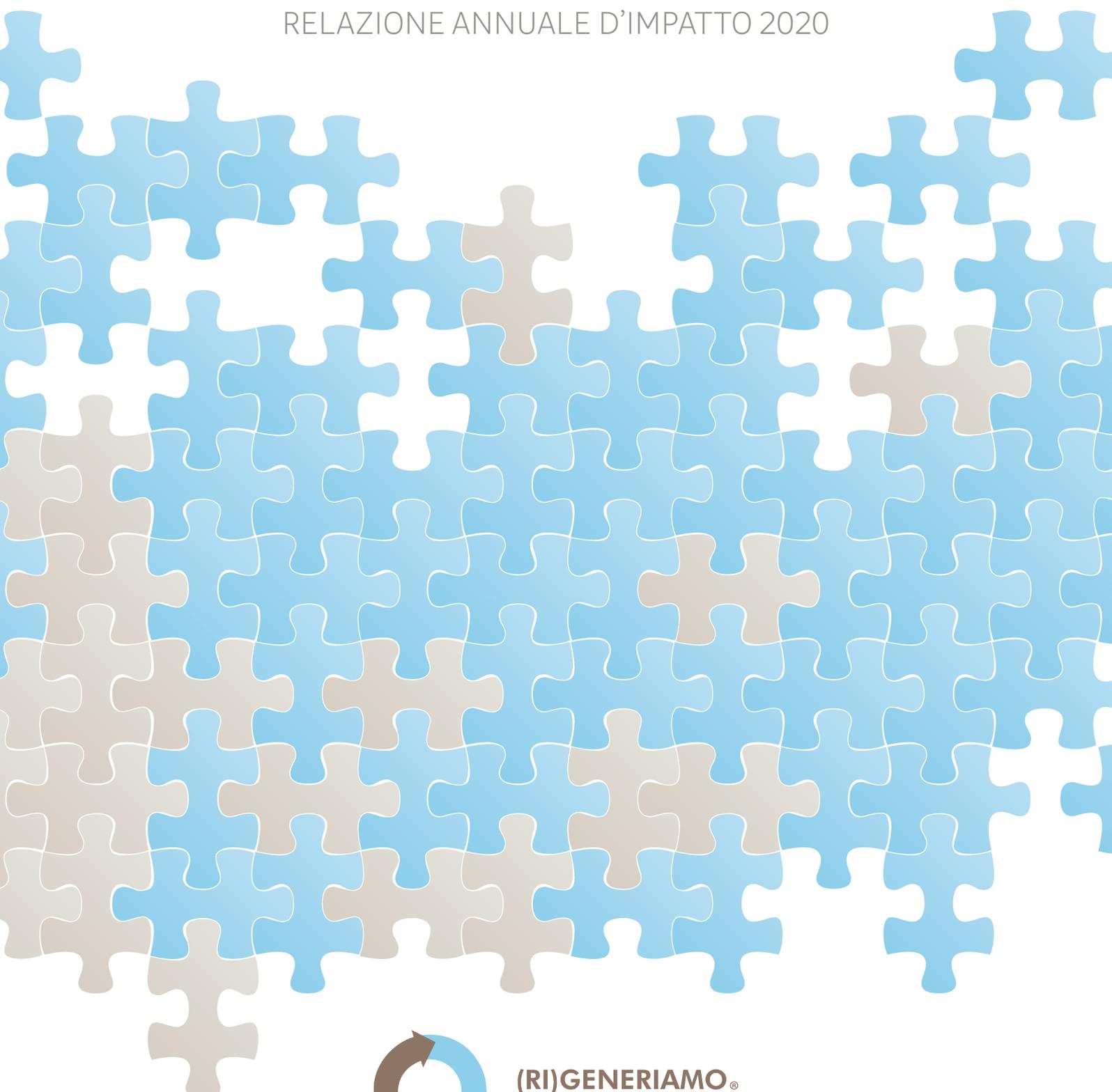


Bilancio dei benefici prodotti

RELAZIONE ANNUALE D'IMPATTO 2020



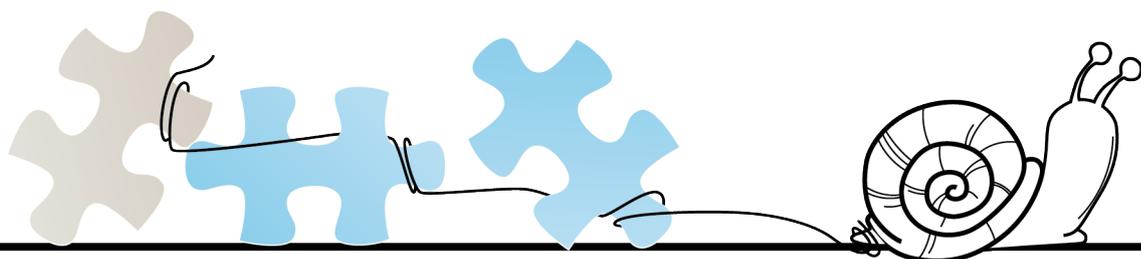
(RI)GENERIAMO®
persone, prodotti, perimetri

Indice

→ 1 Introduzione	3
→ 2 Metodologia	8
→ 3 Noi siamo (RI)GENERIAMO	16
→ 4 I nostri progetti	32
→ 5 Il nostro impatto ambientale	43
→ 6 Il nostro Impatto Sociale	49
→ 7 Il nostro impatto economico	61
→ 8 I nostri indicatori	64

Capitolo 1

Introduzione



1.1 Lettera agli Stakeholder



E il giorno dopo, prima di partire, prese due denari e li diede al locandiere, dicendogli: “Prenditi cura di lui e tutto quello che spenderai in più, te lo renderò al mio ritorno”.

È con la figura del locandiere della parabola del buon Samaritano che ci piace introdurre il primo **bilancio dei benefici prodotti di (RI)GENERIAMO**, una figura silenziosa e stupita. *“Stupito non tanto dalle ferite di quel povero uomo, perché lui sapeva che su quel cammino, su quella strada i briganti c’erano; e neanche per l’atteggiamento del sacerdote e del Levita, perché li conosceva e sapeva come era il modo*

di procedere. Il locandiere è stupito per quel Samaritano di cui non capiva la scelta.”

(Papa Francesco, il locandiere stupito, 10 gennaio 2017).

Il **locandiere**, figura di secondo piano e spesso dimenticata, è forse il personaggio della parabola che meglio ci rappresenta: come persone, come professionisti, come sognatori. È da questo stupore che abbiamo deciso di iniziare. Uno stupore reciproco per dei mondi spesso lontani, che si incontrano ma proseguono per cammini separati: il “For Profit” e il “Terzo Settore”.

Non miriamo e non abbiamo le capacità di immergerci nella sofferenza come il Samaritano, siamo semplicemente un gruppo di professionisti che, pur avendo percorso cammini differenti, hanno scelto di fare una scelta.

La scelta di fondo di (RI)GENERIAMO è quella di lavorare “con” e non “per”: il passare quindi da un concetto tradizionale di filantropia a un **concetto molto più ambizioso di generazione di valore**. Nel nostro sogno ci piace andare oltre e ci piace immaginare che il locandiere non abbia solo lavorato con il Samaritano, ma abbia scelto di lavorare anche con il viandante percorso dai briganti.

È infatti il lavoro delle persone che sono coinvolte nelle attività di (RI)GENERIAMO che rende unica la nostra impresa: non siamo noi – come antichi principi rinascimentali – che lavoriamo per loro, ma volgiamo porci come colleghi, accumulati da una comune volontà.

Aiutare infatti non vuole dire tanto porgere una

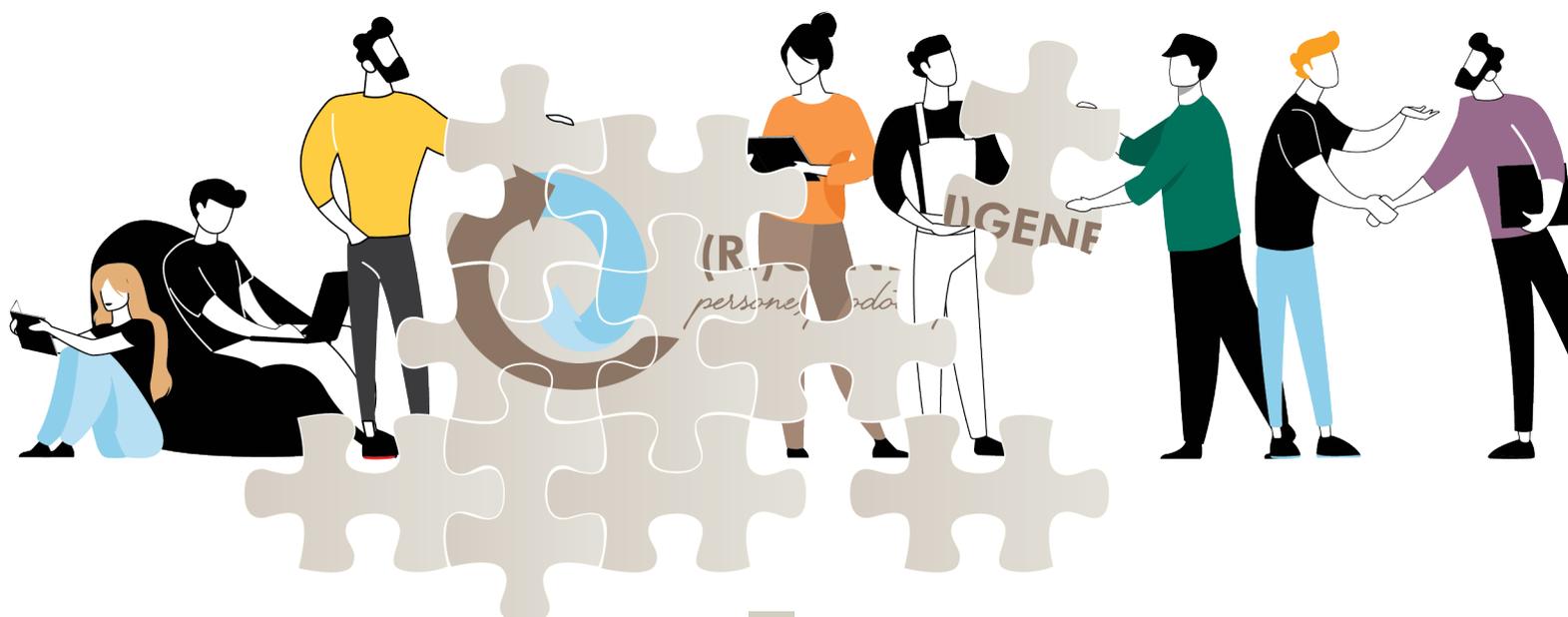
moneta a qualcuno, ma metterci in sintonia con la fatica, la sofferenza, le disperazioni e le speranze di coloro che vivono una vita ai margini. Oggi, ancor più che in passato, ci sono troppe donne e uomini che fanno fatica a vivere. Se-derci e lavorare accanto all'uomo disprezzato, emarginato, a colui che secondo le regole del successo è uno scarto umano, vuol dire assumerci la fatica del suo vivere. E non possiamo che iniziare dal lavoro, un lavoro dignitoso, giusto e motivante.

Le pagine che seguono racconto chi siamo, la nostra piccola storia, i nostri obiettivi e i nostri primi progetti.

Piccole cose ma che nascondo un grande sogno e una grandissima ambizione.

IL CDA di (RI)GENERIAMO

Elena, Erika, Ivan, Luca, Mauro, Marco, Salvatore e Sebastiano



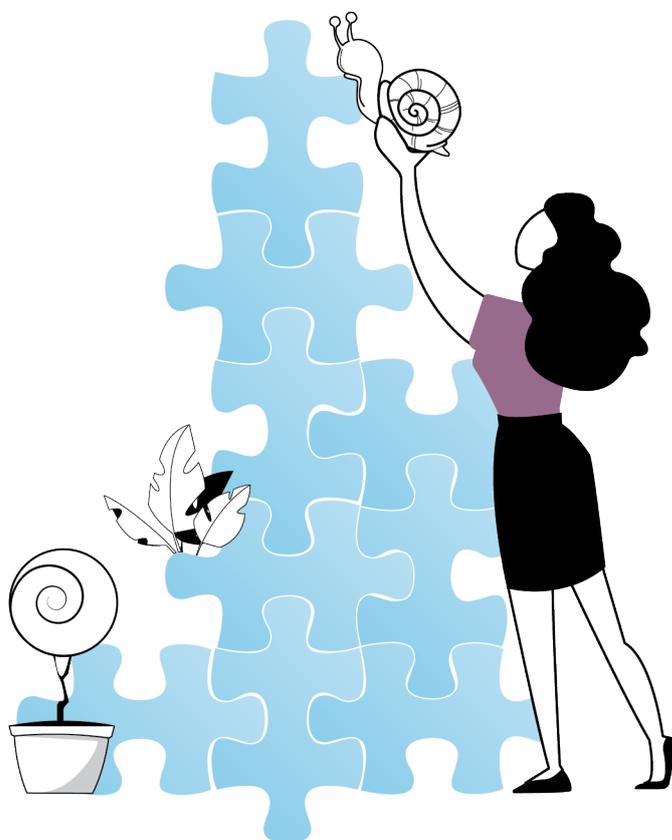
1.2 Lettera degli Stakeholder

(RI)GENERIAMO Società Benefit incarna perfettamente il paradigma di questo **nuovo modello societario**, proponendosi di coniugare attività di impresa e finalità di beneficio comune, in un'ottica volta alla **generazione di impatti positivi e misurabili**.

Ancor di più, la circostanza che la società sia promossa da realtà del Terzo Settore, con il supporto di un grande gruppo multinazionale, fa emergere ulteriormente **la visione innovativa e la forza di questo progetto** che promuove un'**attività di impresa al servizio delle persone, dell'ambiente, della collettività**.

Questa visione si ritrova nei **progetti** che (RI)GENERIAMO ha avviato nella prima fase della propria vita, quali ad esempio le "sartorie sociali" per la produzione di mascherine, oppure la fornitura di servizi per la cura del verde con il coinvolgimento di soggetti svantaggiati e ancora la produzione di piante aromatiche attraverso l'integrazione di persone con disabilità mentali.

Progetti fortemente inclusivi e di rilevante valore sociale - comunque orientati verso principi di sostenibilità economica e capaci di integrarsi con i meccanismi imprenditoriali di gruppi multinazionali - che arricchiscono non poco l'ecosistema delle Società Benefit. E forse, proprio quest'ultima rappresenta la sfida più ambiziosa di (RI)GENERIAMO, perché puntando a contaminarsi con le tradizionali dinamiche commerciali, intende dimostrare la **competitività sul mercato di una formula sostenibile, inclusiva ed innovativa**.



Un modello, dunque, che mette la sostenibilità, l'innovazione e l'attenzione verso i più deboli al centro della propria attività di impresa e che porterà al perseguimento delle finalità di beneficio comune cristallizzate nello statuto.

Roberto Randazzo
Consiglio Direttivo Assobenefit

1.3 Diamo i numeri?



La metodologia della valorizzazione del BES ci serve a quantificare la nostra capacità di contribuire alla generazione di valore e al miglioramento della qualità della vita delle persone e delle comunità coinvolte dalle nostre attività. Il quadro di riferimento è quello del BES (Benessere Equo e Sostenibile), uno strumento già adottato a livello nazionale per dare una misurazione del progresso che vada al di là del semplice benessere economico e che prenda in considerazione anche fattori ambientali e sociali. In sintesi l'obiettivo è quello di quantificare i benefici e gli impatti negativi e positivi generati da (RI)GENERIAMO in termini multidimensionali e, in particolare, in riferimento ai capitali centrali: Economico, Ambientale, Sociale e Umano.

Capitolo 2

Metodologia



2.1 Metodologia di rendicontazione

Il seguente bilancio, relativo all'anno 2020, ha l'obiettivo di **calcolare l'impatto materiale e immateriale di (RI)GENERIAMO**, con riferimento ai progetti svolti e secondo una lettura articolata sulle dimensioni ambientale, sociale-culturale ed economica e in termini di benessere e sostenibilità nel tempo.

Rispetto alle pratiche comuni di bilancio sociale consuntivo, la metodologia definita per la presente rendicontazione, si distingue per alcune caratteristiche fondamentali. La prima è il fatto che esso non mira solo a dimostrare la coerenza delle operazioni aziendali rispetto alla mission, ma a **verificare i benefici prodotti, mancati o impediti** da parte di (RI)GENERIAMO nel rispetto delle quattro dimensioni precedentemente elencate. **È il beneficio prodotto e generato**, e non l'impresa stessa, **al centro** di questo tipo di operazione. La seconda caratteristica è che la misurazione

del "beneficio comune" non deve necessariamente seguire la logica della rendicontazione di sostenibilità (benché la griglia e i principi siano quelli del GRI IV), in quanto dimensioni, fattori e indicatori devono rispondere nel modo più efficace possibile alla domanda: **che cosa ha fatto (RI)GENERIAMO per generare un beneficio comune o cosa ha fatto per limitare il proprio impatto negativo?**

Il documento non si struttura secondo i quattro pilastri dello sviluppo sostenibile ma in base alla gestione e alle progettualità di (RI)GENERIAMO. **I quattro assi non sono quindi la struttura del documento ma una chiave di lettura dello stesso.**

Nel documento, secondo la metodologia del cambiamento che sarà dettagliata in questo capitolo, è presentata una prima analisi di impatto su (RI)GENERIAMO. Il lavoro di analisi è partito dalla missione prioritaria dell'azienda: **il lavorare "con" e non il lavorare "per"**.

2.2 I principi GRI IV

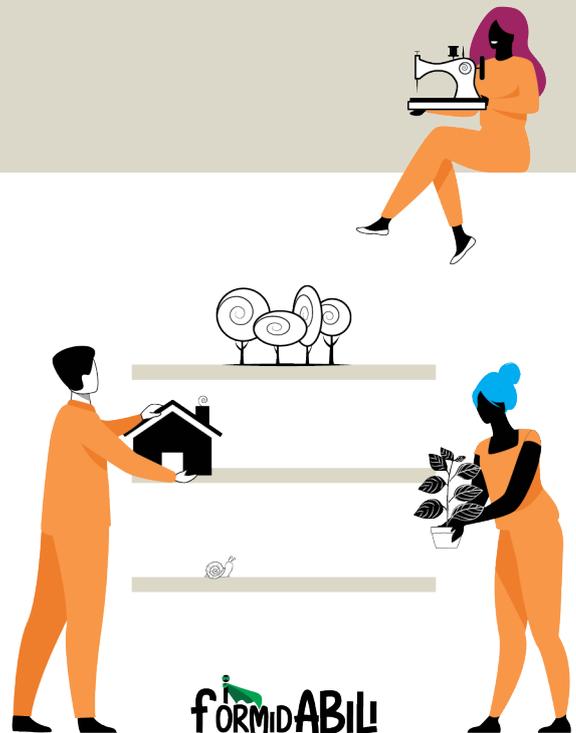
Pur essendo un'azienda molto giovane, priva di strutture materiali, si è comunque deciso di adottare i principi di rendicontazione in linea con le **Sustainability Reporting Guidelines del Global Reporting Initiative (GRI G4)**.

2.3 Analisi di materialità

Le informazioni contenute nel rapporto si riferiscono ai contenuti e agli indicatori che riflettono gli impatti maggiormente significativi a livello **Economico, Ambientale, Sociale e Umano** e le finalità di beneficio comune definite dallo statuto di fondazione come Società Benefit.

Nello specifico:

- **sviluppare progetti di innovazione sociale** finalizzati al contrasto della povertà abitativa portando progetti di ristrutturazione e manutenzione di abitazioni e strutture comunitarie, anche al fine di contribuire al miglioramento delle situazioni abitative del territorio in cui opera la società, al fine di venire incontro ai bisogni sociali, sanitari, culturali, formativi o lavorativi della comunità di riferimento;
- **realizzare interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente** e all'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali, promuovendo il risparmio energetico, idrico e termico e il contenimento del fenomeno della "povertà energetica";
- **sviluppare iniziative nell'ambito dell'"economia circolare"**, promuovendo modelli di consumo e produzione sostenibili;
- **stimolare l'integrazione e l'inclusione socio - lavorativa di persone con disabilità**, offrendo opportunità di lavoro a persone in difficoltà occupazionale o sociale;



- **generare valore economico in maniera equa e sostenibile** minimizzando l'impatto sull'ambiente e sulla salute della collettività, supportando lo sviluppo di iniziative di rigenerazione urbana che possano contribuire alla tutela della natura, dell'ambiente e dell'ecosistema;
- **adottare un modello organizzativo inclusivo**, aperto, trasparente - basato sulla fiducia e sull'accountability - in grado di bilanciare l'interesse dei soci con quello degli altri Stakeholders;
- **operare in modo responsabile** nei confronti dei collaboratori, dei partners e dei fornitori e di tutte le altre risorse coinvolte nello sviluppo delle iniziative della società;
- **collaborare alla realizzazione di iniziative**, in collaborazione con enti pubblici, istituzioni, enti senza scopo di lucro, al fine di **generare un impatto positivo nella collettività**.

2.4 Inclusività

Caratteristica di (RI)GENERIAMOI è il coinvolgimento, in ogni forma e sui differenti livelli, dei propri Stakeholder, a partire dalla governance di gestione. La mappatura dei nostri Stakeholder è stata effettuata sulla base delle relazioni intercorse durante il 2020 e ripar-

tita sulla base delle singole progettualità. I principali Stakeholder sono stati mappati su una matrice di relazione interna - esterna con impatti diretti - indiretti sulla e dalla nostra attività.

2.5 Contesto di sostenibilità e completezza

Gli indicatori conseguiti a livello economico - ambientale - sociale (comprensivo degli indicatori del capitale umano) sono elencati nel capitolo "I nostri indicatori".

Gli indicatori selezionati sono quelli ad oggi inerenti le attività e sui quali è stato possibile indicare un valore.

2.6 Comparabilità ed equilibrio

Il bilancio riflette gli aspetti positivi e negativi delle differenti performance relative all'anno 2020 e, in futuro, la rendicontazione sarà effettuata su base triennale.

2.7 Accuratezza e chiarezza

I dati qualitativi e quantitativi presentati sono verificabili e permettono, attraverso informazioni accurate e dettagliate, una valutazione

da parte degli Stakeholder. Nel corso del documento sono comunque citate tutte le fonti di riferimento e le metodologie di calcolo.

2.8 Tempestività e perimetro del rapporto

La pubblicazione annuale del rapporto permette un'informazione tempestiva e regolare ai nostri Stakeholder. Il perimetro di rendicontazione coinvolge tutte le attività di (RI)GENERIAMO.

Come previsto dalla normativa sulle Società Benefit il presente documento include la valutazione di impatto.



2.9 La metodologia del cambiamento per la valutazione dell'impatto generato

(RI)GENERIAMO tra settembre 2020 e aprile 2021 ha avviato con il supporto scientifico e la partnership di Associazione Isnet la sua prima valutazione d'Impatto Sociale (VIS). L'analisi di Impatto Sociale ha riguardato gli effetti del proprio modello di impresa e della propria mission.

Le attività sono state svolte secondo il “modello partecipato” che ha visto ampio coinvolgimento dello staff di (RI)GENERIAMO per tutte le attività di analisi della VIS svolta sia sul piano qualitativo attraverso interviste

semi strutturate che su quello quantitativo attraverso analisi statistica.

L'Impatto Sociale può essere definito come l'effetto generato su uno o più Stakeholders a seguito di una determinata attività. Alla base delle analisi di Impatto Sociale c'è la teoria del cambiamento. La teoria del cambiamento (“Theory of change”) assume che a fronte di determinate risorse (input) impiegate attraverso processi (activities) si ottengono dei risultati (output) che a loro volta danno origine a dei benefici (outcome).



Fonte Associazione Isnet – VIS per (RI)GENERIAMO

L'impatto è l'ultimo anello della catena e si ottiene analizzando gli outcomes al netto di:

- effetti che si sarebbero comunque verificati (Deadweight);
- effetti di altra origine (Attribution);
- diminuzione degli effetti nel lungo periodo (Drop-off);
- conseguenze negative (Displacement).



L'attività di Valutazione di Impatto Sociale per (RI)GENERIAMO è stata condotta in **6 fasi**:

- **Analisi delle attività** dell'impresa e scelta del "dominio di valore" (area di indagine).
- **Coinvolgimento degli Stakeholders** per l'identificazione degli indicatori di cambiamento.
- **Definizione strumenti** di raccolta dati.
- **Raccolta dati** quantitativi e qualitativi.
- **Analisi dei risultati** e valutazione di Impatto Sociale.
- **Riesame del percorso** e definizione del modello di valutazione di impatto da replicare.



Fonte Associazione Isnet – VIS per (RI)GENERIAMO

L'obiettivo di fondo dell'analisi è stato quello di **verificare l'impatto**, quindi il cambiamento, prodotto sui vari Stakeholder dal modello (RI)GENERIAMO. Nella realizzazione delle attività sono stati coinvolti complessivamente oltre **80 persone** tra soci fondatori e Stakeholder dell'impresa.

2.10 Nota alle immagini

“Mi è venuto subito da pensare a (RI)GENERIAMO come un puzzle, dove ognuno ha inserito un suo pezzettino.

L’hanno sognato e hanno iniziato per primi i componenti del CDA a comporlo, a mettere un pezzetto insieme all’altro e iniziare a costruire la nostra chiocciola.

Man mano tutti quelli che hanno incontrato nel loro percorso (RI)GENERIAMO hanno inserito il proprio pezzettino: i collaboratori esterni, i ragazzi e le ragazze delle varie cooperative.

I pezzettini non sono tutti uguali, hanno anche colore diverso ma ognuno combacia perfettamente con l’altro.

Noterete che non ci sono mai bordi, non c’è il pezzo di puzzle dell’angolo o della fine, perchè ci sarà sempre spazio per tutti quelli che vorranno aggiungere un proprio pezzettino. Non c’è e non ci sarà un confine.”

Maria Anna Tumminello

2.11 Nota introduttiva

Il presente bilancio, con relazione redatta ai sensi dell’art.1, comma 382 della L. 208/2015 concernente il perseguimento del beneficio comune è stato presentato e approvato dal CDA di (RI)GENERIAMO in data 12 aprile 2021.

Prima della pubblicazione del presente documento sul sito **www.ri-generiamo.it** - per trasparenza verso il pubblico, le autorità competenti e i consumatori - il bilancio è stato inviato per condivisione e raccolta feedback ai rappresentanti dei propri Stakeholder che hanno partecipato ai focus group e indagini per la valutazione dell’impatto.

Per contatti, informazioni, approfondimenti e chiarimenti:

Luca Pereno,

luca.pereno@ri-generiamo.it,

via Beaumont 7, 10138 Torino (TO).

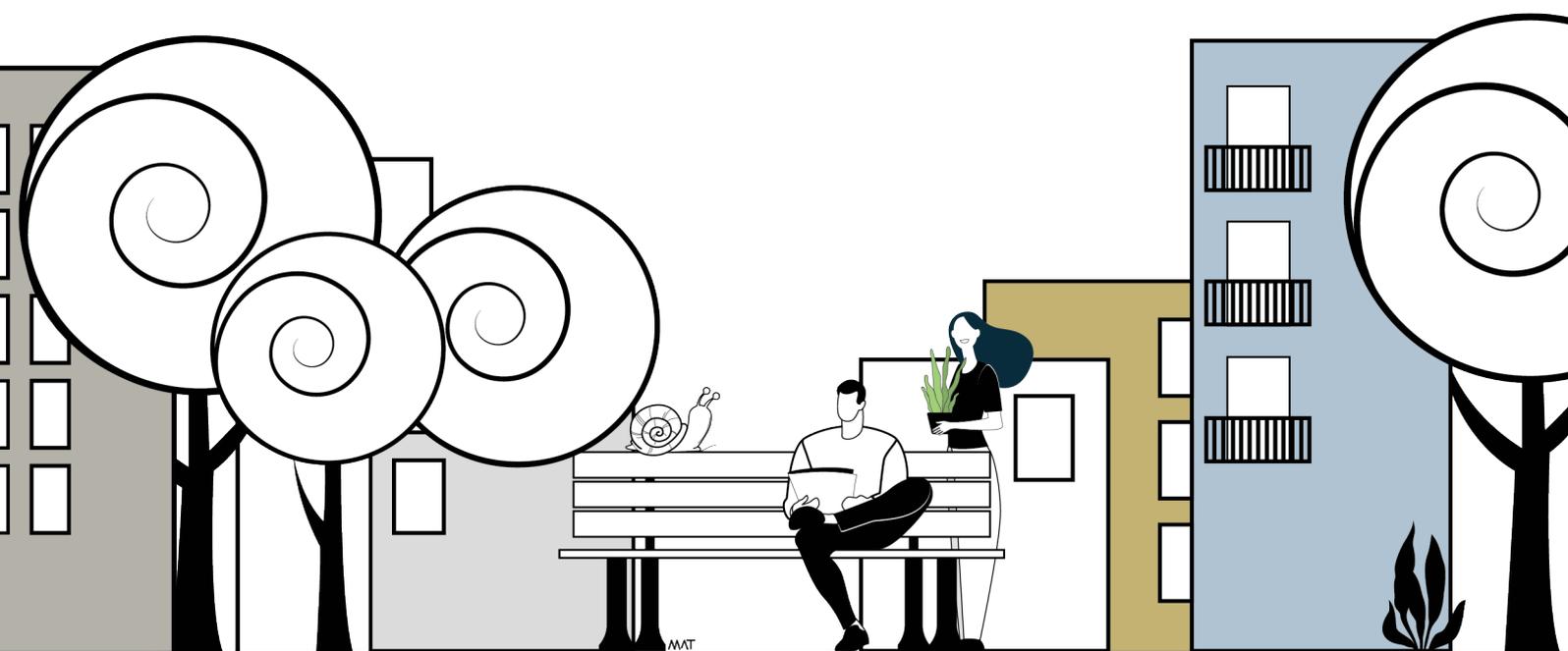
Un particolare ringraziamento per l’aiuto a Laura Bongiovanni, Alberto Cesari, Maria Anna Tumminello, Simona Ceresa, Matteo Cesati, Roberto Randazzo e Nadia Valsania con i suoi Collaboratori.

Capitolo 3

Noi siamo (RI)GENERIAMO



3.1 La nostra identità



La Società Benefit (RI)GENERIAMO nasce dalla collaborazione tra la **Cooperativa Sociale Agricoltura Capodarco**, l'**Associazione Bricolage del Cuore**, l'**impresa sociale ConVoi Lavoro**, la **Cooperativa Liberitutti** con il sostegno di **Leroy Merlin Italia**.

L'obiettivo comune è **GENERARE** nuove economie per **RIGENERARE PERSONE, PRODOTTI e PERIMETRI** promuovendo un'economia inclusiva che valorizzi, in un'ottica imprenditoriale, le persone nella loro diversità e per includere nell'attuale sistema di mercato persone e prodotti, altrimenti esclusi, riconoscendone valore e generando nuovi perimetri.

Gli articoli primo e terzo della Costituzione italiana sono i principi ispirativi e fondanti di (RI)GENERIAMO in quanto vogliamo dare risposte concrete agli **obiettivi ONU 1, 8, 10, 12 e 13** attraverso il lavoro e l'inclusione.

L'Italia è una Repubblica democratica, fondata sul lavoro. (Art. 1)

Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale e sono eguali davanti alla legge, senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali.

È compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese. (Art. 3)



OBIETTIVO 1
Porre fine a ogni forma di povertà nel mondo.



OBIETTIVO 8
Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.



OBIETTIVO 10
Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni.



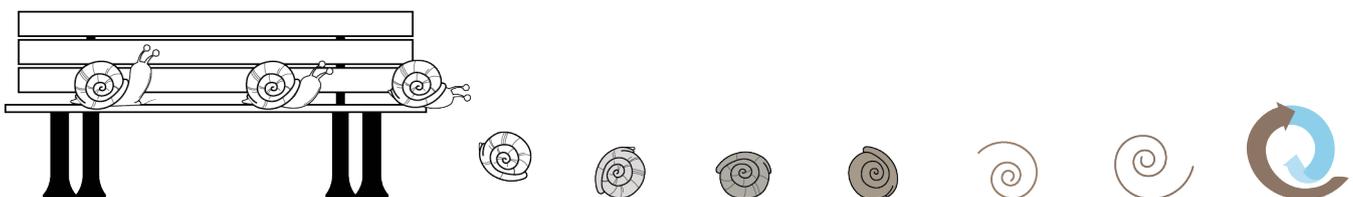
OBIETTIVO 12
Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.



OBIETTIVO 13
Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico.

Abbiamo scelto una chiocciola per rappresentarci.

La chiocciola è lenta e per questo rappresenta il procedere con **gradualità** ma **sicurezza** verso l'obiettivo. La chiocciola, attraverso il proprio procedere a contatto con la terra, diventa un simbolo di **concretezza**. La spirale del guscio, metafora di **rinascita e creazione**, rappresenta graficamente la nostra **strategia** e i **due livelli di intervento, uno complementare all'altro**: la **responsabilità e la generatività** che convergono entrambe verso la generazione di valore Economico, Ambientale, Sociale e Umano.



3.2 Siamo una Società Benefit



La Società Benefit è uno stato giuridico pensato per **aziende for-profit che vogliono andare oltre l'obiettivo del profitto**, e che vogliono **massimizzare il loro impatto positivo verso la società e l'ambiente**.

Le Società Benefit hanno l'obbligo di integrare nel proprio statuto, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un **impatto positivo sulla società e sull'habitat**.

La Società Benefit non è un'impresa sociale o un ente caritativo, è un'**evoluzione dei modelli tradizionali di impresa**.

Abbiamo scelto questo stato giuridico perché, oltre all'innovazione, rappresenta meglio la

nostra volontà di creare una **collaborazione concreta tra "For Profit" e "Terzo Settore"**.

Dal gennaio 2016 in Italia sono state introdotte le Società Benefit, e questo ha reso l'Italia il secondo stato sovrano al mondo - dopo gli USA - a riconoscere questa tipologia di azienda For Profit.

3.3 I partner

Questi sono i **fondatori** che hanno reso possibile il progetto di (RI)GENERIAMO. Differenti per storie ed organizzazione ma simili nell'essere "imprenditori". Sognatori che pensano a un mercato generativo e a relazioni umane che lo trascendono, fatte di reciprocità e gratuità.

AGRICOLTURA CAPODARCO

Agricoltura Capodarco è un'**azienda agricola multifunzionale a produzione biologica**, fondata nel 1978 e tra le prime esperienze di agricoltura sociale in Italia. La Cooperativa è impegnata in prima persona nell'attuazione dei principi e delle prassi dell'**Agricoltura Sociale**, nonché nella promozione e divulgazione di una proficua contaminazione tra la cultura del sociale, il mondo agricolo ed i soggetti istituzionali.

La mission di Agricoltura Capodarco si concretizza intorno ai temi dell'**accoglienza e della solidarietà** verso e con chi vive in condizione di svantaggio e si fondono con un'azione costante, orientata all'**inclusione sociale** ed all'**integrazione lavorativa**, alla **centralità della persona ed il rispetto dell'ambiente**.



www.agricolturacapodarco.it



ASSOCIAZIONE BRICOLAGE DEL CUORE

L'Associazione Bricolage del Cuore è un'associazione di promozione sociale. L'idea fondante è semplice, ma allo stesso tempo innovativa: passare dal "fai da te" al "fai da noi", dal fare per sé al fare insieme, nella comunità e per la comunità stessa. L'Associazione Bricolage del Cuore si propone di sviluppare le attività di bricolage a supporto della lotta alla povertà abitativa. L'Associazione intende riunire tutte le persone che "hanno voglia di fare" e che possono mettere a disposizione competenze, tempo e manodopera in un'ottica di aiuto e gratuità per progetti di ristrutturazione, manutenzione e decorazione di abitazioni o strutture comunitarie.



bricolagedelcuore.org



LIBERITUTTI

LIBERITUTTI è una cooperativa sociale, nata nel 1999, come luogo di sperimentazione e sintesi di processi sociali complessi, in particolare in ottica di sviluppo delle comunità locali in cui si trova ad operare.

Negli anni la mission della cooperativa si è sviluppata mediante la progettazione e la realizzazione di servizi come soggetto singolo o in partnership, e la gestione di servizi per conto di Enti Pubblici: operando nell'ottica di creare sviluppo di comunità tra servizio e territorio.

Il percorso imprenditoriale vede oggi Liberitutti caratterizzarsi come impresa sociale, in grado di coniugare la dimensione "impresa", attenta a gestire i propri processi produttivi, con modelli economici inclusivi in grado di rispecchiare la sua mission sociale.

La modalità di lavoro è di tipo "generativo" sia per quanto riguarda il capitale umano e sociale sia nel suo rapporto con i territori di intervento.

LIBERITUTTI
COOPERATIVA SOCIALE

www.coopliberitutti.it

CONVOI LAVORO

ConVoi Lavoro impresa sociale srl nasce nel 2020 dal desiderio e dall'esperienza di **ConVoi Onlus**, con lo scopo di favorire le opportunità di lavoro per persone in situazione di fragilità. La collaborazione e il confronto con i partner e le agenzie territoriali, la partecipazione alla rete costituita da ConVoi Onlus, le esperienze e le competenze dei soci fondatori, sono le basi per l'attività di conVoi lavoro: conVoi lavoro si cura di sviluppare le condizioni per cui le persone che hanno un desiderio o bisogno di lavoro, cui ancora non corrisponde un curriculum professionale solido, possano fare conoscere le proprie attitudini e competenze, essere accompagnate/i a fare esperienza del mercato del lavoro, per inserirsi poi in modo autonomo.



www.convoi.org



3.4 I sostenitori

LEROY MERLIN ITALIA

Leroy Merlin Italia è un'**azienda multispecialista** parte di **ADEO**, un Gruppo che unisce più insegne dedicate all'habitat, al bricolage e alla decorazione.

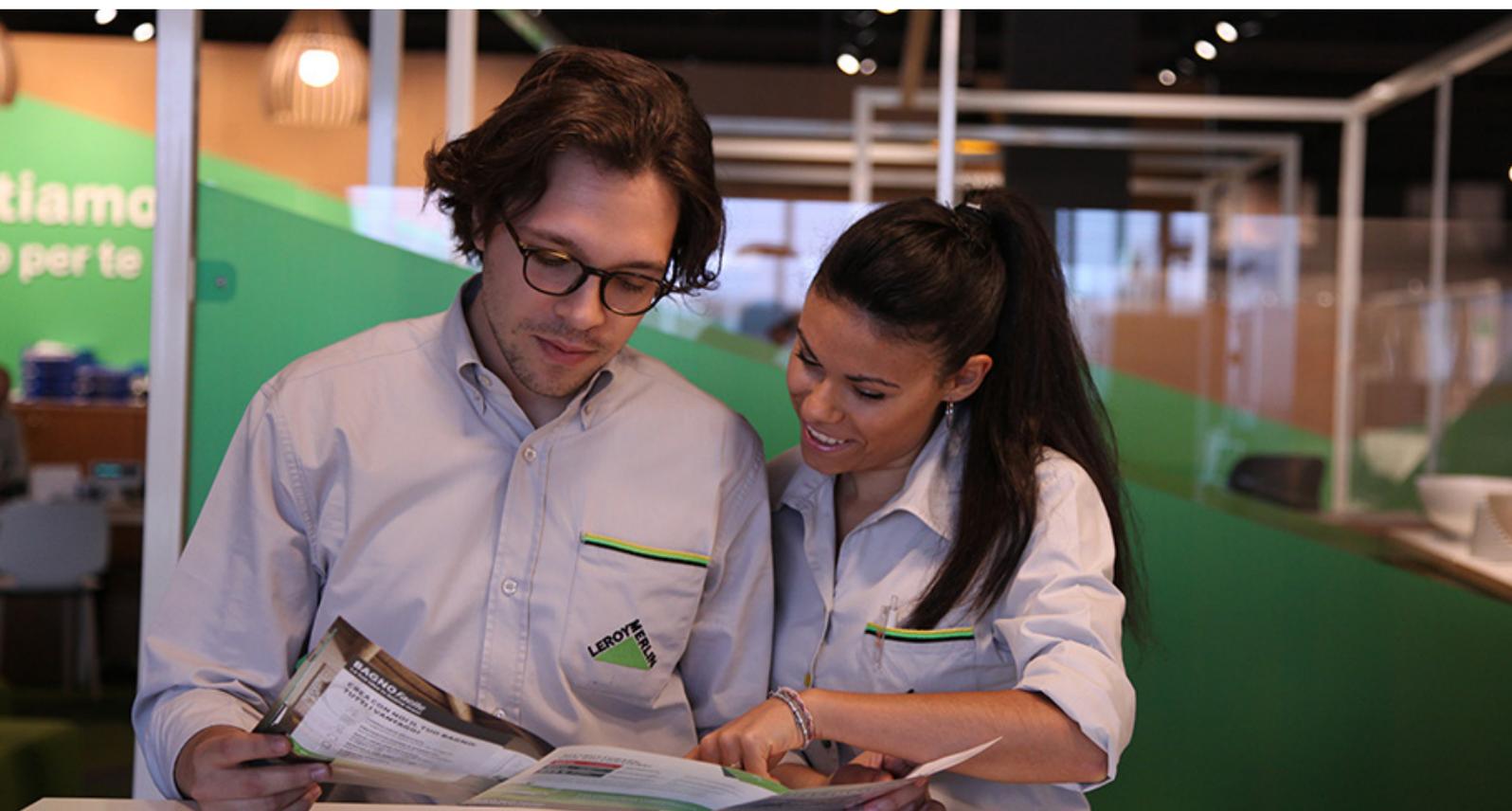
Con **7.400 Collaboratori** impegnati in **50 negozi** su tutto il territorio nazionale, Leroy Merlin Italia è un'azienda in costante crescita, presente in Italia dal 1996.

Grazie a un'organizzazione sostenibile e responsabile, l'azienda ha l'obiettivo di creare una **cultura dell'abitare rispettosa dell'ambiente, delle persone e delle risorse**, procedendo in direzione della generatività.

Il fare impresa in Leroy Merlin considera non solo il profitto economico, ma anche l'**interesse della comunità**, rappresentato dalla somma dei capitali Economico, Ambientale, Sociale e Umano.

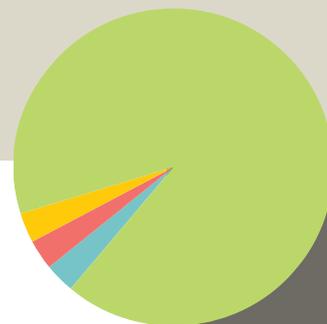


www.leroymerlin.it



3.5 Governance

(RI)GENERIAMO è amministrata da un Consiglio di Amministrazione composto da 8 membri e nominato dall'atto costitutivo del 9 giugno 2020. Il Consiglio di Amministrazione è investito di tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione e di disposizione, nulla escluso od eccettuato, nel rispetto di tutte quelle facoltà e limiti ricompresi nello statuto sociale. I poteri del Consiglio di Amministrazione sono stati ripartiti e verbalizzati nel CDA del 1° luglio 2020.



Le quote sono così ripartite:

- 91% Associazione Bricolage del Cuore
- 3% Agricoltura Capodarco Società Cooperativa Sociale
- 3% Con Voi Lavoro impresa sociale srl
- 3% Liberi Tutti – Società Cooperativa Sociale S.P.A.

I MEMBRI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE



Mauro Carchidio,
Presidente



Sebastiano Castorina,
Amministratore
Coordinatore
area produzione



Elena Gabutti,
Amministratore
Coordinatrice area
performance e finanza



Marco Lucarno,
Amministratore
Coordinatore
area acquisti e progetti



Erika Mattarella,
Amministratore
Coordinatrice progetti
Generatelier



Luca Pereno,
Amministratore
Coordinatore progetti e
relazioni esterne



Salvatore Stingo,
Amministratore
Coordinatore progetti
Terra inclusiva



Ivan Vitali,
Amministratore
Coordinatore progetti
Ristrutturazioni civili

Nel corso dell'anno è stata costituita una squadra di supporto per le singole attività.

- **Silvia Berto**, amministrazione e contabilità
- **Mirko Campagnuolo**, analisi performance operative
- **Andrea Di Giorgio**, cura del verde (FormidAbili)
- **Leda Giraldo**, gestione ordini
- **Paolo Margherini**, analisi performance operative
- **Ilaria Signoriello**, progetti agricoltura sociale e relazioni esterne
- **Maria Anna Tumminello**, immagine e comunicazione

3.6 La nostra storia

2017: il sogno

- OTTOBRE Alla 48ma settimana sociale della CEI di Cagliari partecipano, invitati da NeXT-Nuova Economia per Tutti, in qualità di innovatori sociali: Ilaria Signoriello di Agricoltura Capodarco e portavoce del forum dell'agricoltura sociale e Luca Pereno, CSR manager di Leroy Merlin Italia. A margine dei gruppi di lavoro nasce un comune sogno, forse una follia: come poter produrre e commercializzare piante in laboratori di inclusione.

2018: l'idea

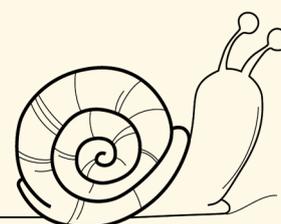
- MARZO In occasione del lancio dell'Orto Fai da Noi di Roma Tiburtina viene coinvolta nel progetto Agricoltura Capodarco.
- MAGGIO Con Ivan Vitali, responsabile della ConVoi, si inizia a parlare di un progetto imprenditoriale basato sui principi dell'economia civile.
- SETTEMBRE Sui principi della generatività nasce la nuova strategia sviluppo sostenibile di Leroy Merlin Italia: (RI)GENERIAMO
- OTTOBRE In occasione della visita di Damien Deleplanque, ex DG e fondatore Adeo, vengono poste le prime basi progettuali.
- NOVEMBRE Presso la sala stampa della Camera dei Deputati viene presentata la strategia (RI)GENERIAMO. Partecipano - oltre - ai referenti Leroy Merlin - Agricoltura Capodarco, CEAS e l'On. Gadda. Coordina la tavola rotonda Elisabetta Soglio. Nel corso della conferenza stampa si accenna al progetto Terra inclusiva.

2019: la preparazione

- FEBBRAIO Una prima bozza del progetto viene presentata ad Oliver Jonvel, AD di Leroy Merlin Italia.
- MARZO Il progetto (RI)GENERIAMO viene presentato al comitato ADEO Sviluppo Sostenibile.
- GIUGNO Al seminario di Economia Civile di Leroy Merlin partecipano alcuni esponenti del Terzo Settore, tra questi Ilaria Signoriello e Salvatore Stingo di Agricoltura Capodarco.
- SETTEMBRE Inizia la collaborazione con Roberto Randazzo e Giuseppe Taffari della R&P Legal per lo studio la costituzione di (RI)GENERIAMO.

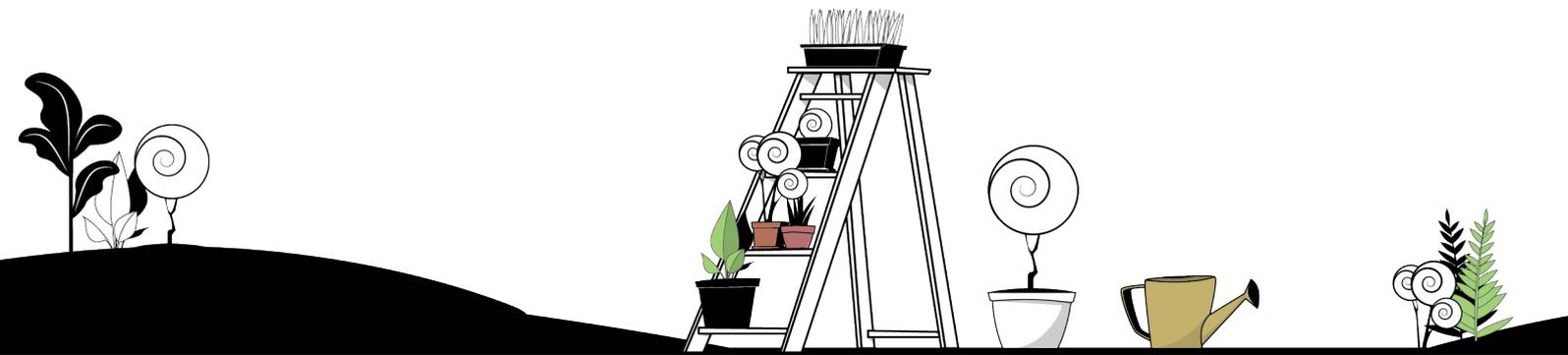
2020: la realizzazione

- GENNAIO Prima riunione di co-progettazione con Agricoltura Capodarco e ConVoi.
- FEBBRAIO La cooperativa Liberitutti entra nel progetto (RI)GENERIAMO.
- MARZO Mentre l'Italia è in lockdown vengono poste le basi per la futura (RI)GENERIAMO.
- GIUGNO Viene siglato l'atto costitutivo di (RI)GENERIAMO.
- LUGLIO Conferenza stampa di presentazione di (RI)GENERIAMO. Partecipano Enrico Giovannini, Mauro del Barba, Alessandra Smerilli e Sonia Schellino.
- AGOSTO Sono prodotte e commercializzate le mascherine (RI)GENERIAMO.
- SETTEMBRE Viene lanciato il progetto i FormidAbili.
- NOVEMBRE Viene lanciato il progetto Terra inclusiva.
- DICEMBRE Commercializzazione dei prodotti "Natale 2020" in collaborazione con Made in Carcere. A tutti i Collaboratori Leroy Merlin Italia viene donato un copri mascherina con logo (RI)GENERIAMO.



3.7 Essere generativi

Essere generativi è un modo nuovo di pensare e agire. Insieme possiamo raccogliere la sfida di dare vita ad azioni socialmente orientate, capaci di creare relazioni responsabili di un risultato che fa bene a tutti. Queste sono le parole chiave che ci hanno guidato nella fase di progettazione e nell'attuale fase di gestione.



GENERATIVITÀ

La **generatività sociale** è una logica di azione personale e collettiva capace di disegnare un **nuovo modello di sviluppo economico e sociale** che definiamo “**sostenibile e contributivo**”.

Il termine è stato usato in psicologia per descrivere una forma di realizzazione di sé dell'uomo e della donna maturi che avviene nel “contribuire” liberamente e in modo originale al miglioramento della vita di altri e del contesto, garantendo a tutti di prosperare nel tempo.

L'idea di generatività sociale rimanda nell'impresa ad un **movimento creativo e produttivo di continuo rilancio** che si dimostra **capace di generare un maggior valore per l'impresa** coniugando benessere economico, sviluppo sociale, crescita personale e organizzativa.

La generatività è un **movimento antropologico** che partendo dal desiderare, cioè dalla spinta ad aprirsi al mondo e fare la propria parte nella sua continua rigenerazione, si traduce in tre passaggi:

- “**mettere al mondo**” un figlio, come una impresa;
- “**prendersi cura**” di quanto si è generato, per farlo crescere e fiorire;
- “**lasciar andare**”, che consiste nel contribuire all'allestimento delle condizioni per la piena libertà e realizzazione di quanto si è messo al mondo.

AGRICOLTURA SOCIALE

L'**Agricoltura Sociale** comprende una pluralità di esperienze non riconducibili ad un modello unitario, quanto al tipo di organizzazione, di attività svolta, di destinatari, di fonti di finanziamento, ma accomunate dalla caratteristica di **integrare nell'attività agricola le attività di carattere sociosanitario, educativo, di formazione e inserimento lavorativo, di ricreazione**, diretti in particolare a fasce di popolazione svantaggiate o a rischio di marginalizzazione.

Si tratta di un **approccio generativo** che **co-produce beni materiali ed immateriali**, valorizza il capitale sociale delle comunità locali e salda l'inclusione delle persone più fragili a un processo produttivo che pone al centro l'ambiente e la sostenibilità agricola.

Si tratta in sintesi di un'**innovazione economica, sociale e produttiva**, orientata verso un **nuovo modello di agricoltura e welfare di prossimità**.





ECONOMIA CIVILE

La prima cattedra di economia politica al mondo nacque oltre 300 anni fa a Napoli grazie ad Antonio Genovesi, che spiegava che l'economia è la scienza della felicità pubblica.

L'umano su cui Genovesi poneva i pilastri del pensiero dell'Economia Civile non antepone sempre - come in molte università si insegna ancora oggi - il "di più" al "di meno"; è capace di generosità e di virtù civili; desidera e tende al bene comune, almeno quanto alla ricerca di soddisfazioni individuali.

L'economia civile, con parole odierne, **distingue il "legale"** - come il trading automatico speculativo, i fondi avvoltoio, il gioco d'azzardo - **dal "giusto e legale"**, come le scelte di investimento generative, che rispettano l'ambiente, le persone, il creato.

La generatività, ripresa nel nome della nostra azienda, è davvero tale se, oltre a far nascere un'intrapresa, non "lascia andare" ma sa prendersi cura delle persone, dell'ambiente, dei risultati; sa accompagnare alla crescita sostenibile delle persone, dei risultati, del "far meglio con meno", del sostituire materie prime con materie seconde; sa cambiare e lasciar andare, sa coinvolgere persone, enti, realtà nuove, sa introdurre nuove persone, nuovi ruoli e mansioni.

L'economia civile è la mamma e il papà di (RI)GENERIAMO. La coerenza dei valori che esprimiamo, le nostre scelte e comportamenti che mettiamo in campo, così come il rispetto delle persone che coinvolgiamo e con le quali ci relazioniamo indicheranno se i nostri "genitori" possono essere orgogliosi della creatura che hanno generato.

3.8 Come siamo organizzati: una piattaforma generativa

(RI)GENERIAMO nasce come azienda piattaforma che vuole riunire, sotto il comune obiettivo delle generatività sociale, i soggetti che intendono lavorare per questo fine.

Ad oggi è previsto che nessun utile sia ripartito tra i soci e che sia completamente reinvestito per finanziare nuovi progetti.

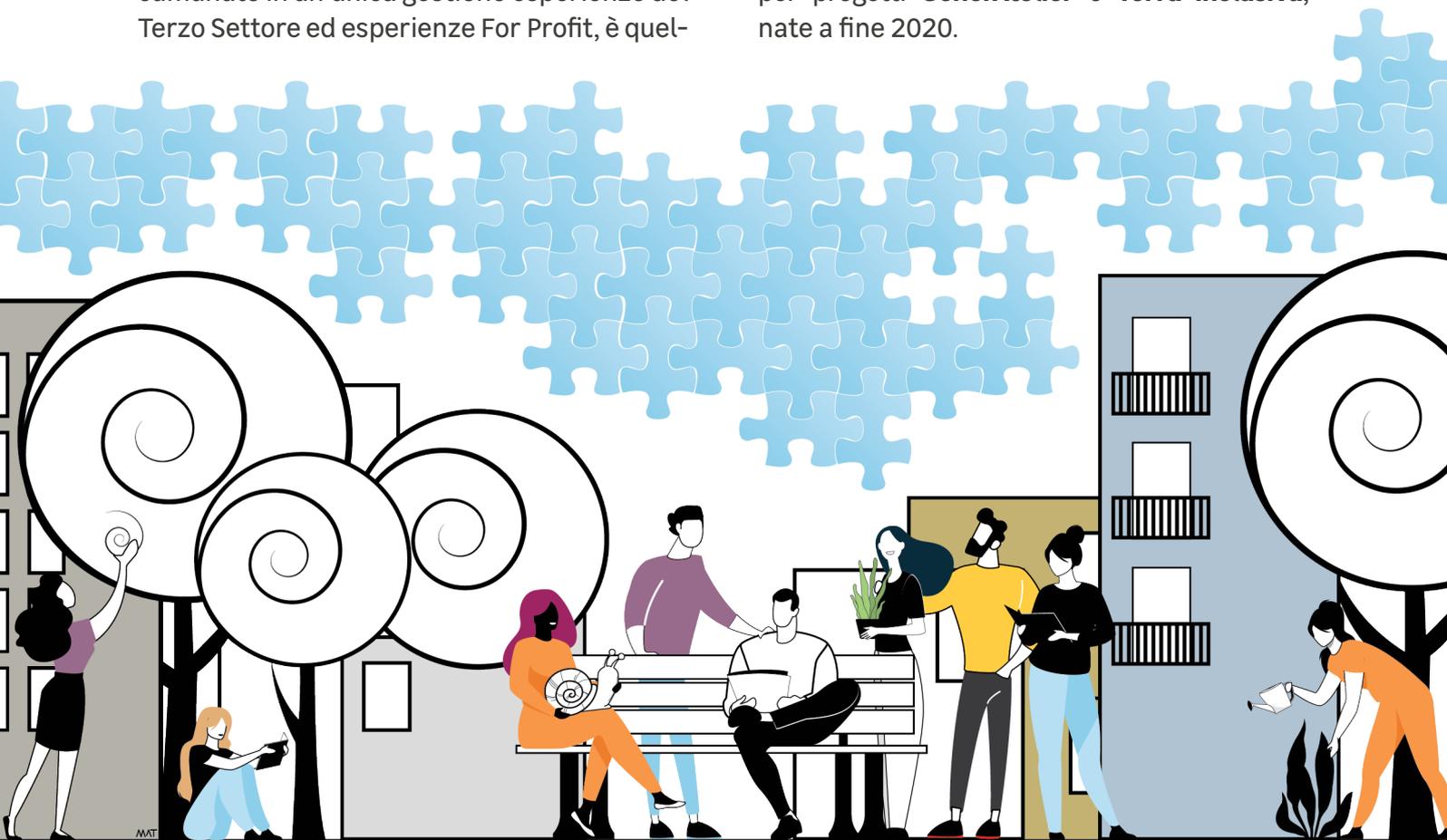
Tutti i componenti del CDA non percepiscono remunerazioni e gli enti fondatori partecipano alle attività mettendo a disposizione le proprie risorse umane e non solo.

La sfida più grande, oltre a quella di aver accumulato in un'unica gestione esperienze del Terzo Settore ed esperienze For Profit, è quel-

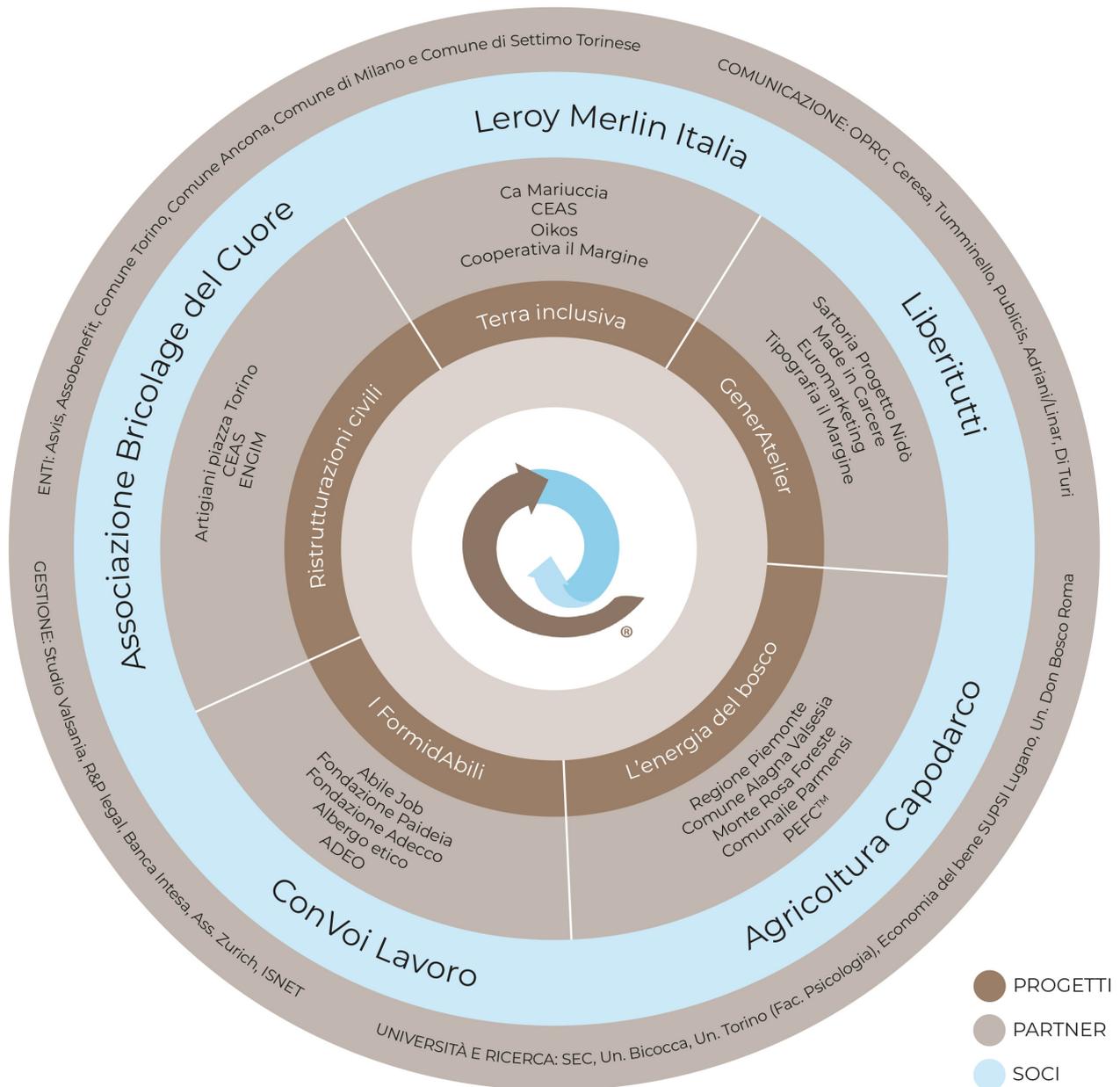
la di creare un nuovo modello di fare impresa che consente ai singoli soggetti di lavorare con molta più efficienza attraverso la costruzione di una community collaborativa.

L'obiettivo è quello di **creare un nuovo modello**, che attiva percorsi di generazione di valore non lineari a beneficio di coloro che partecipano alle attività in forma attiva e di coloro che ne entrano in contatto come fornitori o "utilizzatori".

Un esempio concreto sono le reti di produzione, per progetti **GenerAtelier** e **Terra inclusiva**, nate a fine 2020.



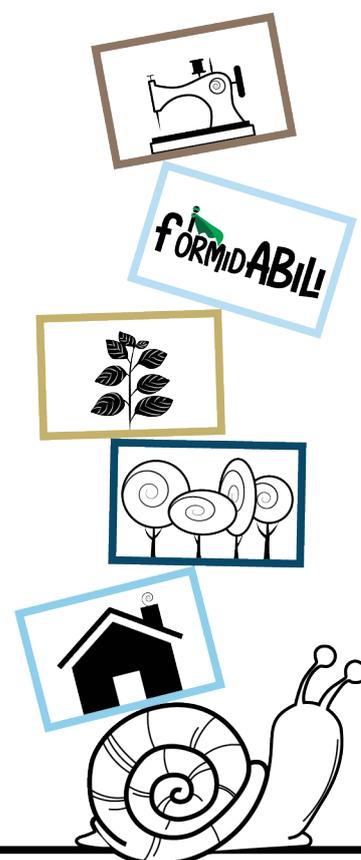
3.9 I nostri Stakeholder



(RI)GENERIAMO nasce per sua natura dall'**incontro tra due categorie di Stakeholder** come il Terzo Settore e un'azienda For Profit con l'intenzione di andare oltre al concetto tradizionale di collaborazione su uno o più attività: non c'è l'azienda o l'associazione al centro della mappa, ma il **progetto è al centro delle relazioni**.

Capitolo 4

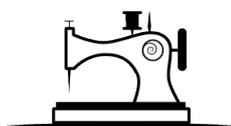
I nostri progetti



4.1 GenerAtelier

Per rispondere agli obiettivi di (RI)GENERIAMO abbiamo dato vita ad una serie di progetti sviluppati o progettati nel 2020.

GENERATELIER



Una rete di sartorie sociali realizza, partendo anche dal recupero di scarti di tessuti, shopper o prodotti per l'arredo tessile casa così come mascherine ad uso civile utilizzando prodotti certificati. Nel 2020 abbiamo lavorato su due progetti: le **mascherine** e una **collezione regali per Natale**.

LE MASCHERINE (RI)GENERIAMO

Il tessuto è frutto di una ricerca che coniuga l'eticità del produttore con i certificati di atossicità.

Il packaging è realizzato in carta riciclata dalla **Tipografia della Cooperativa Sociale Il Margine** che integra persone con disabilità. La produzione manifatturiera è il frutto della collaborazione tra il **laboratorio industriale FM** e le ragazze del **progetto Nidò**.

Nidò è un progetto di sartoria sociale nato dall'idea di un artista, Francesco Liberti, e alcuni operatori sociali della Cooperativa Libertutti impegnati in progetti di accoglienza per donne richiedenti asilo e rifugiate.

Come raccontano le creatrici del progetto: **“Nidò”** trova la sua origine nella parola inglese *“Needle”* (ago) e che pronunciata in pidgin english suona come *“nidò”*. Il nido è un posto amorevole, sicuro e protetto.”

Non da ultimo, la mascherina (RI)GENERIAMO è un prodotto a basso impatto ambientale perché essendo dotata di portafiltra ha un utilizzo illimitato e non diventa rifiuto.

Finita la pandemia potrà essere un utile e simpatico borsellino!



INDICATORI PROGETTO

PRODOTTO	MASCHERINE
PARTNER	LIBERITUTTI
N° PERSONE IMPIEGATE	10
N° ORE LAVORO	1.200
MATERIA PRIMA	Cotone Oeko - tex certificato
KWH ENERGIA IMPIEGATA	Consumo 1,2 all'ora delle macchine da cucire. Utilizzate 8 macchine per 8 ore per 20 giorni
km TRASPORTO	3.292 km
QUANTITA' PRODOTTE	9.800 mascherine 9.800 filtri
kg CO ₂ TOTALE (PRODUZIONE + TRASPORTO + MATERIE PRIME)	4.918,5
kg CO ₂ PRODUZIONE	998,4
kg CO ₂ TRASPORTO (MERCÌ + PERSONE)	3.145,628
kg CO ₂ MATERIE PRIME (TESSUTO COTONE + CARTA PACKAGING)	774,5
kg CO ₂ UNITÀ	0,25
RIFIUTI PRODOTTI	0
BENEFICIO PRODOTTO	<p>Delle 10 persone impiegate 7 sono delle ragazze appartenenti al progetto Nido.</p> <p>Le ragazze coinvolte nel progetto si sono sperimentate in un luogo protetto come la Glocal Factory, luogo dove sono state inserite nella confezione e "impacchettate" le mascherine. La realizzazione del packaging ha permesso alle ragazze coinvolte di sviluppare competenze trasversali spendibili nel mondo del lavoro (rispetto dei tempi, manualità fine, rispetto degli obiettivi e dei tempi di consegna). Le beneficiarie, giovani donne nigeriane ospitate all'interno delle strutture della cooperativa come richiedenti asilo, o agganciate tramite il servizio di educativa di strada per le vittime di tratta, o in percorso di autonomia, hanno inoltre potuto usufruire di un riconoscimento economico che ha permesso loro di poter affrontare delle spese personali (pagamento delle spese di abitazione, spedizione monetaria alle famiglie di origine).</p> <p>Le 3 ulteriori risorse umane coinvolte sono le colleghe della cooperativa che hanno coordinato e supportato il lavoro svolto dalle ragazze.</p>

COLLEZIONE NATALE 2020

Sono stati prodotti dei **grembiuli** e delle mascherine grazie alla collaborazione con **Made in Carcere**, il brand, fondato nel 2006 da Luciana Delle Donne attraverso la **cooperativa sociale Officina Creativa**, è al centro di un progetto che offre alle donne detenute l'opportunità di svolgere attività formative, con l'obiettivo di contribuire al loro reinserimento nella società civile e nel mondo lavorativo. Le donne coinvolte, infatti, hanno l'opportunità di imparare una professione come quella della sartoria, in particolare confezionando borse, braccialetti e altri oggetti, scoprendo un'alternativa alla vita precedente.

La collaborazione vede protagoniste **21 persone**, tra cui alcune detenute che lavorano nei laboratori sartoriali delle carceri di Lecce, Trani, Matera e donne che vivono in forme di detenzione attenuata nei quartieri periferici di L'Aquila, Taranto, Bari e Lecce.

Dal loro lavoro è nata una collezione di accessori tessili, tra cui grembiuli e presine, realizzati con tessuti di scarto certificati e in vendita a partire da dicembre in tutti i punti vendita Leroy Merlin sul territorio italiano.



INDICATORI PROGETTO

PRODOTTO	GREMBIULI E PRESINE NATALE 2020
PARTNER	MADE IN CARCERE
N° PERSONE IMPIEGATE	21
N° ORE LAVORO	1.596 (798 con macchine da cucire)
MATERIA PRIMA	Tessuti donati (seconda vita) 80% donata da Modugno Divanificio e donazioni varie
KWH ENERGIA IMPIEGATA	957,6
km TRASPORTO	1.434
QUANTITÀ PRODOTTE	6.855 presine 3.410 grembiuli
kg CO ₂ TOTALE (PRODUZIONE + TRASPORTO + MATERIE PRIME)	2.757
kg CO ₂ PRODUZIONE	622,44
kg CO ₂ TRASPORTO (MERCÌ + PERSONE)	1.267,65
kg CO ₂ MATERIE PRIME (TESSUTO COTONE + CARTA PACKAGING)	867
kg CO ₂ RISPARMIATA PER UTILIZZO TESSUTI RICICLATI	99
kg CO ₂ UNITÀ	0,25
RIFIUTI PRODOTTI	0
BENEFICIO PRODOTTO	<p>L'esperienza lavorativa in carcere procura particolari privilegi in termini di apprendimento e acquisizione di competenze tecniche e professionali ma anche in termini di abbattimento della recidiva.</p> <p>In Italia infatti, il lavoro in carcere abbatte la recidiva dell'80%, mentre i detenuti che non hanno esperienze di lavoro in carcere tornano a commettere reati e a rappresentare un costo di circa 60.000 euro per la comunità.</p> <p>La peculiarità del recupero dei tessuti fa sì che le persone in stato di detenzione acquisiscano un gusto cromatico e una educazione alla bellezza, sviluppando una sensibilità nei riguardi di tematiche ambientali nel rispetto dell'ecosistema non solo tra i soggetti in stato di detenzione ma anche tra i fruitori dell'oggetto.</p>

Fonte Made in Carcere

4.2 I FormidAbili

I FormidAbili è un progetto pilota sull'**inclusione lavorativa di persone con disabilità intellettive** all'interno dei **negozi Leroy Merlin Italia** condotto in collaborazione con **AbileJob**.



Un progetto impegnativo, sfidante, complesso, perché lavorare in quest'ambito significa avere una **cura sartoriale in ogni fase del progetto** e con ogni persona coinvolta, con delicatezza e sensibilità, facendo attenzione a non “perdere pezzi” per strada e soprattutto a non produrre effetti indesiderati sull'indotto, familiare e associativo, di queste persone.

Il punto di partenza è l'**analisi e l'identificazione dei ruoli** che le persone con autismo o con sindrome di Down potrebbero svolgere in una situazione lavorativa cosiddetta “non protetta”, cioè al di fuori del proprio ambito familiare o associativo, come un grande negozio.

È necessario poi **avviare un percorso formativo col personale** di Leroy Merlin.

Quindi occorre **individuare le persone che potrebbero essere inserite**, tenendo presente che ognuna ha competenze cognitive e intellettive diverse, come pure difficoltà diverse, come ad esempio in termini di predisposizione a stare per lungo tempo in ambienti rumorosi o molto illuminati.

Infine, con queste persone occorre definire un percorso parallelo personalizzato, che si incrocia appunto con quello svolto insieme al personale del negozio. **Ogni inserimento, quindi, deve essere fatto su misura**: è un lavoro certosino e necessario per arrivare all'obiettivo.

Che non è solo l'inclusione, ma in senso più ampio l'esperienza che viene vissuta sia dai diretti beneficiari, sia da tutte le persone coinvolte.

Sono stati individuati due negozi Leroy Merlin “apripista”, quello di **Torino Moncalieri** e quello di **Roma Fiumicino**.

Abbiamo anche avviato un dialogo con associazioni di respiro nazionale attive nell'ambito della disabilità intellettiva, con le quali il progetto potrebbe allargarsi ulteriormente.

L'idea è di renderlo replicabile valorizzando i territori e lavorando alla creazione di reti tra i negozi, le associazioni e gli enti istituzionali (i centri per l'impiego).

Il progetto nel 2020 è partito in fase di test nei negozi sopra citati per quanto riguarda le formazioni e l'individuazione dei tutor e tirocinanti; abbiamo pianificato le formazioni sui negozi di Roma e Palermo ma, causa emergenza sanitaria, abbiamo preferito posticipare le sessioni formative e gli inserimenti.



INDICATORI PROGETTO

NUMERO PUNTI VENDITA COINVOLTI	10	Moncalieri, Collegno, Fiumicino, Laurentina, Ciampino, Romanina, Tiburtina, Porta di Roma, Palermo Forum, Palermo Mondello
COMITATI FORMATI	3	Moncalieri, Collegno, Fiumicino
TUTOR FORMATI	8	
NUMERO INSERIMENTI	0	Gli inserimenti sono stati posticipati al 2021 causa seconda ondata Covid

Fonte Sviluppo Sostenibile Leroy Merlin Italia



A margine di questo progetto si è dato avvio a fine 2020, con formalizzazione ad inizio 2021, del progetto **“Cura del verde”** che coinvolge **Agricoltura Capodarco**, **il Margine** e **Oikos** che, grazie al progetto che prevede la **cura di aree verdi**, permette l'**integrazione di persone con disabilità mentale**.

4.3 Terra inclusiva

TERRA INCLUSIVA

L'obiettivo è la **produzione di piante aromatiche attraverso l'integrazione di persone fragili**, in particolare persone con **disabilità mentale e psichiche**.

Nel 2020 sono state coinvolte nel progetto la **Cooperativa il Margine** di Collegno (TO) e **Agricoltura Capodarco**. A fine anno sono state definite le tipologie di piante idonee ai tempi e modalità di lavoro dei laboratori di inclusione in un'ottica di mercato specifico per la grande distribuzione.

Questa è stata a base per il lancio del progetto a fine gennaio 2021 con le prime commercializzazioni a Roma e il coinvolgimento di altre realtà operanti sul tema dell'agricoltura sociale.



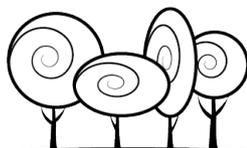
INDICATORI PROGETTO

Numero partner coinvolti	2	Agricoltura Capodarco, Cooperativa il Margine
Numero utenti coinvolti	0	Produzione/commercializzazione effettuata a febbraio 2021
Numero negozi coinvolti	8	Negozi di Roma e Collegno

Fonte Sviluppo Sostenibile Leroy Merlin Italia

4.4 Progettualità 2020

Nel corso del 2020 abbiamo iniziato a lavorare su altri progetti come **“l’Energia del bosco”** per la rigenerazione di boschi alpini in sinergia con Monte Rosa Foreste e PEFC Italia, le **“Ristrutturazioni civili”** con Engim Piemonte, **“Spazio (RI)GENERIAMO”** con il Comune di Milano e alcuni enti del Terzo Settore del capoluogo lombardo e il Comune di Settimo Torinese. Tutti i progetti elencati saranno rendicontati nel bilancio 2021.



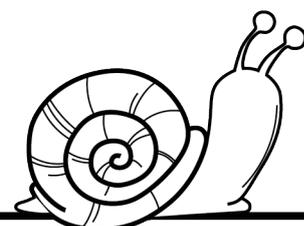
4.5 Sintesi progetti e obiettivi 2021

NOME PROGETTO	DESCRIZIONE	DETTAGLIO	DATA INIZIO	DATA FINE
GENERATELIER	Una rete di sartorie sociali realizza shopper o prodotti per l'arredo tessile casa partendo anche dal recupero di scarti di tessuti.	MASCHERINE	Luglio 2020	Agosto 2020
		COLLEZIONE NATALE 2020 (PRESINE E GREMBIULI)	Novembre 2020	Dicembre 2020
		PIANO 2021: → SHOPPER PORTA STORIE → CUSCINI → COPRICALORIFERI → PARA SPIFFERI → COLLEZIONE NATALE → DECO NATALE	Gennaio 2021	Dicembre 2021
		RIPARAZIONI SOCIALI (test su Torino, Ancona e Pescara)	Da settembre 2021	
		DEFINIZIONE PIANO 2022	Da giugno 2021	
TERRA INCLUSIVA	L'obiettivo è la produzione di piante aromatiche attraverso l'integrazione di persone fragili con disabilità mentali e psichiche.	PRODUZIONE CAPODARCO	Da dicembre 2020	
		PRODUZIONE IL MARGINE		
		COINVOLGIMENTO NUOVE COOPERATIVE-IMPRESE SOCIALI	Da febbraio 2021	
I FORMIDABILI	Fornitura di servizi per la cura del verde, la manutenzione e l'accoglienza attraverso l'inclusione e la valorizzazione di persone con disabilità.	INSERIMENTO LEROY MERLIN	Inizio formazioni settembre 2020 Moncalieri e Fiumicino	Ripresa formazioni e inserimenti e diffusione sulla rete dei negozi da febbraio 2021
		CURA DEL VERDE: PIEMONTE, LAZIO, LOMBARDIA, EMILIA ROMAGNA	Definizione contratti da dicembre 2020	Inizio lavori marzo 2021

NOME PROGETTO	DESCRIZIONE	DETTAGLIO	DATA INIZIO	DATA FINE
ENERGIA DEL BOSCO	Per la produzione di crediti di sostenibilità di origine forestale in boschi del territorio italiano. L'obiettivo è generare un'economia trasparente, inclusiva e sostenibile in territori montani a economia marginale e perpetuare valore ambientale attraverso la valorizzazione delle risorse e delle tradizioni del territorio.	PROGETTI IN VALSESIA	Da novembre 2020	In corso
		VALUTAZIONE NUOVI PROGETTI SUL TERRITORIO PIEMONTESE	Da aprile 2020	
RISTRUTTURAZIONI CIVILI	L'attività prevede la realizzazione di lavori di manutenzione ordinaria o straordinaria di interni. L'obiettivo è recuperare o adeguare a nuovi usi gli spazi di organizzazioni no profit. Saranno impiegate nell'attività persone in difficoltà occupazionale e in formazione, per un loro inserimento nel mercato del lavoro.	TORINO, ROMA	Settembre 2020	Al momento il progetto è "congelato" causa COVID
PROGETTUALITÀ		PRODOTTI (RI)GENERATI	Ottobre 2020	Al momento in corso di valutazione
		SPAZIO (RI)GENERIAMO	Novembre 2020	Al momento in corso di valutazione
		NEUTRALIZZAZIONE CO ₂	Marzo 2021	Dicembre 2022

Capitolo 5

Il nostro impatto ambientale



5.1 Bilancio CO₂

(RI)GENERIAMO ha deciso di valutare annualmente il proprio impatto ambientale attraverso un inventario delle emissioni di gas ad effetto serra (GHG), in accordo allo standard internazionale UNI EN ISO 14064-1.

Tale norma volontaria prevede che siano contabilizzate le emissioni dirette (Scope 1), quelle indirette legate all'uso dell'energia (Scope 2) e lascia invece alle singole organizzazioni la scelta di quanto ampliare l'inventario verso l'esterno per contabilizzare anche delle altre emissioni indirette di GHG (Scope 3).

Non sono state trattate le emissioni da combustibile di biomasse, né le rimozioni di GHG in quanto non applicabili alle attività di (RI)GENERIAMO.

L'inventario è quindi limitato alla quantificazione delle emissioni di CO₂.

A seguito di un'attenta riflessione (RI)GENERIAMO ha deciso di estendere il proprio inventario verso l'esterno, arrivando così a considerare le emissioni legate alla produzione e alla logistica della merce in commercializzata, ai trasporti casa - lavoro - casa dei propri collaboratori e del personale dei partner coinvolti nelle attività di produzione.

I dati legati alle emissioni di Scope 1 e 2 (denominazione coniata dal GHG Protocol del WRI/WBCSD) sono frutto di calcoli legati a stime sui consumi per ore lavorate, mentre quelle di Scope 3 sono caratterizzati da una provenienza molto più articolata che, come accennato precedentemente, sono frutto di reportistica prodotta dai partner di produzione.

LE AREE ANALIZZATE SONO LE SEGUENTI



ORGANIZZAZIONE



TRASPORTO
MERCE



TRASFERIMENTO
LAVORATORI



PRODUZIONE

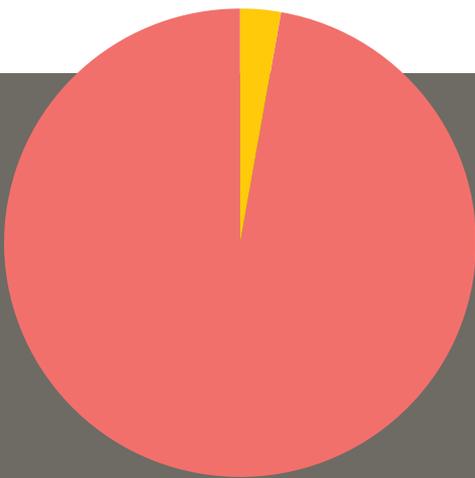


RIFIUTI



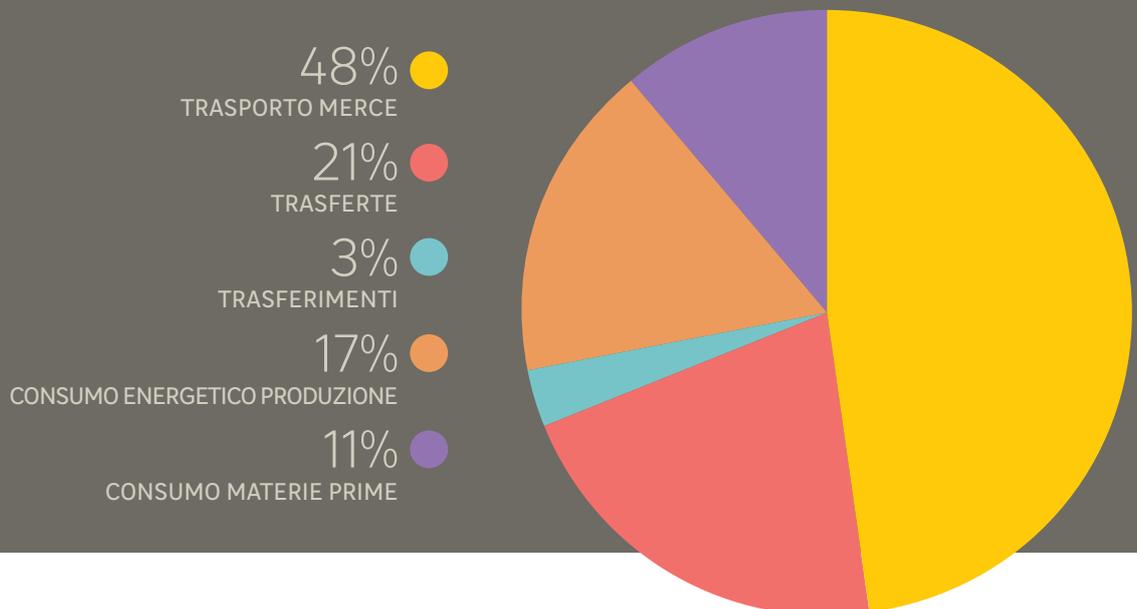
GESTIONE
MATERIALE
DI CONSUMO

IL RISULTATO È IL SEGUENTE	Unità di misura	KPI	Rif. SDGS	Note metodologiche
Scope 1				
Consumo Gas Naturale	kg	0	13	
Perdite da circuiti di condizionamento (R410a)	kg	0	13	
Totale Scope 1		0	13	
Scope 2				
Consumo energia attività (RI)GENERIAMO	kg	256	13	Energia elettrica - mix nazionale 0,65 kg Co ₂ /KWH
Totale Scope 2		256	13	
Scope 3				
Trasporti fornitori - Depositi				
km totali percorsi nell'anno su gomma	kg	4.413	13	0,88 kg Co ₂ e/km
Trasferimento lavoratori casa-lavoro-casa				
Trasferimento con mezzi pubblici (casa-lavoro-casa)	kg	359	13	0,082 kg Co ₂ /persona per km
Trasferte di lavoro				
Spostamento del Personale in Aereo	kg	1.088	13	0,11 kg Co ₂ /persona per km
Spostamento del Personale in Treno	kg	114	13	0,06 kg Co ₂ /persona per km
Spostamento del personale in auto	kg	758	13	0,24 kg Co ₂ /persona per km
Totale trasferte lavoro	kg	1.960		
Consumo energia in fase di produzione				
Consumo energia laboratori GENERATELIER	kg	1.621		Energia elettrica - mix nazionale 0,65 kg Co ₂ /KWH
Gestione rifiuti				
Misti	kg	-	13	
Carta/Cartone	kg	-	13	
Plastica	kg	-	13	
Legno	kg	-	13	
Inerti	kg	-	13	
Totale gestione rifiuti		-	13	
Materiali di consumo				
Totale carta		841	13	
Totale carta	kg	841	13	0,95 kg Co ₂ /kg carta
Totale plastica	kg	120	13	6 kg Co ₂ /kg plastica
Totale tessuti	kg	75	13	0,5 kg Co ₂ /kg cotone
Totale materiali di consumo		1.036	13	
Totale Scope 3	kg	9.389	13	
Totale emissioni CO₂	TON	9,9	13	
Totale emissioni CO₂ risparmiate da utilizzo materie seconde	kg	99	13	0,58 kg CO ₂ /kg cotone riciclato
Totale emissioni CO₂ compensate	TON	15	13	



	kg CO ₂	%
● SCOPE 1	0	0%
● SCOPE 2	256	3%
● SCOPE 3	9.266	97%

Non avendo strutture, le emissioni maggiori si concentrano sullo **Scope 3**, all'interno del quale le emissioni per trasporto della merce rappresentano il valore maggiore. Il **trasporto** risulta sicuramente come un **punto di miglioramento** per (RI)GENERIAMO e un asse di lavoro per il futuro (obiettivo diminuzione minima del 5%).

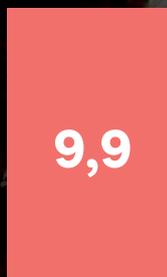


5.2 Neutralizzazione CO₂

Avendo messo il **lavoro** al centro del nostro progetto d'impresa, abbiamo accolto con entusiasmo la proposta di neutralizzazione, legata all'**apicoltura**, presentata da PEFC Italia e gestita dalla **World Biodiversity Association Onlus**.

L'ape infatti, attraverso la propria opera di raccolta e trasformazione, rappresenta perfettamente questo obiettivo.

Tale progetto di compensazione ci permette di compensare 15 ton di CO₂ e, a fonte delle emissioni totali di 9,9 ton, creare un impatto positivo di 5,19 ton CO₂.



TONNELLATE
CO₂
EMESSE



TONNELLATE
CO₂
COMPENSATE

World Biodiversity Association onlus (www.biodiversityassociation.org) si occupa già da diversi anni della tutela della biodiversità e degli impollinatori, anche con programmi specifici quali “Api per la biodiversità”, dedicato soprattutto alla tutela dell’ape mellifica.

Questo insetto, infatti, risulta **importantissimo per il mantenimento degli equilibri ecosistemici** esistenti, essendo uno dei maggiori responsabili dell’impollinazione delle piante, in natura ed in agricoltura, in quanto specializzato in anni di co-evoluzione con le piante vascolari.

Sulla base di questa specializzazione e del rapporto ape mellifera-pianta e considerando che le piante sono importantissime per lo stoccaggio della CO₂ e l’immobilizzazione del C, WBA ha calcolato quanta CO₂ potrebbe essere immobilizzata grazie al grande lavoro di un singolo alveare attivo ed in salute.

Bisogna infatti pensare che un’ape bottinatrice può muoversi agevolmente fino a 3 km dal proprio alveare per cercare cibo, bottinando (impollinando) per ogni volo ben 2.500 fiori!

Se pensiamo che questo tipo di ape può fare fino a 3 voli al giorno e considerando che in un alveare ci sono almeno 75.000 api bottinatrici

per anno, si può facilmente calcolare quanti fiori saranno impollinati.

Di questi non tutti, ma una parte sicuramente, faranno dei semi; alcuni semi germigneranno, altri no, magari saranno mangiati dagli animali.

Se si considerano le essenze erbacee, sempre con calcoli per difetto, è possibile arrivare a calcolare perfino quante piante potrebbero nascere dai semi delle piante impollinate dalle api di un alveare.

E proprio questo valore corrisponde ad un valore di segregazione in CO₂ pari a ben 15 tonnellate l’anno (tabella).

WBA ha quindi proposto a (RI)GENERIAMO di **adottare da aprile 2021 a dicembre 2022 un’arnia stanziale**, modello topbar a favo naturale, all’Isola D’Elba, aumentando le possibilità di impollinazione del territorio e garantendo, contemporaneamente, lo stoccaggio proprio di 15 t di CO₂.

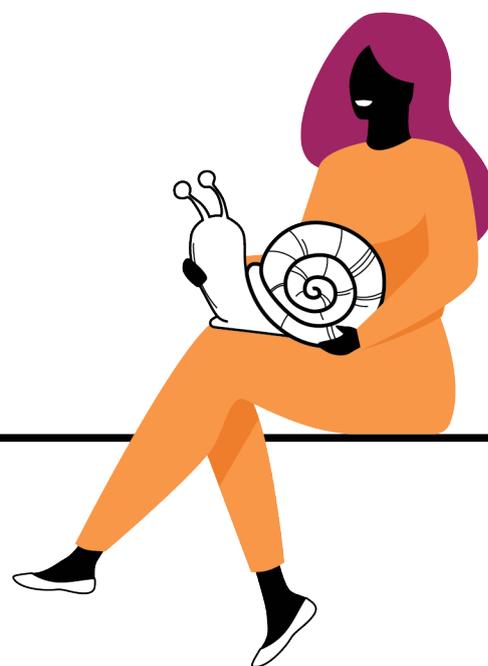
L’arnia sarà gestita da un apicoltore locale, georeferenziata e monitorata durante tutto il progetto, per permettere la realizzazione di una relazione finale e la condivisione, durante tutto il periodo, dell’attività della colonia, tramite i social ed il sito web di WBA e di (RI)GENERIAMO.

Parametro	Dato di riferimento
APE	n. di fiori serviti dai servizi di impollinazione 2.812.500.000
RAPPORTO PIANTA – AMBIENTE	n. finale annuo di piante efficienti 71.718.750
SEGREGAZIONE C e CO ₂	Valore medio di segregazione di una singola pianta 5,64 kg

Tabella di sintesi dei principali parametri considerati nell’attività di segregazione di C e CO₂ a cura potenziale di una colonia (arnia) di ape mellifica. Fonte WBA

Capitolo 6

Il nostro Impatto Sociale



6.1 Il dominio di valore

L'analisi di Impatto Sociale ha riguardato gli effetti del modello di impresa e della mission di (RI)GENERIAMO. L'obiettivo di fondo dell'analisi è stato quello di verificare l'impatto e quindi il cambiamento prodotto sui vari Stakeholder dal modello di azienda proposto.

6.2 Obiettivi e metodo di lavoro

Le attività sono state realizzate in partnership e con il supporto scientifico di **Associazione Isnet** secondo il "modello partecipato" che ha visto ampio coinvolgimento dello staff di (RI)GENERIAMO per tutte le attività di analisi della **VIS (Valutazione dell'Impatto Sociale)** svolta sia sul piano **qualitativo** attraverso interviste semi strutturate e sia su quello **quantitativo** attraverso analisi statistica.

Definire un progetto di analisi di Impatto Sociale a partire da un approccio "partecipato" del personale di (RI)GENERIAMO

Sperimentare il progetto di analisi mediante il coinvolgimento degli Stakeholders

Validare il modello di analisi per avviare il processo di analisi secondo un approccio evolutivo

L'Associazione Isnet dialoga con una rete di **1.290 imprese ad Impatto Sociale** in tutta Italia, con l'obiettivo di **favorire lo sviluppo dell'economia sociale in Italia**.

Realizza durante l'anno vari **focus di indagine** dedicati all'economia sociale e all'analisi dell'Impatto Sociale, con obiettivi conoscitivi caratterizzati da una elevata spendibilità delle informazioni raccolte, con l'avvio di progettualità e percorsi di apprendimento e trasformazione condivisi tra imprese in tutta Italia. L'**Osservatorio Isnet**, giunto alla sua **XIV edizione**, rappresenta un appuntamento consolidato per aggiornare gli indicatori economici dell'impresa ad Impatto Sociale e restituire una fotografia delle principali dinamiche e direzioni di sviluppo.

Il **percorso** è stato così strutturato:

Un momento formativo;

Un'occasione per definire metodi e processi di monitoraggio (non solo finalizzati alla Valutazione di Impatto Sociale)

Una prima valutazione di Impatto Sociale;

Una prima esperienza per focalizzare sugli esiti trasformativi

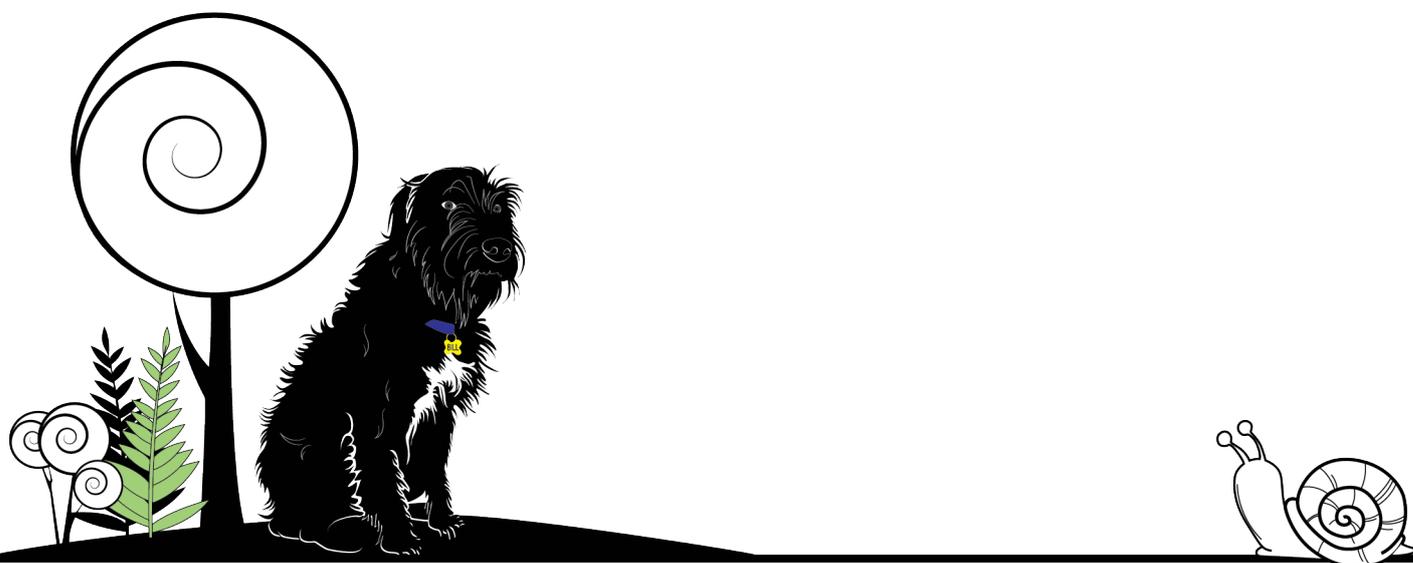
La fase di **identificazione degli outcomes** (benefici o genericamente effetti del modello) è stata realizzata coinvolgendo direttamente i soci fondatori e gli Stakeholder dell'impresa benefit, attraverso un **Focus Group Online**.

Il coinvolgimento ha avuto questi obiettivi:

- comprendere e mappare i cambiamenti e i relativi indicatori, generati dalla partecipazione ai progetti di (RI)GENERIAMO;
- selezionare gli Stakeholder per l'analisi quantitativa.

Gli **Stakeholder selezionati** sono i seguenti:

- componente del CDA;
- referente per conto di uno degli enti fondatori;
- operatore per conto di uno degli enti fondatori;
- referente per conto di uno degli enti partner esterni;
- operatore per conto di uno degli enti partner esterni 24 i cambiamenti;
- referente di ente beneficiario non direttamente coinvolto nelle attività;
- referente di ente beneficiario direttamente coinvolto nelle attività;
- collaboratore Leroy Merlin Italia.



Di seguito riportiamo i verbatim relativi ai cambiamenti avvenuti con le attività di (RI)GENERIAMO e individuati attraverso il Focus Group online.

Ho capito che cosa è un Ente del Terzo Settore

Ho capito che cosa è una Impresa Profit

Ho sperimentato l'esperienza di una motivazione condivisa che attiva l'agire

Ho capito che cosa è una Società Benefit

Ho imparato ad essere più aperto/a e accogliente e che non c'è solo un modo per fare le stesse cose

Ho capito che certi prodotti forestali hanno un mercato

Mi sento più felice e appagato

Ho capito che le piccole imprese devono ritagliarsi uno spazio nelle nicchie di mercato per essere competitive

Ho capito che flussi di lavoro considerati acquisiti e scontati possono essere trasformati

Ho scoperto che posso cambiare i programmi, il punto di vista e fare scelte diverse da quelle inizialmente pianificate

Mi sono sentito/a abilitato nelle mie capacità e talenti, valorizzato/a e protagonista

Ho sperimentato empatia e unione nel perseguire un obiettivo che è condiviso e al quale ognuno contribuisce

24 CAMBIAMENTI



Ho capito che anche le piccole imprese possono essere economicamente sostenibili e avere una ragione d'essere

Ho migliorato la mia capacità di lavorare in squadra

Ho capito che una grande impresa può unire scopi commerciali e obiettivi sociali

Mi sono reso/a conto che un approccio democratico alla decisione può essere efficace

Ho migliorato le mie competenze sugli aspetti di programmazione, gestione e controllo

Ho sperimentato la mia capacità di scoprire nuove soluzioni

Ho capito che le imprese non sono e non possono essere tutte uguali (per linguaggi, tempi, organizzazione)

Ho capito che bisogna organizzare e pianificare per arrivare pronti alle scadenze

Ho capito cos'è l'economia sociale e sosterrò dove posso il suo sviluppo

Ho imparato ad usare strumenti e metodologie efficaci che utilizzerò anche in futuro

Sono più autonomo/a e sicuro/a nel mio lavoro

Mi sono reso/a conto che non è sempre importante lavorare su grandi numeri

Una volta mappati gli Stakeholder e gli indicatori di cambiamento, sono stati definiti dei questionari strutturati che contenevano le variabili oggetto dell'analisi sul cambiamento.

Il rilevamento dei dati è stato svolto con la metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) con un periodo di rilevamento dal 5 al 24 marzo 2021. Sono stati raccolti **42 questionari**.

6.3 Sintesi dei risultati

Le risultanze rappresentano una prima e significativa valutazione del potenziale trasformativo legato al modello: un pilota che sarà arricchito nella prossima edizione della valutazione d'Impatto Sociale che includerà una progressiva maturazione dei progetti e delle attività connesse che permetteranno quindi l'introduzione di indicatori monetari oltre che quantitativi e qualitativi. Ad oggi si potrebbe quasi affermare che l'attuale VIS, più che ad evidenziare l'impatto può evidenziare il potenziale di (RI)GENERIAMO.

I principali risultati emersi sono i seguenti:

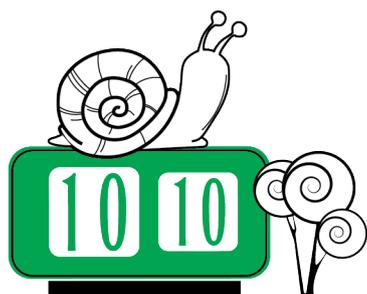
- Il percorso è stato sia un **momento formativo** e sia una prima valutazione di Impatto Sociale per focalizzare gli esiti trasformativi dell'attività dell'impresa con un approccio evolutivo.
- **Empatia e unione nel perseguire un obiettivo condiviso, esperienza di una motivazione condivisa che attiva l'agire, possibilità di cambiare i programmi** e i punti di vista sono tra i principali cambiamenti generati dal modello ispirato ad un lavoro "CON" e non "PER", secondo una modalità di effettiva co-partecipazione.
- È **3,6 il numero medio di cambiamenti** dichiarati in media per chi ha partecipato a progetti per almeno una volta alla settimana, 2,7 per chi ha partecipato 2/3 volte al mese, 1,8 i cambiamenti medi per chi ha partecipato 1 volta al mese o meno.
- Dall'analisi comparata si evince che cresce per i rappresentanti delle imprese profit la possibilità di sperimentare una **motivazione condivisa** che attiva l'agire e la flessibilità di programmi e scelte; aumenta invece tra gli ETS l'**apprendimento di strumenti e metodologie** efficaci (26,3% di segnalazioni contro il 4,3% delle settore profit).
- Dall'analisi di Deadweight, Attribution, Drop Off è stato ricavato l'Impatto Sociale generato sui principali cambiamenti, che ha fatto registrare valori molto alti vista la giovane età dell'impresa, con **indici tra 16,4 e 29,9 per i primi tre cambiamenti considerati**.
- Le trasformazioni messe in atto dal modello hanno avuto degli effetti anche sulle organizzazioni di appartenenza degli stakeholder degli ETS. Tra gli aspetti prioritari emerge una **migliore organizzazione del lavoro, maggiori competenze manageriali, più attenzione alle innovazioni di rottura**.
- **Squadra, Energia, Futuro, Inclusione** sono tra le principali parole chiave associate all'identità di (RI)GENERIAMO, il 75,0% degli item presentano connotazioni positive e quasi uno su due è ispirato ad una emozione di fiducia (elaborazioni realizzate con la tecnica della sentiment analysis).

I risultati principali della valutazione dell'Impatto Sociale sugli individui sono la causalità generata sui cambiamenti negli Stakeholder dalla partecipazione ai progetti di (RI)GENERIAMO.

CAMBIAMENTI	IMPATTO
Ho sperimentato empatia e unione nel perseguire un obiettivo che è condiviso e al quale ognuno contribuisce	29,9
Ho sperimentato l'esperienza di una motivazione condivisa che attiva l'agire	24,8
Ho scoperto che posso cambiare i programmi, il punto di vista e fare scelte diverse da quelle inizialmente pianificate	16,4

I risultati principali sono gli effetti dei cambiamenti sulle organizzazioni di riferimento per gli Stakeholder del Terzo Settore:

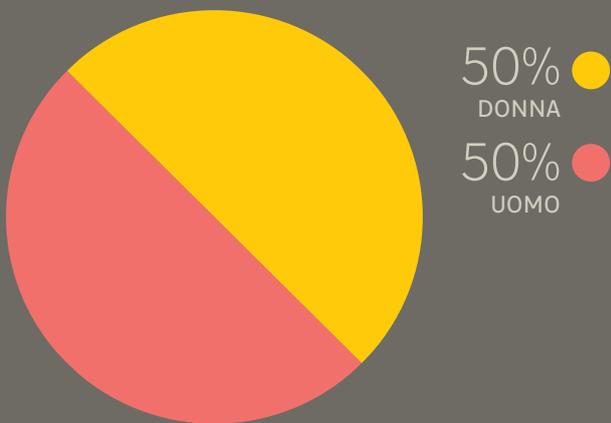
- il **94,1%** ha aumentato la capacità di co-generazione, co-design e co-creation “Molto” o “Abbastanza”;
- l'**82,4%** ha migliorato l'organizzazione del lavoro “Molto” o “Abbastanza”;
- il **76,5%** ha aumentato l'attenzione al valore del marchio “Molto” o “Abbastanza”;



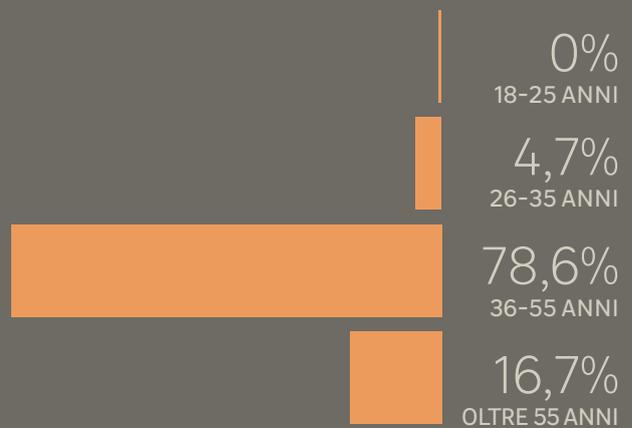
6.4 Analisi quantitativa

CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE

Genere

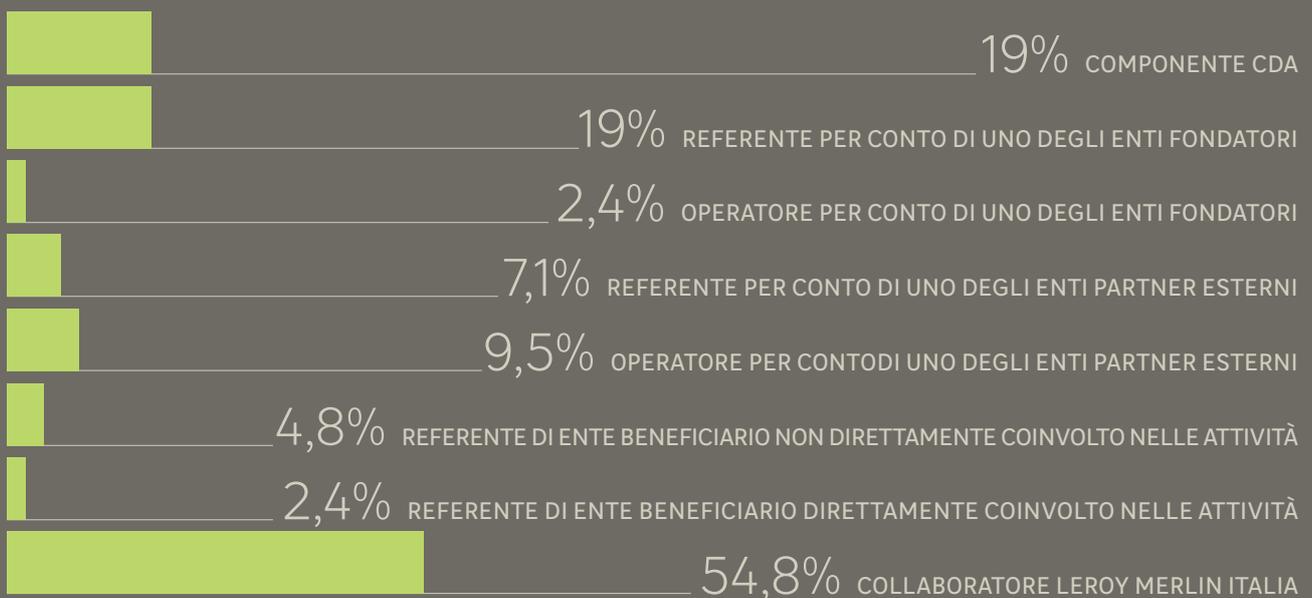


Classi di età



RUOLO

Quali sono i suoi ruoli rispetto a (RI)GENERIAMO*



*La domanda ammetteva più risposte; quindi ogni variabile va considerata come dicotomica (Sì/No)

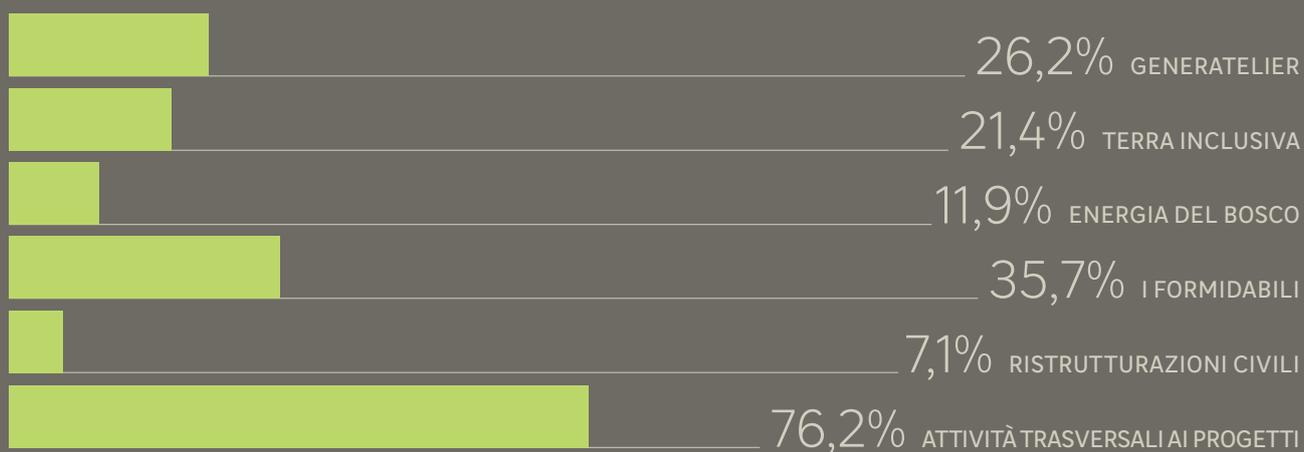
SETTORE DELL'ORGANIZZAZIONE

Qual è il settore della tua organizzazione?



PARTECIPAZIONE AI PROGETTI

A quali di questi progetti di (RI)GENERIAMO hai partecipato?*



*La domanda ammetteva più risposte; quindi ogni variabile va considerata come dicotomica (Sì/No)

I CAMBIAMENTI

Oggi cos'è cambiato in te da quando hai preso parte alle attività di (RI)GENERIAMO?*



3,6 | Numero dei cambiamenti dichiarati in media per chi ha partecipato ai progetti almeno una volta a settimana

2,7 | Cambiamenti medi per chi ha partecipato 2 o 3 volte al mese

1,8 | Cambiamenti medi per chi ha partecipato 1 volta al mese o meno

**DETTAGLIO "ALTRO"

Mi sento più felice e appagato; Ho capito cos'è un'Impresa Benefit; Ho capito che certi prodotti forestali hanno un mercato.

*La domanda ammetteva più risposte, ad eccezione di "Nessun cambiamento"; quindi ogni variabile va considerata come dicotomica (Sì/No)
Campione di 42 interviste - Fonte: Valutazione d'Impatto Sociale - ISNET

I CAMBIAMENTI PER SETTORE DELL'ORGANIZZAZIONE

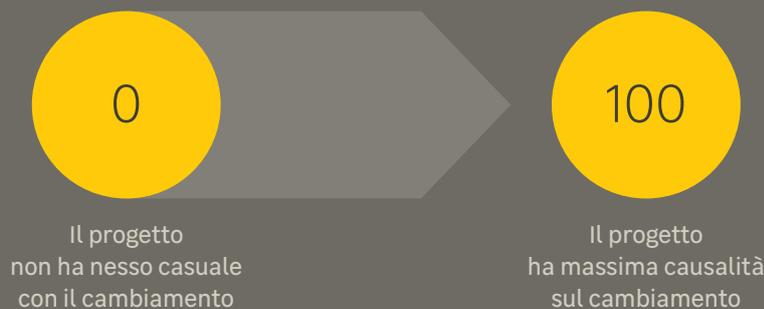
Cambiamento	Terzo Settore	Settore for Profit
Ho sperimentato empatia e unione nel perseguire un obiettivo che è condiviso e al quale ognuno contribuisce	42,1%	34,8%
Ho sperimentato l'esperienza di una motivazione condivisa che attiva l'agire	21,1%	34,8%
Ho scoperto che posso cambiare i programmi, il punto di vista e fare scelte diverse da quelle inizialmente pianificate	42,1%	34,8%
Ho imparato ad essere più aperto/a e accogliente e che non c'è solo un modo per fare le stesse cose	15,8%	34,8%
Ho imparato ad usare strumenti e metodologie efficaci che utilizzerò anche in futuro	26,3%	4,3%

I PRINCIPALI CAMBIAMENTI E L'IMPATTO SOCIALE

L'impatto generato sui principali cambiamenti

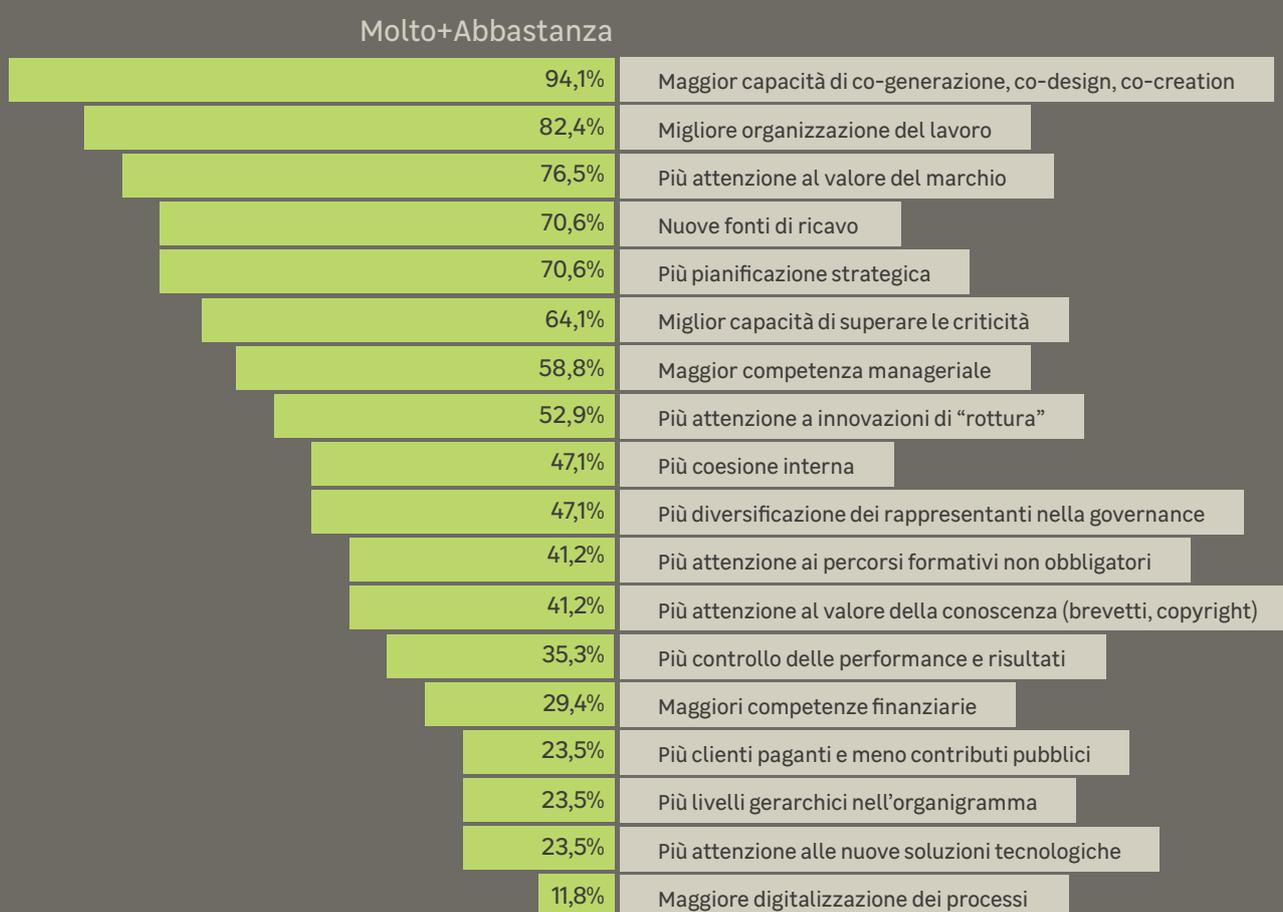
Ho sperimentato empatia e unione nel perseguire un obiettivo che è condiviso e al quale ognuno contribuisce	29,9
Ho sperimentato l'esperienza di una motivazione condivisa che attiva l'agire	24,8
Ho scoperto che posso cambiare i programmi, il punto di vista e fare scelte diverse da quelle inizialmente pianificate	16,4

NB: La causalità di aver partecipato ai progetti di (RI)GENERIAMO sul cambiamento è calcolato come: $C = 100 * (1 - \text{Deadweight}) * (1 - \text{Attribution}) * (1 - \text{Drop Off})$



EFFETTI DEI CAMBIAMENTI SULL'ORGANIZZAZIONE DI RIFERIMENTO

Questi cambiamenti che hai avuto, hanno avuto effetti sulla tua organizzazione, in che misura?*



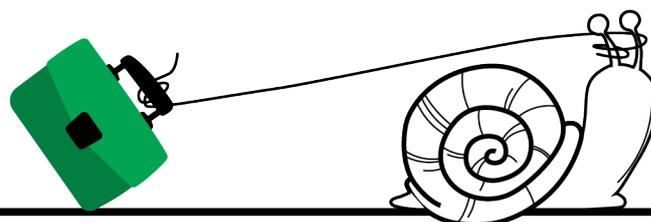
*La domanda era rivolta agli Stakeholders che provengono da un'organizzazione del Terzo Settore

Campione di 17 interviste di Stakeholders del Terzo Settore
che hanno affermato di aver avuto almeno un cambiamento

Fonte: Valutazione d'Impatto Sociale - ISNET

Capitolo 7

Il nostro impatto economico



7.1 Il conto economico

L'attività economica di (RI)GENERIAMO per l'anno 2020 si è concentrata essenzialmente sui progetti descritti nei capitoli precedenti: **GenerAtelier** e **FormidAbili**.

Di seguito riportiamo, estrapolato dal bilancio civilistico di (RI)GENERIAMO, il conto economico abbreviato.

	31/12/2020
A) Valore della produzione	
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	145.526
2) altri ricavi e proventi	2.500
<i>Totale valore della produzione</i>	148.026
B) Costi della produzione	
6) per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	104.027
7) per servizi	34.785
14) oneri diversi di gestione	46
<i>Totale costi della produzione</i>	138.858
Differenza tra valore e costi della produzione (A-B)	9.168
C) Proventi e oneri finanziari	
17) interessi e altri oneri finanziari	-
altri	56
<i>Totale interessi e altri oneri finanziari</i>	56
<i>Totale proventi e oneri finanziari (15+16-17+-17-bis)</i>	(56)
Risultato prima delle imposte (A-B+-C+-D)	9.112
20) imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate	
imposte correnti	1.095
<i>Totale delle imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate</i>	1.095
21) Utile (perdita) dell'esercizio	8.017

Fonte: bilancio civilistico (RI)GENERIAMO al 31 dicembre 2020

Per maggiori dettagli si rimanda alla nota integrativa di bilancio 2020.

7.2 Il valore economico generato

Il valore economico è l'incremento di ricchezza generato da (RI)GENERIAMO attraverso la propria attività di vendita, produzione e servizi.

Nel 2020 il valore economico generato è stato di **148.026 €** ed è stato così ripartito:

Valore economico generato	€	148.026 €
Ricavi	€	145.526 €
Proventi finanziari	€	0 €
Valore economico distribuito	€	104.027 €
Costi operativi	€	34.785 €
Remunerazione dei Collaboratori	€	0 €
Remunerazione dei finanziatori e degli azionisti	€	0 €
Imposte	€	1.095 €
Liberalità	€	0 €
Valore economico trattenuto	€	8.017 €
Ammortamenti e svalutazione	€	0 €
Accantonamenti e riserve	€	0 €

Fonte: bilancio Civilistico (RI)GENERIAMO al 31 dicembre 2020

Gli utili saranno investiti in progetti rinunciando alla loro ripartizione.

Capitolo 8

I nostri indicatori



Indicatori performance Ambientale	Unità di Misura	2020	RIF. SDGS 2030	Rif. GRI 4	Note
Consumi					
Consumo elettricità attività (RI)GENERIAMO	KWH	394	7	EN3	Calcolo effettuato su una media di 8 ore per 26 giorni lavorativi per 7 mesi di attività + call mensili CDA. Consumo medio PC stimato 0,25 KWH.
Consumo elettricità produzione (RI)GENERIAMO	KWH	2.494			Calcolo effettuato sulle ore di lavoro presso i laboratori di sartoria.
Consumo Gas Naturale	m³	0	7	EN4	
Perdite da circuiti di condizionamento R410a	kg	0	7	EN4	
Consumo Acqua	m³	0	6	EN8	
Trasporto					
Distanza fornitori/Depositi	km	4.726	13	EN30	Calcolo effettuato su distanza tra i laboratori - Euromarketing (pallbox) - Deposito di Castel San Giovanni (PC).
km stimati per trasporto personale coinvolto nella lavorazione	km	3.000	13		Calcolo effettuato sul numero collaboratrici sartorie per numero giorni lavoro per distanza media 5 km (utilizzo mezzi pubblici).
km trasferte Collaboratori interni ed esterni (RI)GENERIAMO	km	12.791	13		Calcolo effettuato su trasferte Tuminello - Marcato e amministratori per riunioni fisiche o sopralluoghi.
- auto	km	4.490	13		
- treno	km	1.701	13		
- aereo	km	6.600	13		

Indicatori performance Ambientale	Unità di Misura	2020	RIF. SDGS 2030	Rif. GRI 4	Note
Gestione rifiuti					
Massa totale rifiuti	t	0	13	EN23	
Massa totale rifiuti/m ² superficie di vendita	t/m ²	0	13	EN23	
Percentuale rifiuti differenziati	%	0	13	EN23	
150101 Peso rifiuti carta - cartone	t	0	13	EN23	
150102 Peso rifiuti plastica	t	0	13	EN23	
150103 Peso rifiuti legno	t	0	13	EN23	
150106 Peso imballaggi materiali misti	t	0	13	EN23	
160214 Peso rifiuti elettronici RAEE	t	0	13	EN23	
170107 Peso Inerti	t	0	13	EN23	
200133 Peso rifiuti batterie e accumulatori	t	0	13	EN23	
080318 Peso rifiuti toner per stampa	t	0	13	EN23	
080121 - 080122 - 200121 peso rifiuti pitture e vernici di scarto - tubi fluorescenti - sanitari	t	0	13	EN23	
170405 Peso rifiuti ferro e acciaio	t	0	13	EN23	
170404 Peso rifiuti misti di costruzione e demolizione	t	0	13	EN23	
Consumo materiale					
Consumo carta per comunicazioni pubblicitarie	kg	0	12	EN1	
Consumo carta per packaging	kg	867	12		Calcolo sui packaging prodotti e pal-box esposizione.
Consumo plastica per packaging	kg	120	12		Fonte: fornitore consumabili uso ufficio (il dato si riferisce ai soli PV che utilizzano il servizio).
Consumo materiale tessile	kg	246	12		Calcolo su utilizzo tessuti per confezionamento prodotti GenerAtelier.
% consumo seconda vita materie prime (tessile)	kg	70%	12		
Biodiversità					
CO ₂ compensata per mezzo di progetti ecosistemici	TON	15	13	EN14	
Sanzioni					
Valore monetario delle multe e numero sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi ambientali	nr	0	13	EN29	
Emissioni CO₂					
Scope 1					
Consumo Gas Naturale	kg	0	13		
Perdite da circuiti di condizionamento (R410a)	kg	0	13		
Totale Scope 1	kg	0	13		
Scope 2					
Consumo energia attività (RI)GENERIAMO	kg	256	13		Energia elettrica - mix nazionale 0,65 kg Co ₂ /KWH
Totale Scope 2	kg	256	13		

Indicatori performance Ambientale	Unità di Misura	2020	RIF. SDGS 2030	Rif. GRI 4	Note
Scope 3					
Trasporti fornitori - Depositi					
km totali percorsi nell'anno su gomma	kg	4.413	13		0,88 kg CO ₂ e/km
Trasferimento lavoratori casa-lavoro-casa					
Trasferimento con mezzi pubblici (casa-lavoro-casa)	kg	359	13		0,082 kg CO ₂ /persona per km
Trasferte di lavoro					
Spostamento del personale in aereo	kg	1.088	13		0,11 kg CO ₂ /persona per km
Spostamento del personale in treno	kg	114	13		0,06 kg CO ₂ /persona per km
Spostamento del personale in auto	kg	758	13		0,24 kg CO ₂ /persona per km
Totale trasferte lavoro	kg	1.960	13		
Consumo energia in fase di produzione					
Consumo energia laboratori GenerAtelier	kg	1.621	13		Energia elettrica - mix nazionale 0,65 kg Co ₂ /KWH
Gestione rifiuti					
Misti	kg	-	13		
Carta/Cartone	kg	-	13		
Plastica	kg	-	13		
Legno	kg	-	13		
Inerti	kg	-	13		
Totale gestione rifiuti	kg	-	13		
Materiali di consumo					
Totale carta	kg	841	13		0,95 kg CO ₂ /kg carta
Totale plastica	kg	120	13		6 kg CO ₂ /kg plastica
Totale tessuti	kg	75	13		0,5 kg CO ₂ /kg cotone
Totale materiali di consumo	kg	1.036	13		
Totale Scope 3	kg	9.389	13		
Totale emissioni CO₂	TON	9,9	13		
Totale emissioni CO₂ risparmiate da utilizzo materie seconde	kg	99	13		0,58 kg CO ₂ /kg cotone riciclato
Totale emissioni CO₂ stornate da compensazioni ed emissioni risparmiate	TON	-5,19			

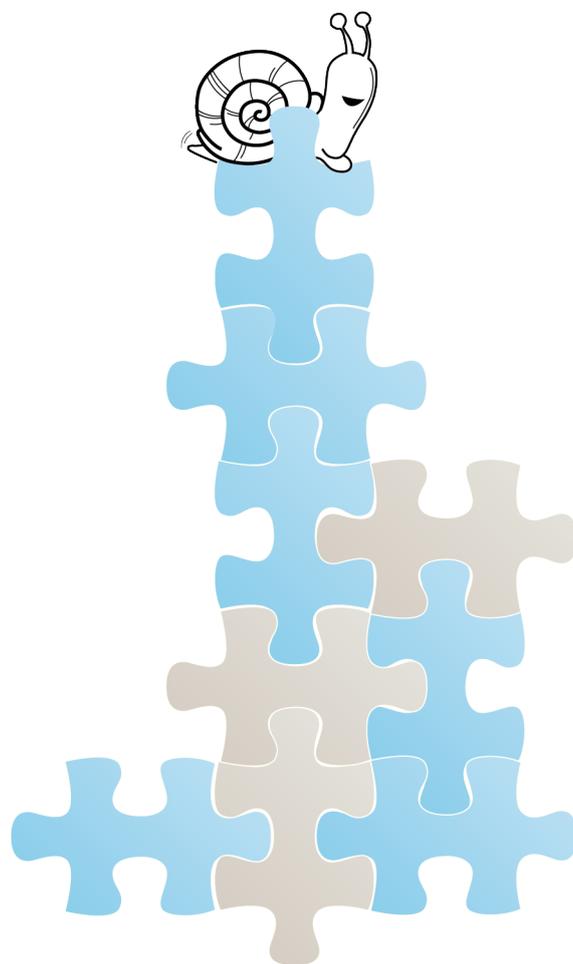
Indicatori performance Economica	Unità di Misura	2020	RIF. SDGS 2030	Rif. GRI 4	Note
Valore economico direttamente generato e distribuito					
Valore economico generato	€	148.026 €	8	EC1	Fonte: bilancio d'esercizio 2020
Ricavi	€	145.526 €	8	EC1	Fonte: bilancio d'esercizio 2020
Proventi finanziari	€	0 €	8	EC1	Fonte: bilancio d'esercizio 2020
Valore economico distribuito	€	104.027 €	8	EC1	Fonte: bilancio d'esercizio 2020
Costi operativi	€	34.785 €	8	EC1	Fonte: bilancio d'esercizio 2020
Remunerazione dei Collaboratori	€	0 €	8	EC1	Fonte: bilancio d'esercizio 2020
Remunerazione dei finanziatori e degli azionisti	€	0 €	8	EC1	Fonte: bilancio d'esercizio 2020
Imposte	€	1.095 €	8	EC1	Fonte: bilancio d'esercizio 2020
Liberalità	€	0 €	8	EC1	Fonte: bilancio d'esercizio 2020
Valore economico trattenuto	€	8.017 €	8	EC1	Fonte: bilancio d'esercizio 2020
Ammortamenti e svalutazione	€	0 €	8	EC1	Fonte: bilancio d'esercizio 2020
Accantonamenti e riserve	€	0 €	8	EC1	Fonte: bilancio d'esercizio 2020
Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione					
Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	€	0	17	EC4	
Fornitori					
Numero fornitori merce e servizi	nr	10	8	EC6	
Provenienza Estero	% su tot	0%	8	EC6	
Provenienza Italia	% su tot	100%	8	EC6	
Provenienza territoriale (entro i 300 km dalla sede legale)	% su tot acquisti	56%	8	EC6	
Numero fornitori che hanno siglato il codice etico	% su tot	100%	8	EC6	
% Fornitori rappresentata da categorie vulnerabili: genere	% su tot	71%	5 - 10	EC6	
% Fornitori rappresentata da categorie vulnerabili: abilità	% su tot	4%	5 - 10	EC6	
% Fornitori rappresentata da categorie vulnerabili: paese	% su tot	1%	5 - 10	EC6	
Clienti e prodotto					
Numero totale incidenti per mancata conformità prodotti	nr	0	12	EC1	
N° segnalazioni (Cliente) trattate	nr	1	12	PR5	
Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei Consumatori	nr	0	12	PR8	
Numero totale di casi di non conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi	nr	0	12	PR2	
Numero totale di casi di non conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi	nr	0	12	PR4	

Indicatori performance Sociale	Unità di Misura	2020	RIF. SDGS 2030	Rif. GRI 4	Note
Ripartizione del personale per tipo, contratto e regione					
Numero totale Collaboratori	nr	0	8	LA1	
Ripartizione del personale per sesso e altri indicatori di diversità					
Totale membri CDA	nr	8	5	LA13	
Uomini CDA	nr	6	5	LA13	
Donne CDA	nr	2	5	LA13	
% uomini CDA	%	75%	5	LA13	
% donne CDA	%	25%	5	LA13	
Discriminazione - violazioni					
Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie	nr	0	5	HR3	
Numero di violazioni dei diritti delle comunità locali e azioni intraprese	nr	0	11	HR8	
Formazione del personale					
Numero ore di formazione	nr	10	4	LA9	
Fornitori e appaltatori sottoposti a verifiche in materia di diritti umani					
Percentuale di contratti con fornitori e appaltatori significativi che include criteri o valutazione sui diritti umani	%	100%	8	HR1	
Gestione degli impatti nelle comunità					
Contributo in denaro	€	200 €	1 - 10	EC7	
Retribuzione categorie vulnerabili (partner)	€	40.510 €	1	EC7	

(RI)GENERIAMO SRL – SOCIETÀ BENEFIT
Sede legale Via Beaumont 7, 10138 TORINO (TO) Italia
Registro Imprese Torino / P.IVA e CF: 12313840014
Capitale Sociale Euro 15.000,00- REA: TO – 1280613

Progetto grafico: Simona Ceresa
Illustrazioni: Maria Anna Tumminello

Pubblicazione: aprile 2021



(RI)GENERIAMO®
persone, prodotti, perimetri

Visita il sito ri-generiamo.it

