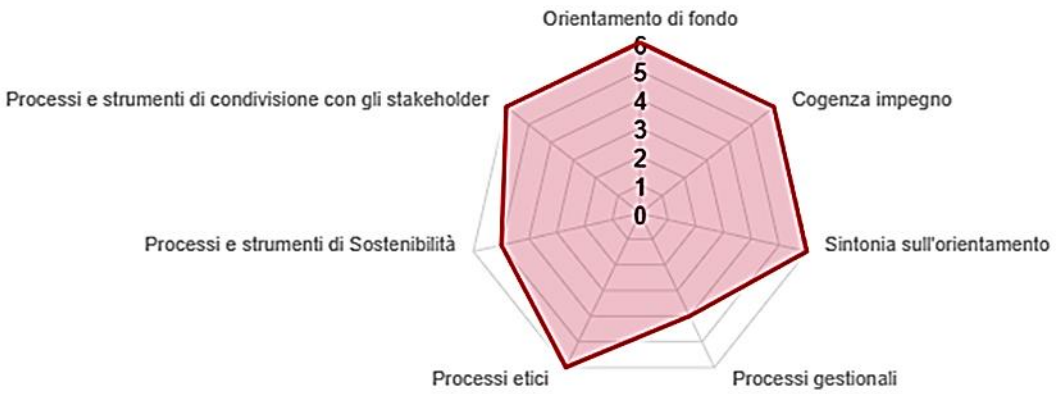
Riportiamo di seguito la sintesi delle valutazioni effettuate con il SABI rimandando agli approfondimenti per ulteriori dettagli.

Autovalutazione rispetto alla Governance

Anno 2025



Anno 2024



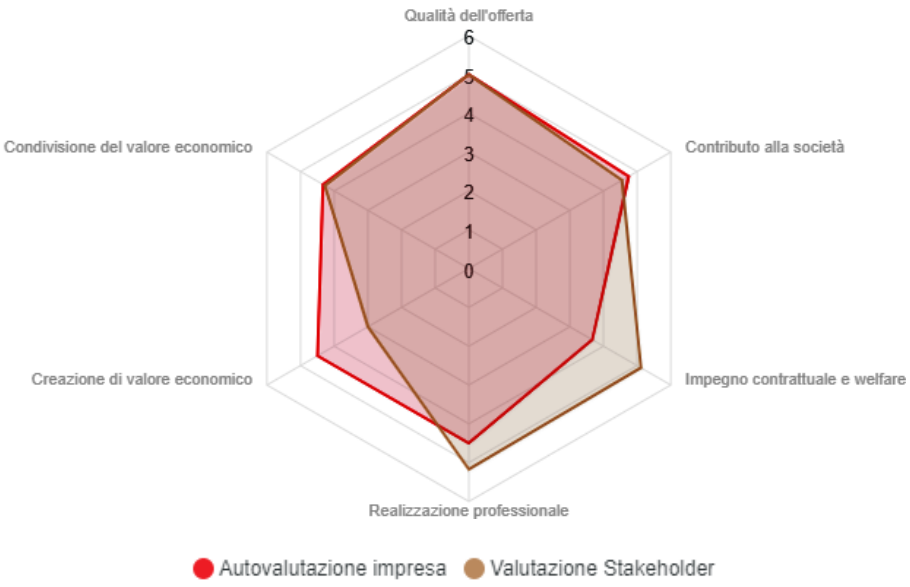
Rispetto al 2024 non si registrano sostanziali variazioni. Le iniziative a favore degli stakeholder esterni - sviluppate nel 2025 - sono state testate e ulteriormente affinate per portare reale valore, ma non hanno richiesto l'impegno dell'anno precedente.

Il 2025 è stato l'anno in cui ci si è ulteriormente interrogate sul *purpose* dell'azienda, sulla sua attualità, effettiva coerenza con i valori praticati e sulla persistenza dell'impegno nel realizzarlo. Ciò ha richiesto profonde riflessioni e confronto e un lavoro di analisi sull'allineamento tra *purpose* e offerta di valore.

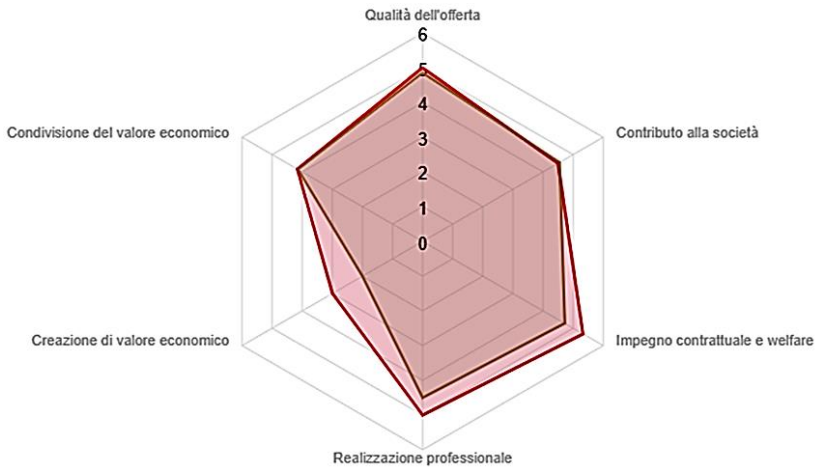
Il risultato è stato un pieno e consapevole allineamento che ha comportato, inevitabilmente, ad alcune rinunce in termini di contratti e collaborazioni.

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 2025



Anno 2024

Rispetto al benessere delle persone che lavorano in e con l'azienda, la valutazione di queste è, mediamente di 1,5 punti più alta di quella dell'azienda.

C'è coerenza tra la valutazione dell'impresa e quella da parte della clientela.

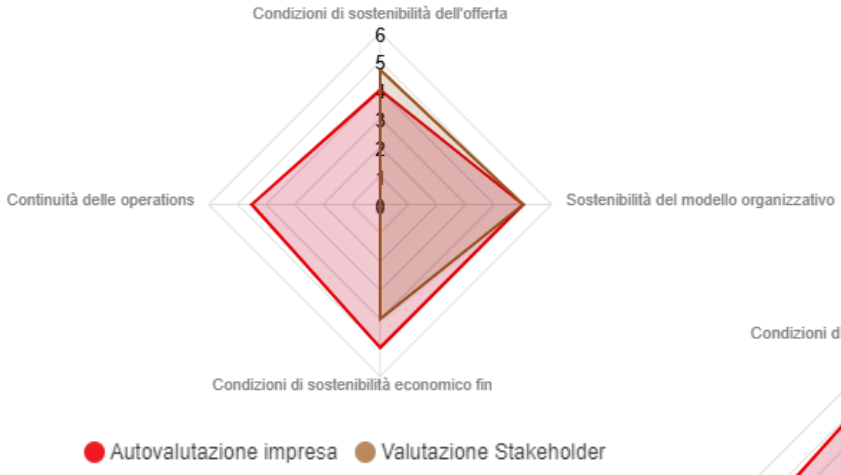
Permane il disallineamento sulla creazione di valore economico perché, anche se il bilancio 2025 si è chiuso in attivo, generando utile, questo non consente ancora di remunerare adeguatamente gli investimenti (in risorse e lavoro) effettuati negli anni precedenti.

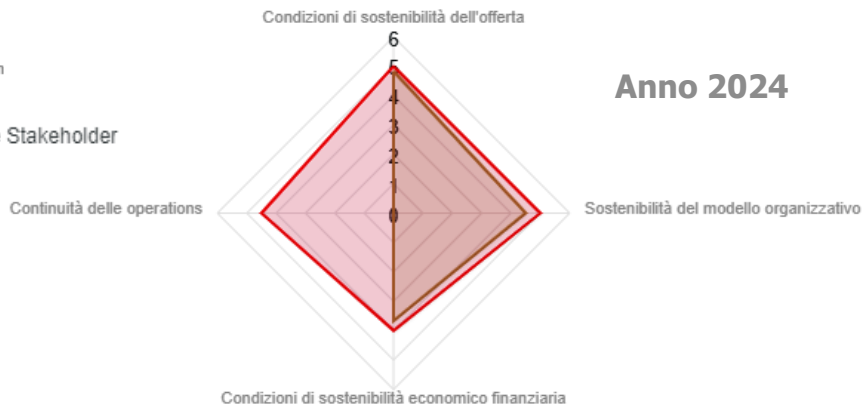
Sostenibilità nel tempo della Creazione di Valore

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

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

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





Come auspicato lo scorso anno, la revisione dei modelli di governance ha portato a una sostanziale crescita della percezione di sostenibilità nel tempo sia per l'offerta che per il modello organizzativo.

Rimane uno scollamento rispetto alla sostenibilità finanziaria, già argomentato rispetto al grafico precedente.

Poiché i cambiamenti che si è deciso di apportare hanno richiesto una gradualità nella loro applicazione, è verosimilmente auspicabile che il 2026 registri una maggiore serenità di prospettiva nei soci.

In sintesi

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

Un caso concreto:

Abbiamo accompagnato in un percorso di coaching organizzativo una meta associazione di rilevanza nazionale e internazionale per supportarla nella trasformazione a ETS riconosciuto, con tutte le variazioni che ciò ha richiesto in termini di governance, senza smarrire la propria vocazione sociale.

Il percorso - in modalità group coaching – ha visto coinvolti tutti i soggetti responsabili delle diverse funzioni, con l'obiettivo di co-costruire il nuovo modello organizzativo, tenendo conto delle aspettative e dei bisogni di tutti gli stakeholder interni ed esterni.

Il progetto è tuttora in corso e ci vedrà impegnate anche nel 2026 perché si è scelto di procedere per evoluzioni graduali che alternano i nostri interventi a momenti di prototipazione e sperimentazione da parte dell'organizzazione (in cui siamo coinvolte come osservatrici) per favorire uno sviluppo realmente sostenibile del modello di governance.

Possiamo fin qui misurare gli impatti diretti, attraverso feedback strutturati e un continuo dialogo con l'organizzazione.

Gli impatti indiretti sull'organizzazione nel suo complesso e sui suoi stakeholder esterni saranno probabilmente misurabili a fine 2026 perché la fine del 2025, e ancora più il 2026, stanno coinvolgendo scelte e azioni a maggior impatto indiretto.

6 Le nostre finalità di beneficio comune

Dallo Statuto di Bottega Filosofica:

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

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

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

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

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

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

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

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



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

- l'elaborazione, promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro, in particolare il modello di **B Corp** e la forma giuridica di **Società Benefit** in diversi settori economici italiani

- il design e l'introduzione di pratiche e **modelli di innovazione sostenibile** nelle imprese e nelle istituzioni per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali

- lo sviluppo organizzativo, la formazione e le attività di training, coaching e facilitazione prevalentemente nel campo dell'innovazione organizzativa e sociale, del change management e dello sviluppo della leadership autentica nelle grandi organizzazioni, nelle PMI (piccole e medie imprese) e verso professionist*, finalizzate a creare **contesti di lavoro e di servizio sostenibili e rigenerativi**

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

- la consulenza per l'elaborazione di value proposition sostenibili e generatrici di senso - all'interno e all'esterno dell'organizzazione attraverso la co-costruzione e l'elaborazione partecipata delle business practice affinché siano calate nello specifico, adeguate a ridurre/superare le criticità presenti nelle comunità di riferimento e in grado di **produrre valore** per tutti

- la collaborazione e la sinergia con organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della società, per contribuire al loro sviluppo e **amplificare l'impatto positivo** del loro operato

7 Obiettivi realizzati e obiettivi futuri

Sintesi dei risultati rispetto agli obiettivi 2025

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



Nel 2025 abbiamo intensificato la collaborazione con la Fondazione Buon Lavoro , partecipato attivamente ai lavori di definizione del Manifesto della Buona Impresa, lanciato in novembre, e all'impostazione delle attività di diffusione. Da settembre 2025 Myriam Ines è membro del CdA della FBL.



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



Nel 2025 abbiamo avuto l'opportunità di accompagnare solo 3 aziende nella redazione della Relazione d'Impatto. E' un ambito nel quale la nostra offerta, un approccio molto personalizzato che viene proposto anche come percorso di consapevolezza del management aziendale, viene percepito talvolta come troppo impegnativo e, per questo, ci vengono preferite soluzioni più standardizzate.



Realizzare percorsi di accompagnamento e sostegno per organizzazioni for profit e not for profit che vogliano cogliere la sfida di trasformare gli adempimenti normativi in occasioni di crescita e prosperità
1 percorso per tipologia di soggetto



Obiettivo pienamente centrato con due iniziative, una con un'importante organizzazione no profit del panorama nazionale a seguito della trasformazione in ETS e una impresa sociale del territorio

Sintesi dei risultati rispetto agli obiettivi 2025 (segue)

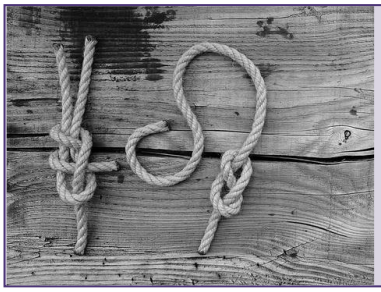


Aderire e partecipare attivamente a organismi nazionali e internazionali che sostengono lo sviluppo della cultura della sostenibilità o contribuire, attraverso la partecipazione di Bottega Filosofica, a rafforzare la cultura della sostenibilità in ambienti nei quali non è ancora sufficientemente sviluppata

almeno 6 membership



Abbiamo confermato e rafforzato il nostro impegno attivo in organizzazioni e associazioni nazionali e internazionali (attualmente 9), anche attraverso la partecipazione come membri dei consigli direttivi di quattro di queste realtà.



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

almeno 2 nuove partnership fattive



Sebbene abbiamo continuato a nutrire le partnership in essere con realtà, italiane ed europee, a noi affini, le auspicate ulteriori partnership non si sono concretizzate per cambiamento delle situazioni organizzative e di mercato.

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

2 percorsi



Obiettivo mancato, per oggettivi problemi organizzativi. Nonostante l'academy sia stata completamente ripensata e ricondotta in maniera esplicita al brand Bottega Filosofica per sviluppare una maggiore sinergia ed efficacia di proposta al mercato, altri impegni dell'azienda non hanno consentito di promuoverla adeguatamente.

Sintesi dei risultati rispetto agli obiettivi 2025 (segue)



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

Obiettivo pienamente realizzato. In collaborazione con il Teatro Elettra di Roma e BC Lab di Beppe Carrella è stato realizzato il ciclo di sette eventi – spettacolo "Pensieri ribelli e leadership di contrabbando". L'intero ricavato è stato devoluto a Casa Sant'Anna Onlus a sostegno dei suoi progetti.

INNER DEVELOPMENT GOALS

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

Almeno 1 incontro di alfabetizzazione e 1 evento condiviso del cluster

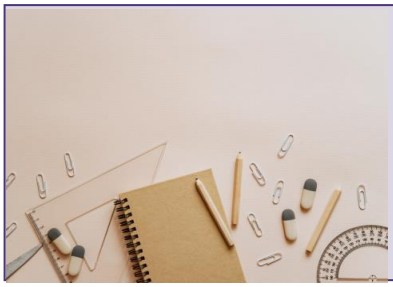
Obiettivo pienamente realizzato. Una lezione del Master in Consulenza e pratiche filosofiche dell'Università di Roma Tre e un webinar per la community Alumni dell'Università di Trento sono stati dedicati a far conoscere il framework IDG e, in collaborazione con il Cluster Italiano, abbiamo condotto un workshop all'interno dell'evento nazionale ASviS di Bologna nell'ambito del Festival dello Sviluppo Sostenibile 2025

PENSARE B
La newsletter di Bottega Filosofica
pausa.

Offrire gratuitamente attraverso la newsletter di Bottega Filosofica e i suoi canali social, video ed eventualmente anche podcast, contenuti di qualità su temi quali la buona impresa, la sostenibilità umana e sociale, lo sviluppo interiore, SDGs, IDGs ecc. Aumentare l'accessibilità ai nostri contenuti attraverso la fruibilità in audio degli articoli e dei contenuti pubblicati nelle newsletter
2 uscite mensili + 1 video mese

Obiettivo pienamente realizzato. Abbiamo continuato con due uscite mensili per l'intero anno, prodotto video divulgativi su Youtube e reso accessibili gli articoli in newsletter come audio sul nostro sito e su Youtube

Sintesi dei risultati rispetto agli obiettivi 2025 (segue)



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

10 giornate persona equivalenti

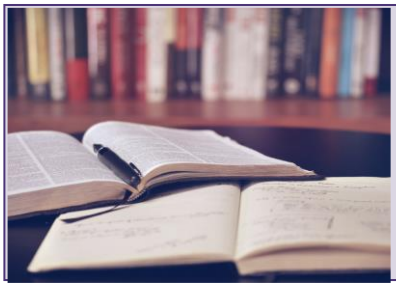
Obiettivo pienamente realizzato con diverse iniziative di condivisione e apprendimento in contesti variegati.



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

40 giornate persona equivalenti

Myriam Ines Giangiacomo è stata coinvolta in qualità di esperta in eventi e seminari. Il team ha partecipato collettivamente alla redazione del blog, delle newsletter, a diversi webinar e podcast di divulgazione.



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

almeno 3 gruppi di lavoro e ricerca

Anche per il 2025 siamo riuscite a unire le nostre competenze di coaching con quelle relative agli SDGs, agli IDGs e agli ESG, avviando riflessioni sul contributo che, come coach, può essere portato relativamente ai temi della sostenibilità integrale in 4 gruppi di ricerca nazionali e internazionali. Abbiamo inoltre curato per l'evento d'autunno de Il Quinto Ampliamento due focus group sul rapporto delle diverse generazioni con il lavoro in ottica di sostenibilità.

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

Finalità di beneficio comune interessate

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



Cosa abbiamo realizzato

Nel 2025 la nostra offerta è rimasta centrata sul supporto alla trasformazione organizzativa e all'evoluzione culturale utili allo sviluppo di business e di modelli di governance rigenerativi, che producano impatti positivi dentro e fuori le organizzazioni coinvolte, sia nel breve che – soprattutto – nel medio-lungo periodo.

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

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

Nel 2025 abbiamo ampliato lo sguardo a organizzazioni della Pubblica Amministrazione, con l'intento di contribuire, loro tramite, a un maggiore impatto indiretto a favore della cittadinanza.

alcune realtà con cui abbiamo lavorato nel 2025

ASVIS

GRUPPO BIOS

Apoidea Cooperativa Sociale

FLOOX Marketing Automation

ELTGROUP

FORMEZ AL SERVIZIO DELLA PA

medical service ASSISTANCE

AGENZIA PER LA CYBERSICUREZZA NAZIONALE ACN SAPIENTIA ADIUVAT

Ministero della Giustizia

INAIL

Due esperienze che ci piace approfondire

Il nostro impegno nei progetti evolutivi della Pubblica Amministrazione

Nel 2025 abbiamo rafforzato il nostro impegno nella PA per lo sviluppo manageriale. Attraverso interventi di group coaching, abbiamo facilitato l'ingresso di nuove figure manageriali e supportato l'evoluzione del ruolo, così come previsto dalla c.d. normativa Zangrillo, oggi maggiormente dedicato allo sviluppo del personale e alla valutazione delle performance, senza trascurare l'essenziale funzione sociale e di servizio alla cittadinanza. Il nuovo focus delle Pubbliche Amministrazioni, cui tutta l'azione deve essere orientata è, infatti, **la creazione di valore pubblico**.

I criteri adottati nella progettazione dei nostri percorsi di sviluppo della leadership

Nei nostri percorsi di *Group coaching* per la leadership autentica *inside out*, gli Inner Development Goals costituiscono una bussola progettuale: una grammatica condivisa e fondata sulla ricerca che rende intenzionale e consapevole l'autosviluppo.

La logica *inside out* segue l'arco delle dimensioni IDG: muove dall'**Essere** (autoconsapevolezza, integrità, autenticità), si arricchisce del **Pensare** (lettura della complessità e *sense-making*, perché in contesti incerti l'autenticità senza discernimento non basta), e diventa leadership attraversando il **Relazionarsi**, il **Collaborare** e l'**Agire**, il movimento attraverso il quale la consapevolezza si fa presenza e la presenza azione capace di impatto.

In questo disegno il gruppo è il campo relazionale in cui le intuizioni interiori vengono messe alla prova, rispecchiate dai pari ed esercitate in un clima di fiducia.

Progettando così lavoriamo per la trasformazione del sistema e non per il mero adattamento alle sue condizioni attuali.



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

1. diretti sulle persone con cui lavoriamo (clienti)
2. indiretti sulle persone che lavorano con i nostri clienti
3. indiretti sulle organizzazioni (committenti) e sui loro stakeholder, attraverso i nuovi comportamenti e le nuove iniziative adottate dai nostri clienti

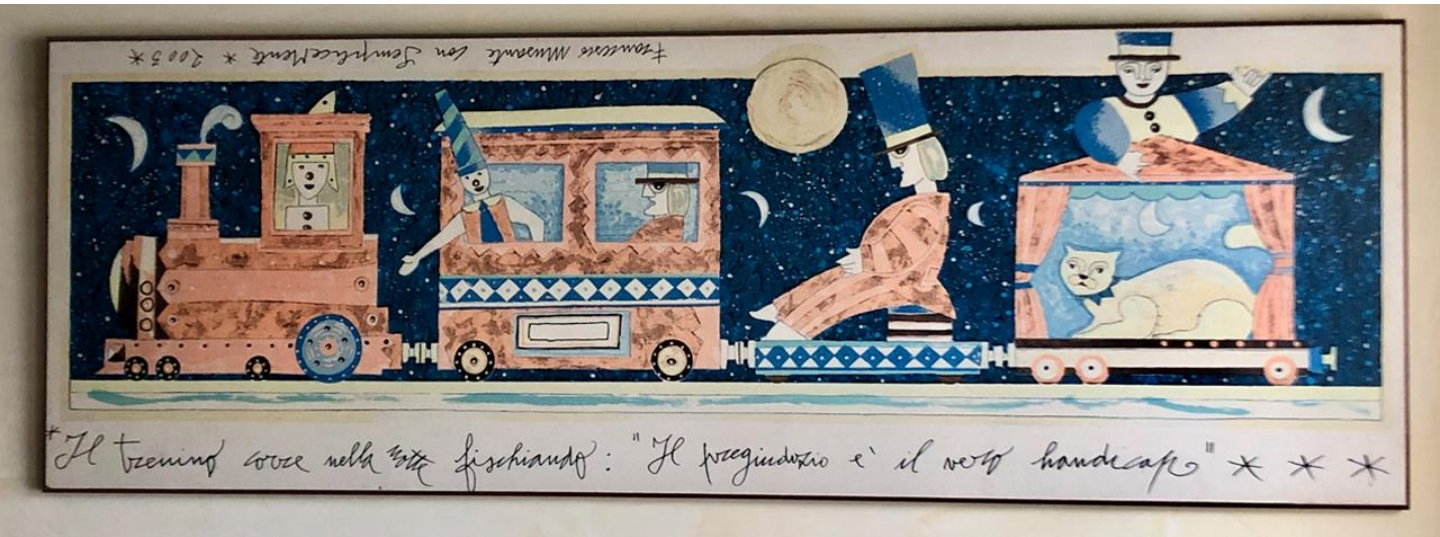
2025

Impatto diretto delle attività for profit:

ca. 250 persone

Impatto indiretto delle attività for profit:

ca. 4000 persone e un numero non rilevabile di clienti esterni e altri interlocutori attraverso di loro



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

Finalità di beneficio comune interessate

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



Cosa abbiamo realizzato

Nel 2025 abbiamo:

- rinnovato il nostro impegno partecipativo in associazioni nazionali e globali per promuovere la diffusione di modelli organizzativi rigenerativi anche attraverso il confronto e la co-costruzione con il mondo no profit, aumentando anche la partecipazione nei board, in particolare di Fondazione Buon Lavoro e B Women Italy.
- contribuito a riflessioni e confronti mediante la partecipazione in qualità di relatrici e guest speaker in eventi e convegni nazionali
- Favorito la diffusione e sperimentazione degli IDG attraverso una lezione del Master in Consulenza e pratiche filosofiche dell'Università di Roma Tre , un webinar per la community Alumni dell'Università di Trento e, in collaborazione con il Cluster Italiano, con la conduzione un workshop all'interno dell'evento nazionale ASviS di Bologna nell'ambito del Festival dello Sviluppo Sostenibile 2025
- confermato il nostro impegno di condivisione e diffusione di visioni, pensieri e pratiche attraverso le nostre newsletter gratuite - Pensare B e Pausa. –, insieme a quella storica con la rivista on line Formazione e Cambiamento. Per favorire l'accessibilità alle nostre newsletter, ne abbiamo regolarmente attivata una versione audio fruibile tramite la newsletter stessa, il nostro blog e il canale Youtube
- facilitato tavoli di lavoro e confronto in occasione degli eventi organizzati da Walls Down e Il Quinto Ampliamento, Assobenefit e EMCC Italia e in eventi da noi organizzati come, per esempio, in occasione della Rome Future WeeK
- proseguito il nostro lavoro nei Focal Point per l'Executive Reflection e il Team Coaching con EMCC Italia. Nella medesima organizzazione, abbiamo inoltre attivato un Cantiere di Ricerca sull'Inclusività e avviato una ricerca nell'ambito del Global Centre for Excellence Sustainability & Climate Change sul tema Sostenibilità Integrale e Codice Etico del Coaching
- svolto docenza (a cura di Myriam Ines Giangiacomo) *pro bono* nel modulo "Filosofia nelle Organizzazioni per costruire sostenibilità" del Master di II livello *"Pratiche filosofiche e consulenza flosofica*" dell'Università di Roma Tre.

- Infine, in collaborazione con il Teatro Elettra di Roma e il BC Lab di Beppe Carrella abbiamo realizzato il ciclo di sette eventi –spettacolo *"Pensieri ribelli e leadership di contrabbando*". L'intero ricavato è stato devoluto a Casa Sant'Anna Onlus a sostegno dei suoi progetti.

Alcune realtà che ci hanno visto e ci vedono impegnate

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

ca. 140 giornate persona equivalenti (30% ca. del potenziale di lavoro della società)

impatto diretto* : ca. 1.500 persone

impatto indiretto*: ca. 5.000 persone

* ove sia stato possibile misurarlo/stimarlo



Finalità di beneficio comune interessata, verso l'interno

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

Attività

Il lavoro in Bottega Filosofica

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

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

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

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

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

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

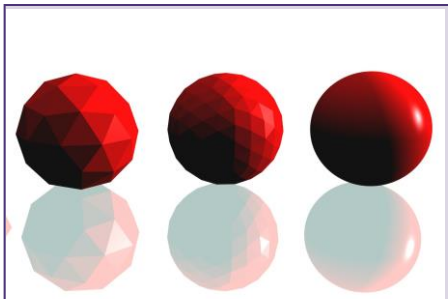
Proprio l'attenzione autentica a questi ultimi due punti, sempre curati nella *people strategy* di Bottega Filosofica, ha portato nel 2025 a un articolato e non sempre facile percorso di confronto aperto e critico tra le partner che è culminato con la decisione, arrivata nell'autunno, di rinunciare al contributo di due tra loro e, di conseguenza, all'avere una sede operativa permanente a Milano.

Obiettivi di beneficio comune 2026



Contribuire a rinnovare le culture organizzative lavorando su modelli manageriali e di leadership inside-out particolarmente orientati alla sostenibilità sistemica dell'organizzazione e del lavoro

almeno il 50% del fatturato



Contribuire all'evoluzione delle amministrazioni pubbliche attraverso l'attuazione della cosiddetta Direttiva Zangrillo sulla formazione nella PA portando modelli e strumenti del coaching, della facilitazione sistemica e dello sviluppo interiore

almeno 3 percorsi



Contribuire a diffondere modelli di riferimento per aziende ben gestite, sistemiche e sostenibili, indipendentemente dalla loro forma giuridica anche attraverso l'impegno nella Fondazione Buon Lavoro, ConfBenefit, Ecosistema Futuro, Il Quinto Ampliamento e le altre iniziative e associazioni in cui Bottega Filosofica è attivamente impegnata

almeno 20 giornate persona equivalenti



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

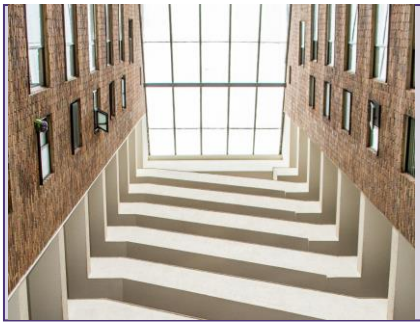
almeno 6 membership

Obiettivi di beneficio comune 2026



Continuare a diffondere il framework IDG, ad alimentare Bottega Filosofica IDG Hub con iniziative gratuite. Continuare a sviluppare il Cluster Italiano degli IDG Hub

Almeno 1 percorso e 1 evento condiviso del cluster



Contribuire a rafforzare la connessione tra le attività professionali di coaching, mentoring, supervisione e coaching organizzativo e le tematiche della sostenibilità integrale, dell'etica e dell'inclusione non solo nelle proprie attività ma come 'ambassador' all'interno delle associazioni professionali di riferimento
Partecipazione attiva ad almeno 3 iniziative



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

10 giornate persona equivalenti



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

20 giornate persona equivalenti

Obiettivi di beneficio comune 2026

PENSARE B
La newsletter di Bottega Filosofica

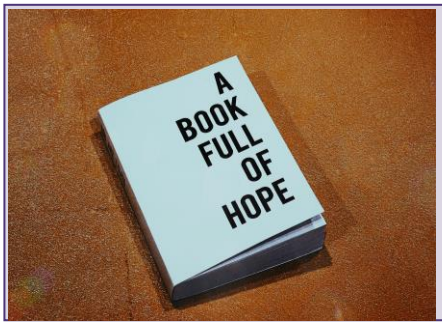
pausa.

Offrire gratuitamente attraverso la newsletter di Bottega Filosofica e i suoi canali social, video ed eventualmente anche podcast, contenuti di qualità su temi quali la buona impresa, la sostenibilità umana e sociale, lo sviluppo interiore, SDGs, IDGs ecc.
Aumentare l'accessibilità ai nostri contenuti attraverso la fruibilità in audio degli articoli e dei contenuti pubblicati nelle newsletter
2 uscite mensili + 1 video mese



Partecipazione attiva al GdL Silver Economy attivo all'interno del GIT Lazio di Banca Etica (della quale Bottega Filosofica è socia) per la prototipazione di un modello sociale ed economico inclusivo e intergenerazionale per la terza età

Contribuire attivamente alla definizione del prototipo



Sostenere la pubblicazione e la diffusione del libro "Cambiare il lavoro, da dentro" nel quale si promuove lo sviluppo interiore come motore della trasformazione del lavoro e dei contesti di lavoro

Anche per il 2025, come negli anni precedenti, non si era previsto di distribuire utili, così da avere l'agio di effettuare gli investimenti necessari per lo sviluppo dell'impresa con mezzi propri.

Ciò ci ha consentito di

- reggere a un difficile momento di mercato e al processo di revisione interna dell'assetto e della governance senza che nessuno, tra collaboratori e fornitori, ne avesse conseguenze in termini economici
- garantire la partecipazione ad associazioni, organizzazioni ed eventi attraverso il pagamento delle quote di iscrizione individuali e aziendali e delle spese vive connesse alle relative attività
- Svolgere le attività di marketing ritenute necessarie per rafforzare la visibilità dell'azienda.

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

Questo si traduce in una costante attenzione all'apprendimento continuo e al mantenimento e innovazione delle nostre competenze, ai quali dedichiamo, in media, ca. il 20 % del tempo lavorativo totale disponibile anche attraverso le attività di ricerca e volontariato associativo che tutte svolgiamo nelle associazioni cui partecipiamo anche in ragione del loro allineamento con la vocazione e i valori aziendali.



Approfondimenti

Considerazioni

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

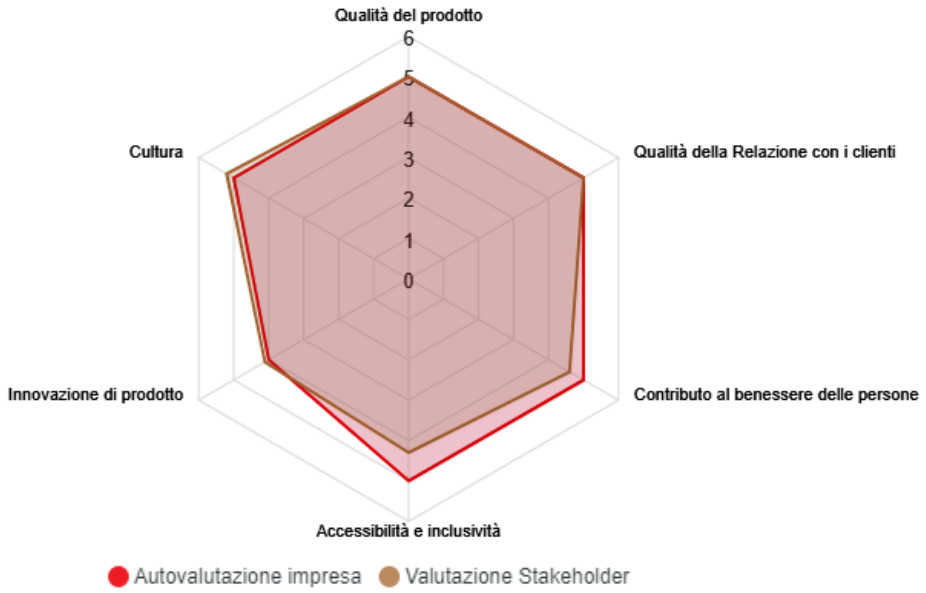
Come anticipato per il 2025 non è stato possibile utilizzare anche il BIA come standard di valutazione.

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

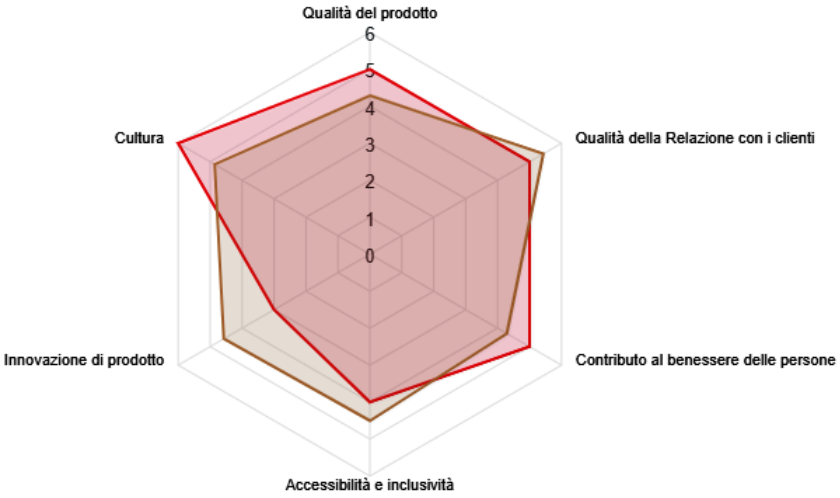
- Prodotto
- Lavoro
- Valore Economico.

La creazione di valore con il Prodotto

Anno 2025



Anno 2024



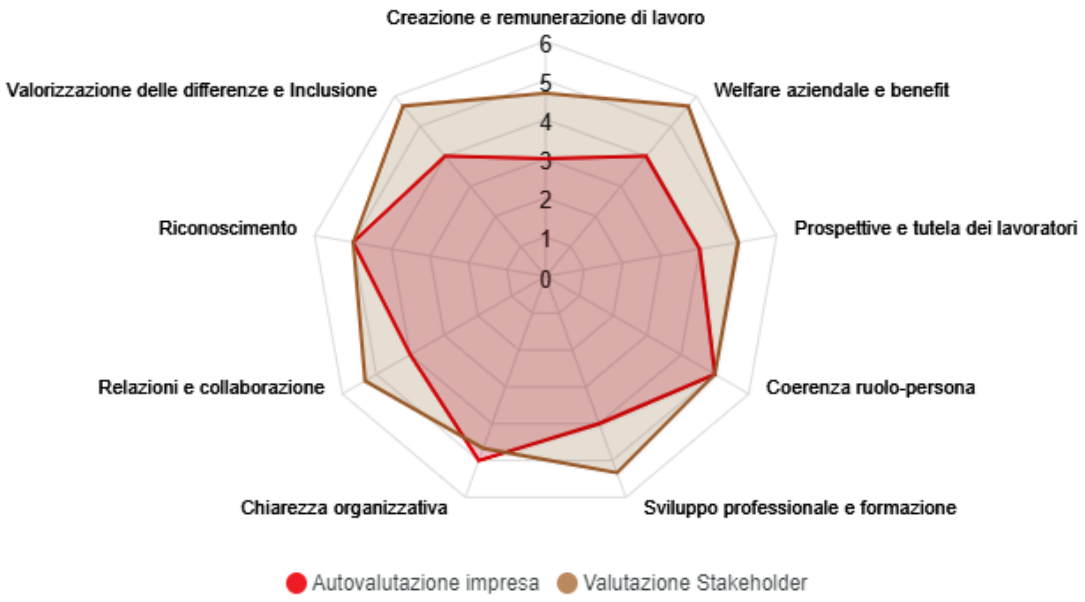
C'è una sostanziale coincidenza tra l'autovalutazione e la percezione della clientela, le cui valutazioni sono pressocché invariate rispetto al 2024 nonostante si tratti di clienti diversi.

Fa eccezione la valutazione della qualità del prodotto, aumentata di quasi un punto.

Rimane un ambito di attenzione la percezione di accessibilità e inclusività dei nostri servizi. È stato fatto un lavoro per renderli più accessibili, soprattutto sotto il profilo del linguaggio, ma la percezione, sebbene leggermente aumentata rispetto al 2024 (+ 7,5%), è ancora più bassa delle intenzioni dell'azienda.

Ciò richiederà un supplemento di osservazione ed esplorazione, anche tenendo conto che la platea della nostra clientela si è ampliata estendendosi anche alle pubbliche amministrazioni.

La creazione di valore con il Lavoro





Questo grafico merita un chiarimento.

Non solo le valutazioni sono decisamente differenti, ma quelle dei lavoratori sono nettamente più alte, anche oltre 1,5 punti.

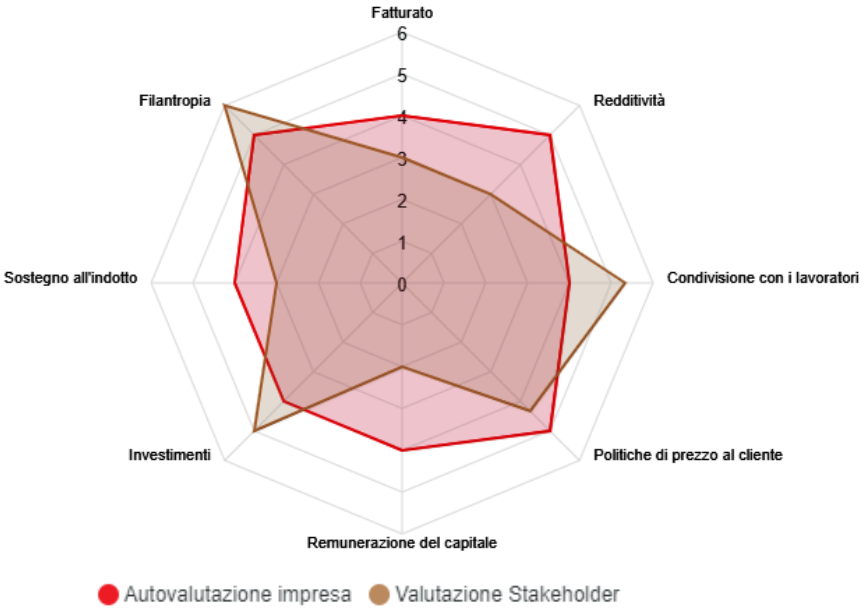
Mediamente, la valutazione è aumentata di un ulteriore 11%, e ciò nonostante l'azienda non abbia avuto - anche a causa dell'andamento economico dell'anno precedente - la possibilità di aumentare la remunerazione del lavoro e si siano, anzi, fatte scelte differenti, più coerenti con il processo di riallineamento al *purpose* aziendale.

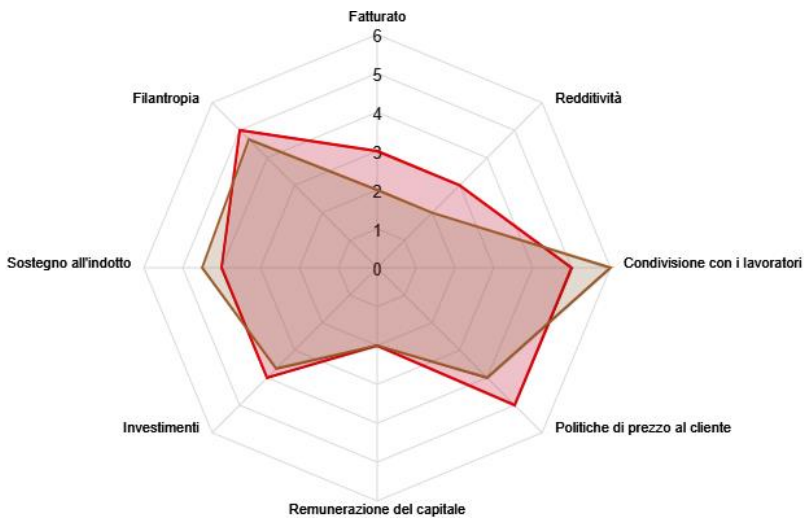
Queste scelte organizzative hanno contribuito alla decisione di due persone del *core team* di intraprendere strade diverse. Ciò ha influito sulle valutazioni espresse dall'organizzazione, sostanzialmente più basse di quelle degli anni precedenti.

Diversamente, chi ha deciso di proseguire l'esperienza in azienda ha particolarmente apprezzato le scelte fatte, vivendole come un accrescimento della sostenibilità organizzativa ed economica dell'azienda nel tempo e quindi come scelte - in prospettiva - più vantaggiose per sé.

Da qui l'evidente scostamento.

La creazione di valore economico





Questa continua a essere l'area più critica perché la proprietà continua a soffrire le conseguenze di un modello organizzativo che non favoriva la sostenibilità economica dell'azienda.

Le conseguenze positive del nuovo modello adottato nel 2025 sono state neutralizzate in parte dalla sua adozione solo parziale e in parte dalla diminuzione di lavoro fatturato a causa della riduzione di professioniste stabilmente coinvolte.

Verosimilmente, il 2026 vedrà *trend* differenti e, auspicabilmente, una riduzione dello scostamento nelle valutazioni tra azienda e proprietà.



Grazie per averci dedicato il tuo tempo

Bottega Filosofica srl
Società Benefit
Via Carlo Denina, 72 Roma
www.bottegafilosofica.net
info@bottegafilosofica.it