

**storyfactory:**

REPORT D'IMPATTO  
2023



1

Lettera del CEO

2

La nostra identità

- Chi siamo
- Purpose, Vision, Mission e Valori
- La Struttura Organizzativa

3

Essere una società benefit

- Cosa significa per noi
- Le iniziative per i nostri dipendenti e collaboratori
- Il nostro contributo per la comunità
- Il nostro impegno per l'ambiente

4

Obiettivo 2024

- Il nostro impegno

## LETTERA DEL CEO

# 1

*È con grande piacere che presentiamo il nostro Report d'impatto per il 2023.*

*Giunti alla terza annualità di questo nostro impegno, siamo sempre più consapevoli del nostro ruolo di Società Benefit, non solo in termini di responsabilità, ma anche e soprattutto di capacità propositiva. Quest'anno, le tre parole che guidano il nostro impegno – **solidità, profitto e beneficio comune** – si sono espresse in due progettualità che stanno profondamente cambiando il nostro modo di lavorare e di generare un impatto positivo:*

- *Abbiamo realizzato il progetto di **Purpose Driven Innovation con l'Intelligenza Artificiale**, di cui parleremo diffusamente in questo Report e che ha coinvolto i nostri stakeholder interni ed esterni come parte attiva.*

*Nel realizzarlo abbiamo scelto di farci guidare dal nostro Purpose, per compiere scelte consapevoli e responsabili.*

- *Abbiamo intrapreso un **Assessment dell'impatto** che generiamo per **completare l'iter di Certificazione B-Corp entro la fine del 2024**, con l'obiettivo primario di cambiare alcuni dei nostri processi, coltivare la relazione e il dialogo con i nostri stakeholder e migliorare la misurazione dell'impatto.*

*Attraverso questo terzo Report, desideriamo condividere con voi le nostre rinnovate convinzioni e illustrare le azioni che abbiamo intrapreso nel 2023 per trasformare le nostre intenzioni in realtà, ma desideriamo condividere anche i momenti difficili e gli ostacoli che abbiamo dovuto affrontare per continuare il percorso che ci siamo impegnati ad intraprendere quando siamo diventati società Benefit nel 2021.*

*Un passo alla volta, sempre con lo sguardo rivolto al nostro Purpose!*

**Sara Mazzocchi, Ceo e Co-founder di Storyfactory**

## LA NOSTRA IDENTITÀ



### Chi siamo

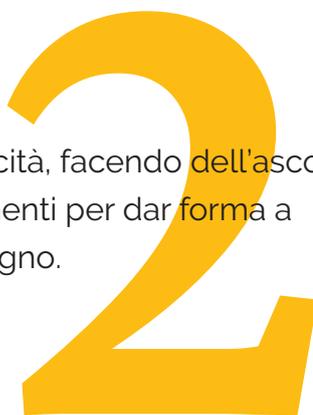
SIAMO UN'AGENZIA DI STRATEGIA NARRATIVA E COMUNICAZIONE. Aiutiamo brand, aziende e persone a raccontarsi attraverso l'aspetto più distintivo che possiedono: le loro storie.

SIAMO SOCIETÀ BENEFIT.

Crediamo che anche le piccole azioni possono generare un impatto positivo ed è per questo perseguiamo i nostri obiettivi coniugando profitti e responsabilità sociale.

SIAMO PERSONE.

Nel nostro lavoro mettiamo le nostre unicità, facendo dell'ascolto, della passione e della creatività gli strumenti per dar forma a contenuti ed esperienze che lascino il segno.



## LA NOSTRA IDENTITÀ



### Purpose, Vision, Mission e Valori

#### IL NOSTRO PURPOSE (QUAL È IL NOSTRO SCOPO PIÙ ALTO)

Crediamo nella ricchezza che deriva dall'ospitare diversi sguardi, per raccontare una storia di trasformazione che lasci il segno.

#### LA NOSTRA VISION (COSA ASPIRIAMO A REALIZZARE)

Un mondo dove le storie siano d'ispirazione per i pubblici a cui sono raccontate.

#### LA NOSTRA MISSION (COME REALIZZIAMO LE NOSTRE FINALITÀ ISTITUZIONALI)

Far emergere, esprimere e valorizzare il capitale narrativo di ogni persona, azienda e brand.

### I NOSTRI VALORI (I PRINCIPI IN CUI CREDIAMO)

#### Ascolto

L'ascolto è il cuore del nostro sistema valoriale, perché è parte integrante del nostro metodo, ma è anche alla base del nostro approccio con le persone. Attraverso l'ascolto accogliamo punti di vista, vissuti, bisogni ed emozioni. Accogliamo storie che traduciamo in valore.

#### Creatività

La creatività è la modalità attraverso cui diamo forma a ciò che l'ascolto ci consegna. Per noi significa dare espressione al talento, pensare in modo innovativo, originale e inclusivo.

#### Qualità

La qualità è per noi un requisito imprescindibile, sinonimo di professionalità e affidabilità. La raggiungiamo mettendo sempre grande impegno in quello che facciamo e avendo cura dei dettagli. Tutto ciò che porta la nostra firma è fatto su misura.

## LA NOSTRA IDENTITÀ

### Passione

La passione è il sentimento che accomuna tutte e tutti noi: ci piace quello che facciamo e crediamo fortemente nel potere della narrazione. La passione ci guida, ci ispira e ci permette di interpretare il nostro lavoro con entusiasmo e dedizione.

### Responsabilità

La responsabilità è la base del nostro agire professionale e sociale. Crediamo sia espressione della consapevolezza di essere parte di un ecosistema, in cui le azioni di ognuno generano un impatto. E noi, con le nostre scelte etiche, facciamo in modo che l'impatto sia positivo.

### Lealtà

La lealtà è il nostro strumento di interpretazione della responsabilità. Per noi significa essere trasparenti nelle scelte, onesti nelle azioni, corretti nelle relazioni. Significa rimanere fedeli a noi stessi e ai nostri valori, anche - e soprattutto - nelle difficoltà.



### La struttura organizzativa

Storyfactory è una società a responsabilità limitata e società benefit gestita da Sara Mazzocchi, Andrea Fontana e Viola Giacometti come Soci Amministratori e membri del Consiglio di Amministrazione e due Soci Dipendenti Zenia Zerbinati e Daniele Orzati. Il team comprende altri 10 dipendenti per un organico complessivo di dodici dipendenti e di tre soci amministratori. Le nostre sedi - legale e operativa - sono a Milano. La società è registrata presso la Camera di Commercio di Milano ed è controllata dai 3 Soci Fondatori (92%) e da due Soci Dipendenti (8%). Nel dicembre 2021, abbiamo modificato il nostro statuto, diventando Società Benefit, con registrazione presso la Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi (pratica evasa con protocollo n. 692973/2021 del 13/12/2021).

## ESSERE UNA SOCIETÀ BENEFIT



### Cosa significa per noi

Il cuore del nostro impegno sono le persone: vogliamo ascoltarle per comprendere e accogliere i differenti punti di vista e per dare vita insieme ad una storia di trasformazione che lasci il segno.

Questa è l'essenza del nostro mestiere ed è anche l'attitudine che sta alla base di tutte le nostre attività. Quando co-progettiamo il percorso di crescita dei nostri collaboratori, quando lavoriamo con i nostri clienti o quando realizziamo un progetto pro bono: l'ascolto è sempre il punto di partenza, a cui facciamo seguire l'azione e il racconto corale e condiviso che ne emerge.

Scrivendo il nostro Codice etico, cioè i principi di comportamento che guidano il nostro agire, abbiamo provato a trovare un giusto equilibrio tra quello che già facciamo e i propositi concreti e raggiungibili che intendiamo mettere in pratica nei prossimi anni, per dare piena espressione al nostro modo di intendere lo sviluppo della nostra società e il beneficio comune che può apportare.



### Le iniziative per i nostri dipendenti e collaboratori

Nel corso del 2023 abbiamo dimostrato il nostro impegno adottando pratiche sostenibili, promuovendo l'ascolto dei nostri stakeholder interni ed esterni e cercando di dare consistenza e concretezza alla trasformazione del nostro modello organizzativo, anche a seguito del cambio di paradigma che l'Intelligenza Artificiale sta introducendo nel mondo del lavoro e di cui non possiamo rimanere semplici spettatori.

Condividere gli obiettivi e i risultati chiave:  
**L'INTRODUZIONE DEGLI OKR**

L'introduzione degli OKR (Objectives and Key Results) ha rappresentato un passo fondamentale nel nostro impegno a essere trasparenti e

## ESSERE UNA SOCIETÀ BENEFIT

condividere i risultati. Attraverso questa metodologia, abbiamo creato un sistema strutturato per **definire e monitorare gli obiettivi a livello societario e individuale**, all'interno di una visione più ampia che favorisce la crescita collettiva. Tutte le persone saranno chiamate a contribuire attivamente, fornendo il proprio apporto e lavorando insieme per il conseguimento degli obiettivi comuni.

Essere al sicuro e stare bene:

### IL PIANO WELFARE

In aggiunta all'assicurazione medica, abbiamo predisposto un Piano Welfare collegato al Piano di incentivi variabili per **ampliare l'offerta di servizi e di attività coperte dal Piano**: viaggi; iscrizioni a palestre, piscine e centri sportivi; abbonamenti a mezzi pubblici o treni; pagamento dei corsi di studio non inerenti al lavoro; versamento quote a fondi pensioni integrativi privati; rette di frequenza asili nido, scuola materna, elementare, media e superiore; scuolabus o gite didattiche; spese assistenze domiciliari, badanti e case di riposo; spese di assistenza sanitaria e psicologica, terapie e riabilitazione.

Aiutare gli altri:

### IL PROGETTO DI VOLONTARIATO E CAREGIVING

Questa iniziativa intende promuovere attivamente il Volontariato e il Caregiving tra i nostri dipendenti. Riconoscendo l'importanza di **contribuire alla comunità e di supportare i propri cari in momenti di difficoltà**, abbiamo introdotto la possibilità di dedicare una settimana lavorativa pagata all'anno per queste attività, offrendo la flessibilità necessaria per dedicarsi al volontariato o per assistere i propri familiari in situazioni di bisogno.

## ESSERE UNA SOCIETÀ BENEFIT

### Agire un'Innovazione Responsabile: AI & PURPOSE PROCESS

Nel corso del 2023 abbiamo dato vita ad un percorso di formazione e innovazione diffusa per innovare processi e servizi grazie all'Intelligenza Artificiale con la consapevolezza che siamo una Società Benefit e questo cambiamento doveva essere guidato dal nostro Purpose.

- Per prima cosa siamo partiti dalle persone, ascoltando il loro punto di vista e creando un team multidisciplinare con un ingegnere informatico e un innovation manager, affiancando alle sessioni formative delle sperimentazioni sul campo che coinvolgessero tutte le persone in un percorso di innovazione diffusa. In cinque mesi abbiamo trasformato i processi interni attraverso l'AI e nei momenti più critici il Purpose ci ha guidati per proteggere la qualità sartoriale che ci contraddistingue così come l'unicità delle persone che ha trovato nell'AI un alleato più che un antagonista.
- La seconda fase ha riguardato l'innovazione dei servizi e abbiamo scelto di ridisegnare la nostra offerta coinvolgendo alcuni dei nostri clienti profit e non profit dando avvio a dei progetti pilota per raccogliere feedback rispetto ai nuovi servizi AI per l'analisi dei contenuti, la definizione della strategia e il prompt design narrativo. Grazie a loro abbiamo capito l'importanza di condividere la trasformazione culturale che stavamo vivendo e abbiamo pubblicato sul nostro sito l'AI&Purpose Process, un documento che presenta il nostro percorso di innovazione per mettere a disposizione di altre aziende e realtà no profit un metodo concreto da testare.



### Il nostro contributo per la comunità

Dare il nostro contributo al beneficio comune:

#### I PROGETTI PRO BONO 2023

Nel 2023 abbiamo scelto di affiancare con il nostro tempo e le nostre competenze l'associazione "L'albero della vita", ONG storica che opera a livello globale con l'obiettivo di proteggere la vita dei bambini in difficoltà e trasformare il disagio in una nuova opportunità. Ci siamo dedicati in particolare ai progetti di povertà educativa, per creare una comunicazione che legasse sotto un unico filo rosso le differenti attività, restituendo l'originalità del metodo, la trasversalità delle azioni e l'impatto a livello globale. Alla creazione della Narrative è seguito l'affiancamento nella produzione di contenuti per la Campagna di raccolta fondi natalizia *"Sotto una buona stella. Accendiamo un futuro di emozioni"* promossa in partnership con il Comune di Milano e Baci Perugina - Nestlé (creazione Claim, testi per landing page e contenuti per i social) e l'avvio della produzione di un video istituzionale dedicato alle differenti audience a cui si rivolge l'Associazione.

Per il secondo anno consecutivo, e rinnovando per il terzo anno la nostra collaborazione con AGPD Associazione Genitori e Persone con Sindrome di Down, abbiamo inoltre partecipato con il team "Running Stories" alla staffetta organizzata in occasione della Maratona di Milano, associata alla campagna di raccolta fondi per sostenere il progetto *"Passi per il futuro"*, un percorso dedicato ai bambini con sindrome di Down di età compresa tra i 3 e gli 11 anni per sviluppare il proprio potenziale e per accompagnarli nella scoperta di sé. Per promuovere e diffondere la campagna abbiamo realizzato un'identità visiva e una narrazione ad hoc.

NITORI E PERSONE  
ME IN DOWN



## ESSERE UNA SOCIETÀ BENEFIT

Diffondere la cultura dello storytelling inclusivo:

### LA RICERCA STORYTELLING CULTURE

Fin dalla nostra fondazione nel 2009, la vocazione per la divulgazione e la promozione delle Scienze della Narrazione ha sempre fatto parte delle nostre attività, grazie anche alla collaborazione con Università e istituzioni culturali. Nel corso del 2023 abbiamo deciso di promuovere, in partnership con P&Co., una ricerca dedicata alla diffusione della cultura dello Storytelling, ascoltando differenti punti di vista grazie a interviste biografico-narrative in profondità.

Ne è derivato un Report sfaccettato che abbiamo diffuso attraverso un evento dedicato ai nostri Stakeholder e attraverso il sito [www.storytellingculture.it](http://www.storytellingculture.it) che raccoglie anche numerose interviste.

>>

### Il nostro impegno per l'ambiente

Essendo la nostra una società di servizi, gli input materiali che utilizziamo si riducono alle forniture necessarie per l'ufficio. Ma, per ridurre ulteriormente l'impatto ambientale della nostra attività, in ufficio facciamo la raccolta differenziata e utilizziamo energia da fonti rinnovabili. Abbiamo inoltre portato a compimento un progetto paperless per ridurre il consumo di carta.

Negli ultimi due anni, in particolare, abbiamo implementato l'utilizzo degli strumenti digitali per completare il processo di evoluzione della nostra modalità operativa, con logiche di smart working e di lavoro ibrido e siglato con tutti i dipendenti un Contratto di Smart Working. Abbiamo, infine, ridotto le trasferte sia per recarci nelle differenti sedi dei nostri clienti sia per raggiungere quotidianamente l'ufficio, privilegiando, per gli spostamenti indispensabili, i mezzi di trasporto più ecologici, come il treno. Mappiamo annualmente i nostri consumi casalinghi imputabili al nostro lavoro in smart working e adottiamo pratiche sostenibili per migliorare la gestione del nostro consumo di energia.



### Il nostro impegno

Nel corso del 2024 ci siamo imbattuti in alcune difficoltà legate alla messa a sistema dei progetti e dei processi per esprimere il nostro impegno di società Benefit.

Ci siamo quindi fermati per farci alcune domande prima di proseguire: ha senso realizzare ogni anno un progetto Pro Bono con una nuova associazione no profit? Qual è l'impatto concreto che riusciamo a generare? Possiamo rendere ancora più efficace e diffuso il progetto di Volontariato e Caregiving? Possiamo intraprendere un percorso di Certificazione che ci aiuti a mettere a sistema best practice e che stimoli il cambiamento?

Crediamo che praticare la Sostenibilità non sia un percorso semplice e lineare, ma siamo altrettanto convinti che le difficoltà che abbiamo incontrato possano aiutarci a osservare le nostre azioni da una differente prospettiva, ascoltando sempre più i nostri stakeholder e trovando modi nuovi, ancora più efficaci, per esprimere il nostro impegno.

Ottimizzare i progetti e i processi benefit:

#### LA PLURIENNIALITÀ DEL PROGETTO PRO BONO E LA GOVERNANCE DEL PROGETTO DI VOLONTARIATO E CAREGIVING

Analizzando le nostre attività Pro bono degli ultimi tre anni ci siamo resi conto della necessità di **creare relazioni di medio-lungo periodo con le Associazioni no profit** a cui abbiamo dedicato le nostre progettualità, sia per accrescere l'impatto delle nostre attività sia per coltivare e approfondire le relazioni umane nate al loro interno.

Allo stesso modo ci siamo resi conto della necessità di **creare un sistema di governance più strutturato** per promuovere il progetto di Volontariato e Caregiving: un sistema che ci permetta di incentivare l'adesione, stimolare la partecipazione e mappare e raccontare i progetti individuali che ne scaturiscono.



## OBIETTIVI 2024

Accrescere il dialogo con i nostri Stakeholder:

### LA DOPPIA MATRICE DI MATERIALITÀ

Per la creazione della Matrice di Doppia Materialità abbiamo adottato un approccio strutturato, coinvolgendo stakeholder interni ed esterni e analizzando le dimensioni materiali rilevanti. La metodologia ha incluso la definizione degli obiettivi, la selezione degli argomenti chiave, l'elaborazione di questionari e la valutazione degli impatti. I risultati ottenuti guideranno la nostra strategia di implementazione di piani d'azione concreti basati su questa analisi.

Aderire ad uno standard internazionale riconosciuto:

### L'ASSESSMENT PER LA CERTIFICAZIONE B-CORP

Mentre scriviamo questo Report d'Impatto, prosegue l'Assessment per l'ottenimento della Certificazione B-Corp. Alla fine del 2023 abbiamo consegnato tutta la documentazione necessaria e adesso ci auguriamo che tutto il processo abbia un esito positivo entro la fine del 2024. Il percorso non è stato facile e ha richiesto l'impegno di tutte le persone che lavorano in Storyfactory, la loro voglia di cambiare per migliorare il nostro impatto, la loro pazienza nell'adottare nuovi processi, il loro entusiasmo nel coinvolgere gli stakeholder esterni e farli sentire parte di una trasformazione che ci avvicina ancora di più al nostro Purpose. Ma siamo contenti di averlo intrapreso!

Diffondere la cultura dello storytelling:

### LA RICERCA STORYTELLING CULTURE – FOCUS AI E SOSTENIBILITÀ

Su suggerimento degli stakeholder coinvolti nella prima edizione della ricerca, abbiamo deciso di attivare due specifiche verticali di ricerca dedicate alla Narrazione dell'Intelligenza Artificiale generativa e alla Narrazione della Sostenibilità. Accanto alle interviste individuali in profondità, daremo vita a dei tavoli tematici che ci aiutino a raccogliere gli insights e che allo stesso tempo promuovano un dialogo responsabile e attento rispetto a due tematiche fondamentali per lo sviluppo sociale dei prossimi anni.