LeROSA

Ascoltare Collaborare Sorridere

Relazione d'Impatto Sociale per il progetto LeROSA

SeoSpirito Società Benefit srl

Ciao, sono **Giulia Bezzi**, AD di SeoSpirito e credo che tutti si possa cambiare un pezzettino di mondo.
Io lo faccio con LeROSA.

Quello che leggerai qua è il frutto di lavoro di persone che ogni giorno lavorano accanto a me per portare beneficio a chi le circonda prima di se stesse, attraverso LeROSA, che io chiamo "il nostro progetto benefit".

Proprio per dargli più valore, lanciare un messaggio chiaro e forte a chi sente nel cuore la necessità di fare del bene con la propria Impresa e, da Imprenditrice, porre i riflettori sulla mia piccola, ma intraprendente, PMI.

Ed è proprio così che, il 21 marzo di questo anno pazzesco, con il primo giorno di primavera, SeoSpirito Società Benefit srl è entrata nella compagine sociale di GBS Group srl, che mi accompagna nella crescita di questo mio grande sogno: FARE DEL BENEFIT FACENDO PROFIT e questa relazione è la storia di ciò che siamo riusciti a raggiungere finora.

Giulia Bezzi

Sommario

01
SeoSpirito Società Benefit srl

02
Matrice del Bene Comune

03
Obiettivi di miglioramento

04
Attività Benefit 2021 - 2022

05
Attività Benefit 2022 - 2023

06
Partner

01

SeoSpirito Società Benefit srl

Che cosa facciamo?

SeoSpirito Società Benefit srl è l’agenzia di Padova che si occupa di strategia di marketing, consulenze e formazione per il posizionamento organico nei motori di ricerca: SEO, content marketing e community builder sono le nostre parole chiave.

E LeROSA?

Le Rosa è la parte benefit di SeoSpirito Società Benefit srl e nasce con la voglia di contribuire al benessere femminile e del territorio attraverso l’utilizzo di strumenti di diffusione online.

Chi siamo?

L’obiettivo è la ricerca di felicità e lo sviluppo del proprio business e talento fornendo supporto tramite contatti, informazioni e formazione tra le persone che aderiscono.

01

Che cosa sono le Società Benefit?

Le Società Benefit rappresentano una scelta: continuare a ignorare le esigenze del mondo in cui viviamo, pensando solo al profitto, o aprire gli occhi sulla realtà e cambiare le cose in concreto, nell’ambito dell’attività che le società svolgono ogni giorno. [...] perseguono volontariamente, nell’esercizio dell’attività d’impresa, oltre allo scopo di lucro anche una o più finalità di beneficio comune.

Per beneficio comune si intende il perseguimento di uno o più effetti positivi (realizzabili anche riducendo gli effetti negativi) su persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interessi.

[tratto dal sito societabenefit.com]

01

Oggetto Sociale

Di seguito viene riportato parte dell’oggetto sociale che definisce la mission di SeoSpirito Società Benefit srl: La società, [...], persegue finalità di beneficio comune e opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse, quali lavoratori, collaboratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile, come infra meglio precisato.

Per beneficio comune si intende il perseguimento, nell’esercizio dell’attività economica, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, per i destinatari qui di seguito indicati.

La società si prefigge di favorire la promozione, l’integrazione e la coesione umana, con particolare attenzione all’universo femminile, sulla base dei principi di uguaglianza, pari dignità, solidarietà e sensibilità sociale, mediante l’impiego di “social network” e altri canali digitali, nonché lo svolgimento delle attività di cui al presente oggetto sociale

Particolare, le specifiche finalità di beneficio comune, perseguite mediante una gestione volta al bilanciamento con l'interesse dei soci e con l'interesse di coloro sui quali l'attività sociale possa avere un impatto, sono le seguenti:

• Migliorare la vita delle donne **stimolando l'incontro online e offline** di tutte coloro che vivono nella stessa provincia, promuovendo l'organizzazione di iniziative culturali, sociali ed ambientali.

• Ascoltare le necessità delle donne e fornire loro **supporto per la soluzione dei problemi quotidiani** (casa e famiglia) e lo **sviluppo del proprio business e talento**.

• Stimolare la condivisione, promuovere gli incontri e controllarne l'evoluzione, **promuovere e comunicare i progetti di business meritevoli che valorizzano la dimensione pubblica e responsabile dell'impresa** secondo il modello di società benefit, così favorendo nel contempo l'economia locale.

• Perseguire il benessere dei soci, dei dipendenti e dei collaboratori esterni attraverso un motivante e soddisfacente impegno in una prospera, positiva ed eco-compatibile attività economica nella quale potersi riconoscere e nella quale poter soddisfare alcuni bisogni umani immateriali quali la comprensione, il senso di identità, di partecipazione, di libertà creativa e di protezione.

Chi collabora con noi?

Giulia Bezzi

CEO di SeoSpirito Società Benefit srl e Founder Progetto Le ROSA.

Marco Vallario

AD GBS Group srl, Socio SeoSpirito Società Benefit srl e Responsabile Benefit

Eva Beccia

Portavoce e Social Media Manager

Mery Greiss

Social Mentor e Community Manager

Gaia Provvedi

Relazioni Pubbliche

Nicole Mottin

Junior SEO Specialist e Volto TikTok

Giada Serre

Sales Manager

Stefania Pompigna&Anna De Seenen

Community Manager

Niva Florio

Web Writer e Blog Supervisor

Ilaria Bartolucci

Consulente legale

Maria Cestari

Graphic Designer

Claudia Dall'Anese

Web Writer e Community Manager

02
Matrice del Bene Comune

Quest'anno è diventato necessario cambiare la norma finora adottata per valutare la nostra Società Benefit e, visto l'oggetto sociale, la nostra Mission e Vision abbiamo deciso di utilizzare il Bilancio del Bene Comune e relativa Matrice di valutazione per poter misurare le nostre attività e procedere con le azioni migliorative al fine di aumentare il nostro punteggio.

SeoSpirito Società Benefit srl, con le proprie LeROSA, vuole portare il suo contributo al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030, in particolare:
obiettivo 1 - sconfiggere la povertà
obiettivo 4 - istruzione di qualità
obiettivo 5 - parità di genere
obiettivo 8 - lavoro dignitoso e crescita economica
obiettivo 10 - ridurre le disuguaglianze

Il lavoro è stato svolto da me, **Giulia Bezzi**, il Responsabile della Società Benefit **Marco Vallario**, AD di GBS Group srl nonché Socio in SeoSpirito Società Benefit srl e la supervisione di **Gaia Provvedi**, Business Designer che ci affiancherà nell'evoluzione del nuovo modello di business che proporremo nel 2023.

Nota metodologica

I punteggi dei singoli aspetti vengono aggregati in una somma ponderata che tiene conto delle dimensioni dell'ente, del settore, dei principali Paesi e settori di acquisto e vendita e di alcuni indicatori in ambito economico. Il punteggio complessivo massimo è di 1000 punti.

Punteggio	Livelli	Descrizione
700-1000	Esemplare	Il bene comune e la sostenibilità sono alla base dell'identità e della strategia d'impresa e vengono trattati in modo creativo e innovativo.
400-600	Esperto	L'impresa ha tradotto sperimentazioni e prime misure in politiche stabili e sistematiche in diversi ambiti, al di là degli obblighi di legge
200-300	Avanzato	L'impresa ha avviato alcune sperimentazioni e adottate alcune prime misure di miglioramento in vari ambiti, al di là degli obblighi di legge
1-100	Primi passi	L'impresa è in fase di analisi e di identificazione di strategie di miglioramento in vari ambiti, al di là degli obblighi di legge
0	Base	L'impresa opera nel rispetto delle norme vigenti

I punteggi dei singoli aspetti vengono aggregati in una somma ponderata che tiene conto delle dimensioni dell'ente, del settore, dei principali Paesi e settori di acquisto e vendita e di alcuni indicatori in ambito economico. Il punteggio complessivo massimo è di 1000 punti.

Ogni aspetto, tra l'altro, è più o meno applicabile alla propria realtà aziendale.

Per cui, questo anno zero di studio della matrice di bene comune, ci mette nelle condizioni di valutare nuovamente dove, con le nostre attività, impattiamo per portare beneficio secondo i nostri obiettivi di sviluppo della Società Benefit.

Calcolatore del bilancio del Bene Comune - Versione 5.02

MATRICE DEL BENE COMUNE

Azienda: SeoSpirito Società Benefit srl; Anno di riferimento: 2021

Annotazione: Questo non è un attestato.

Somma Bilancio: 250 di 1000 punti

ECONOMY FOR THE COMMON GOOD
An economic model for the future

Valori ▶ Gruppi d'interesse ▼	Dignità umana	Solidarietà & giustizia	Sostenibilità ambientale	Trasparenza & cogestione
A: Fornitori	A1: La dignità umana lungo la catena di fornitura	A2: Solidarietà e giustizia nella catena di fornitura	A3: Sostenibilità ecologica nella catena di fornitura	A4: Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la catena di fornitura
	40 di 77 **10 %**	15 di 77 **20 %**	0 di 77 **0 %**	15 di 38 **40 %**
B: Proprietari & partner finanziari	B1: Atteggiamento etico nell'impiego di fondi	B2: Atteggiamento sociale nell'impiego di fondi	B3: Investimenti socio-ecologici e impiego dei fondi	B4: Proprietà e condivisione delle decisioni
	10 di 26 **30 %**	8 di 77 **10 %**	0 di 77 **0 %**	10 di 51 **20 %**
C: Collaboratori	C1: La dignità umana sul posto di lavoro	C2: Welfare aziendale, retribuzione e organizzazione del lavoro	C3: Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori	C4: Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda
	18 di 26 **70 %**	23 di 26 **90 %**	0 di 13 **0 %**	26 di 51 **50 %**
D: Clienti & concorrenti	D1: Relazioni etiche con la clientela	D2: Cooperazione e solidarietà con i concorrenti	D3: Conseguenze ecologiche dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi	D4: Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti
	21 di 51 **40 %**	21 di 51 **40 %**	0 di 51 **0 %**	0 di 51 **0 %**
E: Contesto sociale	E1: Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società	E2: Contributo per la collettività	E3: Riduzione delle conseguenze ecologiche	E4: Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni
	21 di 51 **40 %**	15 di 77 **20 %**	5 di 51 **10 %**	15 di 51 **30 %**

PRIMO ANNO CON LA MATRICE DEL BENE COMUNE, DOPO AVER UTILIZZATO LA ISO 26001 PER 3 ANNI. CAMBIA TOTALMENTE TUTTO. RIMETTIAMOCI IN CAMMINO.

A	FORNITORI	APPLICABILE	MOTIVAZIONE
A1	La dignità umana lungo la catena di fornitura	parzialmente	
A1.1	Condizioni di lavoro e conseguenze sociali nella catena di fornitura	parzialmente	
A1.2	Aspetto negativo: Violazione della dignità umana nella catena di fornitura	applicabile	
A2	Solidarietà e giustizia nella catena di fornitura	parzialmente	
A2.1	Relazioni commerciali eque nei confronti dei fornitori diretti	parzialmente	
A2.2	Influssi positivi sulla solidarietà e la giustizia lungo l'intera catena di fornitura	parzialmente	
A2.3	Aspetto negativo: Sfruttamento del potere di mercato nei confronti dei fornitori	non applicabile	
A3	Sostenibilità ecologica nella catena di fornitura	non applicabile	
A3.1	Conseguenze ambientali lungo la catena di fornitura	non applicabile	
A3.2	Aspetto negativo: Conseguenze ambientali sproporzionatamente elevate lungo la catena	parzialmente	
A4	Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la catena di fornitura	parzialmente	
A4.1	Trasparenza e diritti di condivisione delle decisioni per i fornitori	parzialmente	L'azienda non produce beni materiali o prodotti che possono avere un impatto diretto sull'ambiente
A4.2	Influssi positivi sulla trasparenza e la condivisione delle decisioni lungo l'intera catena di fo	parzialmente	
B	**Proprietari & partner finanziari**		
B1	Atteggiamento etico nell'impiego di fondi	parzialmente	
B1.1	Autonomia finanziaria grazie all'autofinanziamento	applicabile	
B1.2	Finanziamento esterno orientato al bene comune	non applicabile	
B1.3	L'approccio etico di finanziatori esterni	non applicabile	
B2	Atteggiamento sociale nell'impiego di fondi	applicabile	
B2.1	Impiego dei fondi solidale e orientato al bene comune	applicabile	
B2.2	Aspetto negativo: Distribuzione iniqua di fondi	applicabile	
B3	Investimenti socio-ecologici e impiego dei fondi	parzialmente	
B3.1	Qualità ecologica degli investimenti	non applicabile	
B3.2	Investimento orientato al bene comune	applicabile	
B3.3	Aspetto negativo: Dipendenza da risorse a rischio in termini ecologici	non applicabile	
B4	Proprietà e condivisione delle decisioni	applicabile	
B4.1	Struttura di proprietà orientata al bene comune	parzialmente	
B4.2	Aspetto negativo: Scalata ostile	non applicabile	L'azienda non utilizza partner finanziari

VALUTAZIONE SULLE SINGOLE VOCI DELLA MATRICE E RELATIVA APPLICAZIONE ALLA NOSTRA REALTA' (1 DI3)

C	**Collaboratori**		
C1	La dignità umana sul posto di lavoro	applicabile	
C1.1	Cultura aziendale orientata ai collaboratori	applicabile	
C1.2	Promozione della salute e protezione sul posto di lavoro	parzialmente	
C1.3	Diversità e pari opportunità	applicabile	
C1.4	Aspetto negativo: Condizioni di lavoro disumane	applicabile	
C2	Welfare aziendale, retribuzione e organizzazione del lavoro	parzialmente	
C2.1	Strutturazione del guadagno	parzialmente	
C2.2	Organizzazione dell'orario di lavoro	applicabile	
C2.3	Organizzazione del rapporto di lavoro e Work-Life-Balance	applicabile	
C2.4	Aspetto negativo: Strutturazione ingiusta dei contratti di lavoro	parzialmente	
C3	Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori	parzialmente	
C3.1	L'alimentazione durante l'orario di lavoro	parzialmente	
C3.2	Mobilità sul posto di lavoro	parzialmente	
C3.3	Cultura organizzativa, sensibilizzazione all'organizzazione ecologica dei processi	applicabile	
C3.4	Aspetto negativo: Guida allo spreco / Tolleranza di comportamenti non ecologici	parzialmente	
C4	Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda	applicabile	
C4.1	Trasparenza in azienda	applicabile	
C4.2	Legittimazione dei dirigenti	parzialmente	
C4.3	Condivisione delle decisioni da parte dei collaboratori	applicabile	I collaboratori dell'azienda lavorano da remoto ma condividono buone pratiche
C4.4	Aspetto negativo: Impedimento del consiglio aziendale	parzialmente	
D	**Clienti & concorrenti**		
D1	Relazioni etiche con la clientela	parzialmente	
D1.1	Comunicazione dignitosa con i clienti	applicabile	
D1.2	Assenza di barriere	parzialmente	
D1.3	Aspetto negativo: Misure pubblicitarie non etiche	parzialmente	
D2	Cooperazione e solidarietà con i concorrenti	parzialmente	
D2.1	Cooperazione con i concorrenti	parzialmente	
D2.2	La solidarietà con i concorrenti	parzialmente	
D2.3	Aspetto negativo: Abuso del potere di mercato nei confronti dei concorrenti	non applicabile	
D3	Conseguenze ecologiche dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi	non applicabile	
D3.1	Rapporto ecologico costi/ benefici di prodotti e servizi (efficienza e consistenza)	non applicabile	
D3.2	Utilizzo moderato di prodotti e servizi (sufficienza)	parzialmente	
D3.3	Aspetto negativo: Accettazione consapevole di conseguenze ecologiche spropositate	non applicabile	
D4	Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti	parzialmente	
D4.1	Partecipazione dei clienti, sviluppo comune dei prodotti e ricerca di mercato	parzialmente	
D4.2	Trasparenza dei prodotti	non applicabile	L'azienda ha dei concorrenti che non effettuano produzione di beni e servzi
D4.2	Aspetto negativo: Mancata indicazione di sostanze pericolose	non applicabile	

VALUTAZIONE SULLE SINGOLE VOCI DELLA MATRICE E RELATIVA APPLICAZIONE ALLA NOSTRA REALTA' (2 DI 3)

E	Contesto sociale		
E1	Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società	parzialmente	
E1.1	Prodotti e servizi coprono il fabbisogno di base e sono utili a una buona vita	parzialmente	
E1.2	Impatto dei prodotti e servizi sulla società	parzialmente	
E1.3	Aspetto negativo: Prodotti e servizi disumani	non applicabile	
E2	Contributo per la collettività	parzialmente	
E2.1	Imposte e oneri sociali	parzialmente	
E2.2	Contributi volontari per rafforzare la collettività	parzialmente	
E2.3	Aspetto negativo: Evasione fiscale illecita	non applicabile	
E2.4	Aspetto negativo: Mancata prevenzione della corruzione	non applicabile	
E3	Riduzione delle conseguenze ecologiche	non applicabile	
E3.1	Conseguenze assolute / Management & strategia	parzialmente	
E3.2	Conseguenze relative	parzialmente	
E3.3	Aspetto negativo: Violazioni dei requisiti ambientali e impatto inadeguato sull'ambiente	non applicabile	
E4	Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni	applicabile	
E4.1	Trasparenza	applicabile	
E4.2	Condivisione sociale delle decisioni	applicabile	L'azienda non produce impatti sull'ambiente in modo diretto dato che non effettua produzione di beni materiali
E4.3	Aspetto negativo: Promozione di poca trasparenza e informazioni consapevolmente errate	parzialmente	

VALUTAZIONE SULLE SINGOLE VOCI DELLA MATRICE E RELATIVA APPLICAZIONE ALLA NOSTRA REALTA' (3 DI 3)

02
Interpretazioni

In questa prima applicazione della Matrice del Bene Comune, abbiamo notato alcune difficoltà nella gestione del punteggio dovute all'impossibilità di misurare alcuni fattori che non riguardano sicuramente il nostro tipo di processo produttivo.

SeoSpirito, per esempio, è un'Azienda volta all'80% ai benefici che può portare a chi partecipa al progetto LeROSA, volto alla popolazione, per cui non a collaboratori, fornitori e dirigenti. Non produce beni e prodotti e quindi ha un impatto ambientale relativo. È un'azienda che, ancora per il bilancio 2021 era tutta in remote working, visto che il nuovo assetto societario che vede l'ingresso di Global Business Solution srl nella compagine sociale avviene il 21/03/2022.

Per cui, parte degli aspetti presi in considerazione dalla matrice del bene comune non sono applicabili, potranno essere invece portati alla luce nel bilancio 2022 andando ad influenzare positivamente anche i nostri nuovi Soci.

03 - Obiettivi di miglioramento rispetto alla matrice del bene comune

01

Coinvolgimento dei Soci

Nel 2022 SeoSpirito Società Benefit srl vede l'ingresso nella propria compagine so ciale di GBS Group che scelgono la società per poter promuovere lo sviluppo dell'imprenditoria femminile abbracciando il progetto LeROSA. Necessitiamo quindi di una nuova definizione del nostro business model.

02

Sensibilizzazione Ambientale

Il nostro blog ha una sezione fornita di ottimi articoli informativi in merito e abbiamo iniziato un primo progetto di divulgazione attraverso live sui social. Da questa base partiamo per crescere questo aspetto.

03

Partecipazione dei clienti

Attualmente i nostri clienti non vengono coinvolti nella nostra attività di sostegno a favore de LeROSA né sulla attività come Società Benefit che potrebbe, invece, generare un interessante sensibilizzazione e una spinta a crescere secondo i nostri stessi valori.

03 - Obiettivi di miglioramento rispetto alla matrice del bene comune

04

Indipendenza Economica

Per noi, rispetto alla community LeROSA, è fondamentale lavorare all'indipendenza economica delle partecipanti.
Gran parte dei nostri sforzi vanno in questa direzione: persone indipendenti economicamente sono libere e possono pensare più serenamente alla vecchiaia

05

Costruzione relazioni di valore

Una Società che funziona è una Società che costruisce relazioni di valore che possano supportare il singolo individuo nella vita personale e lavorativa.
Stimolare le persone alla fiducia, all'altruismo e alla proattività nei confronti altrui fa parte della nostra mission.

06

Formazione Digitale

Il mondo digital fornisce opportunità di business, di network e di cultura che non si possono sottovalutare.
Serve conoscerlo e frequentarlo per cui anche per il 2023 prevediamo di continuare con la nostra formazione alle professioniste del blog e a cascata a tutta la community.

03
Nuova misurazione KPI

Fino alla scorsa relazione d'impatto erano stati identificati 4 indicatori che riportiamo qui a destra.

Con la matrice del bene comune vengono mantenuti gli stessi indicatori che supportano gli obiettivi sui quali vogliamo lavorare ma andremo a rendicontare differentemente per rendere più semplice e verificabile l'indicatore stesso.

Sebbene noi si stimoli la community a fornirci indicazioni sia per i caffè virtuali che per il fatturato generato tra loro, non abbiamo modo di verificare se tutte le persone della community ci comunichino le loro attività di network. Procederemo, quindi, in forma anonima attraverso un questionario trimestrale così da poter valutare l'andamento con più precisione e, in forma anonima, avere l'opportunità di ottenere più dati.

Community coinvolta

Numero di persone coinvolte nel progetto sulle quali valutare il nostro impatto

Formazione/informazione erogata

N. ore di formazione per gli stakeholder diretti al fine di collaborare al meglio nel progetto

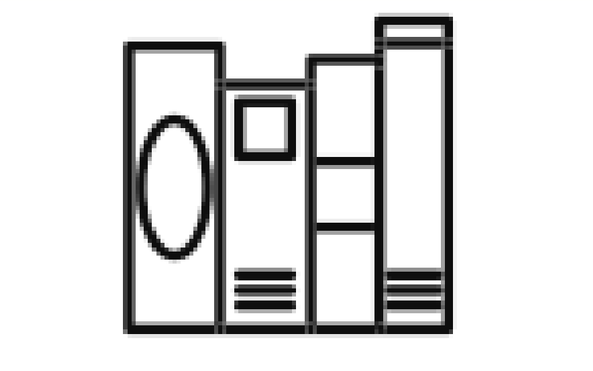
Caffè virtuali e non bevuti

N. caffè che ci danno indicazioni della bontà degli stimoli a conoscerci tra persone

Fatturato generato tra LeROSA

Una buona conoscenza è voglia anche di business

I numeri del 2021 - 2022



Formazione

Pari a 88.938 euro di formazione gratuita per un totale ore per tutte le persone di 2.706

Abbiamo lavorato alla formazione delle professioniste che scrivono sul blog de LeROSA.
Abbiamo aperto il club delle Artigiane per formarle sul loro microbusiness.
Abbiamo fornito formazione con due professioniste de LeROSA per la gestione del tempo e per i bandi di finanziamento.

Caffè virtuali

Di quelli che ci sono stati comunicati ne abbiamo 278

Questo indicatore è particolarmente difficile da tenere monitorato perché non tutte ci raccontano come interagiscono con la community.

Ovviamente deve avere solo una tendenza positiva che ci permette di valutare la crescita della rete di valore.

Fatturato generato

Di quello dichiarato abbiamo ben 26.224, 22€ di fatturato generato tra LeROSA

Anche questo indicatore, come quello dei caffè virtuali risulta ostico. Se vogliamo ancora di più perché c'è sempre pudore di parlare di soldi.

Per noi, non è importante il dato preciso ma è fondamentale vedere una tendenza crescente continua.

Formazione Erogata

Dettaglio delle attività svolte gratuitamente per le persone presenti nella community de LeROSA nel 2021 - 2022.

La formazione alle professioniste del blog è stata focalizzata su:
- scrittura ottimizzata per il motore di ricerca;
- personal branding;
- social media marketing;
- public relation;
- gratitudine ed empatia digitale.

CHI	FORMAZIONE GRATUITA	ORE	COSTO RISPARMIATO per giornate da 8 ore
team LeROSA	formazione digital per le professioniste che scrivono nel blog LeROSA per 40 persone in media	2.560	€ 80.000,00
clubdelleartigiane	progetto pilota per la crescita del business per 7 persone	98	€ 3.062,50
Silvana Poli	formazione sulla gestione del tempo per LeROSA per 14 persone	28	€ 875,00
Serena De Rosa	formazione sui bandi di finanziamento	20	€ 5.000,00
	tot	2.706	88.938

Caffè virtuali e fatturato generato

Durante il primo anno del covid, con il lockdown le persone si sono davvero strette tra loro a parlare, conoscerci, starsi accanto. Tantissimi caffè virtuali che quest'anno non ci sono stati, proprio perché più libere.

Al contrario il fatturato generato tra LeROSA è aumentato, segno che le persone hanno ricominciato a sentirsi pronte a spendere e, soprattutto, farlo all'interno de LeROSA e con LeROSA.

DATI	2019 - 2020	2020 - 2021	2021 - 2022
caffè presi	49	1.184	278
fatturato generato	€ 31.486,00	€ 9.417,00	€ 26.224,22

La Community

DATI	2018 - 2019	2019 - 2020	2020 - 2021	2021 - 2022
gruppo FB - iscritte	605	1.062	1.851	2.900
Fan Page FB - follower	1.089	3.064	3.526	4.323
Profilo IG - follower	0	417	804	1.322
Pagina vetrina In - follower				280
Profilo Tiktok - follower				272
Sito web - visite medie/mese	150	6.20	45.000	16.300
newsletter - iscritte			720	1515

04

Attività 2021 - 2022

Ciò che noi vogliamo è costruire una rete di relazioni di valore che sostengano l'indipendenza economica e culturale, in primi, delle donne che vivono ancora in una condizione di mancate opportunità e che necessitano, per il bene del Paese intero, tra l'altro di poter arrivare quanto prima ad avere la stessa dignità dell'altro genere.

Per fare questo noi lavoriamo attorno a 3 verbi:
- Ascoltare le necessità attorno a noi della community stessa;
- Collaborare per dare ciò di cui hanno bisogno;
- Sorridere insieme dei risultati raggiunti.

Tutto questo, poi, lo richiediamo alle partecipanti della community e a tutti coloro che, a vario titolo, si avvicinano alla nostra realta.

I nostri 3 step di Azione

01

LA SPA DEL BUSINESS

02

03

Ascoltare

All'interno della community, regolarmente chiediamo di partecipare ai sondaggi che ci servono per valutare le attività da portare avanti, quali sospendere, quali modificare. Il tutto senza perdere di vista il nostro obiettivo di indipendenza economica delle partecipanti.

Collaborare

Per ottenere maggiori risultati coinvolgiamo LeROSA partecipanti alla community e le realtà del territorio che possono collaborare insieme per poter generare beneficio comune. Come sta succedendo con LaSPAdelbusiness di cui parlerò a breve.

Sorridere

Prima di depositare il bilancio, ci troviamo a LeROSA NEXT, il nostro evento dai grandi sorrisi in cui stiamo insieme di persona e ci dedichiamo a raccontare l'anno passato, i progetti futuri edare informazioni utili per crescere culturalmente ed economicamente.

Il nostro blog

Più di 700 contenuti, più di 40 professioniste che scrivono insieme a noi, assistite e formate costantemente, per aumentare il proprio personal branding, far conoscere la oropria professionalità e crescere nell'indipendenza economica, insieme al nostro progetto.

Creare un magazine e avere visibilità non è semplice per nulla, il team che segue lo sviluppo del blog è davvero incredibile e siamo pronti al rilascio della nuova versione grazie a Global Business Solution srl, la nostra Società di sviluppo che ci sta accompagnando in questo percorso.

Il team SEO, composto da me, Edoardo Bruzzese, Luisella Curcio, Niva Florio, Nicole Mottin e Barbara Perseghin segue lo sviluppo dei contenuti e la loro messa online, con il fine ultimo di crescere la visibilità del portale e i punti di contatto, sia per le professioniste che per noi di SeoSpirito.

Diffondere cultura benefit

Per poter far conoscere le Aziende come la nostra che diventano Società Benefit per dare il proprio contributo positivo all'ambiente che le circonda, alle persone attorno all'azienda stessa e, come noi, alla comunità circostante.

Abbiamo voluto lavorare per 6 mesi con l'Agenzia di PR Disclosers, che ci ha permesso di farci conoscere maggiormente al pubblico e raccontare la nostra storia. Questo percorso, per noi è stato davvero importante, perché ci ha permesso di far comprendere la complessità di tutto il lavoro che sviluppiamo durante l'anno e porre l'attenzione sulle Società Benefit.

Diverse le testate che ci hanno ospitate:
- Donna Moderna
- La Nazione
- Formiche
- Startupitalia

Quando le donne lavorano insieme sono una forza. Sopra, da sinistra, Olivia Colman, Dakota Johnson, Maggie Gyllenhaal e Alba Rohrwacher al Festival di Venezia 2021, per la presentazione di *The Lost Daughter*.

de figure disinteressate agli altri. Ecco 3 pregiudizi caduti come birilli grazie a Mentor 4 manager, l'iniziativa gratuita promossa a Parma di Federmanager Minerva (www.parma.federmanager.it/gruppo-minerva), la sezione femminile dell'associazione manageriale diffusa in tutta Italia. «Si pensa che chi ricopre un ruolo manageriale non abbia bisogno di consigli. Invece le giovani che iniziano il percorso come dirigenti richiedono momenti di confronto. Noi senior, desiderose di restituire qualcosa, offriamo la nostra esperienza come mentor» spiega Elisabetta Todeschini, una delle promotrici. «Il programma, lanciato prima dalla sede di Torino, è stato ampliato con un corso di formazione per le mentor e la realizzazione di una guida. In più, alcune hanno fatto da mentor anche a degli uomini. In fase pilota il percorso era rivolto agli associati a Federmanager, ma vogliamo aprirlo e condividere il nostro know how».

5 LeROSA

PIÙ DAI, PIÙ OTTERRAI

«Se non chiedi non hai. E se passi un favore, prima o poi ti torna indietro e ti aiuta. Sempre». Ad affermarlo, sulla base non di ipotesi ma di esperienza, è Giulia Bezzi, fondatrice della società Benefit SeoSpirito e della community LeROSA (lerosa.it). Quale obiettivo anima questo gruppo? «Il supporto reciproco per permettere a tante donne di diventare indipendenti economicamente e culturalmente, coltivando una rete di amiche e il loro business». A professioniste e microaziende sono offerte da un team di esperte 4 ore di formazione gratuita per il web e 8 ore di assistenza alla scrittura al mese. E poi ci sono incontri su Zoom: palestra per imparare a raccontarsi, modo di far conoscere i propri prodotti e opportunità di acquistare quelli delle altre a prezzi scontati. La community prende il nome dal celebre fiore di *Il Piccolo Principe*. Non a caso: le donne che pensano al benessere delle altre donne fanno vere magie.

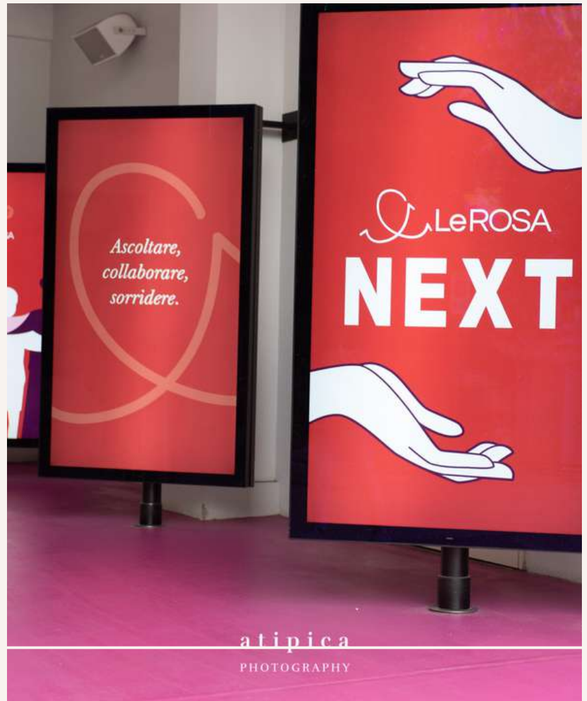
©RIPRODUZIONE RISERVATA

GRAZIE ALLE COACH VOLONTARIE *aiutiamo a preparare il CURRICULUM, simuliamo colloqui di lavoro. E con una PERSONAL STYLIST creiamo look su misura per presentarsi al meglio in azienda.*

Ilclubdelleartigiane

Da settembre a dicembre 2021 ogni martedì, Eva Beccia e Claudia Dall'Anese, hanno lavorato con un gruppo di artigiane al fine di comprendere tutte le difficoltà che si riscontrano nella propria attività e la solidità del business. Da questo prototipo è nato il percorso LaSPAdelbusiness, iniziato a giugno 2022 e che ci accompagnerà per tutto il 2023 e oltre.

La nostra capacità di vendere è direttamente proporzionale alla nostra capacità di comprendere il nostro cliente ideale, le sue paure e i suoi bisogni



LeROSA NEXT

L'EVENTO DI FORMAZIONE E INFORMAZIONE ANNUALE

GRAZIE ATIPICA PHOTOGRAPHY
PER LA BELLEZZA DEGLI SCATTI

Per formare, informare e donare

LeROSA NEXT di quest'anno è stato fantasmagorico, finalmente dal vivo, anche se portato in live streaming, con un messaggio bellissimo: insieme per la parità di genere.

Già perché quello che è stato pensato, in collaborazione con la nostra Società &Love srl che ha sviluppato il concept dell'evento, è un panel 50 - 50 per portare non solo le donne a partecipare ma, gli uomini, con un unico grande obiettivo: confrontarsi per abbattere il gap che esiste.

Le tematiche trattate sono state scelte ascoltando la community e leggendo le statistiche che ci affliggono in tema di parità di genere.

Ecco quindi che abbiamo trattato:
- imprenditoria
- vendita
- empatia digitale
- lavori del futuro
- digital marketing

E come sempre, il 10% del nostro ricavato, è stato donato all'Associazione Sheisascientist con la quale abbiamo intenzione di collaborare anche nel 2023 per diffondere cultura sulle discipline STEM.

05

Attività 2022 - 2023

L'anno che sta arrivando, come diceva Lucio Dalla, fra un anno passerà e sappiamo che sarà complesso da gestire: dalla pandemia alla guerra, dall'inflazione al rincaro dei beni primari fino alla siccità di quest'estate, diciamo che ce la siamo passata meglio.

In questo panorama, però, per quanto mi riguarda, non ci si può fermare, ANZI, si deve lavorare ancora più coesi, capaci di portare massimo beneficio ad ogni azione, stimolando le persone ad essere costanti e mirate all'obiettivo. Ecco perché i progetti in partenza per settembre 2022, dopo lo studio attento della Matrice del Bene Comune, sono i seguenti:

1. LaSPAdelbusiness e Areawellness
2. Business Design per la nostra Società e per LeROSA professioniste e imprese
3. LeROSAnetwork

LaSPAdelBusiness

**LaSPAdelbusiness, gli incontri gratuiti
in cui prendersi cura del proprio benessere economico**

Il nostro obiettivo è quello di supportare microimprese e professionisti nello sviluppo del proprio business con l’opportunità di accedere al credito, grazie a un solido progetto di base.

Senza un vero business non si può pensare di far crescere la propria realtà e noi vogliamo invece supportare chi davvero ha un business misurabile ma che, ancora, non ha chiaro quali siano le leve che potranno renderlo redditizio nel tempo o non riesce a concretizzarlo.

In collaborazione con Confesercenti Verona, Global Business Solution srl, &Love srl, Katia Moretto e Myr Consulting snc.

LA SPA DEL BUSINESS

LaSPAdelBusiness

Accompagnare le Aziende a sviluppare il proprio business con l'opportunità successiva di accedere al microcredito, grazie a Confesercenti, e poter crescere, in maniera solida la propria realtà.

Dall'altra parte, ridimensionare progetti di business che non hanno futuro, al fine di accompagnare le persone partecipanti ad un percorso di ricollocamento come dipendenti per evitare mancanza di indipendenza economica e frustrazione.

Gli incontri ciclici, nella cadenza di una volta a settimana, verranno tenuti dagli esperti de LeROSA e di Confesercenti sulle tematiche da noi denominate "da paura" che forniranno alle Aziende partecipanti le informazioni necessarie per comprendere quali siano le Aree di competenza scoperte per sviluppare il proprio business.

Gli incontri saranno della durata di 1 ora con cadenza bimestrale su 10 mesi anno, aperti a tutti coloro che vorranno partecipare. In questo caso, per noi, sarebbe interessante anche accogliere dipendenti ed interessati a vario titolo che potrebbero, per passaparola, coinvolgere successivamente Aziende di loro conoscenza. Ne LeROSA, infatti, viene stimolato moltissimo questo tipo di azione al fine di amplificare maggiormente il raggio di azione, il passaparola è la prima forma di promozione.

LaSPAdelBusiness

Nell’arco dell’anno vengono svolti incontri ciclici su piattaforma zoom, per raccogliere le Aziende che poi potranno accedere al percorso di accelerazione chiamato “#Area Wellness - rigenera il tuo business” che si terrà dal vivo presso la sede di Confesercenti Verona e che sarà costituita da 2 cicli/anno per un carico di gestione totale di 60 Aziende partecipanti.

È PENSATO DA CHI FA IMPRESA

Abbiamo lavorato con **Confesercenti**, che si occupa da sempre di sviluppare il business delle Aziende associate, proprio **per comprendere quali sono le criticità che incontrano professionisti e microimprese**.

Abbiamo coinvolto esperti del settore che tutti i giorni operano sul territorio a supporto di queste realtà e li abbiamo seduti intorno a un tavolo a validare il nostro progetto. **Non è fantasia di chi non ne sa niente, è conoscenza messa a disposizione per raggiungere risultati tangibili.**

VOGLIAMO ACCOMPAGNARTI

Perché continuare ad erogare formazione passiva senza accompagnare chi partecipa ad applicare con costanza ciò che si è imparato e risolvere i problemi che bloccano il proprio business, lo rendono frustrante e poco remunerativo, non fa crescere nessuno e demolisce l’intero settore italiano di Imprese.

Noi vogliamo dare strumenti ma, anche, vederli applicare e spronare a farlo. Alla base del fallimento, spesso, c’è mancanza di supporto nell’applicazione di un metodo.

SI VIVE GUADAGNANDO

Dopo tanti anni di community, dati, statistiche e condivisioni, abbiamo chiaro che **dobbiamo rivoluzionare il nostro concetto di denaro. Non è un di cui, è necessario per la nostra sopravvivenza**, e deve essere guadagnato costantemente per vivere bene.

Fare impresa significa avere un business sostenibile che ci faccia vivere e avere soddisfazione. **Noi vogliamo seguire fino all’accesso al credito, se fosse necessario,** e successivamente per far fruttare il potenziale denaro erogato o, in caso di autosostentamento i tuoi guadagni.

#areawelness

Su due periodi quadrimestrali, che tengano conto del massimo carico di lavoro, basato sugli esercizi commerciali (periodo saldi) qui di seguito elencati:

- settembre - febbraio
- marzo - luglio

Verranno svolte le attività "*learning by doing*" alle Aziende che decideranno di iscriversi al percorso "**#Areawellness**" in presenza presso la sede di Confesercenti Verona.

Gli incontri saranno 8 da 4 ore il lunedì pomeriggio, giorno più semplice per i partecipanti, durante il quale verranno dati gli strumenti necessari per la crescita del business della propria attività con relativi esercizi che dovranno essere svolti entro l'incontro successivo e verranno monitorati. Qualora non venissero svolti, si verrà esclusi dal programma.
Primo mese > Consapevolezza del proprio Business
Secondo mese > Fiscalità
Terzo mese > Gestione Azienda
Quarto mese > Promozione Azienda
Alla conclusione dei 4 mesi di lavoro, le Aziende partecipanti di cui avremo monitorato l'attività riceveranno un'analisi della loro situazione con la to do list di ciò che dovranno implementare, le figure da coinvolgere e le funzioni di LeROSA e Confesercenti con le quali collaborare.

Coloro che ne avranno i requisiti potranno accedere al microcredito e continuare il proprio percorso di business supportati da Confesercenti Verona e dagli esperti interpellati a vario titolo durante lo svolgimento del percorso.

Business Design: conosci il tuo modello di business

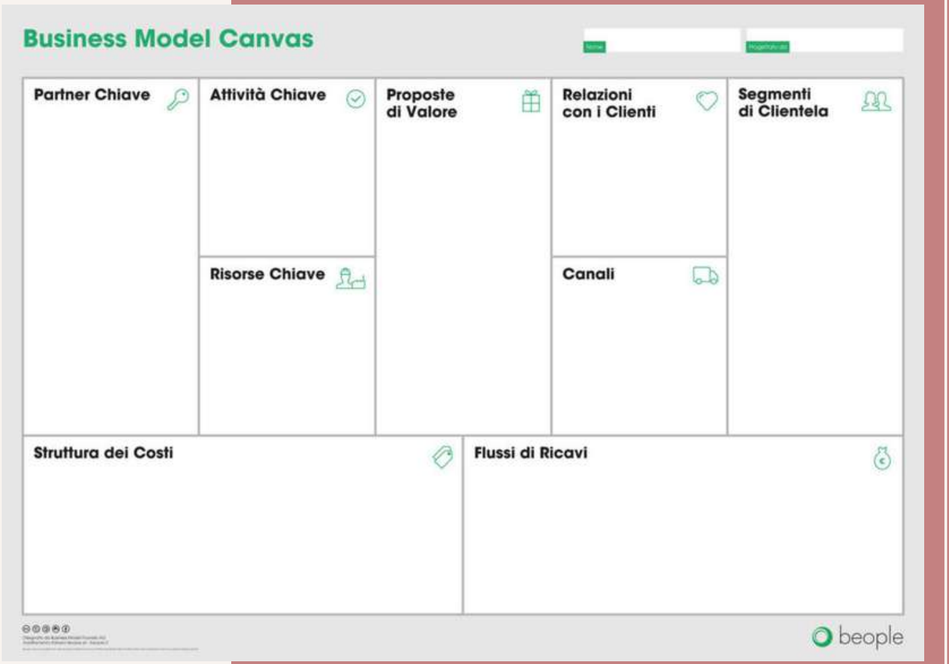
Insieme ad una consulente Business designer membro della community abbiamo avviato un progetto che porterà a laboratori dedicati al Business Design

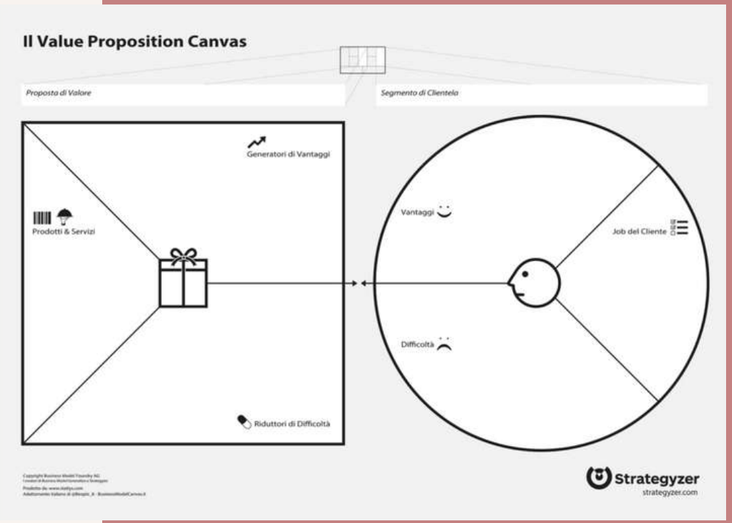
Obiettivo: generare Collaborazione e contribuire **alla generazione di valore** nella community

Organizzando Sessioni di facilitazione da remoto dove prenderemo in analisi i progetti e compileremo alcuni dei Canvas modello essenziali per indagare:

- *Il profilo del cliente e il segmento di clientela più adatto al business*
- *La value proposition e cosa ci differenzia*
- *Il Fit tra problema/desiderio e soluzione offerta*
- *la base per una sostenibilità economica del progetto*

Il progetto nasce quindi con l'obiettivo di supportare i membri della community nel comprendere se il proprio business è sostenibile, evitando di disperdere risorse. La frustrazione e quindi la mancanza di benessere avviene quando si insegue l'irrealizzabile.

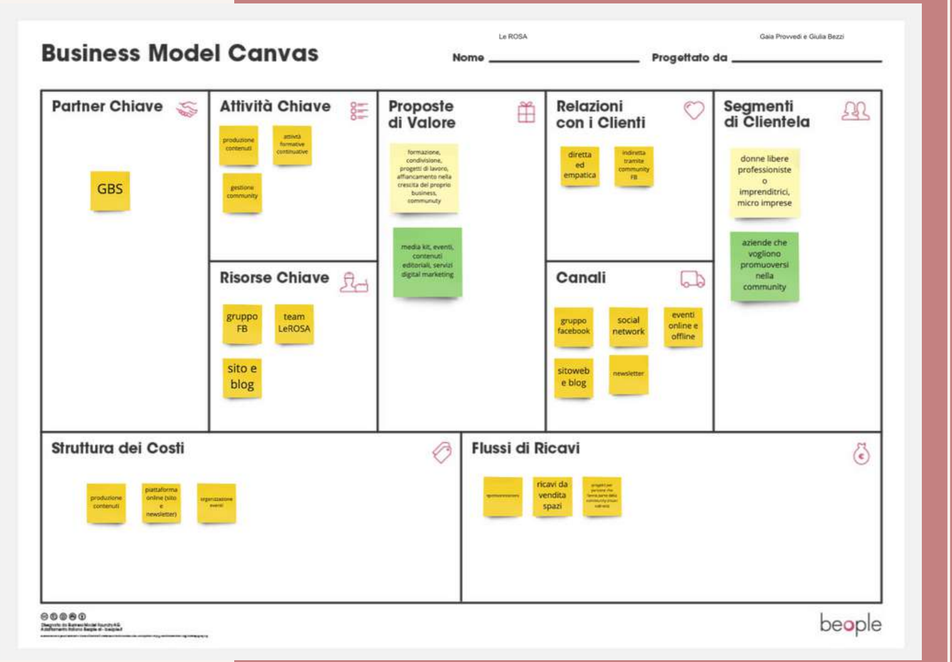




Business Design: innovare il modello di business

Tramite sessioni di facilitazione e Design Thinking avremo l'obiettivo di rivedere in modo innovativo il modello di business del progetto, andando ad analizzare possibili aree di miglioramento

Ogni progetto e ogni modello di business evolve nel tempo. Abbiamo "fotografato" il modello di business della community LeROSA ad oggi e da questo lavoreremo per individuare possibili miglioramenti nella proposta di valore, e in tutti i blocchi che compongono il business model canvas. Esploreremo insieme anche altre "board" relative alla missione, alla "persona canvas" per indagare ancora più profondamente i bisogni delle nostre "persone" per migliorare sempre ciò che costruiremo come progetti ed attività rispondendo ad esigenze sempre in evoluzione.



LeROSA Network

Il format dedicato a chi vuole crescere il proprio business attraverso il marketing relazionale

Perché vogliamo che la community diventi ogni giorno più indipendente economicamente e si senta parte di una comunità che la sostiene e la incita a crescere le proprie capacità.

Abbiamo pensato di far evolvere il format #lerosaascoltatu in #lerosanetwork per dare una sferzata importante ai rapporti che ci sono all'interno della community con il fine di generare fatturato fuori e dentro la community attraverso il marketing relazionale

06
Partner

Tutto ciò che facciamo è possibile soltanto attraverso una fitta rete di aziende e professionisti che ci supportano costantemente nell'avviamento e realizzazione dei nostri progetti a scopo gratuito, con l'obiettivo di crescere la nostra realtà benefit e supportare un cambiamento necessario. Grazie sempre a:

Carriere.it e, in particolare, a Giulia Lapertosa, Co-Founder del progetto che ha sposato LeROSA fin da subito offrendoci l'opportunità di insegnare come esperte digital per la piattaforma stessa, donando i corsi per tutto il team e partecipando attivamente alla nostra community.

&Love srl, un abbraccio speciale a Salvatore Russo, che porta questo progetto con sé in ogni evento della Società e che supporta nello sviluppo dell'evento LeROSA NEXT.

Confesercenti Verona che, grazie alla grande voglia di supportare il territorio del Direttore Generale Alessandro Torluccio, ha sposato il nostro progetto de LaSPAdelbusiness per le professioniste e microimprese che vogliono arrivare al credito.

Stylla.it cliente e partner che ci supporta nello sviluppo del materiale di comunicazione rigorosamente green.

E ora è tempo di mettersi in marcia perché

Non possiamo lamentarci di ciò che non abbiamo la costanza di far accadere. Alzare le natiche e smetterla di lamentarsi è sempre la miglior soluzione.

Giulia Bezzi