spazio noprofit

VALUTAZIONE D'IMPATTO 2022

Certified B Corporation

Indice

1 **Introduzione**

2 **Chi siamo e contesto in cui operiamo**

3 **Cosa Facciamo e di cosa ci occupiamo**

4 **Valori e Valori Aggiunti**
- Società Benefit - Certificata BCorp

5 **I nostri Clienti**
- I nostri clienti Sottoserviti

6 **Stakeholders**
- I nostri Stakeholders nella matrice di rilevanza
- Il dialogo con gli Stakeholders
- Il piano di Stakeholder Engagement

7 **I Domini di Valore**
- I domini di valore
- La matrice di materialità e le priorità per Spazionoprofit
- Il termometro dei domini di valore

8 **La teoria del cambiamento: catena del valore dell'impatto**

9 **Key Performance Indicators (KPI)**
- KPI 2022 e andamento dal 2017
- Creazione e generazione del valore

10 **Il senso del processo di cambiamento**

11 **Azioni di beneficio comune**

12 **Conclusioni, obiettivi e desideri per il futuro**

1 Introduzione

Il documento si ispira ai principi di **intenzionalità**, **rilevanza**, **affidabilità**, **comparabilità** e **trasparenza.** Si vuole:

1. Comunicare **l'identità** di Spazionoprofit
2. Trasmettere i **cambiamenti sociali** prodotti grazie alle attività svolte
3. Valutare la **sostenibilità** dell'azione sociale
4. Fare emergere il **senso** e il **valore aggiunto** generato

Spazionoprofit riconosce i propri valori e il proprio stile nell'approccio dell'Economia Civile: per questo motivo, prosegue la realizzazione dei processi per fornire una valutazione d'impatto rispondente a quanto richiesto per Legge, al proprio Statuto, e che sia in evoluzione con le esigenze valoriali che si manifestano nel percorso di sviluppo dell'azienda.

IL DOCUMENTO È STATO REDATTO UTILIZZANDO LA METODOLOGIA DELLA SCUOLA DI ECONOMIA CIVILE (SEC), LA QUALE PERSEGUE COME OBIETTIVO FINALE IL BENE COMUNE E LA FELICITÀ PUBBLICA, METTENDO AL CENTRO LE PERSONE.
FACCIAMO NOSTRO IL MOTTO LORO:

"Se non è Civile, non è Economia"

SCUOLA DI ECONOMIA CIVILE

2 Chi siamo e contesto in cui operiamo

La nostra società nasce nel 2016 a **Reggio Emilia**, territorio molto fertile nell'associazionismo, come espressione di una cultura della **solidarietà** e della **prossimità**, con l'obiettivo di sostenere e affiancare gli **enti no profit** nella corretta gestione delle loro attività stimolandone lo sviluppo e accompagnandoli verso un processo culturale di rendicontazione, efficienza e rinnovamento.

Mettiamo a disposizione dei nostri clienti un servizio a 360° gradi offrendo loro **professionalità, disponibilità, competenza, chiarezza, efficienza ed esperienza**, sostenendoli nella realizzazione delle loro attività e prospettando passaggi di crescita.

3 Cosa Facciamo e di cosa ci occupiamo

La nostra identità si concretizza nell'**attività** svolta **verso i clienti**, traducendosi nella partecipazione attiva al loro **processo di crescita** e nell'intercettare tutte le opportunità per garantire loro le migliori **traiettorie di sviluppo**.
Ci prendiamo cura dei nostri clienti agendo attraverso **quattro macro - aree** operative:

ASSISTENZA in ambito: amministrativo, giuridico, fiscale, giuslavoristico, assicurativo e di welfare aziendale.
SOSTEGNO E ACCOMPAGNAMENTO VERSO L'AUTONOMIA

CONSULENZE di orientamento, organizzative, strategiche, di fundraising, di monitoraggio e scrittura bandi e finanziamenti.
FORMAZIONE, CRESCITA E SPECIALIZZAZIONE DELL'ENTE

PROGETTAZIONE SOCIALE, creazione di reti, implementazione strategie ed azioni, definizione obiettivi, sostenibilità delle risorse, identificazione di problemi e di obiettivi, promozione del cambiamento
CONTAMINAZIONE E COLLABORAZIONE

RENDICONTAZIONE, monitoraggio, rendicontazione gestionale, patrimoniale, finanziaria, sociale e d'impatto
TRASPARENZA E LEGALITA'

A supporto di tali attività, ci dedichiamo alla vendita di **gestionali** studiati appositamente per il Terzo Settore nonché alla messa a disposizione di **hub** e **spazi di co-working**.

Come lo facciamo?

Spazionoprofit si dedica alla **cura e all'accompagnamento dei propri clienti**, dall'individuazione dei loro **bisogni** alla riformulazione condivisa delle loro **priorità**, seguendo la gestione delle organizzazioni no profit **lungo l'intero corso di vita** - dal **sostegno su specifiche tematiche** alle modifiche degli assetti di **governance**.

L'obiettivo principale è quello di costituire un **unico punto di riferimento** per il cliente, **erogando i servizi** grazie al know how detenuto da **persone** in grado di offrire **soluzioni opportune** rispetto alle esigenze manifestate.

Inoltre l'**Accordo con il Centro di Servizio per il Volontariato - CSV** Emilia permette anche quest'anno all'azienda di **rendere sempre più omogenei i servizi** alle organizzazioni no profit, intercettando il maggior numero possibile di enti.

Questo consente a Spazionoprofit di:

- Garantire a sé e ai clienti una **continuità del rapporto assistenziale** (vista la collaborazione di lunga data con il CSV);
- Erogare un numero importante di **consulenze agli enti no profit su aspetti amministrativi, fiscali, contabili, finanziari.**
- Mettere a disposizione e far beneficiare gli enti (anche) di **consulenze gratuite**, come da attitudine valoriale e da statuto aziendale

Ciò è possibile anche grazie ad un **sistema di partners economici**: **professionisti** che collaborano con l'azienda sotto forma di **contratti di partnership** annuali, saldamente consolidati da rapporti di **collaborazione e fiducia** pluriennali.

Ci avvaliamo del supporto di **commercialisti, tributaristi, giuslavoristi e avvocati** iscritti agli albi professionali e con vocazione nel Terzo Settore.

4 Valori Aggiunti...

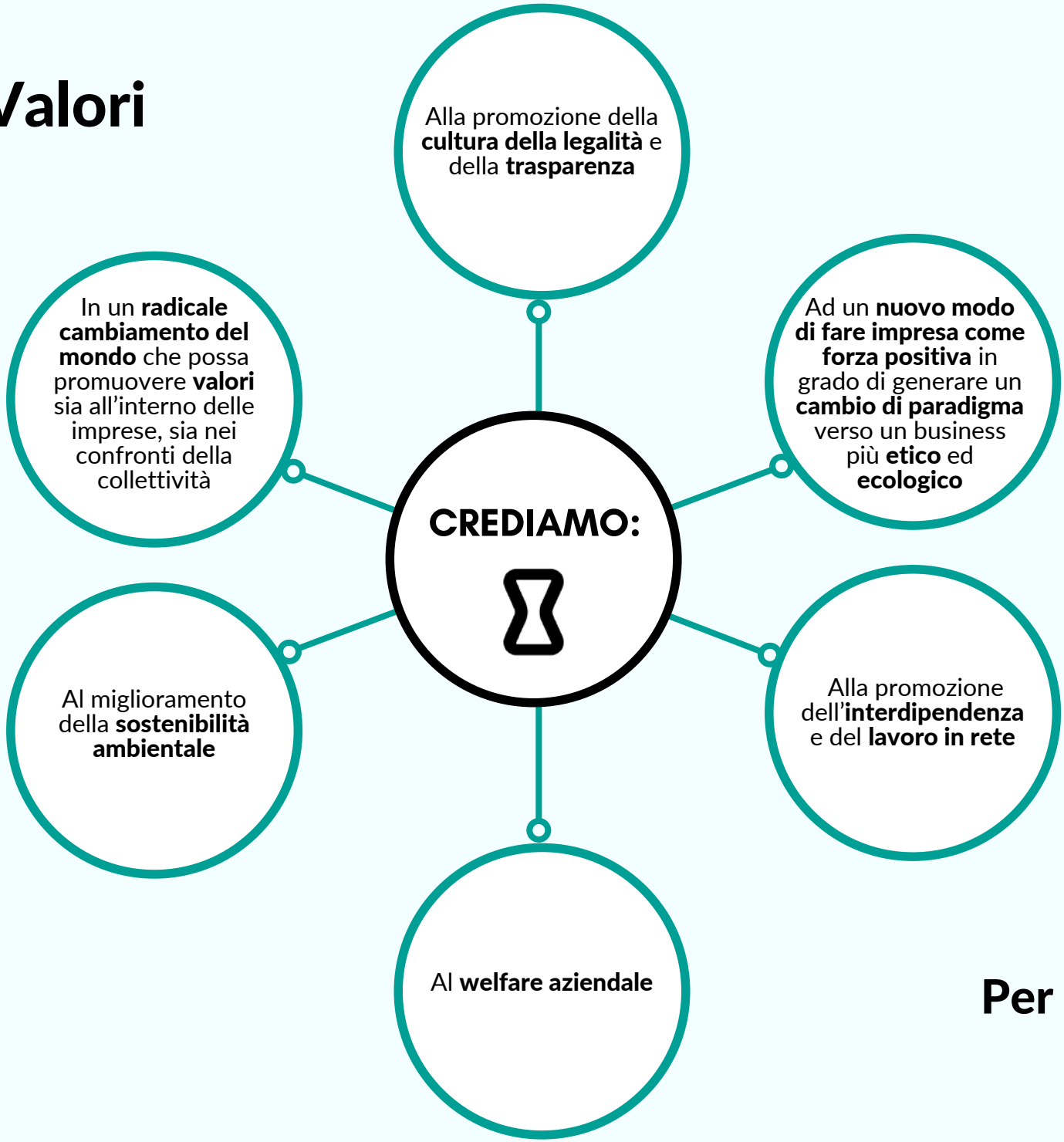
A differenza di altre realtà, la nostra azienda focalizza le sue prestazioni sulla **totale presa in carico degli Enti**, grazie ad un team affiatato e appassionato che dialoga e si confronta costantemente per **conoscere sempre meglio il cliente** ed essere aggiornato sulle problematiche da risolvere.

Questo non ci impedisce di rendere "**modulabile**" il **pacchetto dei servizi** che eroghiamo, secondo le necessità dei nostri clienti (già o non ancora acquisiti): al contrario, la capacità di **modellarsi su esigenze e portate specifiche** risulta un **valore aggiunto.**

Valore aggiunto di Spazionoprofit è la possibilità di mettere a disposizione degli Enti no profit **abili consulenti specializzati** nei temi richiesti dalle stesse. L'esperienza del team, congiuntamente alla solidità dei legami con professionisti fidati, permette all'azienda di costituirsi agli occhi del cliente come **unico punto di riferimento**, in grado di selezionare soluzioni sempre affidabili.

I partners economici di Spazionoprofit sono **professionisti fidati**, che conoscono il mondo del volontariato e che sanno spendere la loro professionalità verso tipologie ad hoc di clienti, focalizzate non sul profitto ottenuto, quanto piuttosto sull'**impatto generato**.

... E Valori



Per queste ragioni, siamo una...

Srl Società Benefit - Certificata B Corp

Il modello della **Società Benefit** include una coalizione di imprenditori-innovatori legati tra loro da una duplice finalità ovvero: **1) il profitto**, e **2) l'impatto sugli stakeholder per creare benessere durevole e condiviso**.

Certificazione

Questa impresa è parte di un movimento globale che si impegna in favore di un paradigma inclusivo, equo e rigenerativo.

Corporation

Dal **2018** siamo **certificati B Corp,** un'attestazione che contraddistingue le aziende che volontariamente decidono di soddisfare **i più elevati standard globali di responsabilità sociale e sostenibilità ambientale,** dando così maggior evidenza del **nostro modo di fare impresa**, mettendo al primo posto **valori umani, sociali ed ambientali** per essere misurati e dar conto a continue valutazioni sulle scelte operate, sulla coerenza e sui risultati raggiunti.
Nel **2019** ottenemmo il premio per la **Governance**

Per **Spazionoprofit** essere **Società Benefit** significa generare quotidianamente un nuovo modo di fare economia, come società e come individui.; credere nella collaborazione rinunciando alla competizione; essere autentici e generare valore insieme agli stakeholder,
Questa innovativa caratteristica giuridica ha consentito alla nostra azienda di integrare nel proprio oggetto sociale oltre agli **obiettivi** di profitto, quelli di **beneficio comune**, finalizzati a un **impatto positivo sulla collettività e sull'ambiente**.

RI-CERTIFICAZIONE B-CORP:

una importante occasione di analisi e verifica che attesta e conferma che l'Azienda continua ad operare all'interno dei parametri richiesti dalla Certificazione, valutandone l'intera performance sociale e ambientale

Declaration of Interdependence.

We envision a global economy that uses business as a force for good.

This economy is comprised of a new type of corporation—the Certified B Corporation—which is purpose-driven and creates benefit for all stakeholders, not just shareholders.

As B Corporations and leaders of this emerging economy, we believe:

That we must be the change we seek in the world.

That all business ought to be conducted as if people and place mattered.

That, through their products, practices, and profits, businesses should aspire to do no harm and benefit all.

To do so requires that we act with the understanding that we are dependent upon another and thus responsible for each other and future generations.

DocuSigned by:
Giuliana Catellani

Director/Officer

10-ago-22 — Date

Spazio Noprofit srl Società Benefit — Company

Director/Officer, B Lab Global

10-ago-22 — Date

8/10/2025 — Certification Expiration Date

Certified B Corporation

5 I nostri Clienti

Spazionoprofit, ovvero: **Spazio agli Enti che operano senza scopo di lucro!**

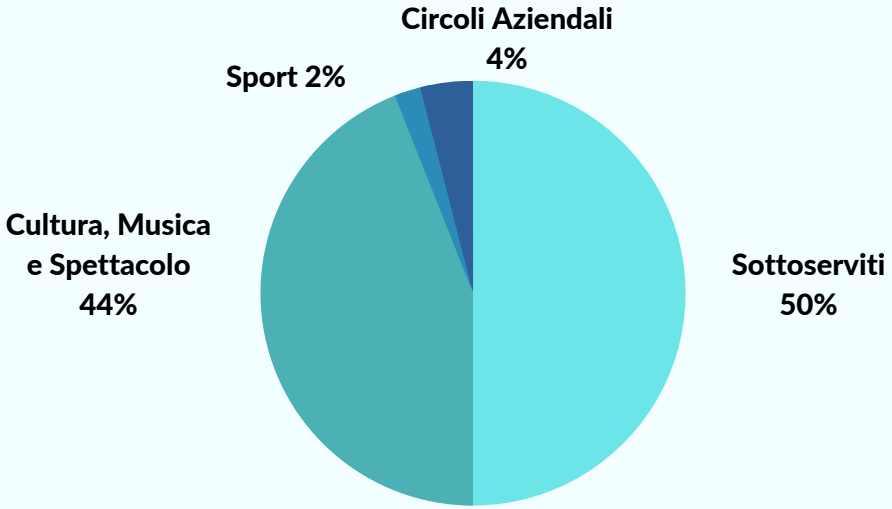
Le tipologie di clienti con cui ci interfacciamo più frequentemente appartengono al **settore no profit: organizzazioni di volontariato**, associazioni di promozione sociale, enti filantropici, reti associative, società di mutuo soccorso, **associazioni** riconosciute o non riconosciute e **fondazioni**.

Sottoserviti: sono Enti che impattano direttamente sulle condizioni di fragilità di persone, animali e ambiente

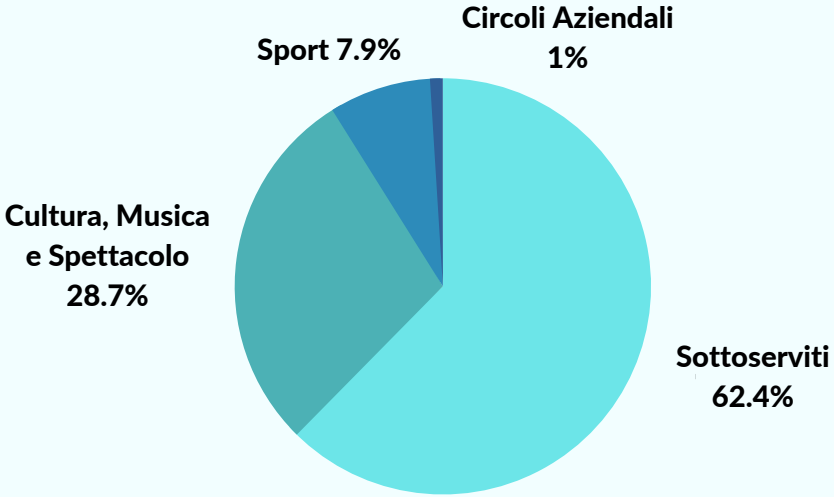
Clienti attivi nei seguenti AMBITI E CATEGORIE

- Aiuti Internazionali
- Animali e loro salvaguardia
- Anziani: tutela, supporto, diritti
- Arte, cultura e musica
- Bambini e Famiglie: diritti e fragilità
- Disabilità: soluzioni innovative e inclusione
- Educazione e Istruzione
- Immigrazione
- Promozione della Cittadinanza Attiva
- Protezione Civile ed Emergenze
- Salute e assistenza socio-sanitaria
- Salvaguardia Ambientale
- Sport e Ballo
- Turismo
- Tutela dei Diritti e delle minoranze

NUMERO DI CLIENTI PER TIPOLOGIA



FATTURATO PER TIPOLOGIA DI CLIENTI



I nostri clienti sottoserviti

A seguito di un'analisi relativa alla tipologia di clientela da noi servita si è potuto asserire che molti dei clienti che si rivolgono a Spazionoprofit rientrano nella categoria di **sottoserviti**, ovvero enti che operano a favore di soggetti particolarmente fragili, svantaggiati e/o emarginati.
Rientrano in questa definizione **250 Enti no profit nostri clienti.**

Luoghi che riusciamo a raggiungere attraverso l'erogazione dei nostri servizi

6 Stakeholders

Soci
E i loro familiari

Dipendenti
E collaboratori

Reti di cui siamo associati
.Assobenefit
.BCorp

Clienti
.Enti no profit
.Pubbliche Amministrazioni
.Società Benefit
.Singoli cittadini

Partners Economici
fornitori di beni e servizi

I nostri stakeholders
nella matrice di rilevanza

Gli stakeholder non sono tutti uguali per l'azienda, alcuni possono generare impatti maggiori rispetto ad altri.
Nel grafico si trovano i nostri stakeholder classificati per **livello** e per **tipologia** di coinvolgimento.

Dimensioni su cui vengono definiti: **potere di influenza** e **interesse nel servizio**.

INFLUENZA

ALTA

- Regione Emilia-Romagna
- Fondazioni ed Enti di erogazione
- AUSL di Reggio Emilia
- Istituti bancari

- Soci
- Dipendenti e tirocinanti
- Collaboratori esterni
- Clienti e associazionismo
- Volontari
- Familiari dei soci e dei dipendenti
- Partners economici
- B Corp Italia
- Assobenefit

BASSA

- Notaio specializzato sulle Società Benefit
- Camera di Commercio di Reggio Emilia
- Ordine dei Commercialisti
- Fornitori non partner
- Relazioni non formalizzate

- Altri ETS e associazionismo
- Volontari e comunità
- Altre Società Benefit
- Pubbliche Amministrazioni
- Università italiane ed estere
- Ricercatori
- Studenti universitari
- Aziende interessate ad un cambio di paradigma

BASSO **ALTO**

INTERESSE

Il dialogo con gli stakeholders
con alto interesse e alta influenza

Stakeholder	Strumenti e canali di interazione di Spazionoprofit verso gli stakeholder	Aspettative degli stakeholder
Soci e loro familiari	Confidenziali e frequenti	• Sostenere e qualificare l'associazionismo • Promuovere la cultura della legalità, della trasparenza, della solidarietà, del rispetto delle persone e dell'ambiente • Promuovere nuovi modelli di business sostenibili e di sussidiarietà circolare • Creare reti • Divulgare e promuovere la reputazione delle Società Benefit e della certificazione B Corp
Dipendenti e collaboratori	• Incontri su temi specifici • Aggiornamenti su clienti, novità e opportunità anche con strumenti informali • Condivisione strategie e contatti • Formazione e aggiornamenti continui con la condivisione di contenuti	• Coinvolgimento nella vita aziendale, su strategie e business • Chiarezza organizzativa e dei ruoli • Responsabilizzazione nella gestione dei flussi lavorativi e nel rapporto diretto con i clienti • Opportunità di crescita e formazione • Scelte aziendali etiche nei confronti di persone ed ambiente • Stile informale e qualità nei servizi e dei prodotti • Elementi di innovazione di processi, prodotti e strumenti

Clienti

- Reperibilità con trasferimento di chiamata ai colleghi, anche al di fuori dagli orari lavorativi
- Interazione con i più comuni strumenti in cloud e telefonici
- Rapporto diretto e continuativo
- Spazio fisico accessibile e adeguato (disponibilità di spazi hub, co-working e trasferimento della sede legale)
- Organizzazione eventi a favore della comunità

- Reperibilità con strumenti anche informali
- Una persona di riferimento per ciascun servizio
- Risposte chiare ed esaustive in breve tempo
- Essere riconosciuti e compresi
- Trovare personale competente ed empatico che trasmetta chiarezza, trasparenza e condivisione
- Conoscenza approfondita del mondo noprofit
- Dipanare le matasse normative e risolvere le conflittualità all'interno delle Associazioni
- Conoscenza di altri consulenti specializzati per nuove problematiche
- Trovare luoghi di appoggio per attività, incontri e condivisioni
- Possibilità di sede legale
- Accedere a nuove opportunità di finanziamento per i propri progetti

Partners Economici

- Reperibilità
- Risposte solerti
- Strumenti di comunicazione digitale e incontri personali (almeno annuali)
- Soluzioni
- Condivisione costante sulle tematiche dei clienti

- Qualità, serietà e continuità
- Pazienza, proattività e coinvolgimento nelle eventuali problematiche
- Partnership e corresponsabilità
- trasparenza
- Coinvolgimento e considerazione
- Vicinanza alle mission dei clienti e ai loro percorsi di sviluppo

Reti delle quali siamo associati: BCorp, AssoBenefit

- Calling mensile con con comunità B Corp Italia
- Webinar e assemblee soci con Assobenefit

- Supporto e divulgazione iniziative
- Disponibilità a valutare attività a favore della comunità e dell'ambiente
- Condivisione di opportunità
- Informazione
- Continuità del rapporto

Il piano di stakeholder engagement

Soci e loro familiari

Benefici ricevuti dall'azienda

- Innovazione sociale
- Relazioni di comunità valoriali
- Partecipazione all'organizzazione e alla gestione
- Far parte di un comunità innovativa (Società Benefit, BCorp)
- Formazione e informazione su realtà sociali dentro e fuori dal contesto territoriale di riferimento
- Professionalità, crescita, fiducia, confidenza

Contributi apportati all'azienda

- Innovazione
- Flessibilità
- Apertura al cambiamento
- Nuove competenze
- Nuovi posti di lavoro
- Scelte etiche nel rispetto delle persone e dell'ambiente

Conflitti potenziali, pregressi e attuali

- Assenza di conflitti

Obiettivi

- Avere un lavoro che rispecchi la persona, a volte costruito su misura
- Trovare investitori sociali motivati a contribuire allo sviluppo della azienda e dei clienti
- Proprietà di gestionali per rispondere alle esigenze di gestione e trasparenza, creare collaborazioni con altre professionalità e partecipare a progettazioni miste

Il piano di stakeholder engagement

Dipendenti e collaboratori

Benefici ricevuti dall'azienda

- Occupazione e formazione
- Far parte di un team coeso senza competizioni
- Assenza di gerarchie
- Professionalità e competenze interscambiabili
- Opportunità di crescita
- Coinvolgimento nella Governance

Contributi apportati all'azienda

- Competenze
- Reputazione e valore sociale
- Nuove opportunità e nuovi clienti
- Esperienza
- Conoscenza dei territori e apertura a nuovi contesti
- Contributo all'ampliamento della mission aziendale

Conflitti potenziali, pregressi e attuali

- Assenza di conflitti attuali
- Potenziali: molto coinvolgimento nelle attività dei clienti

Obiettivi

- Avere un lavoro che rispecchi la persona, a volte costruito su misura, armonioso, e flessibile
- Apportare concretamente un cambiamento positivo e incidere nelle dinamiche sociali ("lasciare un segno")
- Ottenere stabilità economica grazie al contributo fornito ad una realtà imprenditoriale solida

Il piano di stakeholder engagement

Partners Economici fornitori di servizi

Benefici ricevuti dall'azienda

- Marketing e clienti
- Professionalità di esperti sul Settore no Profit che garantiscono l'accesso a tipologie di clienti diversamente poco intercettabili
- Assistenza e gestione diretta del cliente da parte di Spazionoprofit che esonera così il partner da costi e rischi
- Fatturato

Contributi apportati all'azienda

- Servizi e prodotti di alta professionalità
- Supporto ai clienti lungo tutto il loro ciclo di vita e le varie fasi
- Conoscenza, dovuta alla lunga esperienza maturata sul campo insieme a Spazionoprofit, delle soluzioni opportune rispetto alle esigenze manifestate (e non) dei clienti

Conflitti potenziali, pregressi e attuali

- Potenziali: per i servizi verso i nostri clienti, i partner non percepiscono l'urgenza come se avessero un contratto diretto
- Potenziali: nei confronti della nostra azienda, la quale si assume le responsabilità dirette. Il rischio è una sottostimata percezione della responsabilità verso il cliente finale

Obiettivi

- Mantenere vivo e alimentare costantemente il rapporto fiduciario,rinsaldando la dinamica innovativa (partnership) rispetto a quella "tradizionale" del rapporto cliente-fornitore
- Nuove proposte di collaborazione e di ingaggio valoriale
- Nuovi partner di progetti

Il piano di stakeholder engagement

Reti di cui siamo associati: BCorp, AssoBenefit

Benefici ricevuti dall'azienda

- Allargamento della base sociale
- Nuove idee dai soci
- Divulgazione della rete e dei valori che essa vuole traferire

Contributi apportati all'azienda

- Conoscenza di persone coinvolte e legate dagli stessi valori (reputazione, obiettivi, progetti,...)

Conflitti potenziali, pregressi e attuali

- Assenza di conflitti

Obiettivi

- Realizzare attività anche concrete e visibili all'interno delle reti
- Costruire collaborazioni durature per nuove progettualità e opportunità

7 I Domini di Valore
secondo le macro-funzioni aziendali

- Sin dalla costituzione dell'azienda, non sono mai stati distribuiti gli utili
- Reputazione del marchio

La scelta dei clienti privilegia la loro mission e la loro etica. Non è il guadagno che genera felicità, ma le relazioni ed il contribuire ad un cambiamento nel mondo

DEMOCRAZIA PARTECIPATIVA E SUSSIDIARIETA' CIRCOLARE

BENI RELAZIONALI E FELICITA'

- Nelle scelte strategiche i soci danno priorità al benessere della comunità

COMUNITA'

DONO, GRATUITA' E MERITORIETA'

Erogazione di servizi gratuiti (benefit) per i nostri clienti e per la collettività.

BENI COMUNI

INCLUSIONE E PARTITA' DI GENERE

- Spazi: co-working per vivere gli spazi insieme e costruire pensiero comune.
- Ambiente: casa-lavoro in bicicletta, riducendo spostamenti e acquisti

Il CDA è composto interamente da donne tra i 31 e i 59 anni di età.

I Domini di Valore
secondo le macro-funzioni aziendali

- Percorsi di crescita condivisi
- Accesso illimitato alle informazioni aziendali

DEMOCRAZIA PARTECIPATIVA E SUSSIDIARIETA' CIRCOLARE

Partecipazione agli eventi e alle attività dei clienti

COMUNITA'

BENI COMUNI

Formazione e aggiornamenti continui e partner di alta professionalità

- Homeworking
- Fiducia nei lavoratori
- Flessibilità di orario

BENI RELAZIONALI E FELICITA'

DONO, GRATUITA' E MERITORIETA'

Assegnazione di attività e responsabilità in base alle skills personali, compatibili e modulabili sulla vita personale

INCLUSIONE E PARTITA' DI GENERE

Colloqui a neolaureati e over 50 per reinserimento lavorativo
Lo staff per l'85% è composto da donne (31-59 anni)

I Domini di Valore
secondo le macro-funzioni aziendali

- Accordi di trasparenza e corresponsabilità
- Coinvolgimento nei servizi ai clienti,
- Partnership con grandi aziende sulla sussidiarietà circolare

Confidenzialità nei rapporti, propensione all'utilizzo della tecnologia, fiducia reciproca

DEMOCRAZIA PARTECIPATIVA E SUSSIDIARIETA' CIRCOLARE

BENI RELAZIONALI E FELICITA'

Priorità nelle scelta delle forniture ad aziende del territorio

Allargamento delle attività verso piccoli artigiani in difficoltà

COMUNITA'

DONO, GRATUITA' E MERITORIETA'

Priorità nella scelta dei fornitori data alle imprese Benefit e/o BCorp, microimprese, Enti del Terzo Settore

Priorità nella scelta delle forniture a prodotti e servizi di basso impatto ambientale, plastic-free, carbon free e materiali riciclabili

BENI COMUNI

INCLUSIONE E PARTITA' DI GENERE

Priorità nelle scelte di rapporti di partnership e di fornitura, ad aziende e enti con vocazione al rispetto di genere e all'inclusione sociale

I Domini di Valore
secondo le macro-funzioni aziendali

- I servizi vengono adattati alle specifiche esigenze di ogni cliente
- Aperture a proposte di nuovi servizi (co-working, sede legale, progettazione)

DEMOCRAZIA PARTECIPATIVA E SUSSIDIARIETA' CIRCOLARE

BENI RELAZIONALI E FELICITA'

I clienti delegano attività amministrative sollevando i volontari da appesantimento burocratico e favorendone l'orientamento alle attività legate alla mission

L'efficientamento dell'operatività dei clienti produce un aumento delle attività legate alla mission, con conseguente impatto sulla comunità

COMUNITA'

DONO, GRATUITA' E MERITORIETA'

- Dono e gratuità intrinsechi a erogazione dei servizi stessi;
- software gestionali incentivanti la trasparenza e la legalità

BENI COMUNI

INCLUSIONE E PARTITA' DI GENERE

- Consulenze erogate anche tramite sistemi operanti in remoto
- Riduzione utilizzo carta e plastica, preferendo l'archiviazione in cloud

I servizi erogati da personale femminile spiccano per lo stile di accudimento, cura e accoglienza

I Domini di Valore
secondo le macro-funzioni aziendali

Il contesto in cui operiamo è ricco di associazionismo (piccole, medie e grandi realtà)

DEMOCRAZIA PARTECIPATIVA E SUSSIDIARIETA' CIRCOLARE

- Servizi dedicati a piccole realtà poco conosciute ma meritevoli
- Pochi consulenti interessati e preparati sul no profit
- La Pubblica Amministrazione apprezza il valore del volontariato

COMUNITA'

BENI COMUNI

Cultura della reciprocità e dei beni comuni ben radicata nel territorio e nello staff di Spazionoprofit

BENI RELAZIONALI E FELICITA'

- Volontariato dentro alle associazioni
- Volontari anche individuali

DONO, GRATUITA' E MERITORIETA'

Predisposizione al dono e alla prossimità

INCLUSIONE E PARTITA' DI GENERE

Valorizzazione per il territorio delle associazioni che si occupano di inclusione sociale

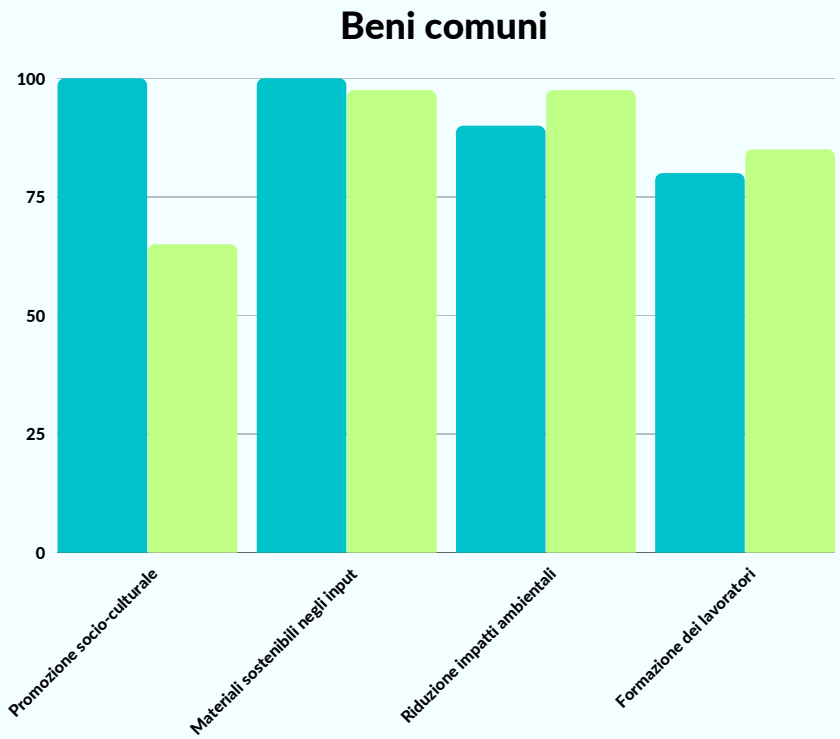
La matrice di materialità

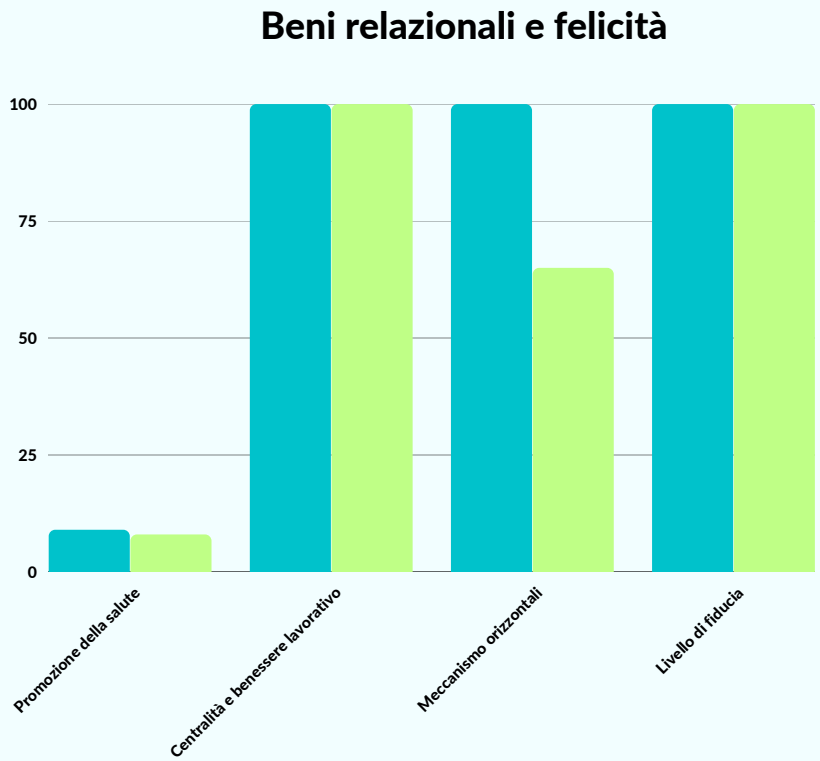
Legenda

= Spazionoprofit
= Stakeholder

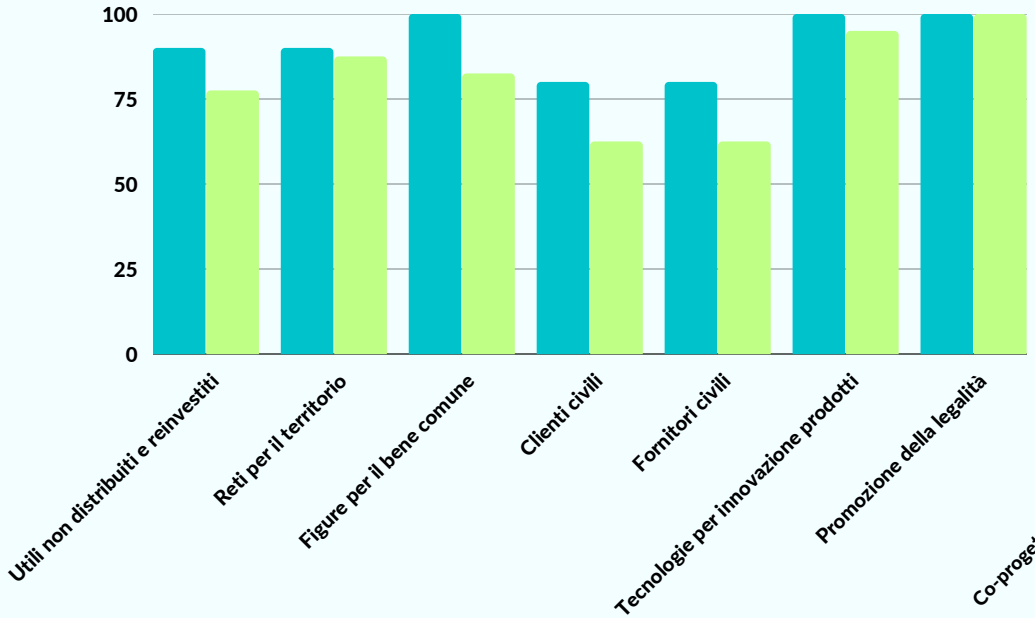
La **matrice di materialità** è l'esito finale del percorso di riflessione aziendale che prevede il coinvolgimento strutturato degli **stakeholder**, finalizzato all'individuazione degli aspetti più rilevanti. Nella matrice si rappresentano graficamente le **valutazioni dell'azienda e degli stakeholder prioritari** coinvolti circa gli aspetti che hanno un **impatto rilevante sul business.**

Sulla base delle rilevazioni effettuate, anche tramite questionari, siamo riusciti a rappresentare graficamente le priorità per i nostri principali stakeholder sulla base dei **domini di valore,** e conseguentemente di **indicatori specifici** più rilevanti per l'azienda, confrontandole con l'impegno di Spazionoprofit. La matrice di materialità è stata, di fatto, **riconfermata per il 2022** da parte di tutti gli stakeholders e dei dipendenti.

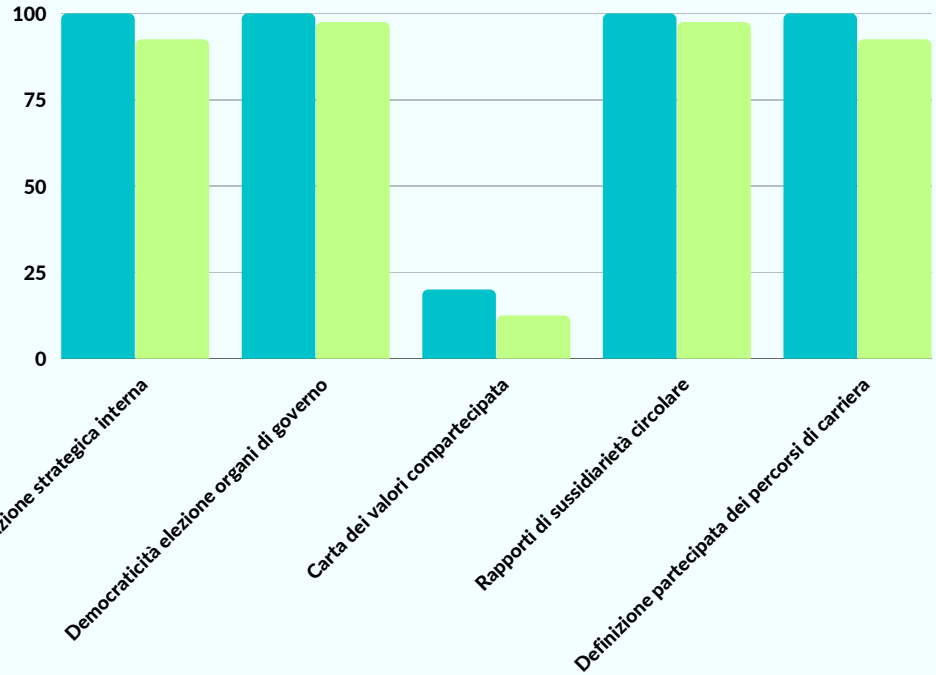




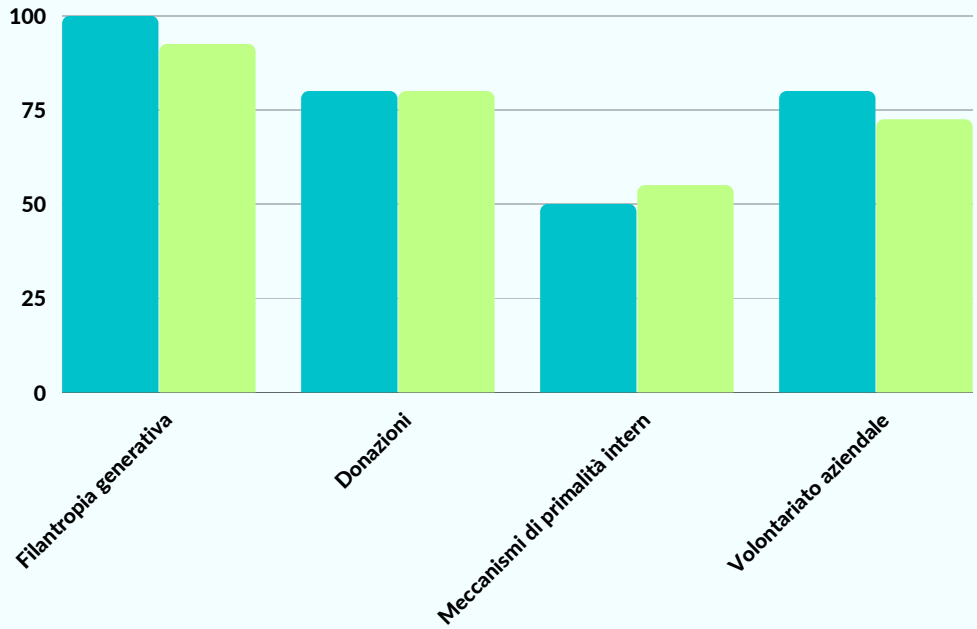
Comunità



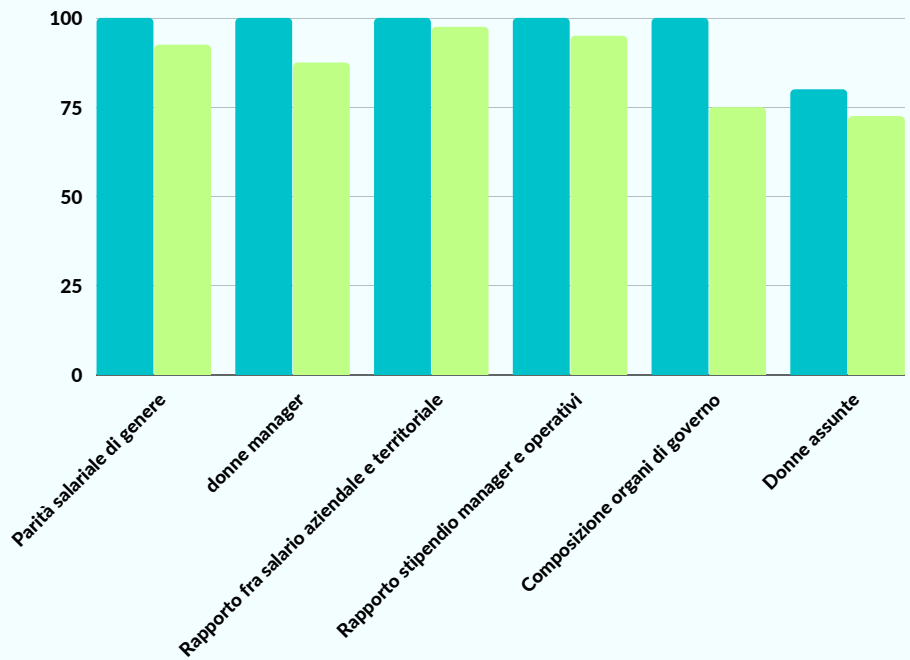
Democrazia partecipativa e sussidiarietà circolare



Dono, gratuità e meritorietà



Inclusione e parità di genere



La matrice di materialità

e le priorità di Spazionoprofit

BENI COMUNI

Indicatori	Descrizione	Spazionoprofit nel 2022
Promozione socio-culturale	azioni intraprese per promuovere aspetti socio-culturali dentro e fuori l'azienda	partecipazione ad eventi in presenza e on-line organizzati da Spazionoprofit, dalla rete BCorp e da altre Società Benefit
Materiali sostenibili negli input	utilizzo di materiali riciclati, da fonti rinnovabili, biodegradabili, non inquinanti	utilizzo di carta certificata FSC, carta riciclata per l'asciugatura, materiale di consumo e detergenti ecologici, riciclo della carta utilizzata, per altre funzioni
Riduzione impatti ambientali	procedure finalizzate a promuovere il miglioramento della qualità ambientale	lavoro in cloud e incontri su piattaforme che consentono di evitare gli spostamenti, riutilizzo mobili e arredi usati
Formazione dei lavoratori	% ore di formazione sul totale ora lavorate	sia istituzionale che spontanea: su strumenti di lavoro (gestionali e cloud) su temi sociali e rendicontativi. Aggiornamento continuo

BENI RELAZIONALI E FELICITA'

Indicatori	Descrizione	Spazionoprofit nel 2022
Promozione della salute	azioni intraprese per migliorare la salute ed il benessere	Attenzione alla riduzione dello stress e promozione di attività sportive, yogiche e meditative
Centralità della persona	decision-making centralizzata o decentralizzata	rimozione delle barriere relazionali, flessibilità dell'orario, confronto e condivisione
Benessere lavorativo	capacità dell'organizzazione di promuovere e mantenere il benessere fisico, psicologico e sociale dei lavoratori	armonia tra tempi di lavoro e vita privata (permessi e elasticità oraria), welfare aziendale, confronto continuo e costante
Meccanismi orizzontali	tavoli trasversali fra funzioni aziendali o team	collaborazioni, scambio di informazioni, aggiornamenti su clienti, e studio di strategie. Partecipazione alle attività delle Associazioni nostre clienti
Livello di fiducia	modalità di approccio al lavoro, gestione risorse umane (verticale e orizzontale)	assenza dell'obbligo di marcatura dell'orario sostituito da dichiarazioni dei dipendenti, possibilità di smart-working, meccanismi di delega

COMUNITA'

Indicatori	Descrizione	Spazionoprofit nel 2022
Utili	modalità di utilizzo degli utili di esercizio	gli utili sono stati reinvestiti
Reti per il territorio	coinvolgimento di stakeholder esterni x costruire reti sul territorio	studio di progetti per il territorio con vari attori esterni e le Associazioni stesse
Figure per il bene comune	valutatori di impatto e/o persone che si occupano di CSR	Relazioni con professionisti specializzati su temi "sociali" valutandone valenza per una partnership
Clienti persone fisiche	% vendite a clienti persone fisiche sul totale delle vendite	le vendite a persone fisiche sono <1% e riguardano la costituzione/chiusura di un Ente
Fornitori persone fisiche	% acquisti da fornitori persone fisiche sul totale degli acquisti	gli acquisti da persone fisiche sono <1% e riguardano prestazioni occasionali
Tecnologie per innovazione prodotti	acquisto, utilizzo o ideazione di tecnologie	studio e progettazione di nuovi gestionali quali strumenti adeguati per gli Enti noprofit
Promozione della legalità	comportamenti, azioni e modalità trasparenti e pro-legalità	sostegno ad associazioni dedicate alla legalità, ed esclusione di clienti non impegnati nella trasparenza

DEMOCRAZIA PARTECIPATIVA E SUSSIDIARIETA' CIRCOLARE

Indicatori	Descrizione	Spazionoprofit nel 2022
Co-progettazione strategica interna	l'organizzazione circolare permette la condivisione e la progettazione di strategie e scelte	meeting interni per studio di strategie e nuovi servizi
Democraticità, elezione organi di governo	comportamenti, rapporti e modalità di elezioni interne all'azienda	le dimensioni della società consentono una completa democraticità nell'elezione degli organi di governo
Carta dei valori compartecipata	documento formale che delinea il principio di equità interno all'azienda	I componenti dello staff, con il loro comportamento e le loro attitudini, si fanno portatori e concreti realizzatori dei valori di riferimento in cui credono
Rapporti di sussidiarietà circolare	presenza di almeno un rapporto stabile o una collaborazione (es. con ETS o PA)	rapporti stabili relazionali con i nostri clienti ETS, ma anche rapporti occasionali con PA per progetti territoriali
Definizione partecipata dei percorsi di carriera	capacità di carriera e accesso a nuove opportunità	la carriera delle persone è un obiettivo dell'azienda, che favorisce l'accesso a nuove opportunità, ad affiancamenti per una qualificazione sempre maggiore del personale; riconosce e favorisce l'espressione dei talenti personali

DONO, GRATUITA' E MERITORIETA'

77.5/100

Indicatori	Descrizione	Spazionoprofit nel 2022
Filantropia generativa	investimenti in persone, economici, mezzi, e progetti che generano beneficio per la comunità promuovendo autonomia soggetti esclusi o in difficoltà	supporto costante ai clienti per difficoltà dovute all'età giovanile come all'età anziana dei volontari, per la costituzione di associazioni impegnate nelle fragilità, per la diffusione dei valori delle società benefit
Donazioni	% prodotti, servizi, investimenti offerti a persone in condizioni marginalità, disagio, sul totale dei servizi	63% di incidenza sul fatturato verso clienti denominati "sottoserviti". Sostegno ad Associazioni fragili
Meccanismi di premialità interni	premialità anche non monetaria per gli stakeholder interni/esterni	favoriti i partner/fornitori con principi etici rispetto a fornitori anche più competitivi dal punto di vista economico
Volontariato aziendale	rapporto tra ore di volontariato manageriale e dei lavoratori sul totale delle ore lavorate	lo staff si rende disponibile verso i clienti, anche fuori dall'attività lavorativa, partecipando alle loro attività istituzionali

INCLUSIONE E PARITA' DI GENERE

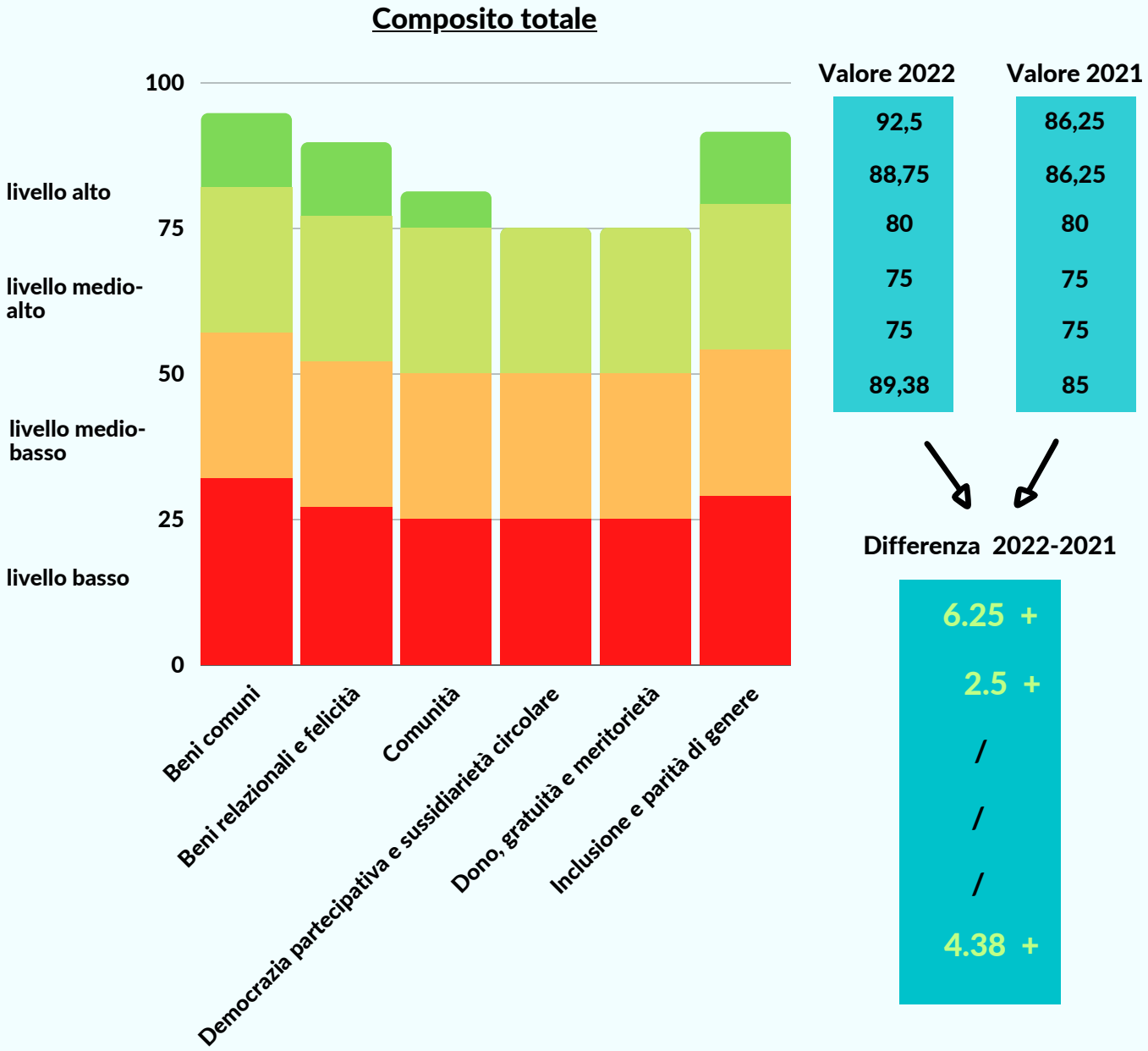
95/100

Indicatori	Descrizione	Spazionoprofit nel 2022
Parità salariale e di genere	salari lineari uomo/donna	l'azienda è composta dall'85% da donne
Donne manager	% donne che ricoprono ruoli di manager	100%
Rapporto fra salario aziendale e territorlale	salari lineari nel framework territoriale	in linea
Rapporto stipendio manager e operativi	salari lineari CDA/dipendenti	in linea
Composizione organi di governo		CDA composto da sole donne
Donne assunte	% donne assunte	nel 2022 non sono state fatte assunzioni, solo l'inserimento di un tirocinante uomo

Il termometro dei domini di valore

Gli indicatori aggregati in **indicatori compositi**, ottenuti tramite media aritmetica dei compositi di ogni dominio, come da Matrice SEC. **Monitoraggio dell'andamento** di ciascuna area di intervento facilitando un **confronto longitudinale negli anni** (quanto è stato fatto e quanto vi è da migliorare).

Rispetto all'anno precedente, vengono confermati i risultati: **non vi sono aree critiche** su cui porre particolare attenzione. Tutti i **valori** risultano essere in **posizione medio-alta/alta** per cui non è richiesto un particolare monitoraggio per evitare che i valori scendano.



8 La Teoria del Cambiamento

Catena del valore dell'Impatto di Spazionoprofit

INPUT

Le risorse più preziose messe a disposizione sono i **consulenti specializzati** nei temi richiesti dai clienti: PERSONE preparate e in continua formazione che si distinguono per la loro natura valoriale caratterizzata dalla solidarietà e dotate di una spiccata propensione alla relazione.
Con "**persone**" si intendono pertanto **consulenti interni allo staff e fornitori partner**. I clienti si affidano così a professionisti per dotare le loro Associazioni di strutture e strumenti che assicurino stabilità alle loro attività sociali.
Grazie ai rapporti costruiti nel tempo è stato possibile dare vita ad accordi volti a sostenere gli Enti no profit come un unico staff generando così nuove opportunità e vantaggi comuni, in un'ottica di dinamica comunitaria e di **fiducia reciproca**.

OUTPUT

- Consulenze erogate
- Progetti presentati agli erogatori finanziari
- Riclassificazioni bilanci
- Bilanci depositati
- Data Entry
- Ore di accompagnamento fornite agli enti (su competenze, pronte risposte, modelli amministrativi e procedure)
- informazioni su scadenze e opportunità

OUTCOME

- 304 enti assistiti, dei quali 110 hanno realizzato con noi rendicontazioni o riclassificazioni secondo le vigenti linee guida;
- Attività amministrative;
- Felicità dei volontari nell'avere professionisti di riferimento che risolvono problemi, tolgono dubbi, sono sempre reperibili.

IMPACT

- Maggiore autonomia degli Enti;
- Sostenute molte Associazioni meritevoli per attività istituzionali, che avrebbero chiuso oppresse dalla burocrazia;
- 304 enti assistiti e trasparenti trasmettono maggior credibilità nell'associazionismo;
- Gli Enti pubblici sono più propensi a stipulare convenzioni e accordi, e ad erogare liberalità

GOAL!

- **Consolidare Spazionoprofit come importante riferimento per gli ETS;**
- **Fare rete con le realtà del territorio;**
- **Portare risorse sul territorio con la partecipazione a bandi e finanziamenti;**
- **Standardizzare la delega e automatizzare i processi;**
- **Mantenere in linea gli obiettivi dell'azienda, tipici di una società benefit, con quelli di interesse generale dei propri clienti.**

La Teoria del Cambiamento

Catena del valore dell'Impatto della Sede Legale e Operativa

INPUT

Dal 2020 ci siamo dotati di una **sede autonoma** scelta sulla base dei seguenti requisiti:

- essere **facilmente accessibili** ed avere la presenza di **servizi** pubblici, ascensore, vicinanza al centro, parcheggi liberi, servizi nelle vicinanze per **facilitare** anche lo staff nelle **esigenze** personali;
- open space per poter **rendere modulabili** gli ambienti ai diversi **utilizzi e dare opportunità agli Enti di utilizzare spazi per le loro attività e i loro incontri istituzionali**.

OUTPUT

La nuova sede ha favorito il nascere di relazioni; ci ha consentito di lavorare anche con le richieste di distanziamento sociale, di avere spazi nostri da gestire in autonomia ed accogliere clienti, partners e nuove attività.

OUTCOME

Grazie ai nuovi spazi abbiamo risposto anche alle esigenze delle associazioni che ci chiedevano da tempo un luogo nel quale lavorare insieme, potervi accedere liberamente per gli incontri istituzionali, per la sede di progetti e per un supporto sempre più diretto.

Le Associazioni manifestano felicità nel trovare in un unico ambiente tutti i servizi a loro necessari.

IMPACT

Nonostante la cessazione delle norme sul distanziamento riferite al Covid-19, le attività in presenza delle Associazioni sono state ancora prudenti e l'accessbilità ai luoghi è stata usufruita solo da 4 Associazioni.

GOAL!

Aumentare la convivenza sia con Enti no profit, sia con liberi professionisti o imprese, anche al fine di contaminare le attività.

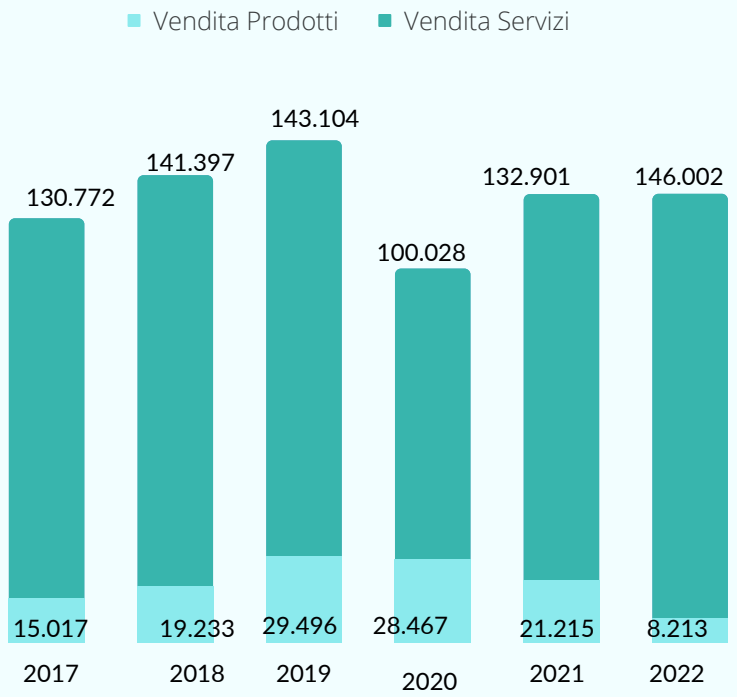
9 Key Performance Indicators (KPI)

KPI sul 2022 e andamento dal 2017

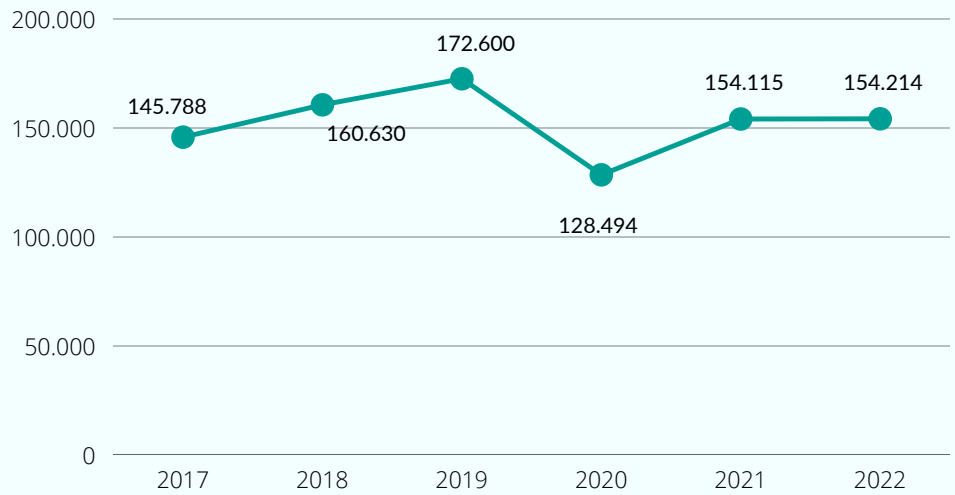
Gli **Indicatori Chiave di Prestazione (KPI)** sono un insieme di misure quantificabili che l'azienda utilizza per valutare le sue prestazioni nel tempo.

Solo nella seconda metà dell'anno 2022 le Associazioni hanno iniziato a riprendere le loro attività, anche se ancora prudenze rispetto a possibili contagi

Andamento della vendita di Prodotti e Servizi



Andamento del fatturato

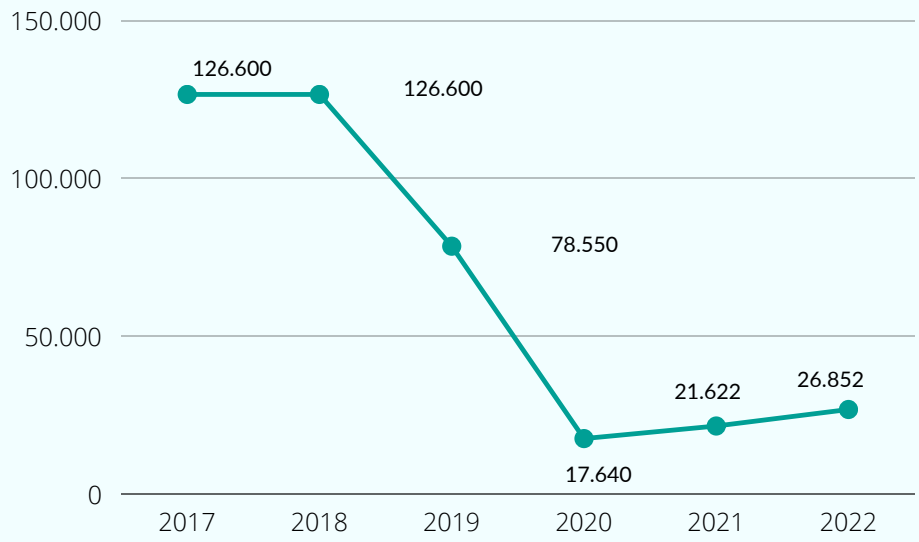


L'**andamento del fatturato** rispetto l'anno precedente rileva solo un lieve aumento dovuto anche alla chiusura di diversi Enti sul territorio, dei quali n. 5 nostri clienti fidelizzati.

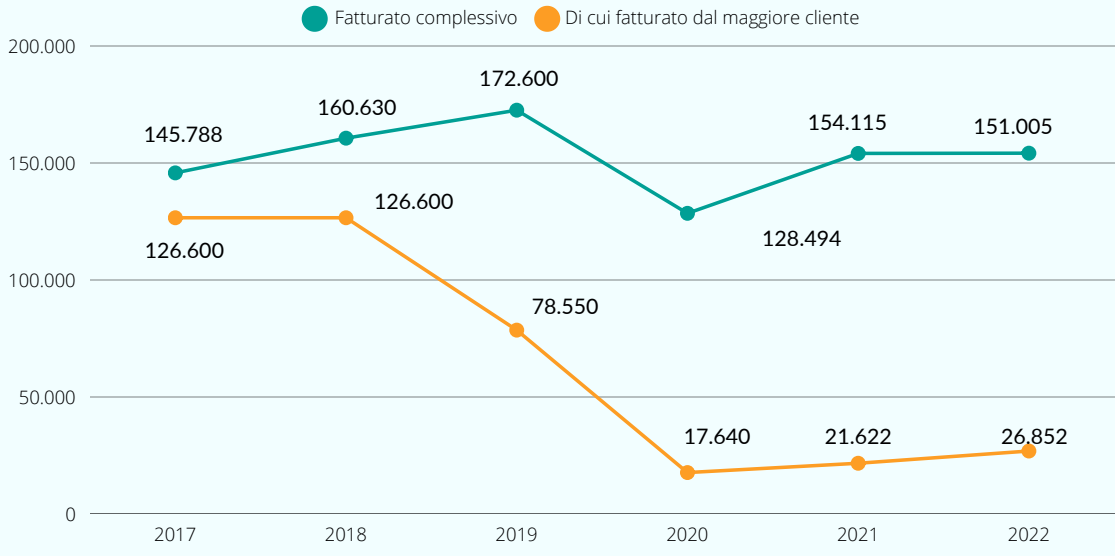
Nell'**andamento delle tipologie di vendita** si nota un aumento dei servizi del 10% con una contrazione della vendita di prodotti del 61%, fatturati rispetto l'anno precedente

Key Performance Indicators (KPI)

Spazionoprofit e il nostro maggiore cliente



Andamento del fatturato annuo dal maggiore cliente



Fatturato complessivo rispetto a quello derivante dal nostro maggiore cliente

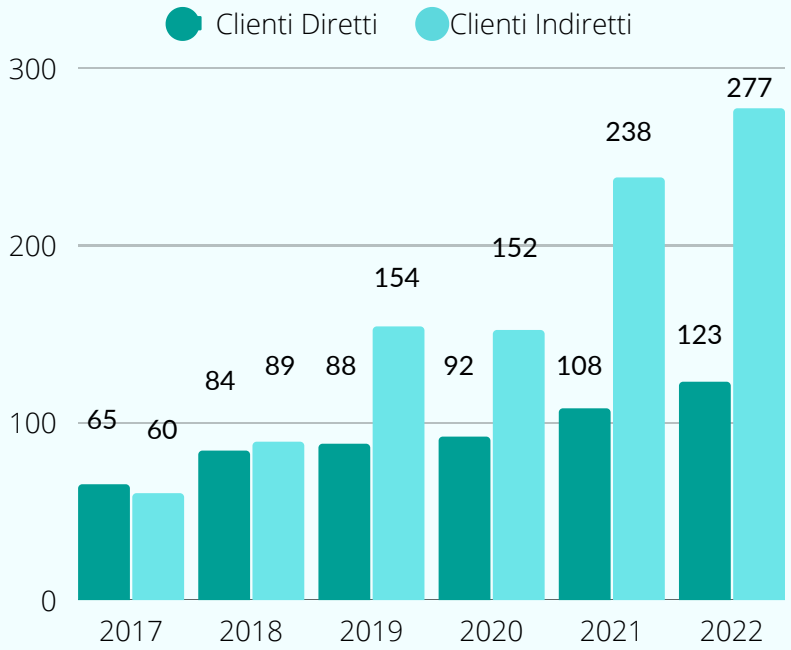
Il fatturato dal maggiore cliente si è assestato negli ultimi anni, con un aumento del 3% nel 2022 dovuto alla regolarizzazione degli Enti per mantenere l'iscrizione al registro. Questo ha comportato l'adeguamento degli statuti e, per i clienti indiretti, la richiesta di riclassificare i bilanci secondo i modelli richiesti dal Ministero

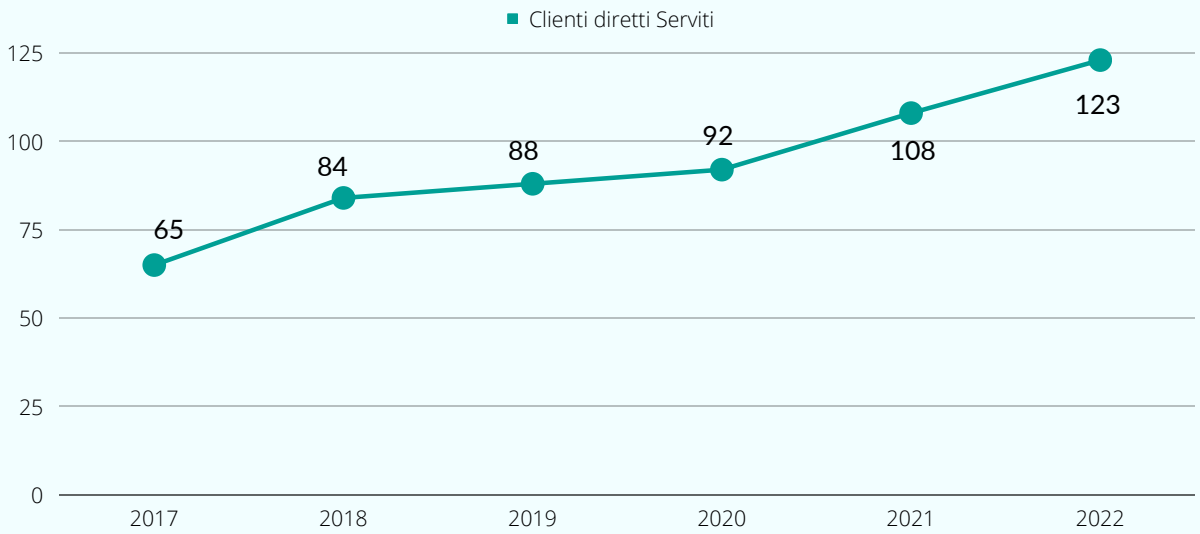
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Incidenza fatturato maggiore cliente	87%	79%	46%	14%	14%	17%

Key Performance Indicators (KPI)

Spazionoprofit: clienti diretti e indiretti

I **clienti diretti** serviti nel 2022 sono aumentati a **123** con un incremento sul 2021 del **+14%,** con una media di fatturato di **€ 1.012 cad**.





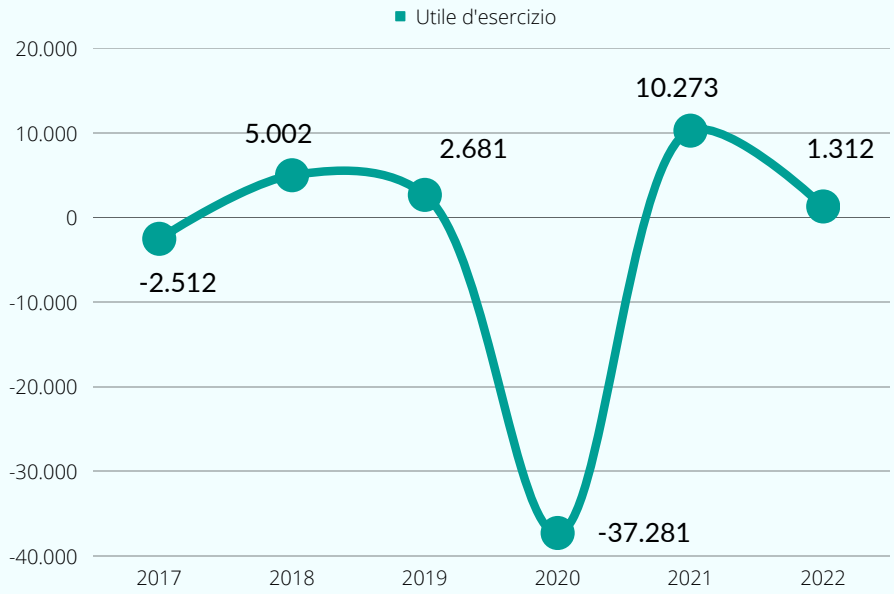
I **clienti indiretti** sono clienti delle Reti di Associazioni. Tra queste il nostro maggiore cliente. Il numero contiene 96 soggetti che hanno ricevuto servizi nel 2022 e tra questi sono inseriti anche quelli che hanno avuto con Spazionoprofit sia rapporti diretti che indiretti

clienti diretti: n. 123
fatturato medio € 1.012

clienti indiretti: n. 277
fatturato medio € 107,29

Key Performance Indicators (KPI)

Spazionoprofit e l'utile d'esercizio



Superato

Il risultato negativo del 2020 provocato:

- dal **lock-down** che aveva riguardato **Spazionoprofit**, ma soprattutto i **clienti**;
- dai nuovi costi legati alla **Sede**,
- dalla diminuzione, rispetto all'anno precedente, del contratto del nostro **maggiore cliente**,

il 2022 è stato un altro anno di altri investimenti:
è stato inserito un tirocinante e una giovane collaboratrice; inoltre siamo stati di fianco ai nostri clienti per aiutarli a ripartire evitandone così la chiusura,
oltre all'aiuto a una nuova realtà giovanile per sostenerla nella crescita.
La valutazione è stata effettuata con tutto lo Staff tenendo conto del valore delle azioni di queste Associazioni sul territorio e sull'intera collettività.

Nonostante i riconoscimenti per la professionalità e la tipologia di attività svolta, siamo ancora soli ad affrontare le sfide che si presentano nel cambio di paradigma della **Nuova Economia**
nel contesto di una **Nuova Età** degli imprenditori e della Società nel suo complesso

Creazione e generazione del Valore

Assets Interni

FINANZIARIO

Nel bilancio 2022 lo stato patrimoniale ha **attività per € 127.173** e **passività per €125.861**

PRODUTTIVO

Gli strumenti per produrre i nostri beni e servizi sono principalmente **hardware e software**. Siamo dotati di un luogo **open space per favorire relazioni, accoglienza, coworking**, nuovi progetti e servizi, arredi e attrezzature.

INTELLETTUALE

Gestionali costruiti ad hoc, adattabili alle richieste dei clienti: lavorano in cloud e gestiscono anagrafiche, attività, storico delle consulenze erogate, consulente di riferimento, oggetto e tempo dedicato a ciascun cliente.
Archivio in cloud per tutti gli aspetti della gestione interna e dei clienti , oltre ad un archivio legislativo con tutte le norme di interesse. **Modelli per i clienti** utili come guida per attività amministrative e fiscali, completi di istruzioni e riferimenti normativi. Strumenti necessari soprattutto agli Enti neocostituiti o alla governance neoeletta.
Monitoraggio delle attività, anagrafiche dei clienti, **listini** e condizioni condivisi con i soci e accessibili allo staff.

NATURALE

Scelta digitale per favorire il lavoro in cloud e ridurre all'essenziale gli spostamenti. La digitalizzazione e l'erogazione di servizi a distanza favoriscono la riduzione di inquinamento (emissione di CO_2) causata da trasferte dei/verso i clienti, riducendo altresì rischi e costi.
Carta riciclata: utilizzo di carta certificata, riciclo di carta utilizzata realizzando blocchi per appunti.
Prodotti ecologici: acquisti effettuati scegliendo prodotti ecologici, biodegradabili e a base di microrganismi.
Plastic free: prosegue il processo verso l'eliminazione totale degli acquisti di beni di plastica. Piatti, bicchieri e posate portati da casa per il consumo personale e per pranzi di lavoro. Riduzione acquisti di cancelleria di plastica e riorganizzazione archiviazione verso il plastic-free.

UMANO

Lo staff accoglie da sempre **cambiamenti e idee** con disponibilità, curiosità, entusiasmo; dimostra un grado elevato di **resistenza allo stress**, di gestione del **problem-solving** e di capacità di **resilienza**.
le **professionalità** al 31/12/2022 riguardano gli aspetti amministrativi, di governance, contabili, fiscali, giuridici, finanziari, progettazione e ricerca bandi e finanziamenti, rendicontazione amministrativa, sociale e d'impatto.

SOCIALE

La conoscenza degli Enti no profit ha consentito la creazione di **relazioni di fiducia**, rapporti interni basati sulla **interdipendenza**, la **trasparenza** e la **disponibilità** favoriscono costantemente il clima di **benessere** lavorativo e **felicità** individuale

10 Il senso del processo di Cambiamento

2016-2022

Nella nostra esperienza di consulenti al settore no profit, abbiamo intercettato bisogni dai nostri clienti espressi dal **senso di frustrazione, smarrimento e avvilimento delle associazioni** che:

- si trovano a dover rispondere ad esigenze di adeguamento a normative rendicontative, di privacy, di sicurezza, contrattualistiche e giuslavoratistiche, di impostazione delle attività nel rispetto degli aspetti fiscali sempre più complessi, esigenti e spesso poco chiari. Dovevano rispondere a comportamenti interni sempre più strutturati, a raccolte di dati e informazioni, alla gestione di volontari con disponibilità, approcci e visioni molto diverse rispetto al passato (basti pensare al pensionamento ritardato, alle famiglie poco numerose e quindi con meno risorse per l'accudimento dei figli, all'aumento della disoccupazione e dell'inoccupazione, al cambiamento della società con l'integrazione di altre culture che non si riconoscono nelle esistenti modalità di svolgere volontariato, alla fragilità giovanile che toglie entusiasmo e propositività, ecc.);
- lamentavano la carenza di professionisti formati nel terzo settore, soprattutto nell'associazionismo;
- Emergeva in loro la necessità di affidare gli aspetti amministrativi maggiormente pesanti per loro, sia in termini di tempistiche che organizzativi, in modo che potessero dedicarsi alla mission della loro associazione con maggior tempo e maggiore serenità.

2022

- **Autonomia:** il processo di cambiamento ha proseguito con una accelerazione sempre maggiore che ci ha visti in una totale autonomia dal CSV sia dal punto di vista logistico che contrattuale; Si è aggiunta un'altra Rete di Associazioni, questa Nazionale, che ci ha consentito di intercettare una nuova tipologia di associazioni, quali i Circoli Aziendali
- **Sede:** la nuova sede legale ha prodotto non solo uffici operativi ma anche un luogo nel quale la comunità dei nostri clienti, fornitori, partner, si incontra e si confronta;
- **Relazioni:** come strumento e valore delle nostre finalità: si tratta di relazioni con il mondo del noprofit che, a nostro avviso, non può prescindere dalla contaminazione con il mondo profit. Oltre alla comunità BCorp della quale siamo orgogliosamente parte, partecipiamo attivamente anche alla comunità di Assobenefit, la quale raccoglie solo Società Benefit, per fare rete, sistema e ridisegnare insieme le dinamiche del business, generando conoscenza, fiducia reciproca, sostegno e collaborazione; Siamo attori nella divulgazione delle caratteristiche delle Società Benefit sostenendone la scelta di almeno un'azienda all'anno negli ultimi tre anni
- **Servizi:** nel secondo semestre del 2022 è stato superato il periodo di restrizioni per Covid-19 e le attività hanno progressivamente ripreso il loro andamento seppur in modo nuovo e molto più burocratizzato e con tempi dilatati; Essere in una stretta e fluida relazione con gli Stakeholder ha consentito di superare le difficoltà insieme, di intercettare velocemente i bisogni e ci ha ulteriormente stimolato a farci carico anche dei problemi finanziari ed economici delle associazioni. La presa in carico ha posto uno sguardo di attenzione e priorità nell'aiuto alle Associazioni su nuove progettazioni, anche se gli obblighi e i tempi dettati dal Runts sono stati la priorità per tutto il sistema.

11

Azioni di beneficio comune

Azioni di beneficio comune **da Statuto**

a) Promuovere, attuare e sostenere, verso tutti i soggetti economici cui è rivolta l'attività d'impresa, una cultura della legalità, trasparenza verso la PA e verso la collettività in genere, della tutela dei diritti, della responsabilità sociale e pratiche di buon governo dell'ente

b) Promuovere, attivare e sostenere, anche dal punto di vista economico e/o organizzativo, progetti di utilità sociale verso soggetti non profit, pubblici e/o privati, in specie sostenendo la realizzazione di progetti che possano avere ricadute di utilità sociale concreti e misurabili, in termini di benefici comuni, sui territori e le comunità di riferimento della propria attività

c) La collaborazione fattiva e sinergica con organizzazioni non profit, associazioni, fondazioni e simili, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto sociale positivo del loro operato sul territorio, quali, in special modo, i Centri di Servizio per il Volontariato, gli altri Enti del terzo settore e le società benefit; anche garantendo loro forme di fruizioni dei servizi più vantaggiose rispetto agli altri soggetti economici cui la società si rivolge.

d) Sostenere il benessere dei lavoratori, promuovendo una maggiore flessibilità degli orari di lavoro, anche agevolando il lavoro da casa; nonché favorendo soluzioni orientate alla motivazione del personale, anche attraverso il riconoscimento di premi di risultato nonché promuovendo ed attività formativa estesa a tutto il personale della società.

Azioni di beneficio comune **realizzate nel 2022**

1) **Accompagnamento e affiancamento** : gli ultimi due anni sono stati caratterizzati dal deposito dei bilanci sul RUNTS: Abbiamo riclassificato i bilanci delle Associazioni, acquistato gli strumenti digitali per conto dei clienti: un accompagnamento e sostegno verso la digitalizzazione e la trasparenza.

2) **Sostegno ad Associazioni** gestite da persone anziane e/o malate, con servizi e attività a domicilio per sostenerli nel rispetto delle scademze e non metterli in difficoltà durante i tragitti.

3) A**ffiancamento ad alcune associazioni** gestite da persone anziane per sostenerle e affiancarle nel cambiamento richiesto dalla **digitalizzazione**

4) **Nascita di Società Benefit:** consulenze di orientamento e promozione a due Società che nel 2022 hanno scelto di diventare Società Benefit

5) **Partecipazione al Webinar** organizzato da Rete per il Dono sul tema "le B Corp osa sono e a che cosa servono

6) **Partecipazione alla tavola rotonda** organizzata da Confindustria Catania dal titolo "Il valore di essere Società Benefit e la valutazione d'impatto

7) **Organizzazione di un evento** di conoscenza e contaminazione tra un'Azienda profit che produce attrezzature utili nei Paesi con scarsità d'acqua, e le Associazioni che hanno progetti aperti in quei territori

Il nostro profilo di Società Benefit

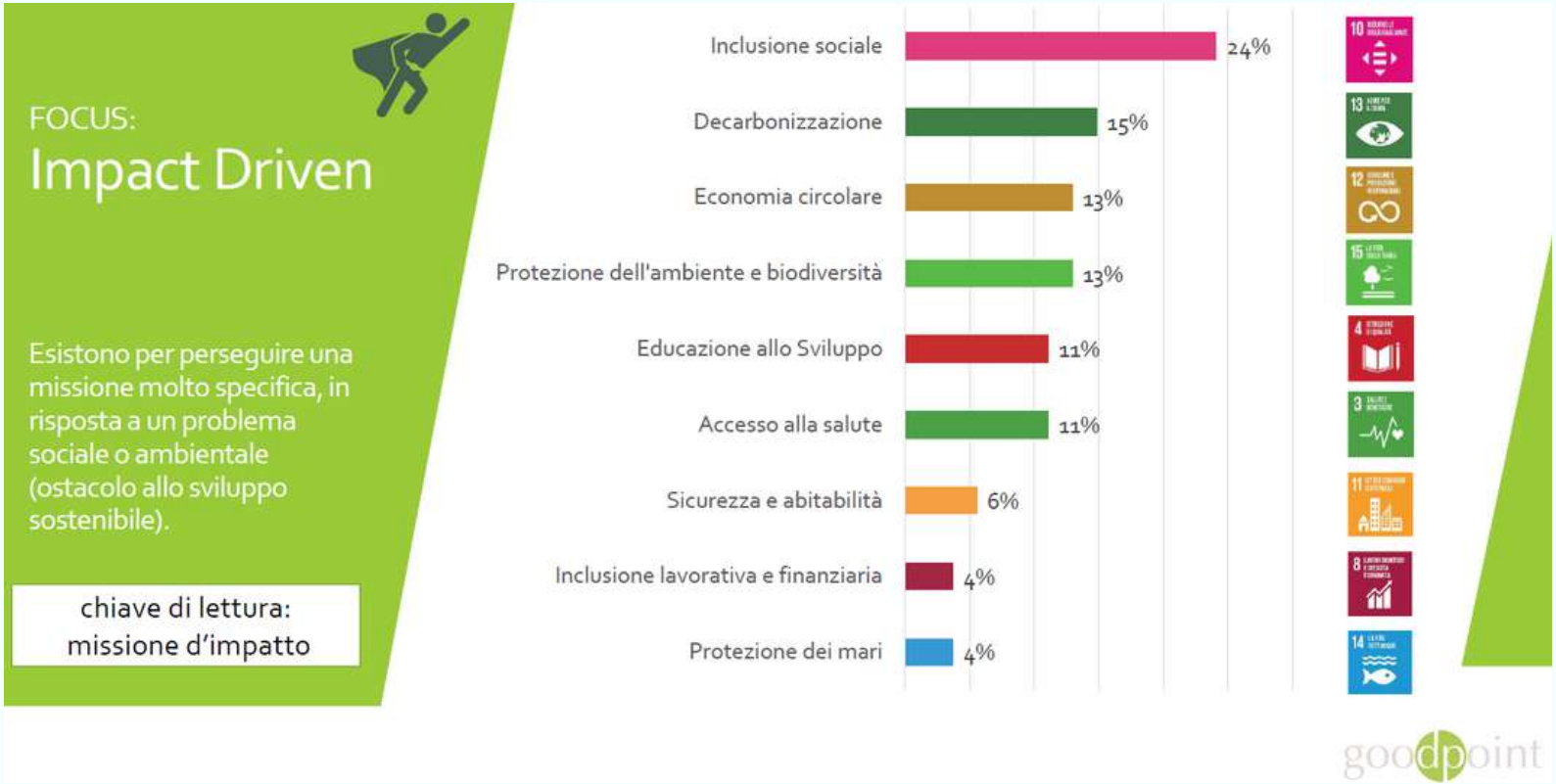
emerso dalla prima ricerca qualitativa sull'universo delle Società Benefit in Italia

Le percentuali delle attività si riferiscono alle Società Benefit italiane riconosciute come **Impact Driven** quale profilo d'approccio al Bene Comune

IDENTITA' DI SOCIETA' BENEFIT

Classifica di profili di approccio al Beneficio Comune:

- Committed to sustainability (la CSR in Statuto)
- Change Maker (una rivoluzione sostenibile)
- Impact Driven (quasi un'impresa sociale)
- Business with purpose (l'impresa al servizio dell'uomo)
- Impact Booster (gli ambasciatori dell'impatto)



GESTIONE: Il rischio di prioritizzare la missione rispetto a tutto il resto è quello di perdere di vista altri elementi essenziali alla gestione dell'impresa (economici, organizzativi, etc) e le relative conseguenze sugli stakeholder anche in termini di distruzione di valore.
Non dovrebbe esistere un trade off con l'obiettivo di fatturato (se il business è l'impatto, più vende più crea valore), il rischio piuttosto è il presidio dei margini (generare impatto «a qualsiasi costo»)".

12 Conclusioni, obiettivi e desideri per il futuro

Sulla base dei **Suistainable Development Goals (SDGs)**, la nostra azienda è nella continua tensione del miglioramento verso
un modo di fare business sempre più consapevole e mettendo al centro persone e ambiente

Spazionoprofit, al sesto anno di vita, ha incrementato esperienze, clienti, relazioni, progetti, ... è indispensabile leggere e comprendere il proprio **impatto,** definendo i propri **obiettivi**, tracciando i risultati **ottenuti** attraverso la collaborazione con i propri Stakeholder per rimanere nel cammino del **miglioramento continuo**.

Anche nel 2022 la nostra impresa si era prefissata alcuni obiettivi, in corrispondenza degli SDGs, alcuni dei quali sono stati raggiunti, mentre altri sono stati prorogati o riformulati

SDGs	OUTPUT	OBIETTIVO 2022	REALIZZAZIONE	OBIETTIVO 2023
8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	**Consulenze e affiancamento**	Incrementare il servizio di bandi e finanziamenti per aiutare gli enti ad accedere a risorse utili per il loro sostentamento e stimolarli a nuove progettazioni e a nuove reti con la messa a disposizione di un progettista. Aprirsi a società profit disponibili alla coprogettazione con gli Enti noprofit	✓	Consolidare la rete di partnership progettuale creata nel 2022 per aprirsi ai progetti europei e a progettazioni allargate
	Data entry	Ampliamento del servizio amministrativo	✗	Selezione di una persona con competenze amministrative mirata all'assunzione
9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	**Software gestionali** I clienti che assistiamo adottano i nostri sistemi di rendicontazione per la qualità degli strumenti, per poter intervenire con maggiore celerità e precisione e per facilitare l'intervento dei consulenti	Studiare la prosecuzione dell'accordo con il fornitore, anche a fronte dell'adeguamento dei gestionali alla Riforma del Terzo Settore.	✗ il fornitore di fatto non si è reso disponibile	
		Studio di nuovi gestionali per gli Enti noprofit	✓ in corso di perfezionamento	Perfezionamento dei gestionali per rispondere alle esigenze dei clienti
	CRM per Spazionoprofit	Implementazione con la gestione di nuove attività e lo snellimento dei flussi	✓	Incremento delle funzionalità e ottimizzazione delle procedure

SDGs	OUTPUT	OBIETTIVO 2022	REALIZZAZIONE	OBIETTIVO 2023
11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	**Sede legale e operativa**	Divulgare la possibilità della sede, generando così sinergie, riducendo sprechi e ottimizzando i costi	✗	Rilanciare l'obiettivo del 2022
	Servizio di accompagnamento	Realizzato in parte l'obiettivo 2021 (Standardizzare la delega e automatizzare i processi: software gestionali, riorganizzazione interna) per il 2022 sarà importante aggiornare e implementare i gestionali interni	✓	Mantenere l'obiettivo dell'implementazione continua dei gestionali interni, per velocizzare i processi, mantenere l'alta qualità dei servizi offerti e facilitare il controllo di gestione
17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS	**Accordi con Reti di Associazioni**	Consolidare il rapporto con il CSV Emilia per rendere sempre più fluido il supporto e favorire così la crescita delle Associazioni, la conoscenza dell'esistenza del CSV e i nostri servizi	✗	L'accordo cesserà a fine marzo 2023 per l'ottimizzazione delle risorse interne del CSV
			✓	**FITEL**: La collaborazione nata nel 2022 per i servizi alle Associazioni dell'Emilia Romagna è stata soddisfacente dando luogo a un nuovo accordo con l'obiettivo 2023 di consolidare il rapporto e allargare i servizi a tutto il territorio nazionale.

Spazionoprofit è una piccola realtà, con caratteristiche molto spiccate e autentiche, poichè provenienti dalle persone che la compongono: abbiamo rinunciato agli schemi classici di governance, disegnando così l'azienda a mano libera.
Ne risulta uno stile nuovo, fresco, fatto di **trasparenza**, di **fiducia**, di **corresponsabilità**, sia all'interno dello staff, sia nei rapporti con i clienti e gli Stakeholders in genere.
L'azienda viene così abitata da una mente comune e da una **figura professionale di gruppo**, composta da **singole professionalità, molto specializzate tecnicamente e altrettanto unificate**, in armonia fra loro e nei riguardi della propria vita privata. Persone che si integrano e interagiscono fluidamente e costantemente, abbandonando personalismi e ormai vecchie maschere e dinamiche di prestigio/potere/competizione.

La **vita lavorativa** viene così vissuta con **impegno, trasporto, serenità** e **fiducia**. L'abbandono degli stereotipi lavorativi ripaga in **libertà** delle persone che trovano **soddisfazione** nell'espressione di sé, nel feed-back con i colleghi e con tutti gli stakeholder, nel prodotto realizzato e nelle sue ricadute e riflessi sulla **comunità**.
Al centro, quindi, le **Persone**: persone con legami di **interdipendenza** che, con diversi ruoli (clienti, fornitori, partner, famiglie, istituzioni, volontari) e **competenze**, si adoperano per il **bene comune**, credendo e testimoniando in un **nuovo modo di concepire l'economia:** umano, reale, soddisfacente.

Questa **professionalità di gruppo** viene valorizzata ancor più in micro-contesti di cittadinanza, dei quali si favorisce la **crescita** partendo da micro-esigenze caratterizzate da **grande valore sociale e relazionale.** Ciò facilita **l'individuazione**, **l'accompagnamento** e la **realizzazione** di **soluzioni concrete**.

L'azienda viene così formata da **persone** non soltanto **fidelizzate**, ma anche **creatrici costanti dell'azienda stessa.** Inoltre, l'organizzazione circolare di questa dinamica beneficia dello **snellimento delle procedure.**

L'interconnessione produce poi un **prodotto e un impatto singolare**, che si trasforma in **soddisfazione del cliente e della collettività** in genere, **ambiente** incluso: un ritrovato benessere collettivo, grazie al ripristino del tessuto sociale ed alla naturale microeconomia su scala locale.

Grazie a questo costante processo rigenerativo, **Spazionoprofit** intercetta i bisogni dei clienti e della comunità e si **dedica** per offrire **servizi e prodotti nuovi** e spesso **co-progettati** con i clienti stessi.

Nel corso del 2023, Spazionoprofit continuerà a rendere **complici** i propri Stakeholder nel **processo di cambiamento e di valutazione**, con laraccolta di dati, l'impegno della governance di instaurare modalità strutturate di coinvolgimento, di consolidare rapporti non formalizzati e realizzare insieme desideri comuni, investendo il tempo con la consapevolezza che siamo tutti ospiti dell'ambiente.

Sostenere i nostri clienti, le associazioni e più in generale gli Enti no profit, è per noi **imprescindibile**; un'attestazione di consapevolezza della priorità di poter supportare coloro che aiutano persone in difficoltà, realizzano attività concrete a favore della comunità e portano avanti la propria mission in totale trasparenza.

L'interesse primario di **Spazionoprofit** è dimostrare che
ciò che pensiamo, affermiamo e svolgiamo,
genera **impatti positivi, cambiamenti che creano benessere**
sia all'interno che all'esterno dell'azienda.

spazionoprofit

spazionoprofit@spazionoprofit.it

www.spazionoprofit.it

Via M.K. Gandhi, 16 - 42123 - Reggio Emilia (RE)

#UnlockTheChange

Certified B Corporation

assobenefit

Copyright Spazionoprofit S.r.l. S.B. – REA RE 309310 – P.IVA 02741470351