

BILANCIO DEI BENEFICI PRODOTTI

RELAZIONE ANNUALE D'IMPATTO 2022



(RI)GENERIAMO®
persone, prodotti, perimetri

Certificazione



Corporation

INDICE

CAPITOLO 1
Introduzione
pag 5

CAPITOLO 3
Noi siamo (RI)GENERIAMO
pag 23

CAPITOLO 5
Il nostro impatto ambientale
pag 67

CAPITOLO 7
Certificazione BCorp
pag 77

CAPITOLO 2
Metodologia
pag 13

CAPITOLO 4
I nostri progetti
pag 45

CAPITOLO 6
Il nostro impatto economico
pag 73

CAPITOLO 8
I nostri indicatori di performance
pag 83

Nel capitolo 4 sono presentate le VIS (Valutazioni di Impatto Sociale)
dei seguenti progetti:

L'Energia del Bosco: Progetto Alta Val di Taro
pag 57

I FormidAbili (sintesi della VIS 2021)
pag 54

CAPITOLO 1

INTRODUZIONE

“C'è la bellezza e ci sono gli umiliati.
Per difficile che sia l'impresa,
vorrei non essere mai infedele
né all'una né agli altri”

Albert Camus



1.1 LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Ora sono due. Il 2021 e il 2022 sono stati i nostri primi due anni di attività completa, dopo la partenza a metà 2020 nei mesi sofferti della pandemia. In questa Relazione annuale d'Impatto vi raccontiamo in particolare quello che abbiamo fatto negli ultimi dodici mesi: l'impegno dei nostri collaboratori, partner, compagni di viaggio; i nostri progetti; gli impatti sociali, ambientali ed economici che abbiamo generato; gli obiettivi che siamo riusciti a centrare, o meno, e quelli che abbiamo fissato per il prossimo anno. Vi raccontiamo anche di come, nel farlo, ci siamo costantemente impegnati a restare ben ancorati ai concetti fondativi di (RI)GENERIAMO: beneficio comune, sostenibilità, inclusione, partecipazione, generatività.

Certo, ci rendiamo conto che non è semplice raccontare tutto questo attraverso dati e informazioni. Come non è semplice, credeteci, provare a realizzare queste cose ogni giorno. Bisogna essere bravi a farlo e noi ci abbiamo provato. Anche perché un racconto chiaro ed efficace, di quello che si è e si fa, è parte del provare a essere **un'azienda brava**. Che non vuol dire semplicemente buona.

Essere un'azienda buona va bene, intendiamoci, ma è abbastanza semplice: basta organizzare qualche bella iniziativa, dedicare un po' di risorse a qualche causa lodevole. Ma non **trasforma** il modo di fare impresa. Soprattutto, non è **generativo** di qualcosa che può perpetuarsi nel tempo.

Essere un'azienda brava, invece, lo è. Perché implica lo sforzo di orientare tutta l'attività, fin dall'inizio e in ogni istante, strategicamente e operativamente, verso la creazione di valore insieme economico, sociale e ambientale. Non solo, cioè, a vantaggio dell'azienda, ma per la collettività. Dove le esigenze della collettività non vengono dopo o a margine di quelle dell'azienda, ma entrano dentro l'azienda. E la trasformano.

È più difficile? Sì. È più rischioso? Anche. Ma è una sfida molto più bella, motivante e ricca di senso. (RI)GENERIAMO è nata Società Benefit e si è certificata B Corp per dire appunto, e ricordare prima di tutto a sé stessa, che tenta ogni giorno di essere un'azienda brava.

Quello che proviamo a raccontarvi nelle pagine che seguono, alla fine, è innanzitutto questo.

Buona lettura!

Luca Pereno, Referente per la valutazione d'impatto

1.2 LETTERA DEGLI STAKEHOLDER

(RI)GENERIAMO è partner Torino Social Impact da anni, riconoscendosi dal principio negli obiettivi che animano il nostro ecosistema ad impatto sociale, che oggi raccoglie oltre 250 soggetti: un'alleanza tra imprese ed istituzioni pubbliche e private, realtà profit e non profit: un cluster di competenze, attività e servizi per il territorio. (RI)GENERIAMO condivide dunque lo stesso Dna di inclusività ed ibridazione alla base del nostro network, partecipando attivamente alle iniziative e contribuendo alla comunicazione dell'ecosistema. In particolare, dal 2022 ha aderito al gruppo di lavoro delle Società Benefit di TSI, che sono oltre 40 tra i partner: l'idea è quella di ritrovarsi, incontrarsi, scambiare esperienze e competenze, unire le forze per moltiplicare gli impatti. Il percorso per le Società Benefit di TSI nel 2023 prevede un ciclo di incontri, chiamato Fit4benefit, animato dalle stesse SB: esercizi di impatto per mettersi alla prova e crescere insieme sui temi d'interesse individuati.

Il coordinamento Torino Social Impact (TSI)

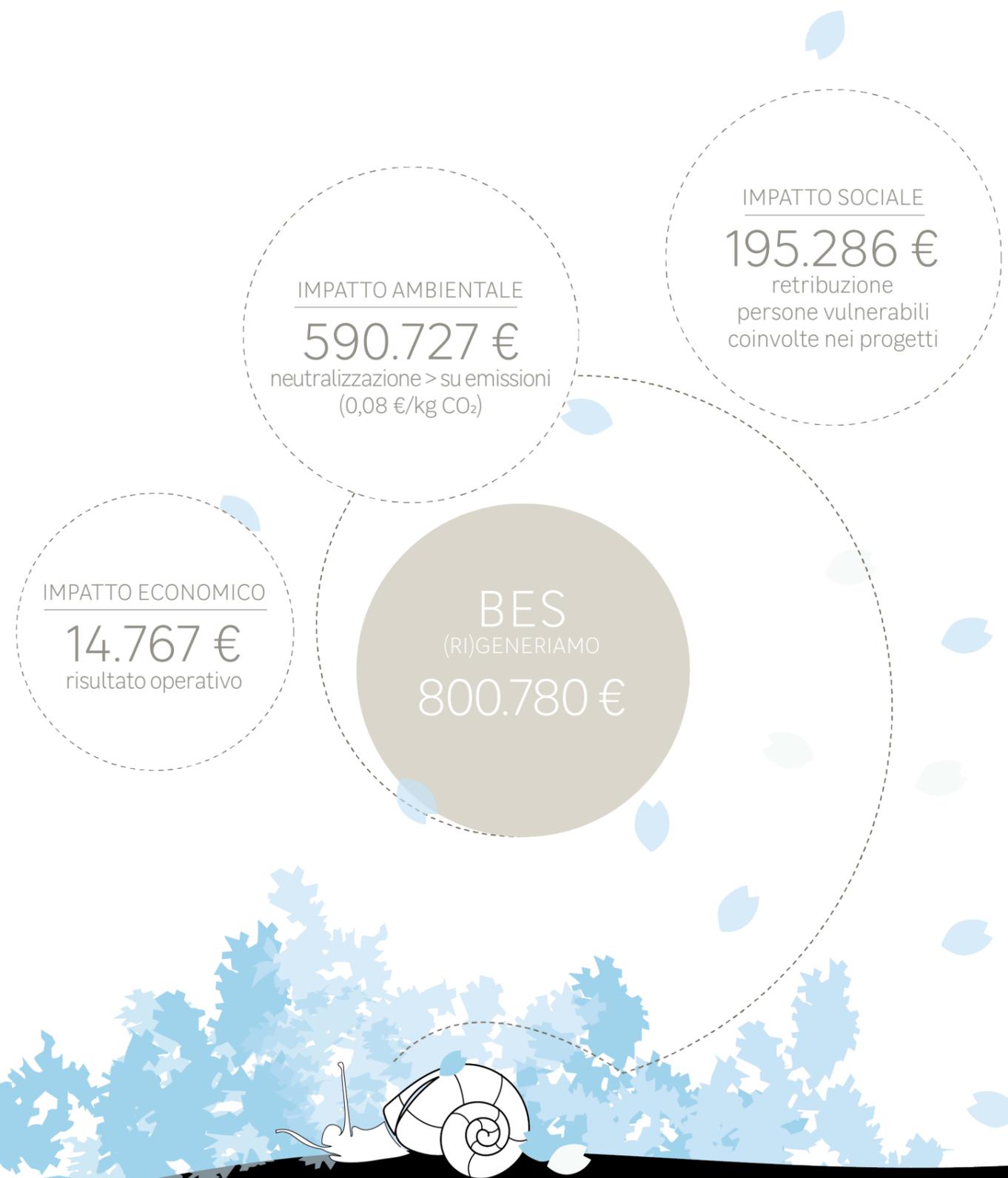
Nel profilo all'interno del sito www.torinosocialimpact.it, (RI)GENERIAMO ha scelto di presentarsi con queste parole, molto in linea con le finalità di TSI: "Obiettivo comune è generare nuove economie per rigenerare persone, prodotti e perimetri, promuovendo un'economia inclusiva che valorizzi, in un'ottica 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".



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 Benessere Equo e Sostenibile è 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 (R)GENERIAMO in termini multidimensionali e, in particolare, in riferimento ai capitali centrali: **Economico, Ambientale, Sociale e Umano**.



1.4 OBIETTIVI - RISULTATI 2022

GENERATELIER

- Produzione Cuscini Realizzato
- Deco bambino Non realizzato
- “Riparazioni Solidali” Realizzato

TERRA INCLUSIVA

- Inserimento delle attività di agricoltura sociale nel contratto di rete per il progetto “Dal bosco alla terra per un’ecologia integrale” Non realizzato

I FORMIDABILI

- Formazione negli Store Leroy Merlin Realizzato
- Tirocini Realizzato
- Cura del Verde Realizzato
- Nuovi inserimenti Makers Caffè Realizzato
- Proposta attività BricoCenter Realizzato (due programmi di formazione)

ENERGIA DEL BOSCO

- Comunale Parmensi Realizzato
- Monte Tovo II Non realizzato
- Consorzio Canavese Realizzato
- Consorzio Valli di Lanzo Non realizzato
- Inserimento delle attività di valorizzazione forestale ed ecosistemiche nel contratto di rete per il progetto “Dal bosco alla terra per un’ecologia integrale” Realizzato
- Integrazione blockchain Realizzata fase di test (a regime nel 2023)

ALTRI RISULTATI

- Presentazione del progetto a Economy of Francesco ad Assisi (22-24 settembre 2022)
- Premiazione del progetto a #AGROFOR2030: PROTAGONISTI DEL NUOVO RINASCIMENTO (XVIII Congresso Nazionale dei Dottori Agronomi e Dottori Forestali) (19-21 ottobre 2022)
- (RI)GENERIAMO è stata inserita tra le miglior realtà nell’ambito “Capitale naturale” del “Premio per lo sviluppo sostenibile” (novembre 2022)



CAPITOLO 2
METODOLOGIA



2.1 METODOLOGIA DI RENDICONTAZIONE

Il seguente bilancio, relativo all'anno 2022, 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 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.

2.2 PRINCIPI DI RENDICONTAZIONE

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

Si precisa per correttezza che gli indicatori sono stati individuati per poter quantificare gli impatti sociali e ambientali, per quanto concerne questi ultimi non avendo un metodo di misurazione preciso, sono stati riportate delle stime.



2.3 FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

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 Stakeholder;
- **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)GENERIAMO 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 2022 e ripartita sulla base delle singole progettualità.

I principali Stakeholder sono stati mappati su una matrice di relazione interna e esterna con impatti diretti e indiretti sulla nostra e dalla 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 2022 con dati di raffronto relativi al 2021.

A partire dal 2023 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

La verifica degli effetti delle attività è stata condotta adottando un approccio storico di analisi, cioè **chiedendo direttamente agli stakeholder** di testimoniare i cambiamenti osservati, confrontando la loro condizione precedente a quella successiva alla partecipazione al progetto.

L'analisi degli effetti delle attività (attesi e inattesi, positivi e negativi, diretti e indiretti) è stata condotta su tre livelli:

- **Qualitativo** (descrittivo, narrativo, non numerico)
- **Quantitativo** (statistico descrittivo)
- **Monetario** (indice SROI: Social Return On Investment)

La Teoria del Cambiamento

A livello metodologico, la ricerca ha fatto riferimento alla Teoria del cambiamento ("Theory of Change"), che definisce l'**impatto sociale** come l'effetto generato su uno o più stakeholder a seguito di una determinata attività.

Nella Teoria del cambiamento si 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).

INPUTS

ACTIVITIES

OUTPUTS

OUTCOMES

IMPACTS

L'impatto sociale è inteso come beneficio (outcome) 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).



Gli stakeholder e gli indicatori di cambiamento

Gli stakeholder coinvolti nelle attività di ricerca sono stati 4:

- gli store Leroy Merlin;
- gli enti invianti;
- i lavoratori svantaggiati,
- le famiglie dei lavoratori svantaggiati.

La fase di identificazione degli indicatori di cambiamento è stata svolta conducendo 3 focus group online con 20 testimoni significativi (1 con 6 famiglie dei lavoratori svantaggiati + 1 con 8 tutor o responsabili degli store Leroy Merlin + 1 con 6 enti invianti) che hanno riportato gli effetti che hanno osservato negli stakeholder a seguito della partecipazione al progetto.

2.10 NOTA ALLE IMMAGINI

Quest'anno ho voluto continuare il percorso intrapreso lo scorso anno. Quindi ho voluto riprendere a partire dal nostro albero, un albero ancora adolescente. Durante quest'anno è cresciuto tanto, è diventato un albero adulto con una chioma folta, fitta e con un tronco più grande e solido. Insieme a lui è cresciuta anche la nostra chiocciola, per lei l'obiettivo di quest'anno è stato essere "brava", voleva arrivare in cima. Così ha iniziato a camminare, lentamente ma con decisione e costanza. Il percorso non è stato sicuramente semplice ma è stata molto brava, durante la lettura di questo bilancio scalerete con lei il nostro albero, e dall'alto scoprirete un mondo meraviglioso.

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 24 marzo 2023.

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.

Un particolare ringraziamento per l'aiuto a Barbara Posa, Luca Oliva, Maria Anna Tumminello, Simona Ceresa, Andrea Di Turi, Silvia Berto, Nadia Valsania con i suoi collaboratori.

Per informazioni, approfondimenti e chiarimenti:

Luca Pereno

luca.pereno@ri-generiamo.it

(RI)GENERIAMO SRL – SOCIETÀ BENEFIT, Sede legale Strada Cuornè 109, 10156 TORINO (TO) Italia



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 ispiratori 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.

Articolo 1

L'Italia è una Repubblica democratica, fondata sul lavoro.

Articolo 3

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.



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 E UNA B CORP

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 aziende For Profit.

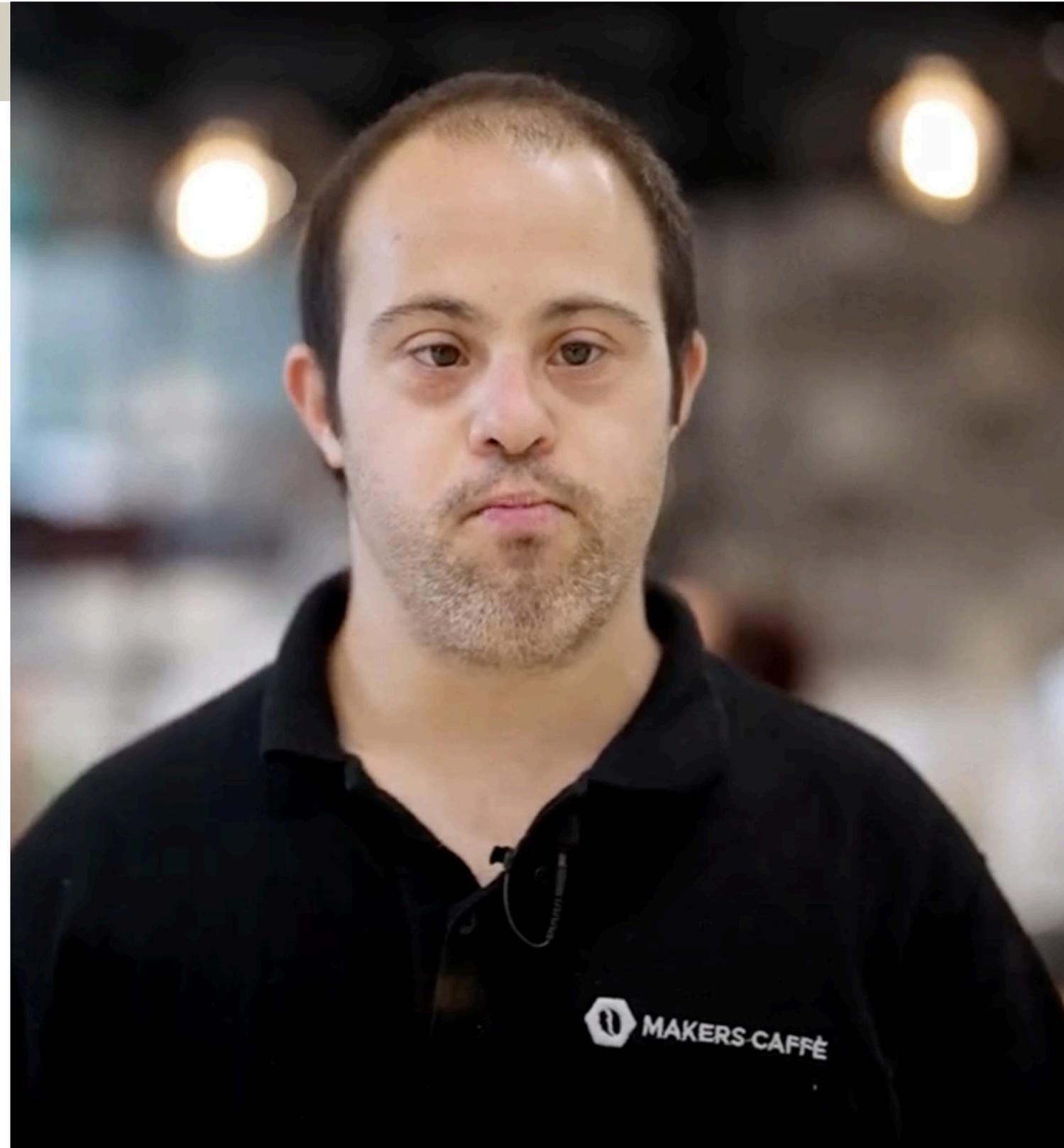


Certificazione



Corporation

A marzo 2022 (RI)GENERIAMO ha ottenuto la certificazione B Corp: un ottimo traguardo per la nostra azienda che ci permette di migliorare la misurazione della nostra performance - avendo un ulteriore strumento di valutazione dell'impatto generato - e soprattutto una guida per una continua progressione nel raggiungimento dei nostri obiettivi.



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.

AbileJob

Abile Job srl, agenzia per il lavoro, nasce alla fine del 2016 per inserirsi nel mercato del lavoro come realtà di connessione tra le persone con disabilità e il mondo delle imprese.

L'agenzia si dedica al 100% al recruiting volto all'assolvimento della L.68/99 (per la promozione dell'integrazione lavorativa di persone con disabilità), offrendo un servizio accurato, a 360°, per consentire alle persone di essere collocate in base alle proprie competenze ed esperienze, uscendo da un ambito assistenzialistico e valorizzando l'unicità di candidate e candidati. Abile Job propone un catalogo formativo che spazia dai temi di Diversity & Inclusion al Team Building, stimolando la crescita della cultura aziendale in percorsi di inclusività. Inoltre, l'agenzia realizza progetti socialmente utili, coinvolgendo le imprese, le associazioni e le istituzioni, promuovendo il valore della "rete" come motore di nuove prospettive di autonomia di vita.

abilejob.it



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.

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



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.

convoi.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 rispettare 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.

coopliberitutti.it

LIBERITUTTI
COOPERATIVA SOCIALE



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 **8.278 collaboratori** impegnati in **51 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**.

leroymerlin.it

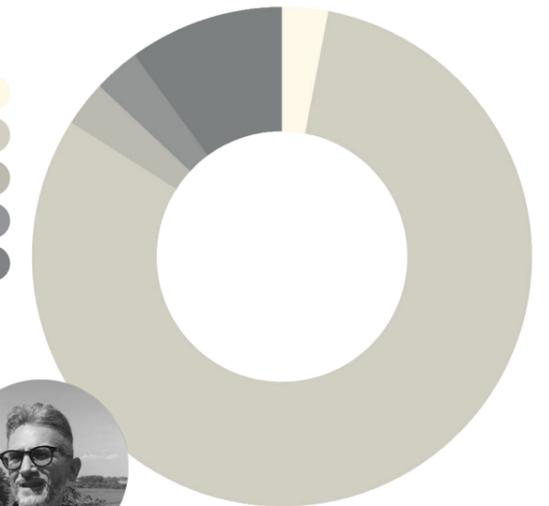


3.5 GOVERNANCE

(R)GENERIAMO è amministrata da un Consiglio di Amministrazione composto da **6 membri**, nominato dall'atto costitutivo del 9 giugno 2020 e rinnovato il 7 febbraio 2023. 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 e confermati nel CDA del 7 febbraio 2023.

Le quote sono così ripartite:

- Abile Job **3%**
- Associazione Bricolage del Cuore **81%**
- Agricoltura Capodarco Società Cooperativa Sociale **3%**
- Associazione familiare ConVoi Onlus **3%**
- Liberitutti – Società Cooperativa Sociale **10%**



I Membri del Consiglio di Amministrazione



Simona Sanci
Presidente



Mirko Campagnuolo
Amministratore
Performance
Operative



Marco Lucarno
Amministratore
Coordinatore area acquisti
e progetti



Erika Mattarella
Amministratore
Coordinatrice
progetti Generatelier



Luca Pereno
Amministratore
Coordinatore progetti
e relazioni esterne



Renzo Marcato
Amministratore

Il Gruppo di Lavoro

Silvia Berto
Amministrazione
e contabilità

Andrea Di Giorgio
Cura del verde
("I FormidAbili")

Andrea Di Turi
Comunicazione

Salvatore Stingo
Amministrazione

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 Tafari della R&P Legal per lo studio della costituzione di (RI)GENERIAMO.

2020 la creazione

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.

2021 la generazione

GENNAIO

Attivazione dei contratti per la Cura del Verde.

FEBBRAIO

Inizio test "Terra Inclusiva" su Roma.

MARZO

Inizio processo di valutazione BCorp.

APRILE

Attivazione dei primi tirocini "I FormidAbili". Commercializzazione delle "porta storie".

MAGGIO

Presentazione della prima relazione d'impatto.

LUGLIO

Invio dell'autovalutazione BCorp per la certificazione. Presentazione collezione regali Natale in sinergia con Valgiò.

AGOSTO

TG2 Costume e Società realizza, presso il negozio LM di Fiumicino, un servizio su "I FormidAbili".

SETTEMBRE

Primo seminario (RI)GENERIAMOCI presso la SEC.

OTTOBRE

Presentazione del progetto "L'Energia del Bosco". Formazione "I FormidAbili" in sinergia con Fondazione Adeco per i Makers Caffé.

NOVEMBRE

Commercializzazione della collezione deco Natale. Presentazione dei Tutorial for Change all'interno delle "4 weeks 4 inclusion".

DICEMBRE

Firma dei primi 4 contratti a tempo determinato per i primi 4 tirocinanti "I FormidAbili".

2022 la certificazione

GENNAIO

Firma degli accordi con Le Comunalie Parmensi per il progetto “L’Energia del Bosco”.

MARZO

Ottenimento della certificazione BCorp.

GIUGNO

Avvio del progetto in test “Riparazioni Solidali”.

SETTEMBRE

Commercializzazione dei cuscini realizzati con la Fondazione Cervelli Ribelli.

(RI)GENERIAMO ha l’onore di partecipare ad Assisi alle giornate “Economy of Francesco”.

NOVEMBRE

Partecipazione alle “4 weeks 4 inclusion” con il progetto “I FormidAbili”.

In occasione del “Premio per lo sviluppo sostenibile” istituito per il dodicesimo anno dalla Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile e dall’Italian Exhibition Group con il patrocinio del MITE, (RI)GENERIAMO è stata inserita tra le miglior realtà nell’ambito “Capitale naturale”.

DICEMBRE

Vincita del bando per collaborazione con Consorzio Forestale del Canavese per il progetto “L’Energia del Bosco”.

Pubblicazione dell’E-book .



4 WEEKS 4 INCLUSION

LEROY MERLIN
Voglia di fare casa

(RI)GENERIAMO
persone, prodotti, parametri

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, agricoltura sociale ed economia civile.

3.8 I NOSTRI STAKEHOLDER E LA PIATTAFORMA GENERATIVA

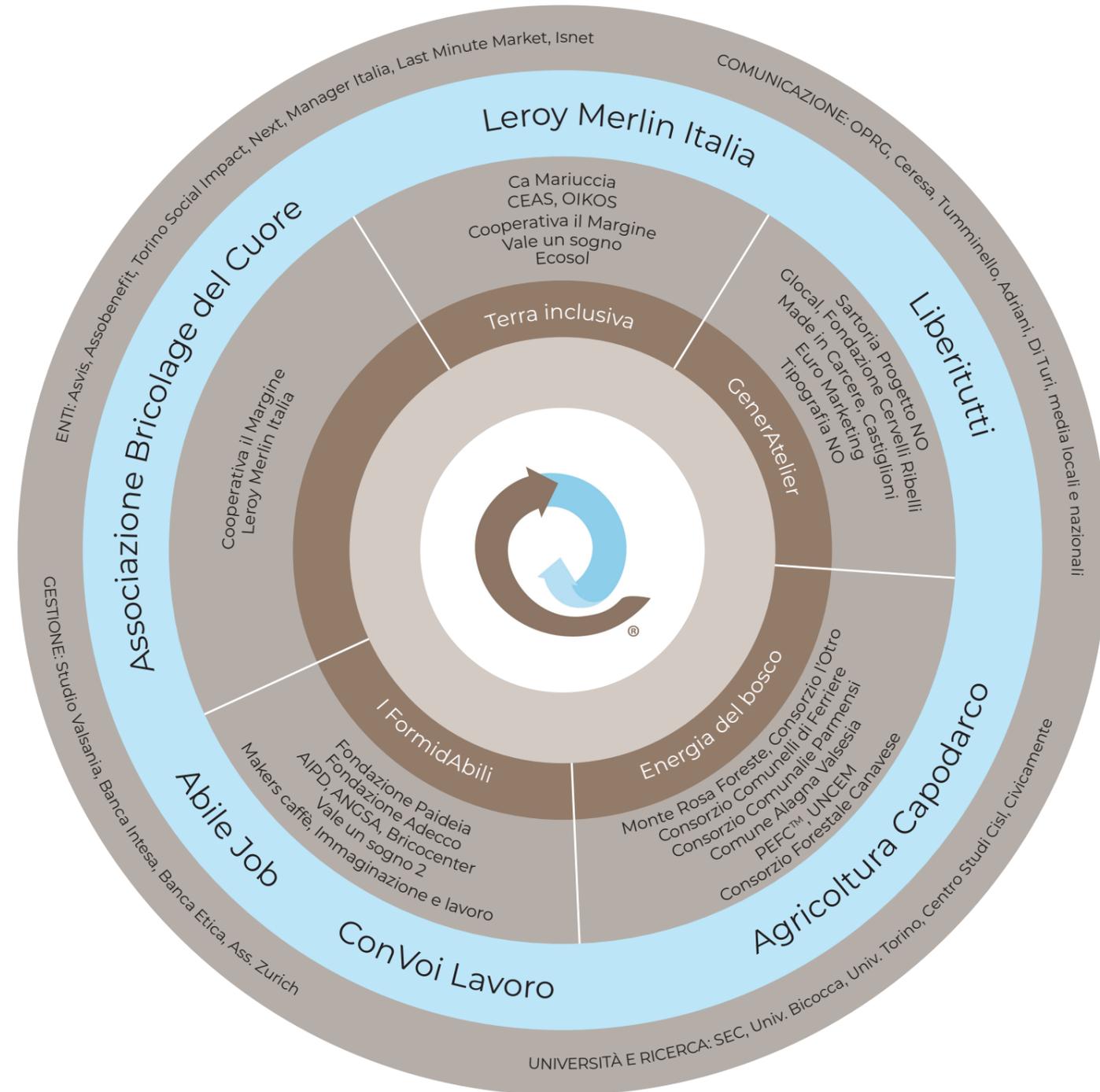
(RI)GENERIAMO nasce per sua natura dall'incontro tra due categorie di Stakeholder come il Terzo Settore e un'azienda For Profit con l'intenzione di andare oltre al concetto tradizionale di collaborazione su una o più attività: non c'è l'azienda o l'associazione al centro della mappa, ma il **progetto**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

(RI)GENERIAMO è un'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 quella 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".



3.9 LE NOSTRE RETI

(RI)GENERIAMO ha deciso di condividere il proprio cammino con **Assobenefit** e il **Torino Social Impact**.

Assobenefit

raggruppa le Società Benefit e quelle che si riconoscono in un modello di mercato e di crescita sociale ed economica che ha al centro della propria azione il bene comune. L'Associazione sostiene il lavoro delle Società Benefit, è animata dalla loro esperienza, si propone di diffonderla, valorizzarla, renderla occasione di riflessione e cambiamento per l'intero sistema economico italiano. Assobenefit ha quindi l'obiettivo di promuovere la crescita delle Società Benefit e di indicare direzioni chiare, credibili, competitive, solide scientificamente, accreditate anche a livello internazionale, nonché fornire strumenti operativi semplici per la vita delle imprese come, ad esempio, approfondire la conoscenza delle diverse metriche per la valutazione di impatto. Assobenefit intende costituire il punto di riferimento del mondo Benefit di fronte a istituzioni nazionali e internazionali.



Torino Social Impact

è un'alleanza tra imprese e istituzioni pubbliche e private per rendere Torino uno dei migliori posti al mondo per fare impresa e finanza perseguendo intenzionalmente e congiuntamente obiettivi di redditività economica e di impatto sociale. Un cluster di competenze, attività e servizi per rafforzare e promuovere l'ecosistema locale nel quadro dell'Agenda 2030. Torino Social Impact è una piattaforma aperta cui hanno aderito oltre 250 tra imprese, istituzioni, operatori finanziari e soggetti del terzo settore sottoscrivendo un MoU finalizzato a mettere a fattor comune idee, esperienze, progetti e risorse per catalizzare ed attrarre forme di imprenditorialità che, sfruttando le nuove opportunità tecnologiche, ambiscono a risolvere problemi sociali emergenti attraverso modelli di impresa economicamente sostenibili.



CAPITOLO 4
I NOSTRI PROGETTI



4.1 GENERATELIER

Una rete di **sartorie sociali** realizza, partendo anche dal recupero di scarti di tessuti, shopper o prodotti per l'arredo tessile casa. Nel 2021 avevamo lavorato sul progetto delle shopper porta storie e sulla collezione decorazione per Natale. Nel 2022 ci siamo concentrati invece su due nuovi progetti: le "Riparazioni Solidali" e "I Cuscini di Tommy".

"Riparazioni Solidali"

Attraverso la rete delle sartorie sociali di "GenerAtelier", nel 2022 all'interno dei negozi Leroy Merlin in Italia abbiamo cominciato ad offrire alla clientela una serie di **piccoli lavori sartoriali sui tessuti e prodotti acquistati in negozio**: accorciare o cambiare finitura a una tenda, orlare un tessuto, effettuare lavorazioni sartoriali personalizzate sulla base delle specifiche esigenze del cliente. Il primo test è stato effettuato nel negozio Leroy Merlin di Torino Giulio Cesare, ad aprile 2022, in collaborazione con una sartoria solidale sulla piazza torinese alla quale sono stati affidati i lavori commissionati dai clienti. Il test ha avuto successo: i clienti hanno apprezzato la possibilità di commissionare e ritirare le lavorazioni direttamente in negozio, la qualità dei lavori effettuati, il grado di personalizzazione dei prodotti e tessuti, la rapidità di consegna e, naturalmente, l'aspetto sociale del progetto. Grazie ai contatti sviluppati da (RI)GENERIAMO all'interno del suo network, il modello delle "Riparazioni Solidali" è stato quindi promosso in modo strutturale a **tutti i negozi Leroy Merlin in Italia** a partire dal secondo semestre 2022. Oltre che nel negozio Leroy Merlin Torino Giulio Cesare, a fine 2022 il progetto era già pienamente operativo nei negozi di Roma Ciampino, Roma Fiumicino, Roma Laurentina, Roma Porta di Roma, Roma Romanina, Roma Salaria, Roma Tiburtina. Fra le aree di miglioramento individuate nei primi mesi di allargamento del progetto all'intera rete dei negozi figurano la sensibilizzazione dei collaboratori, la comunicazione ai clienti, il supporto alle sartorie sociali coinvolte e il loro raccordo coi negozi di riferimento, la semplificazione dei processi gestionali.

Indicatori del progetto

PRODOTTO	"Riparazioni Solidali"				
PARTNER	LT Factory, Fondazione Cervelli Ribelli, Centro diurno Sartoria Abecedario, Cooperativa Sociale Progetto Atelier 45, Cooperativa Kora, Associazione Incastri Creativi.				
N° PERSONE IMPIEGATE	N° ORE LAVORO	N° ORE FORMAZIONE EROGATE	€ INVESTITI PER LA RETRIBUZIONE DEI LAVORATORI	CARATTERISTICHE MATERIA PRIMA	NUMERO RIPARAZIONI
4	Non quantificabile	20	2.800 €	Lavorazione prodotti venduti presso i punti vendita Leroy Merlin	149 riparazioni Torino 40 riparazioni Palermo (esclusi i test su Roma e Catania)
BENEFICI PRODOTTO	Acquisizione delle competenze tecniche e nello sviluppo delle competenze trasversali spendibili nel mondo del lavoro (rispetto dei tempi, manualità fine, rispetto degli obiettivi e dei tempi di consegna). Miglior servizio clienti Leroy Merlin Italia.				

In linea con gli obiettivi di (RI)GENERIAMO abbiamo sviluppato o lanciato i seguenti progetti.



“I Cuscini di Tommy”

Tommy è un ragazzo autistico non verbale di 24 anni che utilizza l’arte, in particolare il disegno e la pittura, come canale di espressione ed è dotato di una grande vena artistica.

Grazie anche in questo caso al contributo delle sartorie sociali di “GenerAtelier” e al supporto di Leroy Merlin, (RI)GENERIAMO ha realizzato **una linea di cuscini in cui è stata data vita alla creatività di Tommy**, della **Fondazione Cervelli Ribelli**, ente nato per sperimentare azioni concrete per l’integrazione lavorativa e sociale di persone con neurodiversità.

I disegni di Tommy, di una **“sregolatezza controllata”** come li definisce il papà (uno dei disegni raffigura pecorelle che brucano l’erba in libertà mentre dei lupi le guardano dai tetti delle case vicine), sono diventati delle stampe con cui sono stati confezionati i cuscini, che sono stati messi in vendita in quattro negozi Leroy Merlin sulla piazza di Roma. “I Cuscini di Tommy” hanno permesso di generare lavoro per le sartorie sociali e di sostenere l’attività della Fondazione Cervelli Ribelli, attiva anche sul fronte della diffusione di cultura e informazione sul valore delle diversità.

Per promuovere il progetto (RI)GENERIAMO ha donato 20 cuscini alla Fondazione Cervelli Ribelli.

fondazionecervelliribelli.it

Indicatori del progetto

PRODOTTO	Cuscini			
PARTNER	LT Factory, Fondazione Cervelli Ribelli, Centro diurno Sartoria Abecedario, Cooperativa Sociale Progetto Atelier 45			
N° PERSONE IMPIEGATE	N° ORE LAVORO	N° ORE FORMAZIONE EROGATE	€ INVESTITI PER LA RETRIBUZIONE DEI LAVORATORI	CARATTERISTICHE MATERIA PRIMA
3	75	40	1.800 €	Stampa su cotone certificata atossica
QUANTITÀ PRODOTTE	CO ₂ TOTALE (produzione + trasporto)	CO ₂ PRODUZIONE	CO ₂ TRASPORTO	CO ₂ UNITÀ
356	1,42 ton CO ₂	0,31 ton CO ₂	1,11 ton CO ₂	2,72 kg CO ₂
BENEFICIO PRODOTTO	Acquisizione delle competenze tecniche e nello sviluppo delle competenze trasversali spendibili nel mondo del lavoro (rispetto dei tempi, manualità fine, rispetto degli obiettivi e dei tempi di consegna). Valorizzazione della persona della Fondazione Cervelli Ribelli che ha prodotto i disegni utilizzati per la grafica.			

4.2 I FORMIDABILI



“I FormidAbili” è un progetto sull’**inclusione lavorativa di persone con disabilità** intellettive all’interno dei negozi Leroy Merlin Italia condotto in collaborazione con Abile Job. Un progetto impegnativo e sfidante, in cui Leroy Merlin e (RI)GENERIAMO hanno definito un approccio sartoriale per ogni fase e con ogni tirocinante coinvolto, con delicatezza e sensibilità, per produrre un vero beneficio sull’indotto, familiare e associativo, di queste persone e consentire ai propri collaboratori di acquisire nuove competenze nell’ambito della **Diversity & Inclusion**, un differente e più costruttivo punto di vista.

Per valorizzare le potenzialità di questo progetto, Leroy Merlin e (RI)GENERIAMO hanno avviato un dialogo con **associazioni di respiro nazionale** attive nell’ambito della disabilità, con l’obiettivo di creare reti tra i negozi, le associazioni sul territorio e gli enti istituzionali.

L’iniziativa rappresenta un modello di **innovazione** inclusiva che vuole ribaltare lo schema culturale tradizionale di molte aziende: non è più il singolo che si deve adattare all’organizzazione, ma è l’impresa stessa che cambia mettendosi al servizio della persona, concentrandosi non più sui suoi limiti, ma sulle sue abilità che possono emergere in un contesto adeguato.

Contaminando positivamente le logiche di una grande azienda come Leroy Merlin, si creano opportunità per persone fragili e si sperimentano azioni concrete per contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile contenuti nell’Agenda per lo Sviluppo Sostenibile 2030.

Punto di forza del progetto è il **percorso formativo e culturale** che vede protagonisti “I FormidAbili”: da un lato, i tirocinanti e, dall’altro, i tutor, collaboratori del team del punto vendita che si sono candidati spontaneamente a rivestire l’importante ruolo di “accompagnatori” nell’ambito di questo progetto.

Sono le abilità, le passioni, le inclinazioni e gli interessi di ogni persona a guidare i tutor e i comitati di direzione di ogni punto vendita coinvolto, supportati a livello formativo da Fondazione Paideia in un percorso della durata di circa 8 mesi, nell’individuare i ruoli più indicati che ciascun tirocinante può svolgere in una situazione lavorativa cosiddetta “non protetta”, cioè al di fuori del proprio ambito familiare o associativo, come un grande negozio.

Il vero valore diventa quindi ciò che ognuno sa fare e il contributo che può dare non solo alle dinamiche

lavorative del punto vendita, ma anche ai propri colleghi e all’azienda, in un’**ottica di scambio** e di crescita interna. I tirocinanti sono coinvolti nella vita quotidiana del punto vendita, occupandosi di attività come l’accoglienza e il servizio al cliente presso le casse self check-out, la messa in sistemazione dei reparti e la gestione differenziata dei rifiuti in logistica.

In occasione del webinar organizzato da Leroy Merlin, (RI)GENERIAMO Società Benefit e Associazione Bricolage del Cuore, insieme al quotidiano Avvenire, per celebrare la Giornata Internazionale delle Persone con Disabilità del 3 dicembre 2022, il progetto ha festeggiato i **due anni di attività** con i seguenti **risultati**:

- **51** (tutti) i **negozi Leroy Merlin** in Italia in cui è attivo
- **45** i ragazzi e le ragazze che hanno completato il percorso di **formazione e tirocinio**
- **70** i **percorsi attivi** (a fine 2022), di cui 5 a tempo indeterminato, 20 a tempo determinato, 45 in tirocinio
- oltre ai ragazzi, in collaborazione con Fondazione Paideia sono stati formati **769 collaboratori** Leroy Merlin, di cui 292 tutor volontari e 477 membri dei comitati dei negozi.

Indicatori del progetto (fotografia al 31 dicembre 2022)

INSEGNA	N° PUNTI VENDITA COINVOLTI	N° TIROCINI	N° CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO	N° CONTRATTI A TEMPO INDETERMINATO	N° COLLABORATORI FORMATI
Leroy Merlin Italia	51	45	20	5	769
Bricocenter	5				21

Per il 2023 il progetto si pone ulteriori e sfidanti obiettivi:

- avere **due FormidAbili** per ogni negozio e nei servizi interni (per un totale complessivo di circa 120 addetti)
- attivare il progetto anche nei negozi **Bricocenter** (Gruppo ADEO)
- formare il 100% del personale sui temi dell’unicità e del negozio inclusivo.

Dal perimetro tradizionale del punto vendita, l’esperienza de “I FormidAbili” si è espansa progressivamente anche verso nuovi spazi, per coniugare l’inclusione delle persone più fragili alla valorizzazione delle realtà del territorio.

Gli spin off del progetto sono stati due:

→ **CURA DELLE AREE VERDI**

In una quindicina di negozi Leroy Merlin è stato avviato anche un progetto di **cura delle aree verdi** di prossimità e pertinenza dei negozi stessi, affidata a cooperative che integrano persone con disabilità che si occupano della sfalcatura dell’erba, della potatura degli alberi e della manutenzione delle aiuole. L’obiettivo è di estendere la cura delle aree verdi a tutti gli store Leroy Merlin in Italia che ne hanno disponibilità.



→ **I FORMIDABILI MAKERS CAFFÈ**

A inizio 2022, grazie alla partnership con **Fondazione Adecco e AGPD Onlus** (Associazione Genitori e Persone con Sindrome di Down) e dopo un primo incontro formativo organizzato a fine 2021, sono stati avviati i primi inserimenti nei bar **Makers Caffè** presenti all'interno dei punti vendita Leroy Merlin di Carugate e Assago (MI). I "FormidAbili" coinvolti si sono occupati di attività quali l'accoglienza della clientela, la preparazione di caffè e bevande, il servizio al bancone e ai tavoli. A settembre 2022 entrambi i ragazzi inseriti hanno firmato un contratto di lavoro. Una misura del successo che il progetto, pur se ancora nei suoi primi passi, ha già registrato è anche data dal fatto che **Lino's Coffee** (l'azienda che gestisce i punti vendita Makers Caffè negli store Leroy Merlin) lo ha integrato anche al di fuori della relazione con Leroy Merlin.

Indicatori del progetto

N° PERSONE IN SITUAZIONE DI FRAGILITÀ INSERITE NELLE ATTIVITÀ DI CURA DEL VERDE	N° PERSONE IN SITUAZIONE DI FRAGILITÀ INSERITE NELLE ATTIVITÀ DI CAFFETTERIA	BENEFICIO SOCIALE DA RETRIBUZIONE DI PERSONE IN SITUAZIONE DI FRAGILITÀ
11	2	63.766 €

SINTESI VALUTAZIONE DI IMPATTO SOCIALE (VIS) DEL PROGETTO "I FORMIDABILI" RELATIVA ALL'ANNO PRECEDENTE

Con il supporto scientifico di Associazione Isnet era stata effettuata la Valutazione di Impatto Sociale (VIS) del progetto "I FormidAbili", per verificare in senso quali-quantitativo gli effetti ("cambiamenti") che le attività realizzate avevano prodotto, dandone anche una valorizzazione monetaria.

Risultati quali-quantitativi

I principali cambiamenti osservati, suddivisi per i vari gruppi di stakeholder interessati dal progetto, sono stati:



a) lavoratori con svantaggio

14 cambiamenti osservati, fra i quali:

- potenziamento della capacità di stare con gli altri
- maggior autonomia, fiducia in sé stessi, consapevolezza delle proprie capacità
- maggiore senso di accettazione nella società
- rafforzamento della prospettiva di autonomia abitativa, oltre che lavorativa



b) famiglie dei lavoratori con svantaggio

8 cambiamenti osservati, fra i quali:

- minore preoccupazione, anche nella prospettiva del "dopo di noi"
- alleggerimento del carico di lavoro
- rafforzamento della possibilità di sviluppare un'attitudine a "lasciar andare" il proprio figlio



c) responsabili degli store Leroy Merlin e Tutor

8 cambiamenti osservati, fra i quali:

- maggiore probabilità di stabilizzare il lavoratore dopo il periodo di tirocinio
- riduzione dei tempi necessari per assistere e rendere autonomo il lavoratore, con possibilità di prevedere un numero maggiore di inserimenti
- acquisizione di un nuovo punto di vista da cui osservare il proprio lavoro



d) enti invianti

7 cambiamenti osservati, fra i quali:

- diminuzione dei casi di abbandono del lavoro
- aumento della capacità di identificare la giusta mansione da affidare al beneficiario
- possibilità di seguire più inserimenti lavorativi a parità di organico.

Valorizzazione monetaria

La valorizzazione monetaria si è fondata sul calcolo dell'**indice SROI (Social Return On Investment)**, che misura la capacità di trasformare le risorse investite in valore economico per la società.

A tale scopo si sono fatte una serie di assunzioni (a valere su un periodo che comprende l'anno in questione e i successivi quattro), ad esempio:

- che l'inserimento lavorativo dei lavoratori svantaggiati si traduce in aumento del **reddito** delle famiglie, che a sua volta ha ricadute positive sull'economia e sul gettito fiscale e contributivo per lo Stato
- che la rinuncia all'assegno di assistenza da parte delle famiglie si traduce in un **risparmio** per i servizi sociali
- che, grazie alla maggiore **efficienza ed efficacia** del processo, a parità di altre condizioni è possibile effettuare un numero maggiore di inserimenti lavorativi.

Sulla base di queste assunzioni, è stato calcolato un **indice SROI pari a 2,22**, il che significa che un 1€ investito nel progetto ha generato (e può generare nei quattro anni successivi) un ritorno di 2,22€.

4.3 L'ENERGIA DEL BOSCO

L'obiettivo è ambizioso: promuovere un **nuovo modello** nell'ambito delle **politiche volontarie di neutralizzazione delle emissioni nocive** delle aziende in Italia. "L'Energia del Bosco" infatti è il primo progetto in Italia a introdurre un accordo **decennale** dove la gestione forestale è finalizzata non solo a produrre legname ma anche a sviluppare **servizi ecosistemici forestali** che hanno come obiettivo la riduzione delle emissioni di CO₂ da parte delle aziende oltre che promuovere il turismo sostenibile e incrementare la biodiversità, creando un valore condiviso a beneficio del territorio e delle comunità locali. L'iniziativa, realizzata in collaborazione **PEFC Italia**, vede Leroy Merlin e (RI)GENERIAMO impegnate in attività legate alla neutralizzazione di CO₂ emessa nei propri negozi attraverso attività forestali in alcuni boschi italiani, a partire da quelli del Monte Tovo e del Vallone d'Otro in Valsesia (Piemonte). Grazie al supporto di (RI)GENERIAMO saranno attivate una serie di attività per incrementare l'**assorbimento di anidride carbonica** delle foreste o la sua non emissione.



Tra le varie attività: l'allungamento dei tempi di taglio del bosco, l'individuazione di aree destinate alla libera evoluzione delle specie animali e vegetali o la prevenzione degli incendi boschivi. Il progetto, oltre ad avere un impatto positivo sugli ecosistemi delle foreste e sul cambiamento climatico, ha come ulteriore obiettivo la **creazione di opportunità economiche e sociali** per i territori coinvolti e le loro comunità locali. Un bosco sano, curato e gestito in modo consapevole e sostenibile può creare opportunità a livello professionale e turistico, dando vita a un indotto di cui può beneficiare l'intero territorio, soprattutto quelli a economia marginale.

Indicatori del progetto

N° PROGETTI ATTIVATI	N° PARTNER COINVOLTI	M² COINVOLTI NELLA GESTIONE SOSTENIBILE
→ Monte Tovo (VC)	→ Monte Rosa Foreste	→ Monte Tovo (VC) -> 170 ettari
→ Vallone D'Otro - Alagna (VC)	→ Consorzio d'Otro	→ Vallone D'Otro - Alagna (VC) -> 80 ettari
→ Comunelli di Ferriere (PC)	→ Faggio Rosso	→ Comunelli di Ferriere (PC) -> 5.060 ettari
→ Comunalie Parmensi (PR)	→ Consorzio dei Comunelli	→ Comunalie Parmensi -> 134,61 ettari
→ Valchiusella (TO)	→ Consorzio delle Comunalie	→ Valchiusella -> 100 ettari
5	→ Consorzio Forestale del Canavese	
	6	

TON/ANNO CO ₂ STIMATI	TON/ANNO CO ₂ STIMATI A PARTIRE DAL 2023	TON/ANNO CO ₂ CERTIFICATI ALLA DATA DI PUBBLICAZIONE DEL PRESENTE DOCUMENTO
→ Monte Tovo (VC) 1.500 Ton/anno CO ₂	→ Valchiusella (TO) 2.500 ton anno CO ₂	→ Comunalie Parmensi (PR) 7.388,26 ton anno CO ₂
→ Vallone D'Otro-Alagna (VC) 500 Ton/anno CO ₂		
→ Comunelli di Ferriere (PC) 8.000 Ton/anno CO ₂		

VIS (Valutazione Impatto Sociale) PROGETTO ALTA VAL DI TARO

Armonizzando aspetti ambientali, sociali ed economici, (RI)GENERIAMO cerca di promuovere un nuovo modello nell'ambito delle politiche volontarie di **riduzione delle emissioni di CO₂** delle aziende, promuovendo nel contempo il **turismo sostenibile** e l'incremento della biodiversità.

Insieme ai partner locali si è resa protagonista della creazione di opportunità di salvaguardia e tutela ambientale, sviluppo economico e sociale nei territori del Vallone d'Otro (Alagna VC), Monte Tovo (VC) e Comunelli di Ferriere (PC). Nel 2022 **(RI)GENERIAMO** ha collaborato con **Leroy Merlin** e il Gruppo PEFC **Consorzio Comunalie Parmensi** alla realizzazione di un nuovo progetto di tutela della biodiversità, potenziamento dell'impatto sociale ed economico nel territorio della **Alta Val di Taro** nel parmense.

In questo progetto il **Consorzio Comunalie Parmensi** si è dedicata alla **Gestione Forestale Sostenibile**, ovvero si è occupata di selvicoltura sostenibile con l'obiettivo di mantenere la biodiversità, la produttività, la capacità di rinnovazione, la vitalità e le potenzialità di funzioni ecologiche, economiche e sociali senza comportare danni ad altri ecosistemi. Nello specifico due sono state le attività messe in campo dal Consorzio: a) **allungamento del turno degli alberi** (castagni e faggi); b) **diradamento impianto di conifere**. A trarre beneficio da queste azioni sono stati diversi stakeholder, oltreché l'ecosistema ambientale e sociale locale. Per dimostrare questo (RI)GENERIAMO, oltre a sostenere attività volte a ridurre dell'emissione di CO₂ e tutelare l'ambiente in modo sostenibile, si è impegnata in un percorso sperimentale volto ad individuare processi e metodologie in grado di **rilevare il cambiamento** generato nel territorio di riferimento del Consorzio, sia in ambito ambientale che sociale, al fine di validare nei principi un modello di rilevazione trasferibile e replicabile in altri contesti.

Per farlo si è avvalso della Theory of change (TOC), una specifica metodologia utilizzata in ambito sociale, che eredita dalla sociologia elementi di analisi quali-quantitativi, per rilevare la sostenibilità di un'azione e i cambiamenti generati nel medio-lungo periodo. Nello specifico è stato validato un processo di sviluppo "a fasi", che possiamo così sintetizzare:

- analisi dei bisogni e del contesto**, per individuare e rilevare il bisogno del cambiamento e le aree di impatto;
- individuazione degli stakeholder**, da un alto al fine di rilevare gli attori sulla quale l'azione ha prodotto un cambiamento, dall'altro per coinvolgerli in processo partecipato di rilevazione e monitoraggio dell'impatto generato;
- applicazione della **Catena del Valore**;
- definizione dei **KPI-Key Performance Indicators**;
- valutazione dell'**impatto sociale**.

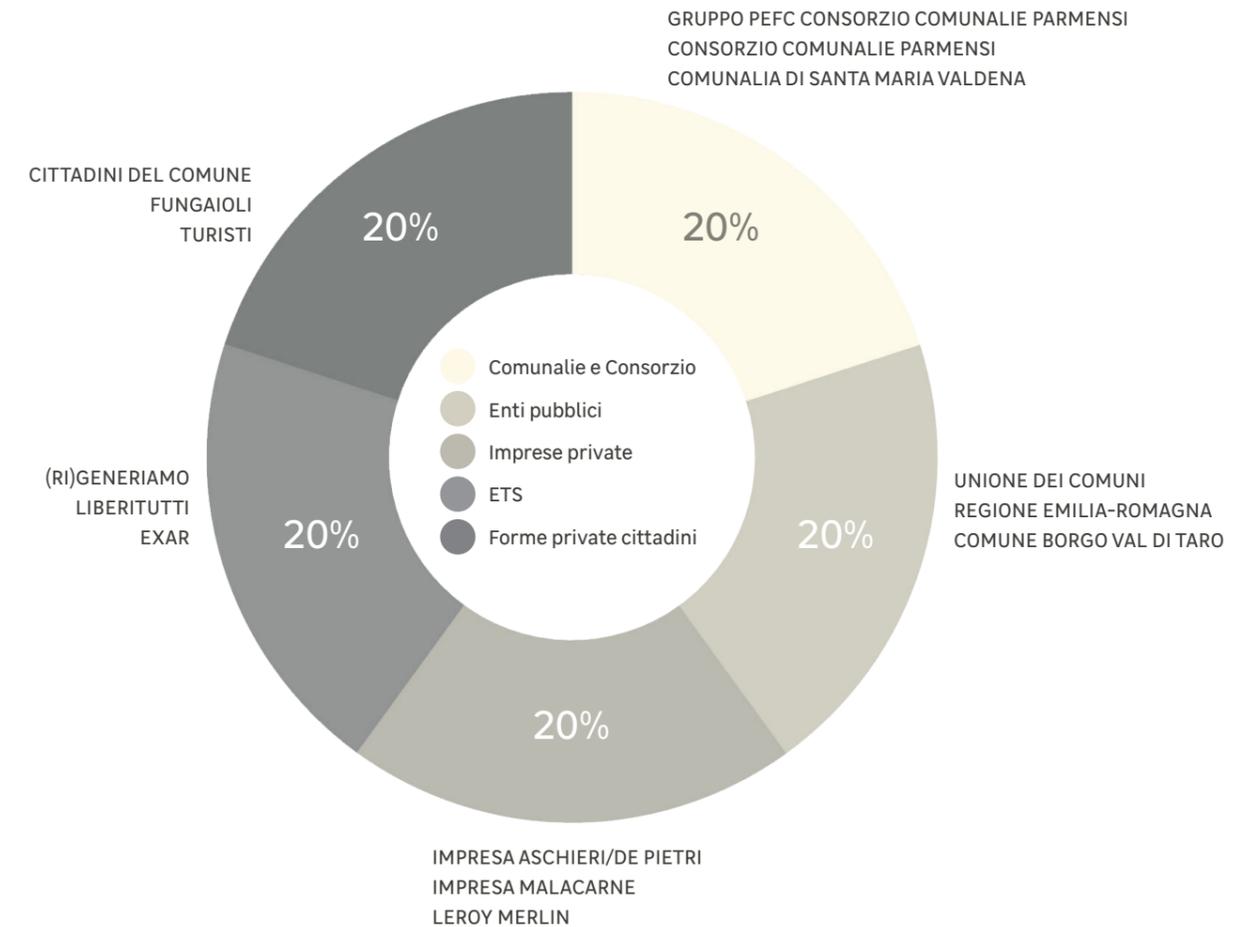
Stakeholder in sintesi

La mappatura degli stakeholder ha permesso di determinare gli attori principali sui quali il progetto ha avuto ricadute, dirette o indirette. Oltre alle realtà mappate, si è tenuto in considerazione che le attività collegate al progetto hanno impattato anche:

- a. l'**ecosistema** naturale locale (impatto diretto)
- b. la **comunità** nel suo complesso (impatto diretto e indiretto)
- c. le **imprese** locali (impatto indiretto).

Questi tre sono macro-stakeholder, cluster di portatori di interessi che, anche indirettamente, beneficiano dell'azione locale prodotta. Nel caso dell'ecosistema naturale locale l'impatto è diretto, biodiversità e salvaguarda dell'ambiente sono stati tutelati con un'azione che avrà ricaduta anche nel medio-lungo periodo. Anche la comunità locale ha tratto evidenti benefici, indiretti e diretti, dalle azioni messe in campo, che a pioggia hanno riversato benefici sulle componenti della società civile e su tutti e cinque gli obiettivi di impatto individuati (**SDGS: 8,11,12,13,15**).

Qui la comunità locale è intesa quindi come l'insieme di tutti gli attori pubblici e privati in forma singola o associata. Infine le attività hanno permesso di portare nuovo capitale economico nel mercato locale, alimentando indirettamente gli acquisti locali (e non) sostenendo il turismo nella Valle.



16 DIFFERENTI PORTATORI DI INTERESSI MAPPATI

5 DIFFERENTI CLUSTER DI STAKEHOLDER HANNO TRATTO BENEFICIO DALL'AZIONE PRODOTTA*

7 PORTATORI DI INTERESSI SULLA QUALE L'ATTIVITÀ HA AVUTO UNA RICADUTA DIRETTA

9 PORTATORI DI INTERESSI SULLA QUALE L'ATTIVITÀ HA AVUTO UNA RICADUTA INDIRETTA

+100 NUMERO DI PERSONE CHE HANNO TRATTO IN MODO DIRETTO BENEFICIO DALLE ATTIVITÀ MESSE IN CAMPO

Metodologia e raccolta dati

Per analizzare e prevedere l'impatto generato sul territorio e sugli stakeholder coinvolti nel breve-medio e lungo periodo, è stata adoperata la **Teoria del cambiamento (TOC)**, ricostruendo la **Catena del Valore** delle attività che prevede: individuazione attività messe in campo, identificazione **output**, identificazione **outcome** e dell'**impatto sociale**. Questo ha permesso di individuare i Key Performance Indicators (KPI) e gli strumenti di raccolta dati. I KPI sono stati costruiti seguendo la regola **SMART** per la loro individuazione: **Specifici, Misurabili, Accessibili, Rilevanti, Tempo-definiti**.

6 INTERVISTE EFFETTUATE

2 FOCUS GROUP

1 ANALISI DESK

5 STAKEHOLDER COINVOLTI NELLA VALUTAZIONE

I dati e il confronto metodologico sono stati individuati attraverso un'analisi desk, un'analisi di benchmarking, la conduzione di 6 interviste semi-strutturate a 3 diversi stakeholder e 2 focus group.

*(pubblico, privato, ETS, privati cittadini, Comunale)

Descrizione delle attività messe in campo

Le attività di selvicoltura sostenibile svolte nell'Alta Val di Taro sono state principalmente due:

- a. **diradamento** di un impianto conifero;
- b. **allungamento** del turno degli alberi;

L'intervento è stato praticato su un'area boschiva di **5 ettari**, le piante abbattute sono state circa il **30%**. Il materiale non commerciabile è stato asportato riducendo la necromassa presente nel sottobosco, mentre si è provveduto ad un graduale rilascio di cippato di ramaglie. Sono stati rimossi i rifiuti non organici presenti nel bosco ed è stata effettuata la manutenzione di un sentiero escursionistico. Infine i cimeli sono stati cippati (cime degli alberi sono state ridotte in scaglie) e il legname trasformabile in pallet è stato venduto.

Descrizione dell'impatto generato (outcome e impatto)

Da un punto di vista ambientale gli **outcome** diretti di queste azioni hanno permesso nel breve-medio periodo di:

- **ridurre la possibilità di crollo degli alberi** a causa del vento;
- **ridurre drasticamente il rischio di incendi nel bosco** (questa azione ha determinato la generazione dei crediti carbone poi vendute dal Consorzio delle comunali);
- **ripristinare il sottobosco** privo di agenti inquinanti e di scarto non organico presenti;
- **ridurre l'utilizzo del combustibile fossile**, in quanto si incentiva l'utilizzo di energia rinnovabile;
- **ridurre la CO₂ in atmosfera**, la trasformazione del legname in pallet permette lo stoccaggio durevole della CO₂;

La somma degli outcome si prevede avranno un **impatto** nel lungo termine sia per quanto riguarda l'**ambiente**, la **società** e l'**economia locale**. Infatti le attività messe in campo, in linea con l'**Agenda per lo Sviluppo Sostenibile 2030**, puntano a contribuire a sviluppare in modo sostenibile 4 dei 17 Sustainable Development Goals (SDGS). In particolare le azioni hanno un impatto rilevato:

- **Obiettivo 15**, proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre;
- **Obiettivo 13**, promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico;
- **Obiettivo 12**, garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.
- **Obiettivo 11**, rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili;
- **Obiettivo 8**, concepire e implementare entro il 2030 politiche per favorire un turismo sostenibile che crei lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali.

Figura. Analisi dimensione di impatto attività

FOCUS TEMATICO	SDGs	SFIDA SOCIALE	N°	DESCRIZIONE
Ambiente		Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre	15.1	Garantire la conservazione, il ripristino e l'utilizzo sostenibile degli ecosistemi di acqua dolce terrestri e dell'entroterra nonché dei loro servizi, in modo particolare delle foreste, delle paludi, delle montagne e delle zone aride, in linea con gli obblighi derivanti dagli accordi internazionali
			15.2	Promuovere una gestione sostenibile di tutti i tipi di foreste, arrestare la deforestazione, ripristinare le foreste degradate e aumentare ovunque, in modo significativo, la riforestazione e il rimboschimento
			15.4	Garantire la conservazione degli ecosistemi montuosi, incluse le loro biodiversità, al fine di migliorarne la capacità di produrre benefici essenziali per uno sviluppo sostenibile
			15.5	Intraprendere azioni efficaci ed immediate per ridurre il degrado degli ambienti naturali, arrestare la distruzione della biodiversità e proteggere le specie a rischio di estinzione
				Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico
13.3	Migliorare l'istruzione, la sensibilizzazione e la capacità umana e istituzionale per quanto riguarda la mitigazione del cambiamento climatico, l'adattamento, la riduzione dell'impatto e l'allerta tempestiva			
Produzione sostenibile		Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo	12.2	Raggiungere la gestione sostenibile e l'utilizzo efficiente delle risorse naturali
			12.8	Informazioni rilevanti e la giusta consapevolezza dello sviluppo sostenibile e di uno stile di vita in armonia con la natura
			12.b	Sviluppare e implementare strumenti per monitorare gli impatti dello sviluppo sostenibile per il turismo sostenibile, che crea posti di lavoro e promuove la cultura e i prodotti locali
Società		Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili	11.4	Potenziare gli sforzi per proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale del mondo
			11.a	Supportare i positivi legami economici, sociali e ambientali tra aree urbane, periurbane e rurali
Economia		Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti	8.9	Concepire e implementare entro il 2030 politiche per favorire un turismo sostenibile che crei lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali

Dal punto di vista ambientale nel lungo termine ci si attende che l'intervento possa portare:

- all'aumento della **diversità faunistica** (macrofauna e mesofauna del suolo);
- all'aumento della **vegetazione erbaceo arbustiva**;
- all'aumento della **diversità micologica** entro i prossimi cinque anni;
- alla creazione di **nuovi habitat**;
- ad una corretta tutela e **salvaguardia del bosco**;
- al miglioramento della **qualità dell'aria** e riduzione degli agenti atmosferici inquinanti;

Dal punto di vista sociale ed economico, l'impatto più evidente che emerge dai focus group e dalle interviste condotte, è legato al reinvestimento degli introiti derivati della vendita dei Crediti Carbone da parte della Comunalità di Santa Maria Valdena sulla comunità locale. Gli introiti infatti vengono messi in circolo al fine di supportare lo sviluppo di attività locali che hanno un forte impatto sociale. A titolo esemplificativo tra queste, negli ultimi anni, troviamo:

- **pulitura di castagneto invecchiato** (a totale carico della Comunalità);
- **asfaltatura di alcuni tratti di strada** principale che sale dalla frazione ai boschi della Comunalità;
- **sponsorizzazione della app "Bosco sicuro Val Taro"** creata dal Consorzio Comunalie in collaborazione con la Protezione civile;
- **sistemazione di alcune piste forestali** interne;
- **donazioni** ai Vigili del Fuoco e all'assistenza pubblica.
- **attività di ricerca e sviluppo** (es. LIFE CO2PEFANDPES)

Inoltre l'aumento generale del **valore del bosco** dovuto agli interventi messi in atto, riduce parte dei costi vivi per gli abitanti locali che possono avere più funghi a disposizione e più legna. Dalle interviste condotte tra alcuni degli stakeholder coinvolti, emerge inoltre un riscontro positivo per quanto riguarda un generale e positivo **impatto sull'economia locale** in modo diffuso e un aumento dell'**attrattività turistica**.

IMPATTO AMBIENTALE SPECIFICO

BREVE MEDIO TERMINE

-  RIDUZIONE CROLLO ALBERI
-  RIDUZIONE INCENDI
-  RIDUZIONE CO₂
-  PULIZIA DEL BOSCO E SENTIERO

LUNGO TERMINE

-  AUMENTO DIVERSITÀ FAUNISTICA
-  AUMENTO VEGETAZIONE
-  AUMENTO DIVERSITÀ MICOLOGICA
-  NUOVI HABITAT

IMPATTO AMBIENTALE SPECIFICO

BREVE MEDIO TERMINE

-  RIDUZIONE UTILIZZO COMBUSTIBILE FOSSILE

LUNGO TERMINE

-  SALVAGUARDIA DEL BOSCO
-  MIGLIORE QUALITÀ DELL'ARIA

IMPATTO SOCIO-ECONOMICO SPECIFICO

-  AUMENTO VALORE BOSCO
-  SVILUPPO ATTIVITÀ CHE HANNO IMPATTO PER LA COMUNITÀ
-  MAGGIORE ATTRATTIVITÀ TURISTICA
-  RIDUZIONE COSTI VIVI PER RESIDENTI LOCALI

-  INCREMENTO ATTIVITÀ ECONOMICA LOCALE GENERALE
-  CRESCITA CULTURALE DELLA COMUNITÀ SUL TEMA IMPATTO AMBIENTALE, SOSTENIBILITÀ E TUTELA DEL PATRIMONIO ECOLOGICO LOCALE

Sviluppi futuri

Nel prossimo futuro (RI)GENERIAMO intende investire su alcune prospettive di sviluppo in grado di rafforzare l'operato.

Tra queste:

- applicazione della **blockchain** ai crediti carbonio. Questa operazione ha un elevato tasso di innovazione, permetterebbe di legare indissolubilmente un credito a un progetto, così facendo aiuterebbe le aziende a generare rapporti ambientali trasparenti;
- **replicazione del modello di valutazione d'impatto** sociale a promessi interventi di (RI)GENERIAMO;
- maggiore incisività e propensione allo **sviluppo di attività sociali** con forte ricaduta diretta sulle persone e sulla comunità.

A titolo esemplificativo si menzionano: attività di diffusione dei risultati, seminari, workshop, visite guidate nel bosco, trekking alla scoperta della flora, giornate di sensibilizzazione ecc.



Conclusioni

L'obiettivo principale di (RI)GENERIAMO è stato quello di validare e applicare un **modello metodologico** in grado di rilevare l'impatto sociale generato dai servizi ecosistemici forestali sostenuti e messi in campo. Per fare questo (RI)GENERIAMO si è avvalso della Theory of change (TOC), una specifica metodologia utilizzata in ambito sociale, che eredita dalla sociologia elementi di analisi quali-quantitativi, per rilevare la sostenibilità di un'azione e i cambiamenti generati nel medio-lungo periodo. La sperimentazione del modello VIS è stata applicata su un progetto di tutela della biodiversità in Alta Val di Taro che ha visto tra i principali protagonisti, oltre (RI)GENERIAMO, **Leroy Merlin** e il Gruppo PEFC **Consorzio Comunalie Parmensi**.

I dati e le informazioni utili alla ricostruzione della Catena del Valore d'impatto sono stati individuati attraverso un'analisi desk, un'analisi di benchmarking, la conduzione di 6 interviste semi-strutturate a 3 diversi stakeholder e 2 focus group. Infine è stata condotta una giornata di restituzione dei dati e dell'impianto metodologico applicato: sono stati coinvolti nella giornata i principali stakeholder.

L'intervento in Alta Val di Taro ha avuto e registrato un potenziale impatto in linea con 5 dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile individuati dall'Organizzazione delle Nazioni Unite. Nel dettaglio: **Obiettivo 15**, proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre; **Obiettivo 13**, promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico; **Obiettivo 12**, garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo; **Obiettivo 11**, rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili; **Obiettivo 8**, concepire e implementare entro il 2030 politiche per favorire un turismo sostenibile che crei lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali.

Dal punto di vista sociale ed economico, l'impatto più evidente che emerge dai focus group e dalle interviste condotte, è legato al **reinvestimento degli introiti** derivati della vendita dei Crediti Carbone da parte della Comunalìa di Santa Maria Valdena sulla **comunità locale**. Gli introiti infatti vengono messi in circolo al fine di supportare lo sviluppo di attività locali che hanno un forte impatto sociale.

Inoltre, attraverso le interviste, è emerso un potenziale impatto socio-economico sul medio-lungo termine che riguarda: **l'aumento del valore del bosco**, una maggiore **attrattività turistica**, la **riduzione dei costi** vivi per i residenti locali, l'incremento dell'attività **economica locale** e infine la **crescita culturale** della comunità sul tema impatto ambientale, sostenibilità e tutela del patrimonio ecologico locale.

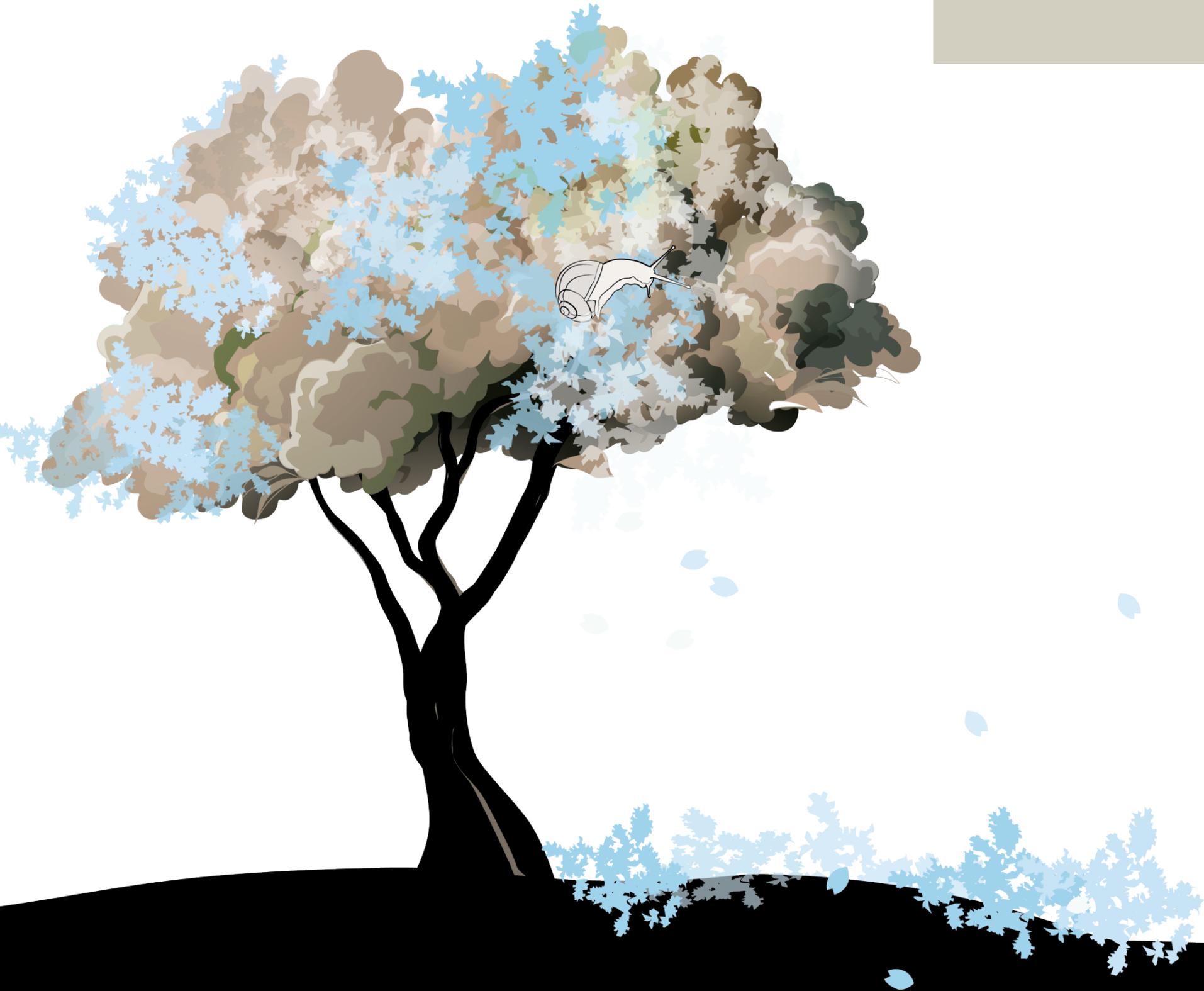
(RI)GENERIAMO, nel prossimo futuro, intende **replicare il modello** di valutazione d'impatto sperimentato in Alta Val Di Taro per evidenziare i benefici economici e sociali che un servizio di ecosistemico forestale può produrre su una comunità locale. Intende utilizzare il sistema della blockchain per rafforzare la provenienza e il processo di emissione dei crediti di carbonio.

La **blockchain** offre infatti il potenziale per legare indissolubilmente un credito a un progetto, riportando con certezza i termini dei progetti realizzati, rendendoli tracciabili e con un impatto misurabile sull'ambiente e sulle comunità che li compongono. Infine (RI)GENERIAMO intende operare con maggiore incisività e propensione allo **sviluppo di attività sociali** con forte ricaduta diretta sulle persone e sulla comunità.

4.4 SINTESI PROGETTI E OBIETTIVI 2022

NOME PROGETTO	DESCRIZIONE	DETTAGLIO	DATA INIZIO	DATA FINE		
GENERATELIER	Una rete di sartorie sociali realizza prodotti per l'arredo tessile casa partendo anche da recuperi di produzione.	Cuscini	Settembre 2022	Dicembre 2022		
		"Riparazioni Solidali"	Giugno 2022	In corso		
		PIANO 2023				
		→ Diffusione su rete LMI "Riparazioni Solidali"	Gennaio 2023			
TERRA INCLUSIVA	Produzione di piante aromatiche attraverso l'integrazione di persone fragili con disabilità mentali e psichiche.	Produzione succulente Capodarco	Non attivato	Dicembre 2023		
		Verifica fattibilità con altre Cooperative	Non attivato			
		PIANO 2023				
		→ Avvio test e verifica fattibilità produzione vivaistica di alberi autoctoni per piantumazioni	Marzo 2023			
I FORMIDABILI	Fornitura di servizi per l'integrazione e accompagnamento lavorativi di persone con disabilità.	Formazione Store Leroy Merlin e attivazione tirocini	1 gennaio 2022	1 dicembre 2022		
		Cura del verde	Attivazione contratti da gennaio 2021			
		Makers Caffè	Attivazione due contratti su Carugate e Assago	In corso		
		Bricocenter	Settembre 2022	In corso		
		ATTIVITÀ 2023				
		→ Formazione Leroy Merlin	Gennaio 2023	Dicembre 2023		
		→ Formazione e accompagnamento Bricocenter	Gennaio 2023	Dicembre 2023		
		→ Formazione e accompagnamento Norauto	Marzo 2023	Dicembre 2023		
		→ Cura del verde	Gennaio 2023	Dicembre 2023		
		→ Social TV "I FormidAbili"	Marzo 2023	Febbraio 2024		
		→ "I FormidAbili Lab", test Torino e Roma	Maggio 2023			
		ENERGIA DEL BOSCO	"L'Energia del Bosco" è il primo progetto in Italia a introdurre un accordo decennale dove la gestione forestale è finalizzata non solo a produrre legname ma anche a sviluppare servizi ecosistemici forestali che hanno come obiettivo la riduzione delle emissioni di CO ₂ da parte delle aziende oltre che promuovere il turismo sostenibile e incrementare la biodiversità, creando un valore condiviso a beneficio del territorio e delle comunità locali.	Monte Tovo	Ottobre 2021	In corso
				Vallone d'Otro	Ottobre 2021	In corso
Comunelli di Ferriere	Ottobre 2021			In corso		
COMUNALIE PARMENSI	Gennaio 2022			In corso		
Consorzio Canavese	Dicembre 2022			In corso		
Valli di Lanzo	Novembre 2021			Abbandonato		
PIANO 2023						
→ Ampliamento Comunale	Aprile 2023					
→ Individuazione nuovo progetto	Giugno 2023					
→ Attivazione sistema block chain per la tracciabilità dei crediti	Giugno 2023					
NUOVE PROGETTUALITÀ		→ Catalogo digitale	Giugno 2023	Dicembre 2023		
		Lab for Change	Marzo 2023			

CAPITOLO 5
IL NOSTRO IMPATTO
AMBIENTALE



5.1 BILANCIO CO₂

(RI)GENERIAMO ha deciso, anche per l'anno 2022, di valutare 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 (emissioni **Scope 1**, secondo la categorizzazione del GHG Protocol definito da WRI-World Resources Institute e WBCSD-World Business Council for Sustainable Development), 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 commercializzata, ai trasporti casa - lavoro - casa dei propri collaboratori e del personale dei partner coinvolti nelle attività di produzione.

I dati legati alle emissioni Scope 1 e Scope 2 sono frutto di calcoli legati a stime sui consumi per ore lavorate. Quelli legati alle emissioni Scope 3 sono caratterizzati da una provenienza molto più articolata che, come accennato precedentemente, sono frutto di reportistica prodotta dai partner di produzione.

Come si evince dalla tabella della pagina successiva, nel 2022 si è registrata una **diminuzione molto consistente delle emissioni totali** (scese da 9 a 4 tonnellate di CO₂), dovuta interamente alla riduzione delle emissioni Scope 3.

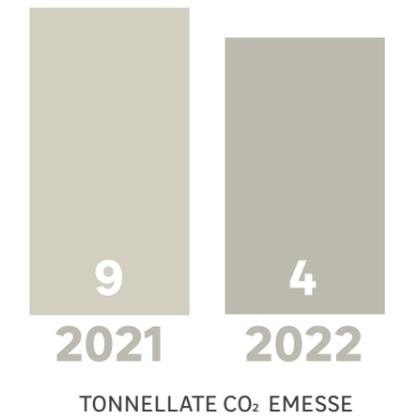
Il motivo, in estrema sintesi, è che la quantità di merce commercializzata si è molto ridotta rispetto al 2021, comportando un abbattimento molto significativo delle emissioni collegate ai trasporti.

Allo stesso tempo **è cresciuto invece l'impatto positivo derivante dal progetto "L'Energia del Bosco"**, grazie al quale **sono notevolmente aumentate** (da 6 a quasi 7,5 tonnellate di CO₂) **le emissioni stornate** grazie alle **compensazioni** che il progetto ha appunto permesso di realizzare.

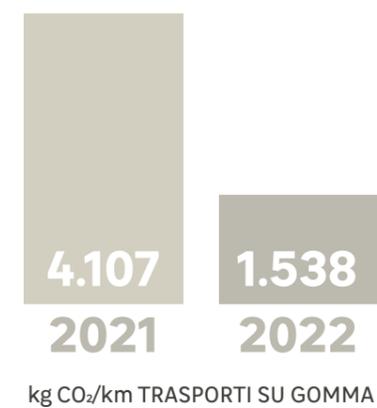
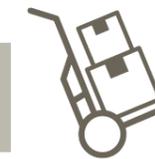


INDICATORI CO ₂	UNITÀ DI MISURA	2020	2021	2022
EMISSIONI				
Scope 1				
Consumo Gas Naturale	kg	0	0	0
Perdite da circuiti di condizionamento (R410a)	kg	0	0	0
Totale Scope 1	kg	0	0	0
Scope 2				
Consumo energia attività (RI)GENERIAMO	kg	256	439	455
Totale Scope 2	kg	256	439	455
Scope 3				
TRASPORTI FORNITORI - DEPOSITI				
Km totali percorsi nell'anno su gomma	kg	4.413	4.107	1.538
TRASFERIMENTO LAVORATORI CASA-LAVORO-CASA				
Trasferimento con mezzi pubblici (casa-lavoro-casa)	kg	359	93	62
TRASFERTE DI LAVORO				
Spostamento del Personale in Aereo	kg	1.088	-	-
Spostamento del Personale in Treno	kg	114	251	-
Spostamento del personale in auto	kg	758	1.486	840
Totale trasferte lavoro	kg	1.960	1.737	840
CONSUMO ENERGIA IN FASE DI PRODUZIONE				
Consumo energia laboratori GENERATELIER	kg	856	1.764	234
GESTIONE RIFIUTI				
Misti	kg	0	0	0
Carta/Cartone	kg	0	0	0
Plastica	kg	0	0	0
Legno	kg	0	0	0
Inerti	kg	0	0	0
Totale gestione rifiuti	kg	0	0	0
MATERIALI DI CONSUMO				
Totale carta	kg	841	829	152
Totale plastica	kg	120	0	852
Totale tessuti	kg	75	0	50
Totale materiali di consumo	kg	1.036	830	1.054
Totale Scope3	kg	8.624	8.531	3.728
Totale emissioni CO₂	ton	9	9	4
Totale emissioni CO₂ stornate da compensazioni	ton	6,12	6,03	7.384,09

Diminuzione di 5 ton CO₂

TONNELLATE CO₂ EMESSE

Ottimizzazione delle trasferte

kg/CO₂ TRASFERTEkg CO₂/km TRASPORTI SU GOMMA

Ottimizzazione dei processi logistici

CAPITOLO 6
IL NOSTRO IMPATTO
ECONOMICO



6.1 IL CONTO ECONOMICO

L'attività economica di (RI)GENERIAMO per l'anno 2022 si è concentrata sui progetti descritti nei capitoli precedenti. Di seguito riportiamo, estrapolato dal bilancio civilistico di (RI)GENERIAMO, il conto economico abbreviato.

	31/12/2022	31/12/2021
A) Valore della produzione		
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	219.728	184.097
5) altri ricavi e proventi	-	-
altri	20	-
Totale altri ricavi e proventi	20	-
Totale valore della produzione	219.748	184.097
B) Costi della produzione		
6) per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	4.741	62.760
7) per servizi	188.831	110.038
8) per godimento di beni di terzi	1.610	1.608
13) altri accantonamenti	1.190	-
14) oneri diversi di gestione	2.563	899
Totale costi della produzione	198.934	175.305
Differenza tra valore e costi della produzione (A-B)	20.814	8.792
C) Proventi e oneri finanziari		
17) interessi e altri oneri finanziari	-	-
altri	403	384
Totale interessi e altri oneri finanziari	403	384
Totale proventi e oneri finanziari (15+16-17+-17-bis)	(403)	(384)
Risultato prima delle imposte (A-B+-C+-D)	20.411	8.408
20) imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate		
imposte correnti	5.644	1.936
Totale delle imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate	5.644	1.936
21) Utile (perdita) dell'esercizio	14.767	6.472

Fonte: Bilancio Civilistico (RI)GENERIAMO al 31 dicembre 2022

Per maggiori dettagli si rimanda alla Nota Integrativa di Bilancio 2022.

6.2 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 2022 il valore economico generato è stato di **€ 234.515** ed è stato così ripartito:

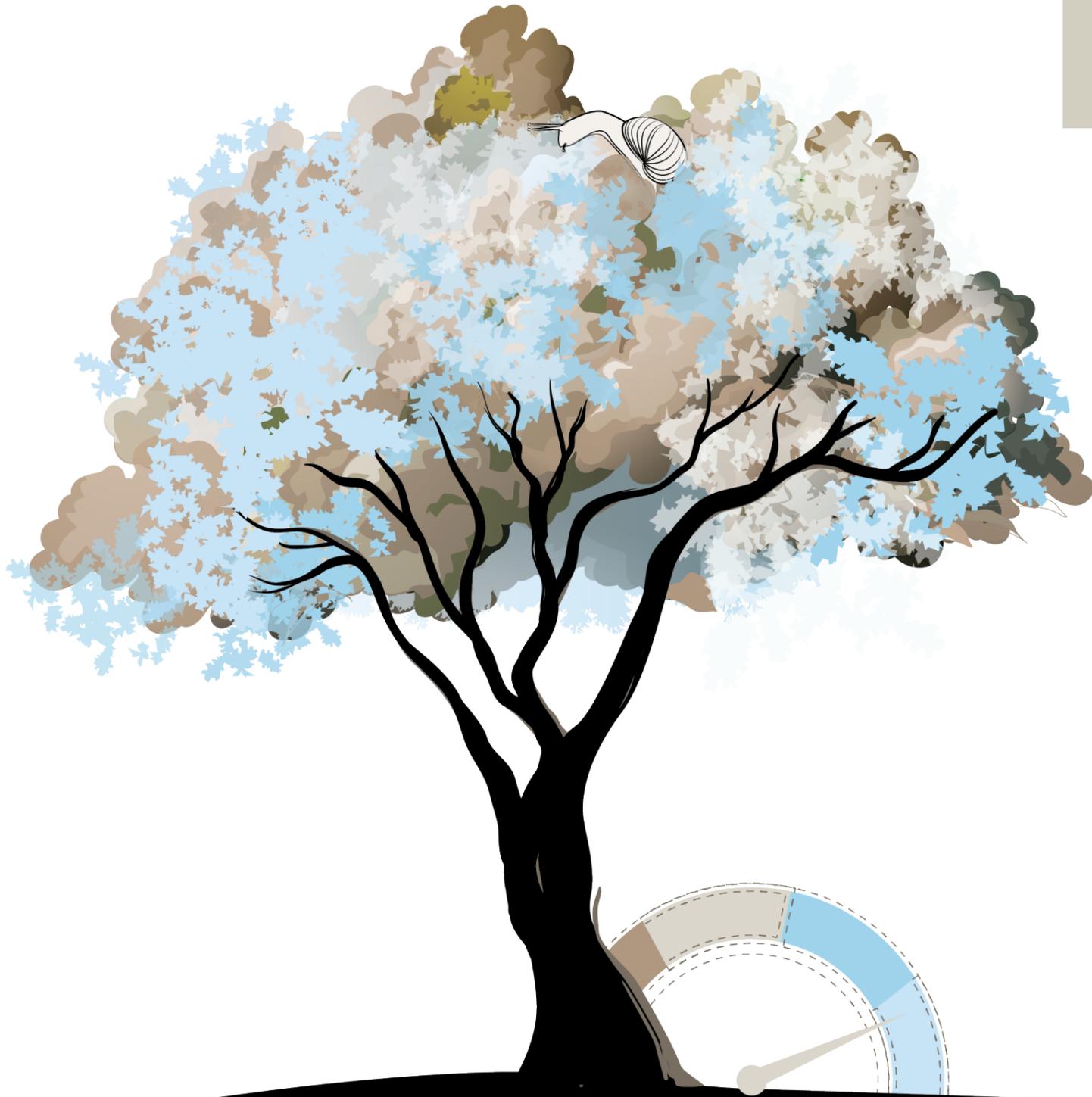
Valore economico generato	€ 234.515
Ricavi	€ 219.728
Altri ricavi	€ 20
Proventi Finanziari	€ -
Utile (Perdita) da attività non correnti destinate alla vendita	€ 14.767
Valore economico distribuito	€ 204.981
Costi operativi (acquisti, servizi, investimenti)	€ 185.934
Remunerazione dipendenti	€ -
Remunerazione degli azionisti	€ -
Remunerazione dei finanziatori	€ 403
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	€ 5.644
Liberalità esterne e sponsorizzazioni	€ 13.000
Valore economico trattenuto	€ -
Ammortamenti, svalutazioni e rettifiche	€ -
Autofinanziamento	€ -

Fonte: Bilancio Civilistico (RI)GENERIAMO al 31 dicembre 2022

Gli utili saranno investiti in progetti rinunciando alla loro ripartizione.

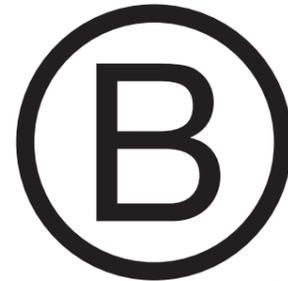
CAPITOLO 7

CERTIFICAZIONE
BCORP



7.1 LA NOSTRA VALUTAZIONE D'IMPATTO: CERTIFICAZIONE B CORP

Certificazione



Corporation

La certificazione B Corp indica che un'azienda soddisfa standard elevati di prestazioni verificate, responsabilità e trasparenza su fattori derivanti da benefici per i dipendenti e donazioni di beneficenza alle pratiche della catena di approvvigionamento e ai materiali di input.

Riportiamo quanto descritto sul sito B Corp (<https://www.bcorporation.net/en-us>)

Per ottenere la certificazione, un'azienda deve:

- dimostrare **elevate prestazioni sociali e ambientali** ottenendo un punteggio di valutazione dell'impatto B di 80 o superiore e superando la nostra revisione del rischio.
- assumere un **impegno legale** modificando la loro struttura di governo societario in modo che sia responsabile nei confronti di tutte le parti interessate, non solo degli azionisti, e ottenere lo status di società a beneficio se disponibile nella loro giurisdizione.
- mostrare **trasparenza** consentendo alle informazioni sulle loro prestazioni misurate rispetto agli standard di B Lab di essere pubblicamente disponibili sul loro profilo B Corp sul sito Web di B Lab.

La certificazione B Corp è olistica, non focalizzata esclusivamente su una singola questione sociale o ambientale. E il processo per ottenere e mantenere la certificazione è rigoroso e richiede il coinvolgimento di team e dipartimenti in tutta l'azienda.

Tenendo conto delle dimensioni e del profilo dell'azienda, la verifica implica la documentazione del **modello di business** dell'azienda e le informazioni sulle operazioni, la struttura e i vari processi di lavoro, nonché l'esame di potenziali reclami pubblici e possibili visite in loco. La **ricertificazione**, che viene effettuata ogni tre anni dalla prima certificazione, conferma che questi standard continuano a essere soddisfatti su base continuativa.

I risultati presentati in questo capitolo si riferiscono al secondo anno di attività di (RI)GENERIAMO, cioè il 2022, e sono stati verificati secondo il processo sopra descritto. I dati dell'assessment relativo al 2022, come specificamente previsto dalla procedura di **B Lab**, non sono stati oggetto di audit da parte dello stesso B Lab (come era stato invece per i dati dell'assessment relativo al 2021, in conseguenza del quale (RI)GENERIAMO aveva ottenuto la certificazione B Corp). La prossima verifica audit è prevista a marzo 2025.

Sulla base della valutazione di impatto B relativamente al 2022, (RI)GENERIAMO S.r.l. - Società Benefit ha ottenuto un punteggio complessivo di 119,6.



Governance: 19,5

La governance valuta la **missione** complessiva di un'azienda, l'**impegno** rispetto al suo impatto sociale/ambientale, l'**etica** e la **trasparenza**.

Questa sezione valuta anche la capacità di un'azienda di proteggere la propria missione e di considerare formalmente le parti interessate nel processo decisionale attraverso la propria struttura aziendale (ad es. società di beneficenza) o documenti di governo aziendale.



Comunità: 68,4

Community valuta il coinvolgimento e l'**impatto di un'azienda sulle comunità** in cui opera, assume e da cui proviene.

Gli argomenti includono diversità, equità e inclusione, impatto economico, impegno civico, donazioni di beneficenza e gestione della catena di approvvigionamento.

Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati per affrontare problemi specifici orientati alla comunità, come l'alleviamento della povertà attraverso l'approvvigionamento o la distribuzione del commercio equo tramite microimprese, modelli di cooperative di produttori, sviluppo economico incentrato a livello locale e impegni formali di beneficenza.

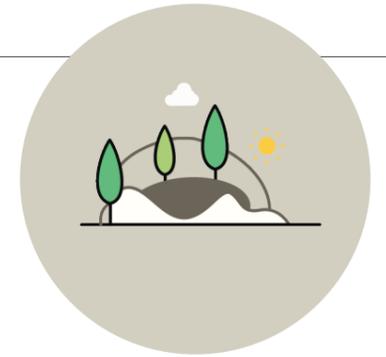


Ambiente: 25,4

L'ambiente valuta le pratiche complessive di **gestione ambientale** di un'azienda, nonché il suo **impatto su aria, clima, acqua, territorio e biodiversità**.

Ciò include l'impatto diretto delle operazioni di un'azienda e, ove applicabile, della sua catena di approvvigionamento e dei canali di distribuzione. Questa sezione riconosce anche le aziende con processi produttivi innovativi dal punto di vista ambientale e quelle che vendono prodotti o servizi che hanno un impatto ambientale positivo.

Alcuni esempi potrebbero includere prodotti e servizi che creano energia rinnovabile, riducono il consumo o gli sprechi, preservano la terra o la fauna selvatica, forniscono alternative meno tossiche al mercato o istruiscono le persone sui problemi ambientali.



Clienti 6,2

Clienti valuta la gestione dei propri clienti da parte di un'azienda attraverso la **qualità** dei suoi prodotti e servizi, il **marketing etico**, la **privacy** e la **sicurezza dei dati** e i **canali di feedback**. Inoltre, questa sezione riconosce i prodotti o servizi progettati per affrontare un particolare problema sociale per o tramite i suoi clienti, come prodotti sanitari o educativi, prodotti artistici, servire clienti/clienti svantaggiati e servizi che migliorano l'impatto sociale di altre aziende o organizzazioni.



Un'azienda con un modello di business a impatto è progettata intenzionalmente per creare un risultato positivo specifico per uno dei suoi stakeholder, come i lavoratori, la comunità, l'ambiente o i clienti.

CAPITOLO 8

I NOSTRI INDICATORI DI PERFORMANCE



INDICATORI PERFORMANCE AMBIENTALE	UNITÀ DI MISURA	2020	2021	2022	RIF. SDGS 2030	RIF. GRI 4	NOTE
CONSUMI							
Consumo elettricità attività (RI)GENERIAMO	kWh	394	676	700	7	EN3	Calcolo effettuato su una media di 8 ore per 26 giorni lavorativi per 12 mesi di attività + call mensili CDA. Consumo medio PC stimato 0,25 kWh.
Consumo elettricità produzione (RI)GENERIAMO	kWh	2.494	2.714	360	7		Calcolo effettuato sulle ore di lavoro presso i laboratori di sartoria
Consumo Gas Naturale	m³	0	0	0	7	EN4	
Perdite da circuiti di condizionamento R410a	kg	0	0	0	7	EN4	
Consumo Acqua	m³	0	0	0	6	EN8	
TRASPORTO							
Distanza Fornitori / Depositi / negozi (per consegne dirette)	km	4726	4667	1748	13	EN30	Calcolo effettuato su distanza tra i laboratori - Euromarketing (pallbox) - Deposito di Castel San Giovanni (PC) - negozi LMI per consegne dirette
km stimati per trasporto personale coinvolto nella lavorazione	km	3000	1140	750	13		Calcolo effettuato sul numero collaboratrici sartorie per numero giorni lavoro per distanza media 5 km (utilizzo mezzi pubblici)
km stimati per trasporto personale coinvolto nella cura del verde	km	NA	8018	7218	13		Calcolo effettuato dalle sedi delle Cooperative ai Punti Vendita
Km trasporto collaboratori interni ed esterni (RI)GENERIAMO	km	12791	10373	3500	13		Calcolo effettuato su trasferte amministratori e rete per riunioni fisiche o sopralluoghi
- auto	km	4490	6192	3500	13		
- treno	km	1701	4181	0	13		
- aereo	km	6600	0	0	13		
GESTIONE RIFIUTI							
Massa totale rifiuti	t	0	0	0	13	EN23	
Massa totale rifiuti / m2 superficie di vendita	t/m²	0	0	0	13	EN23	
Percentuale rifiuti differenziati	%	0	0	0	13	EN23	
150101 Peso rifiuti carta - cartone	t	0	0	0	13	EN23	
150102 Peso rifiuti plastica	t	0	0	0	13	EN23	

150103 Peso rifiuti legno	t	0	0	0	13	EN23	
150106 Peso imballaggi materiali misti	t	0	0	0	13	EN23	
160214 Peso rifiuti elettronici RAEE (Apparecchiature, ecc..)	t	0	0	0	13	EN23	
170107 Peso Inerti	t	0	0	0	13	EN23	
200133 Peso rifiuti batterie e accumulatori	t	0	0	0	13	EN23	
080318 Peso rifiuti toner per stampa	t	0	0	0	13	EN23	
080121 - 080122 - 200121 peso rifiuti pitture e vernici di scarto - tubi fluorescenti - sanitari	t	0	0	0	13	EN23	
170405 Peso rifiuti ferro e acciaio	t	0	0	0	13	EN23	
170404 Peso rifiuti misti di costruzione e demolizione	t	0	0	0	13	EN23	
CONSUMO MATERIALE							
Consumo carta per comunicazioni pubblicitarie	kg	0	0	0	12	EN1	
Consumo carta per packaging	kg	867	873	160	12		Calcolo sui packaging prodotti e pallbox esposizione
Consumo plastica per packaging	kg	120	0	142	12		Calcolo sui packaging prodotti e pallbox esposizione
Consumo materiale tessile	kg	246	342	100	12		Calcolo su utilizzo tessuti per confezionamento prodotti GENERATELIER
% consumo 2a vita materie prime (tessile)	kg	70%	100%	0%	12		
BIODIVERSITÀ							
CO ₂ compensata per mezzo di progetti ecosistemici (solo crediti certificati)	TON	15	15	7.388,26	13	EN14	
SANZIONI							
Valore monetario delle multe e numero sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi ambientali	nr	0	0	0	13	EN29	
EMISSIONI							
Scope 1							
Consumo Gas Naturale	kg	0	0	0	13		
Perdite da circuiti di condizionamento (R410a)	kg	0	0	0	13		
Totale Scope 1	kg	0	0	0	13		
Scope 2							
Consumo energia attività (RI)GENERIAMO	kg	256	439	455	13		Energia elettrica - mix nazionale 0,65 kg CO ₂ /kWh
Totale Scope 2	kg	256	439	455	13		

Scope 3						
Trasporti Fornitori - Depositi						
Km totali percorsi nell'anno su gomma	kg	4.413	4.107	1.538	13	0,88 kg CO ₂ e/Km
Trasferimento lavoratori casa-lavoro-casa						
Trasferimento con mezzi pubblici (casa-lavoro-casa)	kg	359	93	62	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	251	-	13	0,06 kg CO ₂ /persona per Km
Spostamento del personale in auto	kg	758	1.486	840	13	0,24 kg CO ₂ /persona per Km
Totale trasferte lavoro	kg	1.960	1.737	840		
CONSUMO ENERGIA IN FASE DI PRODUZIONE						
Consumo energia laboratori GENE-RATELIER	kg	856	1.764	234		Energia elettrica - mix nazionale 0,65 kg CO ₂ /kWh
GESTIONE RIFIUTI						
Misti	kg	0	0	0	13	
Carta/Cartone	kg	0	0	0	13	
Plastica	kg	0	0	0	13	
Legno	kg	0	0	0	13	
Inerti	kg	0	0	0	13	
Totale gestione rifiuti	kg	0	0	0	13	
MATERIALI DI CONSUMO						
Totale carta	kg	841	829	152	13	0,95 Kg CO ₂ /Kg carta
Totale plastica	kg	120	0	852	13	6 Kg CO ₂ /kg plastica
Totale tessuti	kg	75	0	50	13	0,5 kg CO ₂ /kg cotone
Totale materiali di consumo	kg	1.036	830	1.054	13	
Totale Scope 3	kg	8.624	8.531	3.728	13	
Totale emissioni CO ₂	TON	9	9	4	13	
Totale emissioni CO ₂ stornate da compensazioni	TON	6,12	6,03	7.384,09	13	

INDICATORI PERFORMANCE ECONOMICA	UNITÀ DI MISURA	2020	2021	2022	RIF. SDGS 2030	RIF. GRI 4	NOTE
VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO							
Valore economico generato	€	149.241	184.097	234.515	8	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2022
Ricavi	€	149.241	184.097	219.728	8	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2022
Proventi finanziari	€	0	0	20	8	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2022
Valore economico distribuito	€	104.027	177.625	204.981	8	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2022
Costi della produzione	€	34.785	175.305	198.934	8	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2022
Remunerazione dei collaboratori	€	0	0	0	8	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2022
Remunerazione dei finanziatori e degli azionisti	€	0	0	403	8	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2022
Imposte	€	2.585	1.936	5.644	8	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2022
Liberalità	€	0	595	13.000	8	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2022
Valore economico trattenuto	€	7.799	0	0	8	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2022
Ammortamenti e svalutazione	€	0	0	0	8	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2022
Accantonamenti e riserve	€	0	0	0	8	EC1	Fonte: Bilancio d'esercizio 2022
FINANZIAMENTI SIGNIFICATIVI RICEVUTI DALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE							
Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	€	0	0	0	17	EC4	
FORNITORI							
Numero fornitori merce e servizi	nr	10	10	5	8	EC6	
Provenienza Estero	% su totale	0%	0%	0%	8	EC6	
Provenienza Italia	% su totale	100%	100%	100%	8	EC6	
Provenienza territoriale (entro i 300 Km dalla sede legale)	% su totale acquisti	56%	46%	60%	8	EC6	
Numero fornitori che hanno siglato il codice etico	% su totale	100%	100%	100%	8	EC6	
% Fornitori rappresentata da categorie vulnerabili: genere	% su totale	71%	58%	58%	5 - 10	EC6	
% Fornitori rappresentata da categorie vulnerabili: abilità	% su totale	4%	3%	3%	5 - 10	EC6	
% Fornitori rappresentata da categorie vulnerabili: territorio	% su totale	1%	1%	1%	5 - 10	EC6	
CLIENTI E PRODOTTO							
Numero totale incidenti per mancata conformità prodotti	nr	0	0	0	12	EC1	

INDICATORI PERFORMANCE SOCIALE	UNITÀ DI MISURA	2020	2021	2022	RIF. SDGS 2030	RIF. GRI 4	NOTE
RIPARTIZIONE DEL PERSONALE PER TIPO, CONTRATTO E REGIONE							
Numero totale collaboratori	nr	0	0	0	8	LA1	
RIPARTIZIONE DEL PERSONALE PER SESSO E ALTRI INDICATORI DI DIVERSITÀ							
Totale membri CDA	nr	8	8	8	5	LA13	
Uomini CDA	nr	6	6	6	5	LA13	
Donne CDA	nr	2	2	2	5	LA13	
% uomini CDA	%	75%	75%	75%	5	LA13	
% donne CDA	%	25%	25%	25%	5	LA13	
DISCRIMINAZIONE - VIOLAZIONI							
Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie	nr	0	0	0	5	HR3	
Numero di violazioni dei diritti delle comunità locali ed azioni intraprese	nr	0	0	0	11	HR8	
FORMAZIONE DEL PERSONALE							
Numero ore di formazione	nr	10	336	20	4	LA9	
FORNITORI E APPALTATORI SOTTOPOSTI A VERIFICHE IN MATERIA DI DIRITTI UMANI							
Percentuale di contratti con fornitori e appaltatori significativi che includono criteri o valutazione sui diritti umani.	%	100%	100%	100%	8	HR1	
GESTIONE DEGLI IMPATTI NELLE COMUNITÀ							
Contributo in denaro	€	200 €	595 €		1 - 10	EC7	
Retribuzione categorie vulnerabili (partner)	€	40.510 €	123.023 €	195.286 €	1	EC7	
Ore formazione erogate	nr	ND	900	60			
CLIENTE E PRODOTTO							
N° segnalazioni (cliente) trattate	nr	1	15	20	12	PR5	
Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei Consumatori.	nr	0	0	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	0	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	0	0	12	PR4	

In originale firmato dal Legale Rappresentante Simona Sanci.

Il sottoscritto Valsania Nadia Professionista Incaricato dichiara, ai sensi dell'articolo 23-bis, comma 2, del D.Lgs. n. 82/2005 e dell'art. 6 del D.P.C.M. 13 novembre 2014, che la copia del presente documento è prodotta mediante processi e strumenti che assicurino la corrispondenza del contenuto della copia alle informazioni del documento informatico da cui è tratto.

Data 24/03/2023

(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: 24/03/2023

Visita il sito ri-generiamo.it

