

Flowerista SRL Società Benefit

RELAZIONE ANNUALE DI IMPATTO SOCIETÀ BENEFIT

Redatta ai sensi ex art. 1 c.382 L. 208/2015

Schemi di bilancio e nota integrativa

Esercizio dal 5/04/2022 al 31/12/2022

Sede legale in Via Valsesia 32, 20152, Milano, Italia

Capitale sociale euro € 150.000

Partita IVA e Codice Fiscale: 12354330966

Iscritta al Registro delle Imprese di Milano

Nr. R.E.A. MI - 2656589

Indice

1. LETTERA DEL PRESIDENTE
2. INTRODUZIONE
 - Responsabilità Sociale di Impresa
 - Società Benefit e B Corp: quali differenze?
3. FLOWERISTA Srl Società Benefit
 - Il nuovo Statuto
 - Corporate Governance
4. FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE
 - Responsabili di impatto e finalità
 - Finalità e sfide
5. CONCLUSIONI

Signori lettori,

è con grande orgoglio che Vi informiamo che la Società Flowerista Srl si è costituita come Società Benefit nel corso del 2022 e siamo lieti di condividere con tutti Voi i positivi risultati che la Società ha fino ad ora perseguito e conseguito.

La costituzione in Società Benefit è un processo che risiede nell'intenzione di esprimere, attraverso la propria *mission* e *vision*, la volontà di condividere con altre imprese in Italia e nel mondo un nuovo modello sociale ed economico che, alla data odierna, ha visto oltre 6.400 aziende in tutto il mondo occuparsi in maniera certificata e trasparente della propria comunità, attraverso un modello di impresa che contribuisca a creare nuove opportunità di benessere per le persone, che tenga conto delle risorse limitate del pianeta e che si preoccupi dell'equilibrio tra codeste realtà.

Flowerista è, sin dalla propria nascita, un ente estremamente sensibile ai temi della sostenibilità e dell'innovazione, nella convinzione che i risultati economici sono profondamente connessi a quelli sociali, psicologici ed ambientali. Il primo anno la Relazione di impatto non potrà essere che la traccia lungo la quale la Società intende impegnarsi nel corso degli anni a venire, perseguendo le sfide delle quali si è dotata, in coerenza con il proprio agire quotidiano.

*"Il rapporto tra reciprocità ed economia
è espressione del modo particolare con il quale
la scienza economica vede la socialità".*

Luigino Bruni – Fondatore della Scuola di Economia Civile



Dott. Paolo Rossi

Valutatore di impatto Bureau Veritas
SCH 120 CEPAS VAL - 005/2019

1. LETTERA DEL PRESIDENTE

Flowerista è nata ufficialmente il 5 aprile 2022 e, a partire dal nome, si è ispirata sin dall'inizio alla natura e agli ecosistemi vegetali. Le piante hanno seguito un percorso evolutivo diverso dal nostro: non possiedono un cervello ma, non per questo, sono prive di intelligenza. Le piante, a differenza nostra, hanno un'intelligenza diffusa, consumano pochissima energia, hanno un'architettura modulare e nessun centro di comando.

Riteniamo che sempre di più, in futuro, le organizzazioni possano ispirarsi a questo modello per essere adattive, eliminando centri di comando pesanti e strutturati a favore di autonomie diffuse che riescano a rispondere in maniera più efficace ai cambiamenti.

Questo è stato fatto in Flowerista durante il 2022: abbiamo messo le basi per poter creare un ecosistema di cultura diffusa e una Community attiva, che a fine anno contava quasi 2.000 persone. Abbiamo strutturato le collaborazioni, vero e proprio cardine del motore di crescita di Flowerista, e abbiamo avviato una serie di progetti benefit che vedranno la luce nel 2023 e negli anni a venire, in maniera continuativa, come l'Osservatorio Imprese Creative, la pubblicazione Creatività Gentile, gli eventi di divulgazione della cultura di impresa ecc...

Essendo il nostro primo anno di attività, abbiamo deciso di puntare sulla creazione di una forte Company culture che sappiamo darà i suoi frutti nel tempo. Siamo felici di notare che, intorno a noi, il commento che sentiamo più frequentemente è questo: "C'era bisogno di una rivoluzione gentile, anche nel modo di fare business".

Far fiorire nuovi talenti, specialmente femminili, e dimostrare che un nuovo modello di impresa è possibile, anche in Italia, è la nostra mission e la nostra battaglia. La porteremo avanti con grande convizione anche in futuro.

Il Presidente,

Sara Malaguti

2. INTRODUZIONE

RESPONSABILITÀ SOCIALE DI IMPRESA

Flowerista SRL Società Benefit è una Società finalizzata a fornire servizi di incubazione, trasformazione digitale e organizzativa, networking e visibilità a nuove imprese, con una particolare attenzione ai business femminili. Nello specifico, Flowerista fornisce servizi di **formazione trasversale**, consulenze di **marketing** con un accompagnamento personalizzato nel mondo del digital marketing e della business strategy, servizi di **brand identity e costruzione di siti web**, aiutando a creare la presenza digitale dei brand supportati, servizi di **content creation** per il marketing aziendale, progetti di **brand advocacy** basati sul concetto di creatività, da realizzarsi grazie alla propria community, attività di **team building** per la definizione di una cultura aziendale.

Caratteristica intrinseca della Società è la grande attenzione verso la sostenibilità e la **responsabilità sociale d'impresa**, che ha portato Flowerista a cimentarsi sin dal 2021 con la produzione di una **relazione di fine anno** prodotta in autonomia, quando ancora non era stata costituita come ente giuridico.

Tale impegno è stato finalizzato a raccontare l'impegno di Flowerista a promuovere la formazione in ambito digitale e la creazione di un vero e proprio **ecosistema** a supporto delle professioni creative italiane. Il fine ultimo è quello di contribuire, insieme a tutte le persone e organizzazioni coinvolte, allo sviluppo di un'economia che sia davvero **al servizio dell'essere umano e dell'ambiente**.

In tale contesto, il percorso che ha portato Flowerista a **costituirsi giuridicamente come Società Benefit** il 5 aprile 2022 rappresenta l'esito naturale di un percorso improntato sulla sostenibilità. Come SB, nell'esercizio della propria attività economica, essa oggi persegue, pertanto, oltre alla ricerca del profitto alcune specifiche finalità di beneficio comune, operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti del proprio territorio e della propria comunità.

In linea con le più approfondite definizioni e accezioni del termine "sostenibilità", si è deciso di declinare l'impegno profuso dalla Società in favore del benessere sociale e ambientale del proprio territorio in diversi **ambiti di intervento**, a ciascuno dei quali corrispondono delle finalità specifiche di beneficio comune. Nello specifico, sono state definite **tre finalità specifiche di beneficio comune**.

Lo sforzo di Flowerista di migliorare sempre di più non si esaurisce con la costituzione in Società Benefit. Esso non costituisce un punto di arrivo, quanto piuttosto un **punto di partenza** verso ulteriori sviluppi e sfide che verranno, di anno in anno, riproposte o modificate a seconda dell'evoluzione del difficile periodo storico che l'intera umanità sta attraversando.

Società Benefit e B Corp: quali differenze?

Nonostante la similitudine e l'uso spesso comune di queste due espressioni, vi sono alcune sostanziali differenze fra il modello della Società Benefit e quello delle Benefit Corporation.

Le **Società Benefit** sono Società a scopo di lucro che, nel perseguire la massimizzazione del proprio profitto, si impegnano al contempo a "creare e restituire valore" all'ambiente circostante. Una Società Benefit, dunque, si pone volontariamente nell'ottica di generare un impatto positivo su ambiente e comunità, ponendosi come obiettivo il bilanciamento degli interessi di stakeholder e shareholder. Si tratta di un modello estremamente avanzato di impatto positivo sociale e ambientale, che sta consentendo a sempre più imprese di diventare davvero sostenibili, senza che questa parola resti lettera morta o confinata nel campo delle buone intenzioni.

Entrando nella cosiddetta *ottica B*, infatti, le imprese intraprendono un cammino virtuoso che, mettendosi anche in competizione "al rialzo" con i propri competitor, le porta a evolversi e confrontarsi, non solo seguendo i tradizionali strumenti del profitto economico, ma anche valutando l'impatto positivo sull'intero ecosistema.

La forma giuridica della Società Benefit è stata introdotta in Italia a partire dal 2016, quale primo Paese al mondo dopo gli Stati Uniti. Tale forma giuridica ha anche rivoluzionato l'organizzazione e i processi stessi all'interno delle aziende, dando origine, ad esempio, al nuovo ruolo di Responsabile dell'impatto, a cui è affidato il compito di assicurare che la Società, nello svolgere le proprie attività, si impegni anche nel generare un impatto positivo per i dipendenti, nella società e sull'ambiente, perseguendo le finalità di beneficio comune dichiarate nel proprio Statuto. Le Società Benefit non godono, ad oggi, di alcun particolare tipo di incentivo a livello economico o fiscale e, seppur tale limitazione possa apparire negativa, in realtà consente loro di non causare aggravii per i contribuenti, oltre a rappresentare un valore aggiunto per la società.

Ciò che viene richiesto alle imprese, per costituirsi secondo la nuova forma giuridica delle Società Benefit, è quanto segue:

1. Rendere chiaro ed evidente all'interno dello Statuto aziendale non solo lo scopo per il quale esiste l'azienda, ma anche di esplicitare il modo in cui l'interesse degli azionisti (shareholder) viene bilanciato con quello di tutti gli altri portatori di interesse (stakeholder)
2. Realizzare ogni anno una misurazione precisa e completa dei propri impatti sull'ambiente e sulla società, comunicandoli con onestà e trasparenza attraverso una relazione che si integra con la tradizionale reportistica dell'azienda (Relazione di impatto)
3. Dotarsi di una governance interna che consenta all'azienda di porsi come vero e proprio vettore di sostenibilità e innovazione all'interno del contesto sociale e ambientale nel quale opera (ecosistema di riferimento)

Oltre alla forma giuridica di Società Benefit, esiste la Certificazione **B Corp** che si applica alle Benefit Corporation, siano esse Società Benefit o meno, che dimostrino come perseguono le proprie finalità di beneficio comune attraverso il superamento di una soglia minima di punteggio, ottenuto tramite lo strumento del BIA - B Impact Assessment. Superata la soglia minima di eccellenza di 80 punti su 200, l'Ente internazionale *non profit* B Lab certifica le realtà che scelgono di produrre benefici di carattere sociale e ambientale mentre raggiungono i propri risultati di profitto. Tale strumento di valutazione rende visibile un valore intangibile che, però, riveste estrema importanza per la Società, evidenziando anche le aree di possibile miglioramento.

Il processo di valutazione indaga il modello di business della Società rispetto alla capacità di intervenire positivamente in riferimento alle principali sfide ambientali e sociali, oltre a misurare l'impatto del prodotto e del servizio offerto dall'azienda. Il processo di valutazione permette, pertanto, alle diverse Società di capire come migliorare il proprio modello di business, affinché esso risulti coerente con la volontà di creare impatto positivo per la collettività.

Con la firma della *Dichiarazione di Interdipendenza* si entra a far parte di un network internazionale in rapida crescita, presente in oltre 70 Paesi che, oltre a fornire visibilità reciproca a tutte le B Corp, sono caratterizzate dall'obiettivo condiviso di agire per il Bene Comune.

3. FLOWERISTA SRL Società Benefit

Il nuovo Statuto

A partire dal mese di aprile 2022, Flowerista si è costituita come Società Benefit, inserendo all'Art. 2-b del proprio Statuto alcune specifiche finalità di beneficio comune che l'Azienda intende perseguire nell'esercizio della propria attività economica di impresa.

Art. 2

“In qualità di Società Benefit [...] la Società intende perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori, ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.

La Società ha per oggetto [...] le seguenti specifiche finalità di beneficio comune che sono perseguite, nell'esercizio dell'attività economica di cui al punto a), attraverso lo svolgimento di attività il cui obiettivo è quello di generare un misurabile valore sociale nel pubblico interesse e di creare le premesse per il mantenimento di risultati economici soddisfacenti:

- *Agevolare l'accesso all'imprenditoria delle donne delle categorie svantaggiate;*
- *Trattenere in Italia persone di talento allo scopo di combattere il fenomeno dei cosiddetti "cervelli in fuga";*
- *Aiuto all'imprenditoria emergente al fine di realizzare un ecosistema innovativo che renda l'Italia competitiva in tutto ciò che riguarda le nuove tecnologie.”*

Nelle pagine seguenti verranno illustrate nel dettaglio le finalità di beneficio comune e, per ciascuna di esse, i risultati raggiunti per l'anno 2022 e i target programmati per l'anno 2023.

Corporate Governance

L'amministrazione e lo sviluppo di Flowerista sono affidati a un Amministratore Unico.

4. FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE

Responsabili di impatto e finalità

Come anticipato, le Società Benefit perseguono volontariamente, oltre allo scopo di lucro, anche una o più **finalità di beneficio comune** nell'esercizio della propria attività d'impresa.

Fin dal momento della propria costituzione, Flowerista ha quindi incorporato nel proprio Statuto, oltre allo scopo di dividere gli utili della propria attività economica, anche il perseguimento di tali finalità, assicurando che l'operato della Società sia sempre condotto in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori ed ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti ed associazioni ed altri portatori di interessi, coinvolti direttamente o indirettamente dalla propria attività economica, al fine del raggiungimento di uno o più benefici comuni.

La gestione delle Società Benefit richiede ai propri amministratori il bilanciamento tra l'interesse dei soci e quello della collettività. Essi devono pertanto nominare, innanzitutto, un referente al quale affidare le funzioni e i compiti volti al perseguimento delle finalità sociali. Tale persona diviene a tutti gli effetti responsabile dell'impatto dell'azienda, impegnandosi alla rendicontazione trasparente e completa delle attività attraverso una relazione annuale di impatto, che descrive le principali azioni svolte e gli impegni per il futuro. Flowerista ha conferito tale incarico a **Sara Malaguti**.

Nello specifico, come riportato nello Statuto, la Società si è impegnata a perseguire le seguenti **3 finalità specifiche di beneficio comune**, per le quali ha individuato come Referenti diretti i seguenti responsabili.

1. Agevolare l'accesso all'**imprenditoria delle donne** delle categorie svantaggiate.

Responsabile: Sara Malaguti

2. Trattenere in Italia persone di talento allo scopo di combattere il fenomeno dei cosiddetti "**cervelli in fuga**".

Responsabile: Marco Barbieri

3. Aiuto all'imprenditoria emergente al fine di realizzare un **ecosistema innovativo** che renda l'Italia competitiva in tutto ciò che riguarda le nuove tecnologie.

Responsabile: Sara Malaguti

Finalità e sfide

Nelle successive sezioni della presente Relazione saranno presentati gli **obiettivi**, le **azioni** e i **target** di ciascuna delle suddette finalità specifiche di beneficio comune, al fine di esplicitare in modo trasparente l'impatto sociale che l'Azienda intende perseguire.



Ciascuna delle 3 finalità è stata scelta in quanto si prefigge di contribuire al raggiungimento di almeno uno dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (o **SDG** – *Sustainable Development Goals*) definiti dalle Nazioni Unite nella propria Agenda 2030.

Per ogni finalità saranno, inoltre, riportate le **sfide** interne (*indicate in colore arancione*) ed esterne (*indicate in colore verde*) all'Azienda che Flowerista si impegna a realizzare. Ogni sfida, nell'ottica dei medesimi SDG, rappresenta un obiettivo di lungo termine, un sogno/visione che la singola azienda potrebbe anche solo contribuire a raggiungere, ma per il quale il contributo apportato può risultare fondamentale.

A ogni azione sono, infine, associati gli **indicatori** che permettano la misurazione in modo rigoroso, verificabile e trasparente dello stato di avanzamento dell'implementazione delle azioni.

Prima finalità specifica di beneficio comune

Agevolare l'accesso all'imprenditoria delle donne delle categorie svantaggiate.

	<p>SDG 5.1: <i>Eliminare ogni forma di discriminazione verso le donne, di qualsiasi età, in ogni parte del mondo.</i></p>
	<p>SDG 5.5: <i>Garantire la piena ed effettiva partecipazione femminile e le pari opportunità di leadership a ogni livello decisionale nella vita politica, economica e pubblica.</i></p>
	<p>SDG 8.5: <i>Entro il 2030, raggiungere un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per donne e uomini, compresi i giovani e le persone con disabilità, e garantire la parità di retribuzione per lavoro di pari valore.</i></p>

SFIDE PREFISSATE

SFIDA	SFIDA
<p>Creare occasioni di dibattito e divulgazione di storie di imprese femminili</p>	<p>Aumentare il numero di partite IVA aperte da donne in Italia¹</p>

AZIONI IMPLEMENTATE/PROGRAMMATE (KPI)

ATTIVITÀ	INDICATORE (fonte)	RISULTATO 2022	TARGET 2023
<p>Divulgazione cultura d'impresa attraverso iniziative gratuite aperte al pubblico, online e offline</p>	<p>N. di webinar e workshop erogati gratuitamente sul tema (interno)</p>	<p>5</p>	<p>10</p>

¹ In Italia, nel 2022 il 60,9% delle partite IVA è stata aperta da parte di soggetti di sesso maschile (fonte: <https://www.finanze.gov.it/it/statistiche-fiscali/osservatorio-sulle-partite-iva/>).

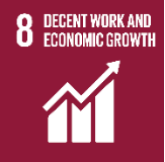

Azio di facilitazione della collaborazione tra micro-imprese femminili	N. di temporary shop organizzati e promossi <i>(interno)</i>	0	2
	N. di iscrizioni al Flowerista social network <i>(interno)</i>	110	250
	N. di copie vendute dell'ultima edizione del volume <i>Creatività gentile per diffusione best practice</i> <i>(interno)</i>	180	150 ²
Erogazione di seminari di educazione finanziaria	N. di webinar e workshop erogati gratuitamente sul tema <i>(interno)</i>	1	3
Mantenuta la formazione digitale a un prezzo accessibile e inclusivo	% di clienti che ritengono accessibile il prezzo del servizio <i>(interno)</i>	N/A ³	80%

² In diminuzione rispetto al 2022 perché nel 2023 si continueranno a vendere le copie dell'edizione 2022; la successiva edizione verrà finalizzata nel 2024

³ Tale indicatore è programmatico e il suo valore non era misurato per l'anno 2022.

Seconda finalità specifica di beneficio comune

Trattenere in Italia persone di talento allo scopo di combattere il fenomeno dei cosiddetti "cervelli in fuga".

	<p>SDG 8.8: <i>Proteggere i diritti del lavoro e promuovere un ambiente di lavoro sicuro e protetto per tutti i lavoratori, compresi i lavoratori migranti, in particolare le donne migranti, e i lavoratori precari</i></p>
	<p>SDG 17.17: <i>Incoraggiare e promuovere partnership efficaci nel settore pubblico, tra soggetti pubblici e privati e nella società civile, basandosi sull'esperienza e sulla capacità di trovare risorse delle partnership</i></p>

SFIDE PREFISSATE

SFIDA	SFIDA
<p>Aprirsi a un ambito corporate per favorire un nuovo modello di sviluppo basato sulla crescita personale e professionale e sulla collaborazione</p>	<p>Aumentare l'attrattività delle imprese italiane nei confronti dei talenti</p>

AZIONI IMPLEMENTATE/PROGRAMMATE (KPI)

ATTIVITÀ	INDICATORE (fonte)	RISULTATO 2022	TARGET 2023
<p>Sviluppo di webapp per il matching tra domanda e offerta di lavori creativi e intellettuali</p>	<p>Stato avanzamento (interno)</p>	<p>0%</p>	<p>30%⁴</p>
<p>Pubblicazioni per divulgare i concetti</p>	<p>Stato avanzamento (interno)</p>	<p>0%</p>	<p>90%⁵</p>

⁴ Business plan finalizzato.

⁵ Testo pronto per la pubblicazione.

di ecosistema e partnership			
Attività di team building per clienti corporate	N. di imprese coinvolte <i>(interno)</i>	0	5
Valorizzazione best practice di percorsi di cambiamento imprenditoriale	N. di puntate podcast e interviste a tema pubblicate su canali web e social <i>(interno)</i>	10	25

Terza finalità specifica di beneficio comune

Aiuto all'imprenditoria emergente al fine di realizzare un ecosistema innovativo che renda l'Italia competitiva in tutto ciò che riguarda le nuove tecnologie.

 <p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p>	<p><i>SDG 8.3</i> Promuovere politiche orientate allo sviluppo che sostengano le attività produttive, la creazione di lavoro dignitoso, l'imprenditorialità, la creatività e l'innovazione, e favorire la formalizzazione e la crescita delle micro, piccole e medie imprese, anche attraverso l'accesso ai servizi finanziari</p>
 <p>9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE</p>	<p><i>SDG 9.3:</i> Aumentare l'accesso delle piccole imprese industriali e non, in particolare nei Paesi in via di sviluppo, ai servizi finanziari, compreso il credito a prezzi accessibili, e la loro integrazione nelle catene globali del valore e nei mercati.</p>
 <p>9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE</p>	<p><i>SDG 9.5:</i> Potenziare la ricerca scientifica, promuovere le capacità tecnologiche dei settori industriali in tutti i Paesi, in particolare nei Paesi in via di sviluppo, e, entro il 2030, incoraggiare l'innovazione e aumentare in modo sostanziale il numero dei lavoratori dei settori ricerca e sviluppo (ogni milione di persone) e la spesa per la ricerca e sviluppo pubblica e privata.</p>
 <p>17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS</p>	<p><i>SDG 17.10:</i> Promuovere un sistema commerciale multilaterale universale, regolamentato, aperto, non discriminatorio ed equo sotto il controllo dell'Organizzazione Mondiale del Commercio, anche attraverso negoziazioni nell'ambito dell'Agenda di Doha per lo sviluppo</p>

SFIDE PREFISSATE

<i>SFIDA</i>	<i>SFIDA</i>
Stimolare la riflessione e la curiosità dell'opinione pubblica rispetto al tema dell'innovazione tecnologica	Aumentare il numero di startup innovative

AZIONI IMPLEMENTATE/PROGRAMMATE (KPI)

ATTIVITÀ	INDICATORE (fonte)	RISULTATO 2022	TARGET 2023
Ricerca e divulgazione su nuovi modelli di impresa	% Realizzazione Osservatorio imprese creative <i>(interno)</i>	100%	100%
Organizzazione dibattiti e tavole rotonde su imprenditoria innovativa	N. Partecipanti collegati e spaker coinvolti <i>(interno)</i>	0	200

5. CONCLUSIONI

Questa prima Relazione di impatto per Fowerista rappresenta l'intento di inserirsi in un solco ancora innovativo e consapevole sul tema della sostenibilità, nel quale la Società intende operare e restare per lunghi anni, con specifica attenzione all'impatto generato dalle proprie azioni.

Si tratta di una scelta certamente impegnativa, ma che muove decisamente nella direzione della succitata *ottica B* che spinge la Società a lavorare in maniera sempre più incisiva, a partire dalla propria governance per giungere ai propri lavoratori, alla comunità, all'ambiente e ai propri clienti e fornitori, nel modo più trasparente possibile.

Il Responsabile interno dell'impatto

Sara Malaguti