

B STANDS FOR BENEFIT

Un viaggio attraverso il nostro modo di fare impresa,
rispettando il presente, guardando al futuro.



Certificazione



Corporation

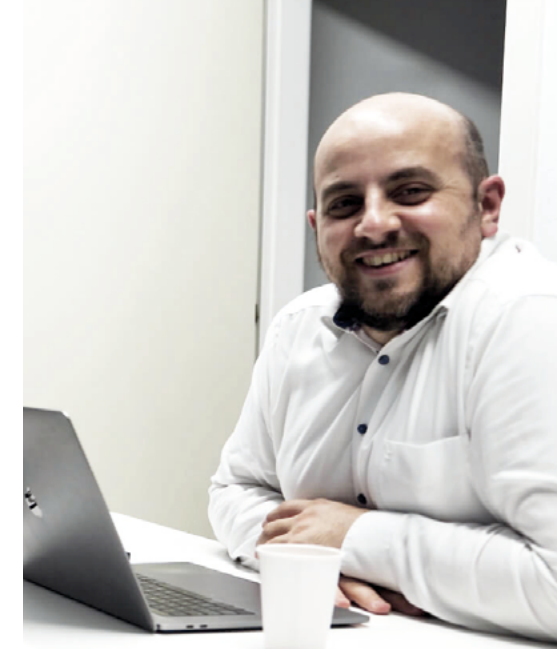


indice

| | |
|-----------------------------|----|
| Intro | 4 |
| La nostra realtà | 6 |
| Valore creato e distribuito | 14 |
| Il nostro impatto | 16 |
| Aree d'azione | 20 |
| Risultati 2022 | 27 |
| Obiettivi 2023 | 28 |



INTRO



Lettera del CEO

Per il secondo anno ho il piacere di presentare, affiancando il bilancio economico, un report a racconto delle attività svolte da Palazzina Creativa come società benefit.

È stato un anno denso di cambiamenti e novità, sia dal punto di vista organizzativo che comunicativo, e questo ha impattato sul nostro lavoro anche in un momento storico e sociale non facile per l'Europa. Il forte aumento sul costo delle materie prime, l'inizio della guerra Russa in Ucraina, il costo dell'energia e molti altri fattori che si protraggono dalla pandemia hanno colpito duramente parte del tessuto economico e produttivo italiano.

Da parte nostra, abbiamo avuto la fortuna e la capacità di continuare a essere presenti e supportare la manifattura nel percorso di digitalizzazione e ampliamento commerciale, aprendo noi stessi a mercati esterni più ampi.

Dal punto di vista benefit, il 2022 ha segnato un passaggio che abbiamo perseguito per molto tempo: l'ingresso nel mondo B Corp. Per noi non rappresenta un bollino per il sito web, ma fare parte di una visione più ampia e moderna del mondo azienda,

una che guardi a un futuro più attento ed equo. L'unione di questo e altri elementi ci ha spinti a mettere in discussione anche il nostro modo di comunicare e raccontarci, rivedendo l'identità visiva e i principali strumenti di comunicazione utilizzati.

Un punto importante, di cui vado particolarmente fiero, è la capacità che abbiamo avuto come CdA e team di gestione nel garantire a tutti una crescita sia economica sia personale, senza per questo intaccare il tempo dedicato alla vita personale. Garantire che tutte le ferie vengano utilizzate a piacimento, ridurre gli straordinari, erogare formazione e fare ricerca in un contesto di questo tipo non è per niente semplice, ma penso che nel nostro piccolo siamo riusciti a farcela.

Ora guardiamo al nuovo anno, consci delle sfide che ci coinvolgeranno, e volenterosi di dare un nostro contributo sempre più sostanzioso alla comunità.

Andrea Faliva



LA NOSTRA REALTÀ

Storia

Il progetto **Palazzina Creativa** è nato nel 2016 a Padova dalla collaborazione di due aziende diverse che, pur condividendo gli spazi operativi, si occupavano rispettivamente di progetti digitali l'una, e di comunicazione con strumenti tradizionali l'altra.

Nel 2019 la collaborazione tra le due realtà si è conclusa e il brand Palazzina Creativa è rimasto in capo a Pepe Interactive Srl. Da dicembre 2021 Pepe Interactive Srl diventa Palazzina Creativa Srl Sb, concretizzando la propria visione in società benefit e riorganizzando la propria struttura interna.

Il nostro impegno nel proporre un **modo diverso di fare azienda è stato riconosciuto a giugno 2022, quando abbiamo ottenuto la certificazione di B Corp**, con un punteggio di 89.4. Il movimento delle B Corp, nato nel 2006, riunisce aziende che si propongono come leader del cambiamento, aspirando a utilizzare il business come forza positiva nel mondo.

Nel corso del 2022 è stata rivista anche l'intera identità aziendale, con un'immagine che meglio rispecchia la visione futura dell'azienda, e nuovi strumenti digitali a supporto della strategia di sviluppo.

Mission

Crediamo nell'importanza dell'**impatto positivo** che possiamo avere **sulle persone e sull'ambiente** attraverso il nostro pensiero, le nostre azioni e il nostro tempo.

Siamo una **realtà indipendente** che ogni giorno opera su strategie e progetti in grado di aiutare le aziende nell'individuare e raccontare la loro unicità, trasversalmente tra mondo fisico e digitale.

Crediamo nell'importanza della **cultura** e nel valore della **condivisone**, lavorando con competenze verticali e metodologie collaborative che mettono **le persone al centro del nostro operato**.

Vision

Adotta una **visione trasversale e ampia**, inizia a ragionare dai dati, trasforma i numeri in informazioni.

Ricorda che ogni strumento è creato per le persone, per trasferire informazioni o aiutarle nel loro lavoro.

Scrivi righe di codice con visione, utilizza il necessario e dà vita alla tecnologia.

Usa le emozioni, piangi, ridi, annoiati. Non dobbiamo per forza essere perfetti, ma **dobbiamo essere umani!**

Sogna coraggiosamente e inizia il tuo percorso, vedrai avvicinarsi la meta del tuo viaggio.

Mission / vision



Usa le emozioni, piangi, ridi, annoiati. Non dobbiamo per forza essere perfetti, ma dobbiamo essere umani!



Ethical Approach

Valori

Condivisione e collaborazione

Un punto fondamentale, che guida il modo in cui facciamo le cose. La collaborazione sta alla base del rapporto con il cliente, è parte intrinseca del modello di management e del rapporto con fornitori e società.

Apertura al cambiamento

Il cambiamento è un esercizio continuo di miglioramento. Accoglierlo ed esserne parte diventa una questione di mindset e un punto di apertura per discussioni e condivisione.

Be impact

Ogni nostra azione ha un impatto speciale. O almeno, vuole essere motore di cambiamento per gli altri.

Il nostro codice etico

Il nostro codice etico è pubblico e disponibile in ogni momento sul nostro sito corporate: palazzinacreativa.it/codice-etico. È stato redatto per presentare a tutti coloro che collaborano con noi gli standard etici e morali che riteniamo irrinunciabili.

- *Integrità, onestà e correttezza*
- *Dignità e uguaglianza*
- *Professionalità e spirito di collaborazione*
- *Responsabilità sociale e ambientale*



Il management è affidato ad *Andrea Faliva* come CEO, e supportato da un gruppo di manager all'interno del Cda.

Nello specifico:

- *Dott.ssa Sonia Baggio*, referente per l'area Benefit e operations;
- *Dott. Luca Maraschio*, referente per l'area personale e processi di innovazione.

La struttura interna prevede 4 macro divisioni (marketing, gestione, design, sviluppo), ciascuna coordinata da un referente senior.

I membri di ogni divisione sono poi organizzati in team orizzontali di progetto, guidati da Project Manager.

Workers





I nostri collaboratori

Tutti i collaboratori dell'azienda sono coperti da accordi di contrattazione collettiva previsti dal CCNL Commercio (variazione avvenuta nel corso dell'anno 2022) e si impegnano a seguire quanto descritto nel manuale del dipendente.

Il totale delle persone coinvolte, a fine 2022, è di 18 persone, 56% donne e 44 % uomini di età compresa tra 25 e 73 anni.

| | Sesso M | Sesso F | <25 età | 25-35 età | >35 età | Full time | Part time |
|-------------------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|
| Stage | | | | | | | |
| Apprendista | ● ● | ● ● | | ● ● ● ● | | ● ● ● ● | |
| Impiegato liv. 5 | ● ● | ● ● ● ● | ● | ● ● ● ● ● | | ● ● ● ● ● | ● |
| Impiegato liv. 5b | | | | | | | |
| Impiegato liv. 4 | ● ● ● ● ● | ● ● ● ● | | ● ● ● ● ● | ● ● ● ● | ● ● ● ● ● | ● |
| impiegato liv. 3 | | | | | | | |
| Impiegato liv. 2 | ● ● | ● ● ● ● | | ● ● ● ● ● | ● | ● ● ● ● ● | |
| Impiegato liv.1 | | | | | | | |
| Totale | 8 | 10 | 1 | 13 | 4 | 16 | 2 |

Il **70% delle ore** tracciate durante l'anno sono state svolte in **modalità SmartWorking / remote working**, il restante in sede.

La nostra sede

La sede di Palazzina Creativa si trova in un immobile non di proprietà, al civico 14 di Piazza Baratella a Loreggia, in provincia di Padova. Si tratta di un edificio storico datato fine '800, e, sebbene sia stato restaurato nei primi anni 2000, non è perfettamente ottimizzato dal punto di vista energetico.

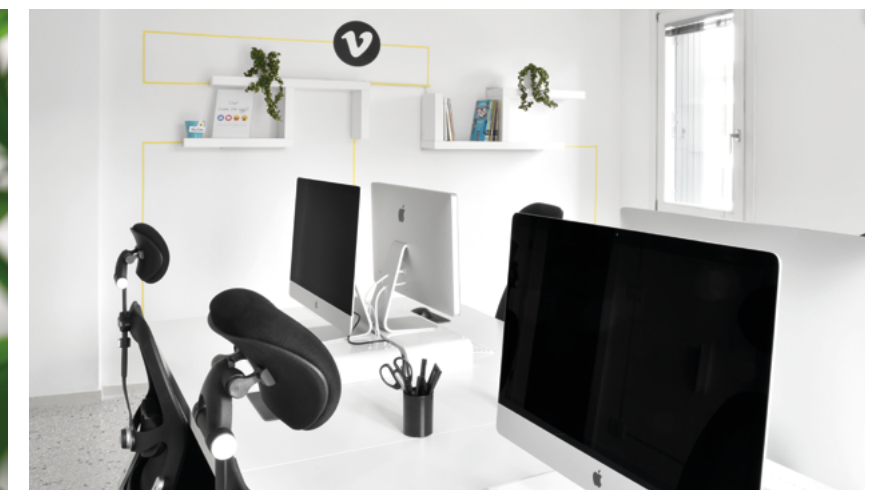
Attualmente sono utilizzati 200mq, con un bagno, un'area ristoro, due uffici open space e sale riunioni.

| | Unità di misura | Totale | Kg CO ₂ |
|-------------|-----------------|--------|--------------------|
| Acqua | - | 0 | 0 |
| Gas | - | 0 | 0 |
| Elettricità | Kwh | 9904 | 4952 |
| Carta | Lt | 2250 | - |
| Toner | Pz | 1 | - |

Spaces



Nel corso dell'anno 2022 è stato siglato un **preliminare di acquisto per una nuova sede**, recupero di una storica attività commerciale situata a circa 1 km dall'attuale spazio operativo. Tale intervento sarà oggetto di un lavoro di **recupero edilizio e ottimizzazione energetica** nel periodo 2023 /2024, finalizzato alla costruzione di nuovi spazi operativi e conviviali per l'intero team di lavoro.



fornitori

Nel settore in cui operiamo, determinati prodotti e servizi sono praticamente monopolio di pochi player internazionali e non ci permettono quindi di ricorrere ad alternative locali.

La nostra volontà è in ogni caso, dove possibile, **dare vantaggio a fornitori locali e di filiera breve**, anche se leggermente più costosi o strutturalmente meno organizzati.



provincia di Padova

32 fornitori 10,29% numero fornitori



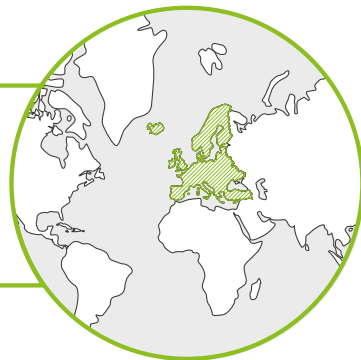
Veneto

60 fornitori 19,29% numero fornitori



Italia

185 fornitori 59,49% numero fornitori



Europa

253 fornitori 81,35% numero fornitori

Suppliers

Le principali categorie di spesa, riguardano le spese pubblicitarie dei clienti, i servizi di stampa e merchandising, le consulenze e i materiali di consumo / ristorazione.



VALORE CREATO E DISTRIBUITO

Report

Costi

| | |
|---|------------|
| Costo delle vendite | 258.034,16 |
| Costo delle materie prime e consumabili | 199.279,30 |
| 6620005 MATERIE DI CONSUMO C/ACQUISTI | 16.590,62 |
| 6620501 ACQUISTO CAFFÈ USO AZIENDALE | 1.052,62 |
| 6625005 Merci c/acquisti | 7.500,44 |
| 6625010 MERCI C/ACQUISTI - CARBURANTI | 446,89 |
| 6625018 ACQUISTI RICAR. BIGLIET. LOTTO. BOL | 45,00 |
| 6625035 SCONTI/ABBUONI ACQUISTI MERCI | 1.179,08 |
| 6805405 COSTI DIGITAL MARK-R-GOOGLE | 72.719,48 |
| 6805520 COSTI BUDGET ADV-R-FACEBOOK | 47.072,34 |
| 6805538 COSTI WEB-R-SERVER E HOSTING | 15.965,52 |
| 6805542 COSTI BUDGET ADV-R-LINKEDIN | 22.627,42 |
| 6805545 COSTI DIGITAL MARK-R-TOOLS EMAIL | 14.079,89 |
| Costi di manodopera e servizi | 58.754,86 |
| 6805005 TRASPORTI SU ACQUISTI | 55,76 |
| 6805506 TRASPORTI SU ACQUISTI I | 242,31 |
| 6805537 COSTI PER SERVIZI DI STAMPA | 15.758,56 |
| 6805540 COSTI PER SERVIZI FOTO | 5.881,33 |
| 6805547 COSTI DIGITAL MARKETING | 6.393,53 |
| 6805549 COSTI PER SERVIZI DI GRAFICA & O | 598,09 |
| 6805551 COSTI PER SERVIZI VIDEO | 27.812,00 |
| 6805552 SVILUPPO ARTIGIANI | 2.013,28 |
| Costi di gestione | 182.119,82 |

Ricavi

| | |
|--|------------|
| Valore della produzione | 823.749,92 |
| Vendite dei prodotti | 311.135,68 |
| 5805010 RICAVI DA SERVIZ WEB-R-HOSTING | 105.129,01 |
| 5805225 ABBUONI SU VENDITE | -865,92 |
| 5805230 PREMI SU VENDITE | -500,00 |
| 5805490 Altri ricavi delle vendite | 290,95 |
| 5805502 RICAVI DA DIG MARK-R-TOOLS EMAIL | 13.324,12 |
| 5805505 RICAVI DA BUDG ADV-R-FACEBOOK | 169.213,91 |
| 5805506 ALTRI RICAVI DELLE VENDITE 3 | 190,91 |
| 5805522 Merci c/vendite iva al 22% | 24.352,70 |
| Vendite di servizi | 512.614,24 |
| 5805503 RICAVI DA FOTO | 36.790,00 |
| 5810010 RICAVI DA ASSISTENZA WEB | 28.300,00 |
| 5810490 ALTRI RICAVI DELLE PRESTAZIONI | 50.727,10 |
| 5810501 RICAVI DA DIGITAL MARKETING | 46.900,00 |
| 5810502 RICAVI DA SOCIAL MEDIA MARKETING | 64.015,00 |
| 5810503 RICAVI DA SVILUPPO WEB | 184.235,42 |
| 5810504 RICAVI DA GRAFICA E OFFLINE | 93.516,67 |
| 5810505 RICAVI DA VIDEO | 8.130,00 |
| 5815100 ABBUONI/ARROTOND. ATTIVI PROF. | 0,05 |
| Redditi secondari | 86.783,93 |
| 6405390 ALTRI RICAVI E PROVENTI VARI | 85.000,00 |
| 6415030 CONTRIBUTI C/IMPIANTI INVESTIMENTI IN BENI | 1.783,93 |



IL NOSTRO IMPATTO

Responsabilità sociale

Palazzina Creativa è consapevole che servizi e prodotti sviluppati possono avere un impatto sociale, ambientale ed economico. Per questo cerchiamo di gestire, per quanto possibile, pratiche sostenibili e obiettivi misurabili di miglioramento.

Ci siamo impegnati a supportare le questioni di sostenibilità, adottando **approcci atti a ridurre gli impatti ambientali negativi**, e mindset di miglioramento su quanto in nostro potere.

Eventuali problematiche individuate vengono tradotte in obiettivi e traguardi che facilitano la corretta gestione delle considerazioni economiche, sociali e ambientali.

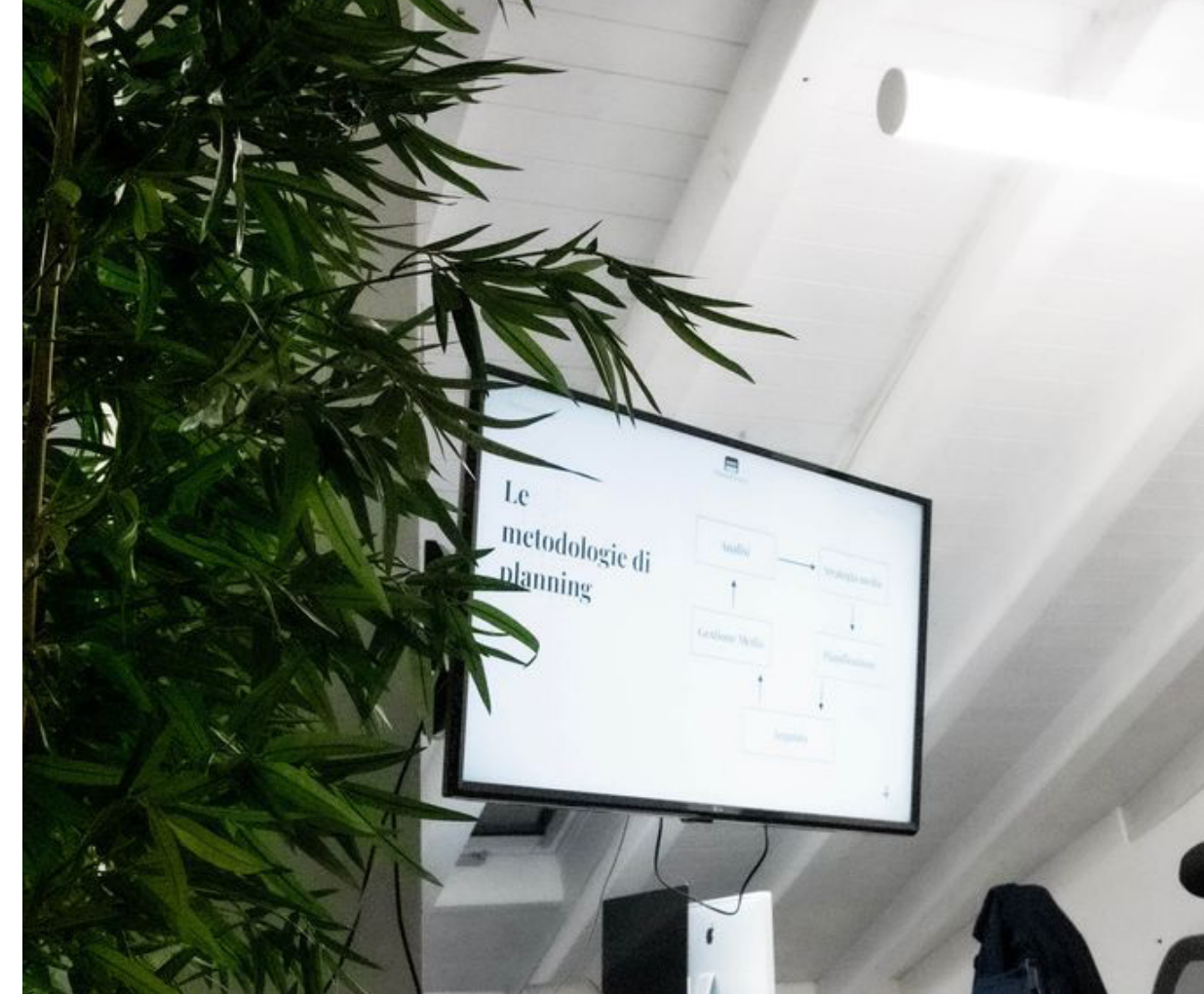
Le competenze del personale vengono riviste periodicamente per identificare eventuali **opportunità di formazione** che potrebbero contribuire al miglioramento del sistema di gestione.

La **formazione** e lo **sviluppo delle competenze** sono principi chiave dello sviluppo sostenibile, che si traducono in una maggiore **diffusione della conoscenza e dell'esperienza**.

Tra le varie attività:

- creare una **cultura del lavoro più sana**, meno legata a obiettivi di quantità e più orientata agli standard di qualità.
- **incoraggiare la sostenibilità** assicurando che le questioni relative a essa siano tenute in debita considerazione in ogni fase operativa.
- **consentire lo sviluppo personale dei lavoratori e accrescere le loro competenze** attraverso l'innovazione, la formazione e l'apprendimento.
- cercare di **ridurre gli impatti negativi sull'ambiente** per garantire una crescita sostenibile che rispetti le esigenze delle generazioni future.
- **gestire le relazioni con gli stakeholder in modo trasparente e inclusivo**, nel rispetto dei principi di collaborazione individuati, incoraggiandone il feedback e il supporto.
- **utilizzare prodotti e servizi** che rispettino il principio di **sostenibilità** durante tutto il loro ciclo di vita.
- **incorporare i principi di sostenibilità nella catena di fornitura** e richiedere ai fornitori di operare in conformità con questo principio, ove possibile.
- garantire che tutto il personale lavori in **sicurezza** e in un **ambiente sano e sereno**.

Social Impact



Società Benefit in Italia

Le Società Benefit (SB) rappresentano un'evoluzione del concetto stesso di azienda. Mentre le società tradizionali esistono con l'unico scopo di distribuire dividendi agli azionisti, le società benefit sono espressione di un paradigma più evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, l'impegno a generare un impatto positivo sulla società e sulla biosfera.

Una Società Benefit è uno **strumento legale** che crea una solida base per l'allineamento della missione nel lungo termine e la **creazione di valore condiviso**. Consente quindi di proteggere la missione in caso di aumenti di capitale e cambi di leadership, creare una maggiore flessibilità nel valutare i potenziali di vendita e mantenere la missione anche in caso di passaggi generazionali o quotazione in borsa.

Non si tratta di Imprese Sociali o di una evoluzione del non profit, ma di una trasformazione positiva dei modelli dominanti di impresa a scopo di lucro, per renderli più adeguati alle sfide e alle opportunità dei mercati del XXI secolo.

Dal gennaio 2016 l'Italia ha introdotto, prima in Europa e prima al mondo fuori dagli USA (dove la forma giuridica di Benefit Corporation, equivalente alla Società Benefit italiana, è stata introdotta dal 2010 e ora esiste in 33 Stati), la Società Benefit per consentire a imprenditori, manager, azionisti e investitori di proteggere la missione dell'azienda e distinguersi sul mercato rispetto a tutte le altre forme societarie attraverso una forma giuridica virtuosa e innovativa.

Attualmente attive: più di 2100 società benefit



Il nostro approccio responsabile

Le aziende che adottano questa forma si impegnano a indicare nel proprio Statuto anche **obiettivi specifici di beneficio comune per la comunità e l'ambiente**. Si impegnano inoltre a **redigere e rendere pubblico un bilancio annuale delle azioni svolte per avvicinarsi al raggiungimento di questi obiettivi**, utilizzando come riferimento uno standard terzo, come il B Impact Assessment, il GRI, l'ISO 26000 o altri. Di seguito gli obiettivi riportati, nello Statuto di Palazzina Creativa:

Sviluppo sociale e della comunità, attraverso:

a

- **progetti di supporto diretto al territorio**, in particolare a favore dell'educazione, anche in ambito scolastico, sulle tematiche del digitale e le problematiche legate al cyberbullismo;
- **avviamento di progetti a supporto delle start-up** e alla promozione di **cultura d'impresa**;
- **il supporto a enti no profit**, selezionati secondo apposita procedura, che potranno usufruire di consulenza strategica in ambito marketing / comunicazione, oltre oltre che agevolazioni nell'acquisto di strumenti a supporto della loro comunicazione.

Sviluppo della componente umana interna, attraverso:

b

- percorsi mirati di **supporto alle figure in ingresso nel mercato di lavoro**, in collaborazione con gli istituti scolastici nei vari livelli;
- la definizione di **progetti specifici per la formazione e crescita professionale** del personale interno, attraverso percorsi certificati e monitorabili;
- **promozione del benessere e dell'equilibrio vita/lavoro** dei propri dipendenti in base alle esigenze specifiche di ciascuno;
- **valorizzazione del talento** di ciascuna persona, in un contesto di correttezza e meritocrazia;
- **applicazione dei principi di inclusione nella pratica quotidiana**, con la massima sensibilità, libertà e rispetto verso le diversità, intese in senso ampio: dal credo religioso, all'identità di genere, all'età, all'orientamento sessuale, dall'etnia, disabilità, fino allo status socio-economico, con lo scopo di raggiungere i migliori risultati per tutti.

La società, in particolare, si impegna a perseguire la creazione delle migliori condizioni possibili per attrarre, fare crescere e trattenere persone di talento. Nel perseguimento del proprio oggetto sociale e nel rispetto dei principi che ispirano i propri obiettivi, la società crea, sostiene e sviluppa progetti e partnership con entità nazionali o straniere, pubbliche o private.

Riduzione dell'impatto ambientale derivato dalla propria presenza nel mondo, intervenendo attraverso:

c

- progetti e percorsi utili alla regolamentazione sulla **gestione delle risorse ambientali** e alla **minimizzazione dell'impatto ambientale** delle proprie attività;
- progetti e percorsi utili finalizzati a massimizzare la **riduzione dello spreco**, con l'intento di generare un beneficio netto per le persone, il territorio e l'ambiente.



**beneficio
comune per
comunità
e ambiente**



AREE D'AZIONE



Promozione Sociale & Culturale

Palazzina Educational

Il progetto Palazzina Educational nasce nel **2016** dalla **volontà di supportare attivamente il territorio circostante, mettendo a disposizione le competenze dell'azienda**, in un'ottica di condivisione e con la convinzione che consapevolezza e conoscenza siano alla base di una **crescita responsabile e matura delle nuove generazioni**. Questa iniziativa di responsabilità sociale viene portata avanti con il progetto scuole.

La scuola è il luogo in cui i bambini diventano gli adulti di domani. Non prepara solo alla vita, ma è vita essa stessa. In un momento in cui la dimensione digitale è diventata parte integrante delle nostre vite quotidiane, è importante saperne riconoscere luci e ombre.

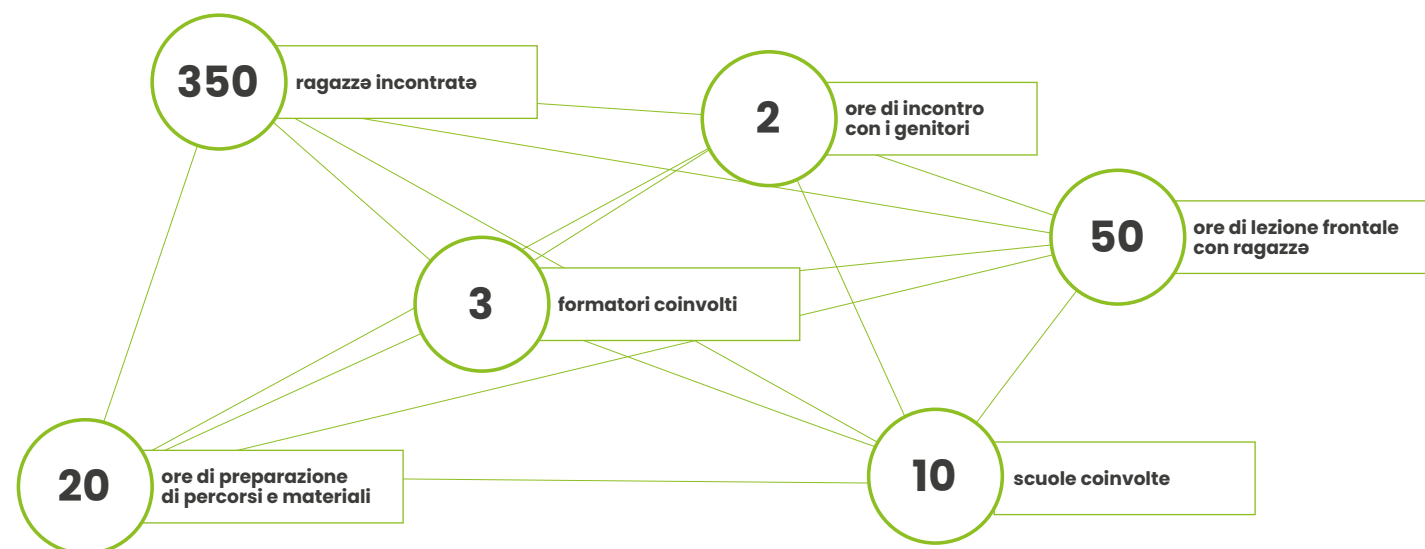
Un **team specializzato ed esperto** è a disposizione delle strutture pubbliche per intraprendere un cammino di **approfondimento sulle tematiche riguardanti il mondo della**

comunicazione e del digitale, con l'obiettivo unico di **sensibilizzare su un uso consapevole di internet e dei suoi strumenti**.

Nello specifico, sono stati creati dei percorsi dedicati alle diverse classi, dalla quarta elementare alla seconda media, che vanno dalla storia della nascita del computer e di internet, all'identità digitale e al cyberbullismo.

Abbiamo introdotto dei **percorsi dedicati anche agli insegnanti e ai genitori**, nella speranza di offrire un supporto concreto, con consigli su come controllare la tecnologia e non subirla, accompagnando i figli e gli alunni alla scoperta del digitale.

Dopo i rallentamenti subiti nel 2020 e 2021 a causa della pandemia da Covid, il progetto Educational è ripreso con gli incontri in presenza e sarà a pieno ritmo a partire dall'anno scolastico 2022-2023.



Social & Cultural

Supporto alle startup

Tra le attività a scopo benefico che ci proponiamo di portare avanti c'è quella di supporto a giovani startup.

Nel 2022 abbiamo deciso di mettere le nostre competenze a disposizione di **Immanence**, una società benefit fondata da Diletta Huyskes e Luna Bianchi, con lo scopo di valutare le tecnologie digitali per renderle etiche e responsabili.

Con le due fondatrici abbiamo intrapreso un **processo di branding che ha portato all'ideazione del logo, la creazione del materiale corporate e lo sviluppo del sito web**.

Per questo progetto abbiamo investito in totale 100 ore.

100 ore dedicate



Supporto ad Onlus e Associazioni

Un altro ambito in cui cerchiamo di portare il nostro contributo è quello del supporto a Onlus e Associazioni. Nel 2022 in particolare abbiamo intrapreso collaborazioni a questo scopo.

Fondazione Lucia Guderzo

La Fondazione, con sede a Loreggia (PD), si occupa da anni di **incrementare l'autonomia delle persone con disabilità**, cercando di **abbattere le barriere fisiche con l'ausilio della tecnologia** e promuovendo la creazione di una rete di relazioni in grado di consentire a ciascuno l'espressione creativa della propria progettualità di vita.

Ogni anno la Fondazione organizza diverse iniziative, il nostro contributo è stato nella **creazione di campagne social per la promozione di alcune di queste iniziative** e nel supporto per la realizzazione di materiali di comunicazione.

In particolare nel 2022 abbiamo investito 80 ore per questi progetti.

80 ore dedicate

Associazione Teatrale Cilindro

L'Associazione Teatrale Il Cilindro si occupa di portare **spettacoli teatrali nei piccoli teatri della provincia di Padova**.

Nel 2022 abbiamo supportato l'associazione con la creazione dei **materiali di comunicazione destinati alla rassegna teatrale**, affiancando anche la realtà nel rendersi autonoma per la futura comunicazione tramite affissione e/o digitale.

A questo progetto abbiamo dedicato 15 ore.

15 ore dedicate



Sostenibilità ambientale

Progetto ambientale / rifiuti

Ci siamo posti l'obiettivo di **ottimizzare le attività di raccolta differenziata interne all'azienda**, nell'ottica di promuovere uno smaltimento dei rifiuti più efficiente e consapevole, nel rispetto dell'ambiente. In questo caso il team aziendale è stato coinvolto in un percorso di formazione (prima) e monitoraggio (poi), orientato alla **riduzione della quantità di rifiuti prodotti**, e **miglioramento della qualità di differenziata gestita**.

A questo, abbiamo affiancato un percorso di **maggiore digitalizzazione dei processi e riduzione sul consumo di toner / colore** nella stampa ove non necessario.

Abbiamo inoltre integrato un **approccio plastic-free**, riducendo i quantitativi di materiali plastici non riciclabili utilizzati di oltre l'80%, e ponendoci come **obiettivo la gestione in total neutrality entro il 2024**.

A questo scopo, abbiamo avviato una partnership con 24 Bottles, altra B Corp, per fornire a tutti i dipendenti delle borracce che, abbinate al dispenser d'acqua presente in sede, puntano a ridurre l'utilizzo di bottiglie di plastica. Sempre in quest'ottica siamo passati all'utilizzo di bicchieri biodegradabili per le pause caffè.

Abbiamo gestito nell'anno:

- riduzione del 35% sui rifiuti di carta
- riduzione del numero di stampe anno / anno di circa il 15%
- riduzione della quantità di bidoni di rifiuti prodotti di circa il 10%

| | Risme | Copie |
|------|-------|-------|
| 2022 | 3 | 1503 |
| 2021 | 4 | 1723 |
| 2020 | 20 | 9832 |

Compensazione CO₂

Da Dicembre 2021 è iniziato un progetto di **ribilanciamento di CO₂**, attraverso il quale stiamo procedendo a una compensazione per le nostre emissioni di CO₂ nell'ambiente nell'ottica di **ridurre la nostra impronta carbone**.

L'obiettivo di riequilibrio verrà portato avanti attraverso numerose iniziative, la principale delle quali sarà la **piantumazione nell'ambiente**. Il bilancio sarà reso pubblico e l'attività di riequilibrio avverrà annualmente.

I calcoli sulle emissioni sono stati fatti considerando:

- emissioni treni 44 g/km
- emissioni auto Tesla 21 g/km
https://www.tesla.com/it_ch/support/european-union-energy-label
- Smartworking stima emissioni su chilometri non percorsi, basata su 4 viaggi a settimana per le settimane operative, per un totale di 145.000 km / anno.
- riduzione viaggi, aumentando le comunicazioni digitali (tramite strumenti di videocall) e riducendo gli spostamenti commerciali per indicativi 12.000 km/anno.
- Per compensare queste emissioni abbiamo piantato 200 alberi nel 2022, che si sommano ai 74 piantati a fine 2021 e sono visibili al seguente link: <https://www.treedom.net/it/organization/palazzinacreativa/forests>

Gli alberi piantati nel 2022 tra Kenya, Tanzania, Camerun e Colombia, contribuiranno ad assorbire 75,5 t di Co2 nel corso della loro vita. Ci siamo inoltre già impegnati a piantare almeno altri 400 alberi tra il 2023 e il 2024.

Riduzione consumi

L'attuale sede di Palazzina Creativa consuma mediamente nell'anno 9.904 kwht di corrente elettrica. Teniamo annualmente conto dei consumi gestiti, e adottiamo **pratiche di diminuzione dei consumi ed efficientamento energetico**, attraverso illuminazione ad alto risparmio energetico e la gestione più puntuale del riscaldamento degli spazi.

L'obiettivo è portare a una riduzione dei consumi medi / m2 del 5%, per la sede, senza considerare l'aumento dovuto all'utilizzo di veicoli elettrici, previsto per un totale di 1.200 kwht anno .

| | Energia elettrica (KWH) | Costo Energia | % rinnovabile |
|------|-------------------------|---------------|---------------|
| 2022 | 9.904 | 0,128 | 40 |
| 2021 | 8.461 | 0,089 | 40 |
| 2020 | 8.611 | 0,089 | 40 |

Ecological Footprint



Veicoli elettrici

L'azienda utilizza al momento **solo veicoli elettrici come mezzi aziendali in dotazione**, in ottica di riduzione delle emissioni in ambiente come indicato dai precedenti indicatori.



Benessere delle persone



Progetto formazione

Riteniamo la **formazione sia una parte fondamentale del nostro lavoro**, che va organizzata e misurata per ottenere i massimi benefici nel tempo. Oltre che una risorsa per l'azienda, la formazione rappresenta un'**opportunità per i dipendenti per avere accesso a livelli più alti di retribuzione**.

Per questo, ogni persona interna al team è coinvolta in un piano di sviluppo che tocca ambiti personali e professionali, per migliorare le proprie competenze e la capacità di lavorare da sola e in gruppo.

Ore erogate: 2000

Budget investito: 5% fatturato

2000 ore erogate

5% budget investito fatturato

Well working

Il **work life balance è un fattore fondamentale per il benessere delle persone**, sia nella vita lavorativa, riducendo il livello di stress e migliorando le performance, sia nella sfera personale, dando maggior spazio al tempo libero.

Abbiamo quindi deciso di mantenere e potenziare le attività iniziate già nel 2021. In particolare:

- mantenimento delle **modalità di lavoro smart e lavoro agile in base alle esigenze espresse dalla singola persona**, riducendo gli spostamenti e lo stress legato al viaggio. È garantita per tutti la possibilità di effettuare almeno 3 giorni in modalità agile a partire dal 6 mese di assunzione (salvo esigenze particolari);
- possibilità di **lavorare con orari flessibili** e adattabili ai bisogni;
- **ferie aperte** in qualunque periodo dell'anno (gestite senza accumuli);
- **riduzione degli straordinari**, portati al 1% di tutte le ore segnate, rispetto al 6% del 2021;
- **lavoro da ovunque**;
- viene messa a disposizione per i **dipendenti che abitano oltre i 40 km** dalla sede la possibilità di **dormire in una struttura nelle vicinanze** dell'azienda.

People

Palazzina Meet Up

Il team rappresenta per noi il centro di crescita e di apertura, per questo a fine 2022 abbiamo introdotto un **nuovo format: Palazzina Meet Up**. Si tratta di **momenti verticali di team fuori sede**, dove approfondire, affrontare i problemi ed evolvere. Tutti i membri del team, raccolti in un ambiente che non è quello aziendale, hanno modo non solo di **parlare delle problematiche emerse** nel periodo e di quello che piacerebbe loro fare durante l'anno, ma anche di **conoscersi meglio e legare come persone al di là dell'ambito lavorativo**.



Riconosciamo l'importanza di trovare un giusto equilibrio tra i nostri impegni professionali e le nostre esigenze personali.

Welfare

A partire da settembre 2022 è stato integrato un sistema di welfare aziendale a supporto dei dipendenti. In particolare, l'erogazione del credito è legata al raggiungimento di alcuni obiettivi economici da parte dell'azienda, nell'ottica di **premiare il contributo di tutti allo sviluppo aziendale**.

A supporto dei neogenitori, inoltre, abbiamo previsto l'**erogazione di 300€ al mese a bambino** come credito welfare, fino al compimento del terzo anno di età.





RISULTATI 2022

Alla fine dello scorso anno ci eravamo posti degli obiettivi ambiziosi, non solo in termini di crescita economica, ma soprattutto riguardo il nostro impegno verso la comunità e il personale interno.

Grazie al contributo di tutti siamo riusciti a raggiungere la maggior parte di questi obiettivi.

In particolare, volevamo sviluppare il **programma di formazione interna** strutturato, ed è stato gestito a pieno regime con tutte le persone, dettagliando il prosieguo dell'attività e il raggiungimento delle nuove competenze.

Sempre a favore del personale interno, ci eravamo posti l'obiettivo di avviare un **piano welfare**, con particolare attenzione per il supporto ai neogenitori e, a partire dal mese di settembre, siamo riusciti a implementare questo programma.

Riguardo il **programma Educational**, siamo stati in grado di riprendere con gli incontri in presenza con i ragazzi e ragazze, ampliando anche ai primi incontri con i genitori e gettando le basi per coinvolgere altri istituti.

Infine, l'obiettivo forse più ambizioso che siamo riusciti a raggiungere è stato l'ottenimento della **certificazione B Corp.**





OBIETTIVI 2023

Essere una Società Benefit e una B Corp significa voler alzare sempre di più l'asticella, e in questo senso abbiamo stilato **i nostri obiettivi per il 2023:**

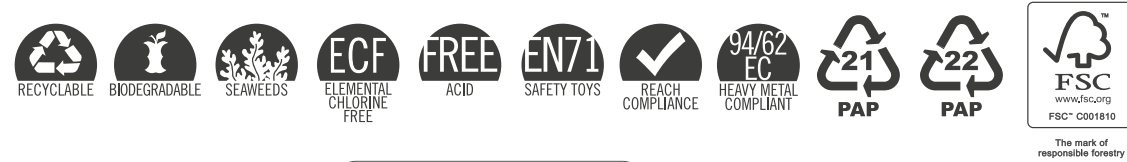
- 1** mantenimento della **crescita al 20% / anno;**
sviluppo del **programma formazione interno**, con erogazione delle ore totali per un 10% del fatturato generale dell'azienda. Potenziamento del programma di formazione interno con inserimento di Palazzina Rewind;
- 2** **programma mentorship** per inserimento nuovo personale;

- 4** inserimento di una **nuova figura dedicata al progetto Educational;**
- 5** **ampliamento del progetto educational** con preparazione di contenuti digitali per genitori e insegnanti + sviluppo della rete territoriale (inserimento in nuove scuole);
- 6** sviluppo dei **nuovi format dedicati al teambuilding** e crescita delle competenze trasversali;
- 7** progetti nell'ambito stampa con **fornitori più attenti alla sostenibilità** e conseguente attività di **sensibilizzazione verso i clienti;**
- 8** **sviluppo delle competenze di lingua inglese**, tramite corsi dedicati e pratica interna di utilizzo;
- 9** **riduzione di emissioni e consumi**, tramite riduzione dei viaggi non necessari e maggior controllo sull'utilizzo delle risorse.



Questo report è stato stampato su carta Alga white di Favini, riciclabile, biodegradabile, certificata FSC™, rilegato senza l'utilizzo di colle e senza l'aggiunta di vernici.

La tasca che contiene l'impaginato e le pagine speciali, sono realizzati in carta Crush kiwi di Favini prodotta riutilizzando gli scarti di lavorazione residui micronizzati della peluria del kiwi.



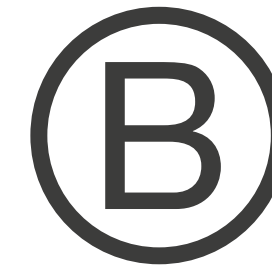
Sede Padova
Piazza Baratella 14 - Loreggia (PD)
0499 302391

Sede Milano
Via Pola 11 - Zona Isola Milano
02 00700102

info@palazzinacreativa.it
palazzinacreativa.it



Certificazione



Corporation

