RELAZIONE DI IMPATTO 2020

APUANA SB S.r.l. Società Benefit

Largo XXV Aprile, 8

54033 CARRRARA

C.F./P.Iva 01403660457

info@apuanasb.it

apuanasb@pec.it

Indice

CHI SIAMO 3
MISSION 3
PERCHÉ CI SIAMO COSTITUITI SOCIETÀ BENEFIT 4
COSA ABBIAMO FATTO NEL 2020 5
Obiettivo 1 - myLedger 5
Obiettivo 2 - Benefit Impact Assessment 6
OBIETTIVI 2021 8
CONCLUSIONI 9

CHI SIAMO

Apuana SB S.r.l. Società Benefit è una Start Up innovativa Tecnologica fondata il 18 Luglio 2019 al termine di un percorso di Ricerca & Sviluppo, iniziato nel 2014 col nome **"La Fabbrica Diffusa"**, ideato per rilanciare la filiera locale (Massa Carrara) di trasformazione del marmo.

Il progetto partiva da un'analisi di contesto che, tenendo presente l'aspetto dimensionale delle piccole imprese ancora impegnate nell'attività di trasformazione, individuava come leva per il mantenimento dei livelli occupazionali non tanto l'uso delle tecnologie al fine di un incremento quantitativo della produzione in grado di arginare il calo dei fatturati dovuto alla concorrenza, quanto il loro uso allo scopo di coordinare le relazioni fra piccole imprese (secondo il nuovo paradigma di Fabbrica 4.0), per creare un più alto valore aggiunto per unità di prodotto, recuperando lungo tutta la filiera posti di lavoro qualificati.

Apuana SB dopo 6 anni di attività eredita così la conoscenza e l'esperienza maturati sotto il marchio Fabbrica Diffusa e li concretizza in un progetto economico, etico e sociale, che prende vita sotto forma di rete fra imprese, aggregate in maniera informale, coordinate da una capofila fondata come Società Benefit.

In estrema sintesi: Apuana SB porta le conoscenze ed esperienze del mondo artigianale e delle PMI nel Terzo Millennio, integrandole con le più innovative soluzioni tecnologiche sul mercato e, in qualità di Società Benefit, raccoglie competenze nel campo produttivo, economico, ambientale e sociale al fine di produrre un beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente.

MISSION

Tipicamente, in un contesto locale stagnante caratterizzato da processi lineari e in un mercato tutto sommato protetto, le piccole aziende artigianali di trasformazione, in un mondo improvvisamente globalizzato, si sono trovate a dover competere partendo da una situazione di arretratezza tecnologica proprio sui temi digitali e con costi della manodopera fuori controllo che hanno annullato qualsiasi capacità di reazione, ma non di visione, nel far nascere un progetto dal basso.

In un epoca in cui i temi della Responsabilità Sociale d'Impresa sono considerati di vitale importanza per ottenere dal mercato la licenza ad operare, specie in ambiti in cui è più sentito l'impatto delle attività umane (come nel settore lapideo), Apuana SB, per mezzo del marchio **APUANA CORPORATE** opera al fine garantire l'autenticità di quanto commercializzato attraverso un sistema di tracciabilità e gestione degli ordini, pubblicato con licenza CC-SA, per fare in modo che possa essere liberamente replicato e diffuso, denominato **Social Media Production Planning** (https://issuu.com/paolosantinello/docs/la_fabbrica_diffusa_e_il_social_med/1), che nel tempo ha generato una serie di esperienze particolari, ne sono un esempio :

- il sistema di produzione **JUST IN TIME - MADE FOR YOU**, dove ai principi della **LEAN MANUFACTURING**, volti all'ottimizzazione delle scorte di magazzino, vengono affiancati i principi di ottimizzazione delle risorse naturali non rinnovabili;
- il progetto **GAPCYCLE**, attraverso il cui modello organizzativo, si cerca di dare nuova vita agli scarti di produzione;
- le linee guida interne per il packaging, dove viene prestata particolare attenzione alla completa riciclabilità dei materiali impiegati, escludendo gli imballaggi derivati dal petrolio;
- o ancora le attività di ricerca, volte all'individuazione di materiali naturali da usare in abbinamento al marmo (tipo il cartone alveolare), per favorire un'economia di tipo circolare e ridurre l'impatto ambientale al raggiungimento del fine ciclo vita dei prodotti.

La particolarità del modello sta nel fatto che gli organi amministrativi della società, nella gestione corrente, sono soggetti a due livelli di responsabilità e controllo a loro superiori (uno interno alla società, rappresentato dagli stessi soci attraverso l'assemblea o gli organismi di controllo eventualmente preposti, ed uno esterno ed indipendente, costituito dall'insieme informale dei vari stakeholders locali interessati dalle ricadute sociali dell'attività di Impresa), che possono a volte trovarsi in contrasto fra loro, nel caso in cui il bene comune collettivo si scontri con il mero tornaconto economico di pochi, solitamente perseguito ad ogni costo, anche a scapito dell'etica d'impresa, dalle società di capitale.

PERCHÉ CI SIAMO COSTITUITI SOCIETÀ BENEFIT [1]

La scelta di costituirsi come Società Benefit è stata principalmente una sfida, in un mondo dove la visione strategica è relegata ad una programmazione di breve periodo, si è cercato di intercettare i trend sintetizzati nei 17 obbiettivi **dall'Agenda ONU 2020 - 2030**, trasformandoli in piani operativi e progetti indipendenti sostenibili economicamente

Lo scopo ultimo era quello di rendere il nostro modello FABBRICA DIFFUSA affine al modello di riferimento delle SOCIETA' BENEFIT[2], integrando i concetti della Responsabilità Sociale d'Impresa di queste ultime, con le strategie di crescita delle società tecnologiche, basate sull'innovazione dei processi e dei prodotti.

Secondo la se pur limitata dottrina, l'adozione di questo nuovo paradigma imprenditoriale dovrebbe essere in grado di garantire sia agli *shareholder* che a tutti gli altri *stakeholder* aziendali una serie di vantaggi:

- La garanzia di protezione legale degli amministratori che perseguono, oltre che finalità di lucro, anche finalità di beneficio comune bilanciando gli interessi finanziari con quelli sociali;
- La sicurezza, da parte dei soci e degli stakeholder, che l'impresa continuerà a perseguire nel tempo le finalità di beneficio comune riportate nello statuto e a dar conto, in maniera trasparente, delle modalità adottate per perseguire quelle finalità;
- La capacità di attrarre Investimenti a Impatto Sociale (*Impact Investment Capital*) e di accedere a capitale di investimento privato anche da parte di consumatori consapevoli;
- La possibilità di acquisire un vantaggio reputazionale come impresa che opera in maniera responsabile;
- L'onore di essere pionieri di un cambiamento epocale del concetto di business in grado di restituire valore alla società e all'ambiente;
- La certezza di attrarre giovani talenti, che preferiscono lavorare in imprese socialmente responsabili (diverse ricerche svolte a livello internazionale supportano questa tesi);

1 Si ringrazia la Camera di Commercio di Taranto per l'ottimo lavoro "SOCIETA' BENEFIT - BREVE GUIDA ALLA COSTITUZIONE E ALLA GESTIONE"
http://www.camcomtaranto.gov.it/Doc_Pdf/Promozione/2017/20171024_guida_SBTaranto.pdf
da cui abbiamo ripreso i concetti cardine delle motivazioni che ci hanno spinto a costituirci come Società Benefit

2 La legge del 28 dicembre 2015, n. 208, articolo unico, commi 376-384 (Legge di Stabilità 2016) definisce Società Benefit quelle società che nell'esercizio di una attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività ulturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

- L'opportunità di entrare a far parte di un network selezionato di imprese che, condividendo determinati valori, sviluppano mercati di nicchia presidiati da quelle che saranno le migliori e più profittevoli società del futuro;
- In ultima analisi, grazie ai punti precedenti, consolidare una crescita e una redditività durevoli nel tempo, creando strutture aziendali più resilienti.

La nuova disciplina legislativa non comporta per le SB alcun vantaggio di tipo fiscale, sgravi contributivi o agevolazioni finanziarie, non consente alcuna deroga alla disciplina societaria e impone particolari oneri di rendicontazione ….. insomma è semplicemente un atto di fede.

COSA ABBIAMO FATTO NEL 2020

Per la società (inteso sia come Società ApuanaSB che come Società Umana) il 2020 è stato un anno molto difficile e complesso a causa della pandemia di Covid-19 e per ApuanaSB di fatto si è prolungato il periodo di transizione iniziale del 2019.
Le parole chiave sulle quali si basano le attività della società sono comunque state al centro delle azioni compiute in questo anno.

UNICITA’	SOSTENIBILITA’	AUTENTICITA’

Tutti gli **obiettivi** perseguiti dalle strategie aziendali si sono attenuti a questi tre driver per lo sviluppo, in ovvia continuità col mandato fondante dell'impresa e le azioni per raggiungerli sono stati coerenti con i principi di **trasparenza**, **condivisione** e **inclusione**, propri delle Società Benefit.

Obiettivo 1 - myLedger

Il nostro primo obiettivo è lo studio e la realizzazione dell’architettura informatica che permette la costruzione di servizi informatici per la completa tracciabilità del Made in Italy mediante l’utilizzo della tecnologia Blockchain (MyLedger), supporto indispensabile per la completa **TRASPARENZA** nella produzione dei prodotti, a garanzia della correttezza dei processi e della visibilità dei fornitori e progettare l’integrazione delle varie piattaforme gestite da ApuanaSB, per fare in modo che non vengano mai meno i principi di **UNICITÀ** ed **AUTENTICITÀ.**

Target 2020	Azioni 2020
Al 30/4 - Completamento di MyLedger e partecipazione alla Mostra dell'Artigianato a Firenze.	Completata la versione Demo di MyLedger, in grado di accompagnare, attraverso una tecnica di Digital Twin, i POC previsti (Distretto Ferroviario e Refurbish di PC) al fine che i clienti dei nostri clienti possano valutare i risultati derivanti dall’utilizzo della tecnologia. La Mostra è stata cancellata a causa della pandemia.
Al 31/8 - Integrazione di MyLedger con Apuana Corporate e OB_Made, mediante la realizzazione di un database condiviso utile alla gestione simultanea dei vari livelli di	Realizzato il database condiviso, ancora non integrata Apuana Corporate, ma MyLedger è a questa data pronto per essere interrogato. Attivati altri POC (relativi al mondo dell’Arte,

servizio erogati.	partendo dalla scultura lapidea in marmo) e affinata la versione Demo di MyLedger.
Al 31/12 - GoLive dell'operatività sul mercato.	Attivati altri POC (relativi al settore Tessile e Arredamento), sempre in versione Demo. Sono stati organizzati alcuni WEBINAR, al fine di dare evidenza delle varie modalità di processo in cui MyLedger si inserisce e per acquisire informazioni utili al miglioramento continuo della soluzione

Obiettivo 2 - Benefit Impact Assessment

Il nostro secondo obiettivo è "di Impatto", cioè fare in modo che le attività di Apuana abbiano ricadute sul tessuto socio economico locale.
Le KeyWord **UNICITÀ** ed **AUTENTICITÀ** sono intese quali elementi di differenziazione dalla concorrenza, finalizzati a rendere economicamente **SOSTENIBILE** l'intero progetto.
L'altra faccia della **SOSTENIBILITA'** (quella sociale) è perseguita invece dai principi Benefit di **CONDIVISIONE** ed **INCLUSIONE,** dove la **TRASPARENZA**, dettata dal modello organizzativo sociale "La Fabbrica Diffusa" gioca un ruolo di deterrente a comportamenti ambigui, contribuendo a rendere più stabili e duraturi i rapporti all'interno del network.

In questa logica abbiamo agito in modo tale da:

1. Portare avanti quanto previsto dallo Statuto in merito alla composizione societaria ed alle azioni che portano ad avere una azienda simile ad una pubblic company.
2. Sensibilizzare le aziende partner/fornitori/soci ad attuare al loro interno politiche simili a quelle di ApuanaSB, con l'obiettivo di farle avvicinare alla forma Società Benefit e/o B_Corp.

Target 2020	Azioni 2020
Al 30/4 - Analisi BIA della rete dei Partner/Fornitori, per la misurazione delle performance di Impatto dell'intera filiera.	Nel pieno della prima ondata Pandemica, questo obiettivo è stato perseguito solo in parte, limitando l'attività ad un'indagine superficiale condotta su di un ridotto numero di imprese e partner.
Al 31/8 - Discussione con i Partner/Fornitori per migliorare le performance del 1° Quadrimestre.	La tregua pandemica (presunta) dell'estate 2020, ci ha permesso di iniziare l'analisi dell'impatto della compilazione del Business Impact Assessment, sia per ApuanaSB che per i partner.
Al 31/12 - Nel corso del terzo quadrimestre si definirà la strategia operativa per mettere in atto i miglioramenti individuati al 31/08 e entro fine anno si realizzeranno il BIA di Apuana SB e il BIA delle aziende della rete per valutare l'impatto di Apuana SB sul tessuto produttivo locale.	Sono state effettuati i BIA di ApuanaSB e di alcuni partner, che riportiamo nelle tabelle seguenti e sono stati analizzati gli impatti complessivi sulla responsabilità sociale di impresa e di filiera.

Per effettuare la valutazione dell'impatto generato dalla Società, come detto, viene utilizzato il *Benefit Impact Assessment* (BIA)[3], un percorso di valutazione utile a misurare la qualità dell'impatto generato. Questa valutazione permette di dichiarare al mercato di essere un'impresa che incorpora i principi di sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore.

Come si ha avuto modo di evidenziare, Apuana SB è in fase di StartUp e per questo ha subito, forse ancora più di altre aziende già strutturate e posizionate sul mercato, le condizioni socio-economiche derivanti dalla pandemia. La società, a fine 2020, non aveva ancora (o aveva parzialmente) attivato alcuni asset di valutazione (dipendenti, clienti, …) e non aveva una sede fisica su cui misurare, ad esempio, l'impatto ambientale.

Si è quindi deciso di selezionare alcuni partner/fornitori e riportarne i punteggi ottenuti attraverso la compilazione del BIA.

La selezione è caduta sui partecipanti al Progetto OB_Made, per i quali, nel corso del 2020, sono stati attualizzati i punteggi, riutilizzando la stessa struttura di analisi dei dati, a seguire ne riportiamo i risultati sintetici.

PARTNER DI APUANA SB NEL CONTESTO DELLA RETE DI APUANA CORPORATE

AREE DI IMPATTO		TARGET DI RETE	FRANCHINI & C.		BELLE ANTONIO		MODEL IDEA		APUANA SB		Coop MARBLE+		IMBALLEGNO	
GOVERNANCE	Mission	2,8	0,5	3,3	0,2	3,7	0	5,1	2,8	12,8	0	7,2	0,2	0,3
	Etica	1,6	0,8		0,9		1,6		1,5		1,5		0,1	
	Protezione	10	2		2,6		3,5		10		5,7		0	
LAVORO	Finanza	7	4,6	14,9	5,2	19,3	7	17,3	5,7	9,5	6	12,8	6,4	12,9
	Salute	5,8	5,6		5,8		3,3		3,3		4,4		3,3	
	Crescita	2,2	0,3		2,2		2,7		0		0		0	
	Generico	2,3	2,1		2,2		2,3		0		1		1,2	
	Salariati	4,3	2,3		3,9		4,3		0,5		1,4		2	
COMUNITA'	Inclusione	2,5	2,5	8,7	1,2	7,8	0,6	7,2	0,6	7,4	0,6	8,4	1,2	7
	Impatto	4,5	3,1		3		3,2		4,5		2,6		1,6	
	Impegno	2,9	1,1		1,3		1,6		0,8		2,9		1,4	
	Fornitori	2	0,7		1,4		1,3		1,5		1,2		2	
	Sviluppo	1,3	1,3		0,9		0,5		0		1,1		0,8	
AMBIENTE	Attenzione	5,5	5,5	22,8	0	16,3	1,3	12,3	2	2,2	1,1	9,8	0	4,9
	Aria	6,7	6,7		5,5		4,8		0		3,7		0	
	Acqua	3,8	1		3,8		3		0		3,2		0,6	
	Terra	9,6	9,6		7		3,2		0,2		1,8		4,3	
CLIENTI	Clienti	0,6	0,4	0,4	0,4	0,4	0,1	0,1	0	0	0,2	0,2	0,6	0,6
PUNTEGGIO TOTALE		75,4	50,1	20,93%	47,5	19,84%	44,3	18,50%	33,4	13,95%	38,4	16,04%	25,7	10,74%
PUNTEGGIO BIA		83,45	58,70		54,00		48,70		40,10		56,30		28,90	

La colonna TARGET DI RETE, indica le migliori performance di Assessment BIA ottenute dai singoli partner.

Immaginando che i partner siano reparti dell'azienda "Fabbrica Diffusa", il punteggio indicherebbe quello dell'insieme della Rete Informale di cui ApuanaSB si rende promotrice.

Nella tabella sono evidenziati in giallo i migliori punteggi riportati poi nella colonna TARGET.

Il PUNTEGGIO TOTALE è formato dalla somma dei punteggi delle singole voci. Da notare che il BIA per determinare il punteggio finale aggiunge una premialità con logiche non dichiarate.

Quindi per ottenere il PUNTEGGIO BIA di Rete abbiamo sommato le premialità ponderate per il peso percentuale di ogni azienda rispetto al punteggio totale ottenuto senza bonus.

3 La legge che regolamenta le Società Benefit ha adottato come riferimento per la relazione di impatto l'architettura del B Impact Assessment (BIA) sviluppato a partire dal 2006 da B Lab specificamente le Benefit Corporation per misurarne gli impatti. Questo strumento è disponibile gratuitamente, anche in Italiano, ed è già stato adottato da oltre 70.000 aziende nel mondo.

ANALISI SCHEMATICA DEI DATI DI SINTESI

Evidenziamo sotto forma di elenco puntato alcune osservazioni al documento di Sintesi :

- le società di capitali con più personale (FRANCHINI con 21 dipendenti) ottengono mediamente punteggi migliori rispetto a tutti gli altri partner sulla comunità e sull'ambiente;
- le società di capitali con un numero limitato di dipendenti (sotto le 9 unità, come MODEL IDEA e lo stesso BELLE') risultano fra quelle più attente ai bisogni dei lavoratori ;
- le aziende piccolissime (come IMBALLEGNO) sono quelle più attente ai bisogni dei clienti e dei fornitori;
- le società Coop (come MARBLE+) sono quelle nettamente più impegnate sui territori;
- APUANA SB risulta la più attenta ai modelli di governance e all'impatto sulla comunità.

Prendendo spunto dalle osservazioni elencate sopra è plausibile fissare l'obbiettivo comune della prossima rilevazione d'impatto a 60 punti, che rappresenta il giusto equilibrio tra il risultato finale della colonna "Target di rete", fissato a 83,45 punti, partendo da un BIA a fine 2020 pari a 40,1.
In una logica di miglioramento continuo il punteggio di 83,45 punti sarà spostato a fine 2022, termine entro il quale, secondo le previsioni, la società sarà in grado di ottenere sicuramente, la certificazione B_Corp.

OBIETTIVI 2021

- Ristrutturare la sede di APUANA SB con la realizzazione di un parco aziendale a disposizione dei cittadini, sotto forma di spazio condiviso. L'intervento sarà realizzato in modo da poter ospitare anche eventi organizzati da Enti terzi e/o Imprese Benefit che intendano svolgere attività sinergiche alle nostre, come recitato all'art. 3.3 dello Statuto;

"Apuana SB intende contribuire al potenziamento della filiera di trasformazione locale del marmo, mediante l'introduzione sul mercato di tecnologie cross-settoriali ad alto valore aggiunto, per favorire, nel medio/lungo termine, l'evoluzione dell'attuale sistema produttivo, verso un'economia della conoscenza più rispettosa dell'uomo e dell'ambiente.

A tal fine Apuana SB, si impegna:
- a collaborare con altre aziende, con organizzazioni no profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società, per contribuire allo sviluppo delle rispettive attività, amplificando l'impatto positivo del loro operato"

- Ricoprire un ruolo attivo nella ripartenza post-pandemia, con particolare attenzione a Bandi di gara che abbiano come scopo la riqualificazione sostenibile dei territori;

- Allargare la compagine sociale al fine di ottenere una maggiore decentralizzazione del modello di governance (ingresso nuovi soci con conseguente diluizione del potere di voto dei tre soci fondatori);

- Divulgare tra gli altri soci/partner la cultura delle Società Benefit;

- Intraprendere il percorso di certificazione come B_Corp

- Prevedere un piano di assunzione dedicato al personale femminile;

- Favorire l'ingresso nel capitale sociale a donne;

CONCLUSIONI

Nonostante la congiuntura economica internazionale particolarmente gravosa, a causa dell'emergenza Covid 19 ancora in corso, e la fragilità finanziaria della società, dettata dalla totale assenza di fatturati, la società ha saputo reagire alle sfide, e anziché rallentare la propria operatività, la stessa è stata incentivata e incrementata dai soci, forti di una serie di obbiettivi comuni e condivisi, basati sul sistema di valori che sono stati l'elemento fondante dell'intero progetto di APUANA SB.

La reazione messa in campo non ha fatto altro che sottolineare la portata delle scelte effettuate all'atto della costituzione, quando ad un approccio speculativo, focalizzato su obbiettivi di breve periodo, sono stati privilegiati obbiettivi strategici di natura strutturale, magari con un ritorno più lungo in termini di tempo, ma sicuramente più stabili una volta raggiunti.

In questo contesto fortemente sfidante ed incerto si sono rivelate vincenti le scelte di patecipare ad una serie di bandi di finanziamento pubblici, che al momento erano sembrati sovrastrutturati per le reali capacità delle società, specie in termini di risorse umane, ma che successivamente alla vittoria ne hanno determinato un importante effetto volano per la prospettiva che hanno generato nelle persone coinvolte, che per la prima volta hanno percepito la possibilità di poter veramente cambiare le cose, senza scendere a compromessi con i propri ideali.

Rimane di fondo un ambizioso programma di obbiettivi per il 2021, che partendo con il recuperare il GAP accumulato nel rilascio della soluzione “myLedger”, si spinge fino alla ristrutturazione della sede sociale, compressa in un lasso di tempo di pochi mesi (inferiore ad un anno), quando solitamente gli interventi edili richiedono tempi di intervento notevolmente superiori.

Il 2021 sarà per Apuana l'ennesimo banco di prova e la dimostrazione sul campo, se ce la faremo, che la forma di governo scelta dalle società può influenzare positivamente la propria efficienza, estendendone gli effetti anche all'esterno, fino a coinvolgere anche la catena della fornitura di natura straordinaria.

La sede di Apuana sarà la sede di tutti, di tutti coloro che vorranno contribuire al cambiamento il chiave SB, ponendo il bene comune al primo posto e considerando il profitto come effetto collaterale dell'applicazione dei principi di Responsabilità Sociale d'Impresa.

Carrara, 29 Gennaio 2021

Virginio Mori

Responsabile Relazione di Impatto