

Relazione d'impatto Space: srl Società Benefit  
2021

**space** 

# Indice

## Premesse

La visione di fondo

Metodologia

Manifesto della Buona Impresa

## L'azienda

### La governance

L'impegno per il Beneficio Comune

Processi e Trasparenza

### Prodotto

### Lavoro

### Valore economico

### La sostenibilità sociale e ambientale

### Considerazioni conclusive

### Obiettivi 2022

# PREMESSE

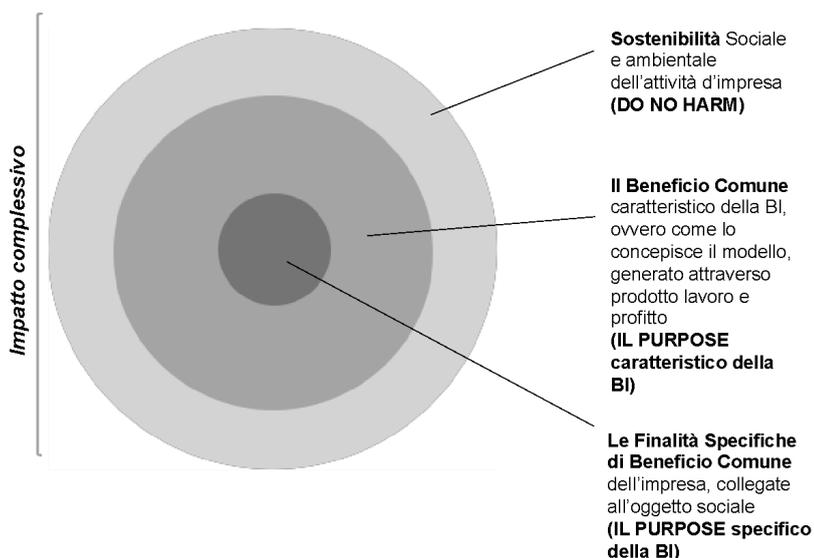
## La visione di fondo

Space: condivide la visione della “Buona Impresa”® per la quale qualsiasi azienda, esercitando la propria attività caratteristica di impresa, svolge un ruolo sociale con un impatto significativo sulle persone e sul contesto.

Coerentemente con questa visione, le finalità di Beneficio Comune che Space: ha scelto di perseguire non sono costituite da “aggiunte” di azioni specifiche di impatto sociale alla propria attività economica caratteristica, ma ricercano l’impatto positivo proprio al centro dell’attività di business, della ragion d’essere stessa dell’impresa.

Parallelamente e imprescindibilmente, tale creazione di valore deve fondarsi sulla gestione responsabile e sostenibile di tutte le ricadute che il fare impresa ha sulla comunità e sull’ambiente, lungo tutta la catena del valore, rispettando l’impegno generale al rispetto di tutte le persone, direttamente e indirettamente coinvolte, e del pianeta.

Pertanto, Space: considera il proprio impatto complessivo come l’insieme di tre componenti, come rappresentato nella figura:



## Metodologia

Il presente documento ha lo scopo di rendicontare in modo trasparente ed esaustivo rispetto alla capacità dell’impresa di Creare Valore in modo Sostenibile.

Coerentemente con la visione sopra descritta, per la produzione di questo documento abbiamo scelto di appoggiarci al Modello della Buona Impresa® ([www.labuonaimpresa.it](http://www.labuonaimpresa.it)), promosso da Fondazione Buon Lavoro ([www.fondazionebuonlavoro.it](http://www.fondazionebuonlavoro.it)) per aiutare le aziende a leggere, valutare e rendicontare la propria capacità di creare valore per la società.

Lo standard di valutazione utilizzato è SABI (Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa) ed è suddiviso sui cinque capitoli previsti dal modello della Buona Impresa. Uno per la Governance, tre per la Creazione di Valore (Lavoro, Prodotto, Profitto) e uno per Sostenibilità e Trasparenza. All’interno di questi stessi capitoli è rendicontato il raggiungimento degli obiettivi specifici di Space: per l’anno in esame e la definizione degli obiettivi per l’anno a venire.

## Il Manifesto della Buona Impresa

La Buona Impresa, interpretando in modo coscienzioso e responsabile la natura stessa dell'impresa, definisce la propria finalità attraverso una visione sistemica:

Come impresa, persegue un triplice scopo, ricercando – con cura e responsabilità – la sinergia tra tre tipologie di obiettivi: il successo dei propri prodotti o servizi, la creazione e organizzazione di buona occupazione, la creazione di valore economico. Applicando tale visione, nessuno dei tre risultati è puramente strumentale, ma si qualifica in quanto deriva dagli altri due e a sua volta li influenza positivamente.

Come attore sociale, fa leva sulla coincidenza di interessi con gli stakeholder, perseguendo al tempo stesso il proprio scopo di lungo periodo e la creazione di valore per il contesto, consapevole che dallo stesso fare impresa deriva un rilevante impatto sociale: rispondere a bisogni della società, favorendone sviluppo e benessere; creare occupazione e occasione di soddisfazione professionale per le persone; condividere valore economico.

La Buona Impresa considera un prerequisito imprescindibile l'impegno a gestire in modo responsabile e sostenibile tutte le ricadute che l'attività d'impresa ha sulla comunità e sull'ambiente, monitorando e riducendo eventuali effetti negativi.

Infine, essa comunica con trasparenza il senso del proprio agire, per favorire la partecipazione al proprio interno e il riconoscimento e la fiducia da parte del contesto.

## L'AZIENDA

Space: Srl SB è una società operante nel mondo dell'intrattenimento.

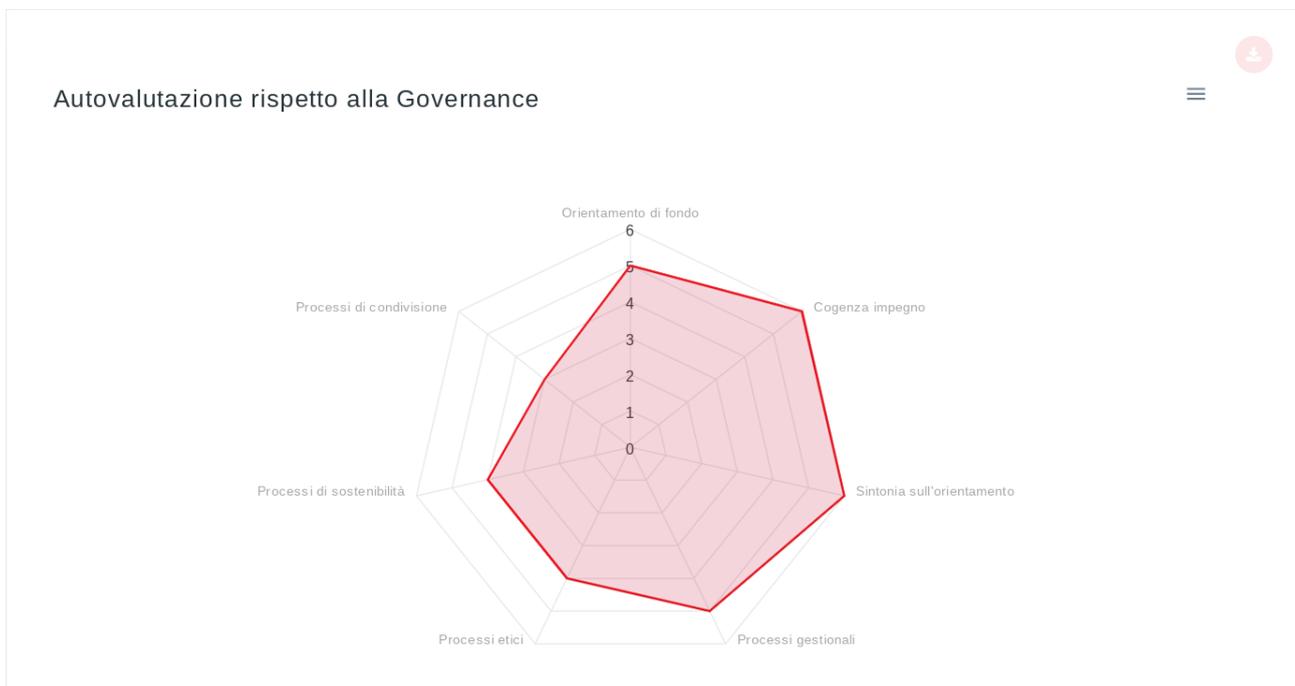
La prima manifestazione operativa di Space: è SpaceVerbania, in via 42 Martiri 165 a Verbania.

La Missione di SPACE: è quella di creare un spazio all'interno del quale raccogliere attività di intrattenimento, di matrice ludico/sportiva/formativa, per tutti i membri della famiglia promuovendo così occasioni in cui passare tempo di qualità insieme ai propri cari. Vogliamo farlo creando allo stesso tempo una società per cui i collaboratori lavoreranno volentieri in quanto anche per loro il tempo passato a SPACE: sarà di qualità, così come lo saranno le relazioni con i partner esterni che sono impostate in ottica win-win. Tutto questo con la convinzione che lavorando non solo per la massimizzazione del Profitto ma anche per la qualità del Prodotto offerto e del Lavoro generato si possa creare un circolo virtuoso che, unito ad un'attenzione alla promozione e protezione del territorio, porta alla sostenibilità dell'impresa nel lungo termine

La fase di avvio della società, costituita nel 2019, ma operativa da luglio 2020 è stata complicata e allungata dalla pandemia. L'attività nell'esercizio 2021 è di fatto durato poco più di sei mesi.

A fine 2021 Space: contava due soci, sette dipendenti (di cui uno ha terminato il suo rapporto proprio al 31/12) più di 1500 clienti che hanno visitato la struttura e un fatturato di circa 120.000 euro

## GOVERNANCE



### L'impegno per il Beneficio Comune di Space:

Consideriamo che l'orientamento di fondo e la cogenza dell'impegno meritino una valutazione molto elevata, dato che, per scelta unanime dei soci, Space: si è costituita già come Società Benefit, assumendo in statuto le seguenti finalità:

Lo scopo ultimo della Società è, congiuntamente al proprio sviluppo, quello di favorire lo sviluppo economico e sociale del territorio in cui la stessa opera impegnandosi a considerare, per ciascuna attività svolta, anche l'impatto sociale generato complessivamente come parte integrante e strategica del proprio sviluppo.

In qualità di Società Benefit, ai sensi e per gli effetti l. 28 dicembre 2015, articolo unico, commi 376-384, la società intende perseguire una o più finalità di beneficio comune ed operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti ed associazioni ed altri portatori di interesse.

I soci condividono la visione per la quale un'impresa, nell'esercizio della propria attività economica, svolge un ruolo sociale con un impatto significativo sulle persone e sul contesto. Riconoscono pertanto che l'azienda stessa, ancorché di proprietà privata, rappresenta di fatto un bene di utilità pubblica e in questo trovano il senso del proprio fare impresa. Sono consapevoli, infine, della responsabilità che da questo deriva nei confronti di tutti i portatori di interesse, con i quali intendono costruire una relazione di fiducia, reciprocamente vantaggiosa e duratura nel tempo.

La finalità di "Space:" consiste nel perseguire contemporaneamente tre obiettivi di fondo, innescando tra di essi un circolo virtuoso in modo che i buoni risultati di ognuno di essi influenzino positivamente gli altri due. "Space:" ritiene che nella realizzazione di questa finalità si giocano sia il bene dell'impresa che l'impatto positivo sul contesto:

- Creare un luogo in cui gli utilizzatori delle strutture possano vivere momenti di allegria in compagnia e possano imparare competenze nuove ed utili. (Cosa offro alle persone? Che beneficio offro/ valore sociale?)
- Prendersi cura delle persone; dare valore al loro lavoro, favorendo la loro partecipazione alla missione della società ed ai suoi risultati e in questo modo la soddisfazione dei loro bisogni di realizzazione professionale insieme a ...aggiungere che sono anche fruitori... Basando su ... questo... l'eccellenza operativa della società;
- Perseguire un profitto equo e consistente nel tempo, producendo in questo modo le risorse finanziarie necessarie alla sostenibilità e allo sviluppo della propria attività e alla remunerazione del capitale. Creando in questo modo ricchezza che ricade, direttamente o indirettamente, su tutto il contesto;

In aggiunta a questo, i soci riconoscono e si impegnano a gestire la responsabilità che il proprio fare impresa ha sul contesto sociale e ambientale. La società minimizzerà l'impatto sull'ambiente e anzi ne promuoverà la salvaguardia e l'apprezzamento, in particolare con riferimento al territorio in cui l'impresa opera e da cui attinge risorse.

## Processi strategici e trasparenza

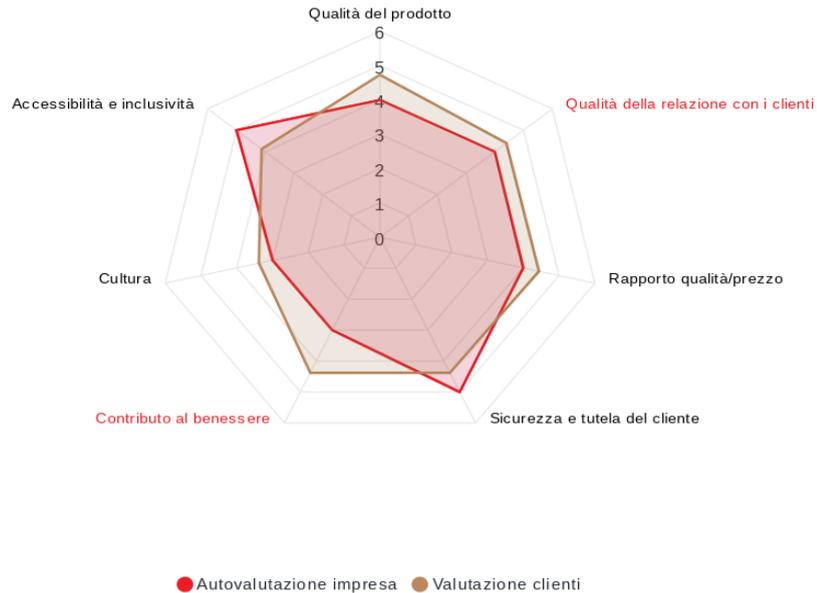
I processi gestionali sono snelli come la dimensione e lo stadio di evoluzione. Per il momento questi comprendono, oltre a budget e consuntivo annuale redatti in modalità "sistemica" come previsto dal modello di riferimento, un check a inizio mese con strumento di controllo dedicato su tutte le dimensioni, non solo quella economica, in applicazione del modello della BI.

I processi di sostenibilità non sono strutturati perché, come evidenziato dalla materialità, non ci sono particolari rischi da presidiare.

Rispetto infine a processi e strumenti volti a garantire etica e trasparenza affidiamo a questo documento (oltre che naturalmente alla relazione quotidiana con i nostri stakeholder) il compito di trasferire nel modo più completo e accessibile le informazioni e il senso della nostra impresa

# PRODOTTO

La creazione di valore con il Prodotto



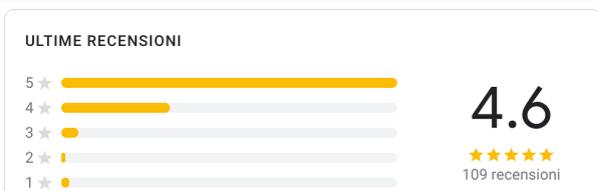
Gli elementi in rosso sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa

Il commento principale a questo risultato lo evidenzio nelle differenze fra l'autovalutazione e la valutazione data dai clienti.

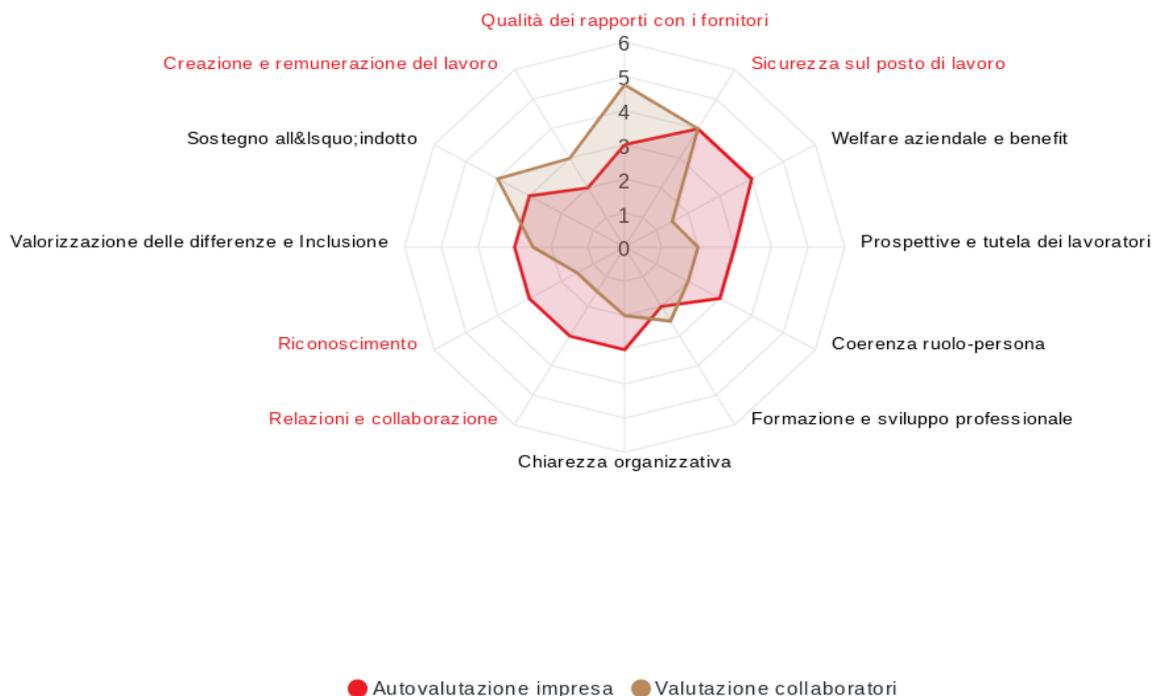
Mi sembra di poter dire che i clienti di Space: apprezzano il nostro prodotto e percepiscono in maniera marcata il contributo al loro benessere, che noi abbiamo valutato in maniera più bassa per una questione puramente quantitativa.. Sugli altri elementi c'è fondamentale allineamento.

Valutazione obiettivi 2021

Area	Obiettivi	Indicatore e fonte	Risultato
Prodotto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantenere l'alto standard di qualità nel servizio (mantenere recensioni sopra 4,5/5)</li> <li>- Aumentare l'apprezzamento e l'utilizzo di tutti i prodotti/servizi presenti a Space:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recensioni su Google, su Facebook e su TripAdvisor</li> <li>- Analisi mix di vendita dei vari servizi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Il grado di soddisfazione manifestato dai clienti attraverso le recensioni è molto elevato</li> <li>- ancora da migliorare l'adozione dei servizi "benessere" e sci</li> </ul>



# LAVORO



Gli elementi in rosso sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa

Anche in questo caso ritengo utile sottolineare le differenze di valutazione fra quanto valutato da Space: e quanto fatto di dipendenti.

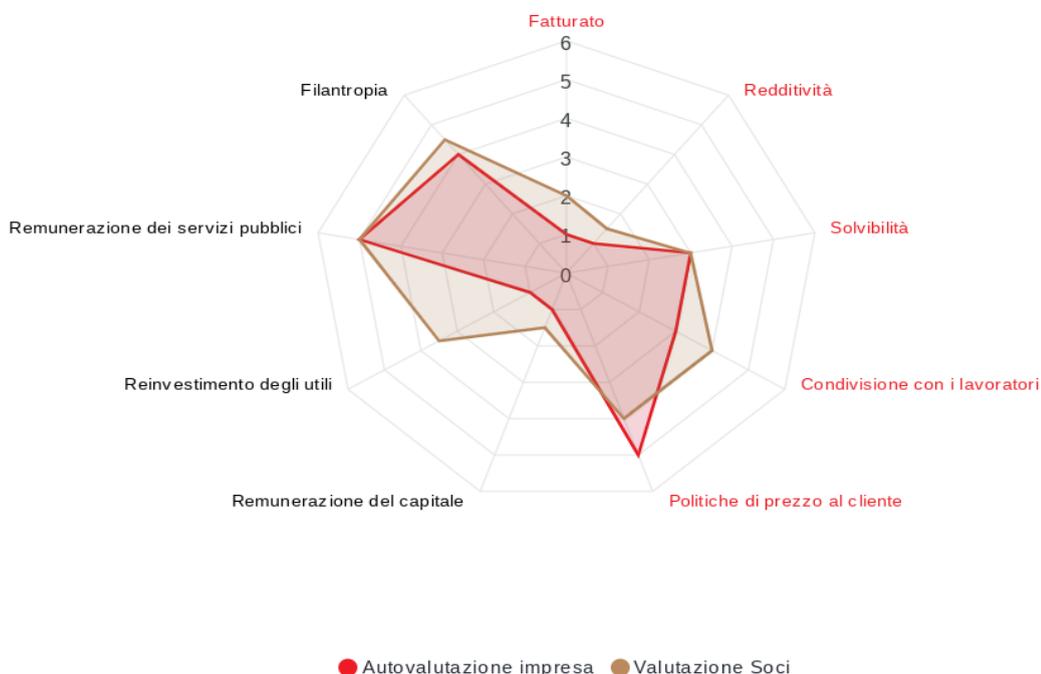
Per prima cosa è importante dire che i dipendenti che hanno risposto sono solo due (che su 6 rimasti dal 2021 è un buon numero ma comunque statisticamente non rilevante), detto questo è comunque necessario notare come in questo momento loro percepiscano poco riconoscimento e abbiano dato una valutazione bassa anche a "relazioni e collaborazione" e a Welfare aziendale e benefit.

Mentre per quanto riguarda Welfare e benefit credo che la situazione sia coerente con lo stadio di sviluppo in cui si trova Space: e con l'attuale situazione economica, e che quindi sia una questione di aspettative forse troppo alte, per gli altri due punti organizzerò un incontro ad hoc con i dipendenti sfruttando questo outcome come spunto di discussione

Valutazione obiettivi 2021

Area	Obiettivi	Indicatore e fonte	Risultato
Lavoro	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raggiungere indipendenza dell'organizzaione</li> <li>- Aumentare coinvolgimento del team sugli scopi di Space:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tempo che devo dedicare alla gestione ordinaria</li> <li>- chiacchierate con il team e monitoraggio del comportamento quotidiano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- su entrambi i temi c'è ancora del lavoro da fare</li> </ul>

# VALORE ECONOMICO



Gli elementi in rosso sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa

La situazione a fine 2021 è chiaramente ancora molto impattata dalla situazione di contesto in cui stiamo vivendo.

Dopo la riapertura del 15 giugno ci siamo comunque ritrovati a dover affrontare un mercato che ha faticato, e sta faticando, a riprendersi e l'incertezza continua non ci ha fatto sentire tranquilli nell'investire in comunicazione in maniera più decisa.

All'interno di questo scenario giudico positivamente l'essere sempre riusciti a pagare nei tempi giusti i fornitori ed aver limitato l'impatto sui lavoratori al minimo indispensabile pagandoli sempre con puntualità.

Gli obiettivi di equilibrio reddituale non sono stati raggiunti ma non è stato necessario ricorrere ad ulteriori finanziamenti soci per fare fronte a tutti gli impegni finanziari

Valutazione obiettivi 2021

Area	Obiettivi	Indicatore e fonte	Risultato
Profitto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Far fronte agli impegni finanziari senza ricorrere a finanziamenti soci.</li> <li>- Il risultato economico è previsto ancora sotto break even, ma in miglioramento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equilibrio finanziario</li> <li>- Risultati reddituali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Obiettivo raggiunto</li> <li>- Difficile dire se sia in miglioramento o meno visto che il '20 è "durato" solo 3 mesi. In generale i risultati economici attuali non sono sostenibili nonostante le attività messe in campo per la riduzione dei costi fissi</li> </ul>

## SOSTENIBILITA' AMBIENTALE E SOCIALE

Riteniamo che il tipo di attività che svolgiamo (offerta di servizi) e le dimensioni contenute dell'organizzazione generino un impatto modesto, o in molti casi del tutto trascurabile, sulla maggior parte degli elementi di osservazione di queste aree.

Sostenibilità ambientale			
Elemento di valutazione	Rilevanza per impresa	Autovalutazione	Rilevanza per stakeholder
Materie prime	Abbastanza rilevante	4	Abbastanza rilevante
Consumi energetici	Poco rilevante	6	Abbastanza rilevante
Rifiuti	Abbastanza rilevante	3	Abbastanza rilevante

Come indicato precedentemente i nostri consumi energetici derivano al 100% da fonti rinnovabili e questo ci ha portato a darci un'autovalutazione molto positiva nonostante la bassa elasticità nei volumi di energia utilizzati.

Per quanto riguarda i rifiuti invece c'è spazio di miglioramento per ridurre la quantità di produzione degli stessi lavorando sia sulla selezione di forniture con meno packaging, sia attraverso modalità furbe di riciclo

Sostenibilità sociale			
Elemento di valutazione	Rilevanza per impresa	Autovalutazione	Rilevanza per stakeholder
Salute e sicurezza sul lavoro	Abbastanza rilevante	2	Abbastanza rilevante
Comunità locali	Abbastanza rilevante	4	Abbastanza rilevante
Diversità e non discriminazione	Molto rilevante	2	Abbastanza rilevante
Diritti umani e del lavoro	Abbastanza rilevante	2	Abbastanza rilevante
Salute e sicurezza dei clienti	Molto rilevante	4	Molto rilevante

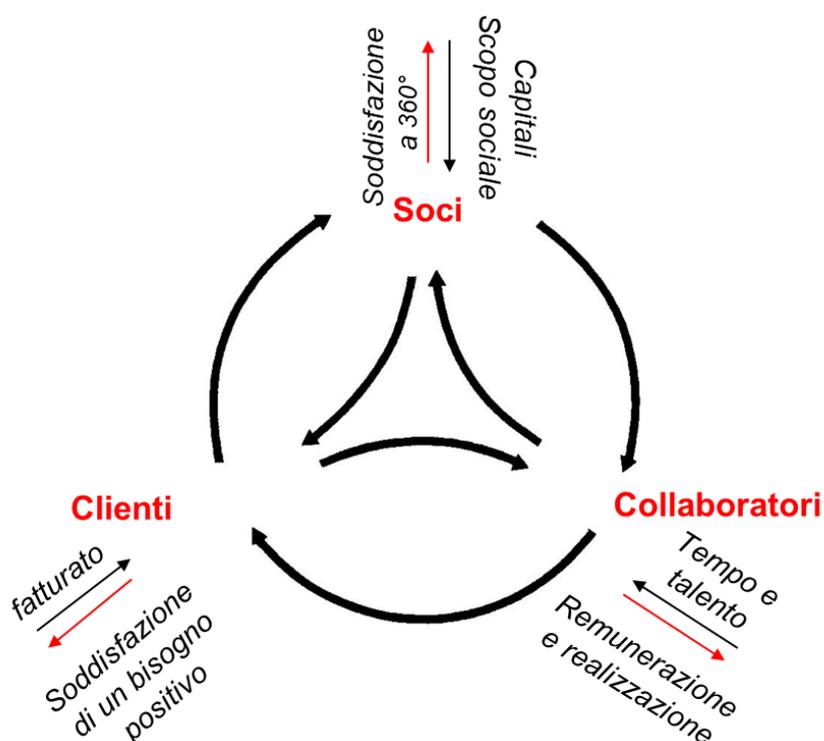
In termini di sostenibilità sociale ritengo importante commentare i risultati bassi, ovvero i 2. Salute e sicurezza sul lavoro sono garantiti per tutti i lavoratori e sono per noi molto importanti, il giudizio basso e il commento di "abbastanza rilevante" invece di "molto rilevante" sono legati al fatto che nel nostro caso salute e sicurezza derivano dal modo in cui l'attività è stata progettata, in cui gli strumenti sono stati selezionati e lo spazio è stato realizzato; non sono perciò necessarie attività specifiche messe in campo nel quotidiano.

Per quanto riguarda "Diversità e non discriminazione" il team ha delle dimensioni così ridotte che è difficile poter garantire un alti livello di diversità nonostante non ci sia nessun tipo di discriminazione. Stessa cosa

per “diritti umani e del lavoro” il voto 2 è relativo al focus messo su questo tema più che ai risultati, non ce ne siamo dovuti occupare perché non ci sono state occasioni che lo hanno richiesto, i diritti umani e dei lavoratori sono pienamente garantiti a tutti i membri del tema in maniera costante.

## CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

Nel paradigma della Buona Impresa ([www.labuonaimpresa.it](http://www.labuonaimpresa.it)), ciò che rende più o meno “buona” un’azienda è in sostanza l’approccio alla relazione: il modo con cui collega tra di loro i pilastri della sua attività (relazione tra gli elementi) e il modo con cui interpreta la relazione con i suoi portatori di interesse (relazione con la società), nell’ottica di creare valore condiviso nel lungo periodo.



In questa sezione conclusiva, dunque, proveremo a dare una lettura di sintesi rispetto a questi 3 elementi:

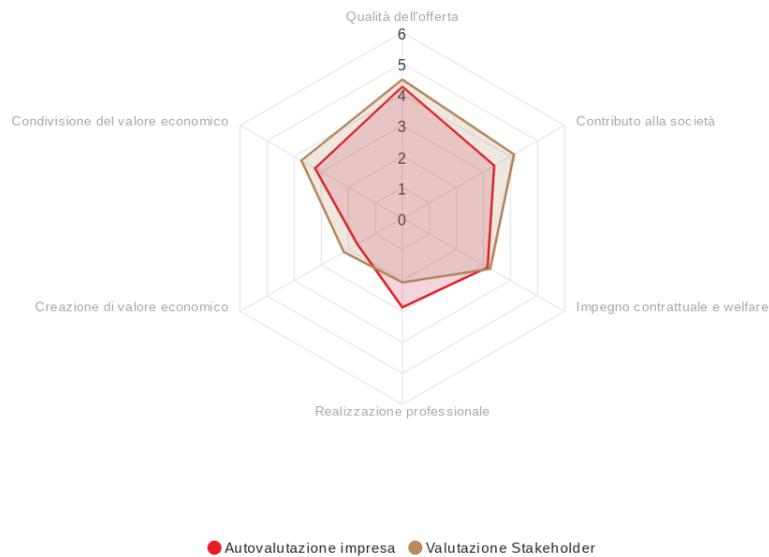
1. la capacità di costruire sinergie tra le dimensioni di Prodotto, Lavoro e Valore Economico (di cui abbiamo visto l’analisi di dettaglio nei capitoli precedenti);
2. la capacità di creare valore per gli stakeholder e costruire con ognuno di essi relazioni di fiducia;
3. la sostenibilità della capacità di creare valore nel lungo periodo, sia attraverso l’attività diretta d’impresa che in termini di sostenibilità sociale e ambientale.

L’ultimo paragrafo riguarderà infine la definizione degli obiettivi di miglioramento sui quali si baserà la

strategia di sviluppo per il 2022.

## Sintesi Della Creazione Di Valore

Il grafico seguente intende offrire uno sguardo di sintesi della creazione di valore attraverso i principali pilastri dell'attività di impresa: il Prodotto, il Lavoro e il Valore economico. Sono rappresentate le prime due dimensioni di ciascun pilastro (elementi che creano valore e elementi che qualificano una "buona" creazione di valore). La valutazione di sintesi per ciascuna dimensione (linea rossa per l'impresa, linea marrone per lo stakeholder di riferimento) corrisponde alla media delle valutazioni assegnate ai singoli elementi che compongono quella dimensione, ponderata in base alla rilevanza assegnata a ciascun elemento.



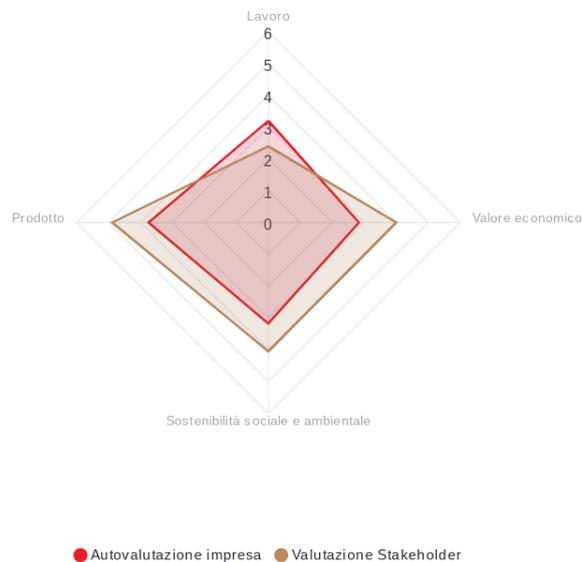
Siamo soddisfatti del fatto che gli stakeholder percepiscano un risultato sostanzialmente migliore di quanto valutato da noi. Ci sono spazi di miglioramento ma il risultato raggiunto nei sei mesi di attività del 2021 ci fa dire che abbiamo mosso i primi passi nella direzione corretta.

L'apprezzamento da parte dei nostri clienti, espresso attraverso le recensioni lasciate sulle piattaforme ufficiali ma anche attraverso la survey, ci danno consapevolezza del fatto che il mercato riconosce a Space: il ruolo che vuole avere come portatore di benessere nel quotidiano di chi viene a trovarci.

## La sostenibilità nel tempo della Creazione di valore

Questo grafico intende restituire uno sguardo d'insieme rispetto ad un elemento caratterizzante dell'osservazione del modello della Buona Impresa, ovvero la capacità di continuare a generare valore per la società nel lungo periodo.

- » Nei tre vertici superiori, vengono rappresentate le "terze dimensioni" relative a Prodotto, Lavoro e Valore economico (rispettivamente: sostenibilità dell'offerta, sostenibilità organizzativa, sostenibilità economica). In particolare: per l'impresa viene espressa la media ponderata delle valutazioni negli elementi selezionati come rilevanti; la valutazione degli stakeholder invece è la media delle risposte date alle domande rispetto al futuro della relazione con l'impresa (intenzione d'acquisto futuro da parte dei clienti; prospettive di restare in azienda per i lavoratori; continuità dell'investimento per i soci).
- » Il vertice inferiore invece, rappresenta la valutazione di sintesi rispetto alla Sostenibilità Sociale e Ambientale, interpretata come un fattore determinante per garantire il successo nel tempo dell'attività di impresa. Anche in questo caso: per l'impresa viene espressa la media ponderata delle valutazioni negli elementi selezionati come rilevanti; la valutazione degli stakeholder invece è la media delle risposte date dall'insieme degli stakeholder alla domanda sullo sviluppo armonico dell'impresa con il contesto.



La sostenibilità nel tempo di Space; soprattutto da un punto di vista economico è ancora molto in discussione.

Pur ribadendo che il numero ridotto di risposte alla survey ne riduca la rilevanza statistica la valutazione degli stakeholder per quanto riguarda il tema "lavoro" evidenzia la necessità di dedicare più tempo al coinvolgimento delle persone per far percepire loro al meglio quello che Space: fa ed ha fatto da questo punto di vista

### Tabella Obiettivi 2022

Area	Obiettivi	Indicatore e fonte
Prodotto	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Incrementare mediamente del 50% l'utilizzo dei singoli "prodotti"</li> </ul>	-analisi mix prodotti

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Ipotesi di riconfigurazione del mix prodotto?</li> <li>· Mantenere comunque alta la qualità</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-inserimento di opzioni "outdoor"</li> <li>-recensioni clienti</li> </ul>
Lavoro	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Ottimizzazione degli orari per copertura più snella</li> <li>· Sono adeguatamente supportato nel day-by-day e mi posso dedicare a "interventi di breve" e "modifiche del modello di business"</li> <li>· La squadra è consapevole e coinvolta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Survey dipendenti.</li> <li>Osservazione quotidiana sul campo.</li> </ul>
Profitto	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>RISULTATO ECONOMICO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>EBITDA in pareggio.[1]</b></li> <li>○ Valutare l'efficienza dei singoli "prodotti" e intervenire su quelli che non contribuiscono adeguatamente al risultato economico.</li> </ul> </li> <li>· <b>RISULTATO FINANZIARIO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Il finanziamento soci infruttifero, trasformato in capitale, è sufficiente</li> <li>·</li> <li>○ La prospettiva per il 23 non richiede ulteriori immissioni di liquidità[2]</li> </ul> </li> </ul> <hr/>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conto economico e situazione di cassa</li> </ul>

## Obiettivo sistemico

- Rendere sopportabile l'investimento, finché non si capisce se tolto l'effetto Covid la innovativa offerta di servizio è compresa, apprezzata e utilizzata dai potenziali clienti
- Space: a fine anno raggiunge una configurazione **sostenibile**

