

storyfactory:

REPORT D'IMPATTO
2025



1

Lettera del CEO

2

La nostra identità

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

3

**Essere una società benefit
certificata B Corp**

- 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 2026

- Il nostro impegno

LETTERA DEL CEO

1

Il 2025 ha segnato il primo anno da B Corp certificata. Un anno in cui non ci siamo limitati a portare quel marchio con orgoglio, ma abbiamo cercato di dargli concretezza, azione dopo azione, relazione dopo relazione.

Essere Società Benefit e B Corp, per noi, non è un'etichetta: è una pratica quotidiana. Significa innanzitutto creare occasioni in cui dipendenti, collaboratori e stakeholder si incontrino non per parlare di lavoro, ma per condividere tempo e cura e per questo, insieme a Humana People to People Italia, abbiamo coltivato un orto, in senso proprio e figurato. Significa raccontare i cambiamenti che viviamo in modo trasparente, accompagnando le persone nel comprenderne il senso.

Quest'anno abbiamo scelto di portare la nostra voce dove la narrazione è strumento di cambiamento: al Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale, dove abbiamo esplorato il ruolo della leadership narrativa per generare impatto positivo; nella Sala della Regina alla Camera dei Deputati, dove abbiamo presentato i Position Paper di Task Force Italia nati da un processo collaborativo che coinvolge esperti e stakeholder per creare un riferimento per decisori politici, istituzioni, organizzazioni e cittadini.

Guardando al 2026, il nostro impegno cresce. Sappiamo che l'impatto non si costruisce da soli: si co-progetta e si condivide. Le partnership che intendiamo attivare sono il segno di una scelta precisa: camminare insieme a chi condivide i nostri valori, per generare valore che duri.

Ringrazio le persone di Storyfactory, i nostri clienti, i nostri partner e tutti gli stakeholder con cui abbiamo collaborato, insieme a tutti loro continuiamo a credere nella ricchezza che deriva dall'ospitare diversi sguardi, per raccontare una storia di trasformazione che lasci il segno.

Sara Mazzocchi, Ceo e Co-founder di Storyfactory

LA NOSTRA IDENTITÀ



Chi siamo

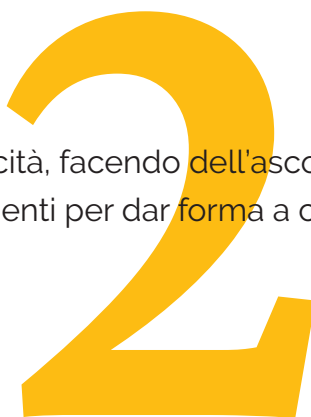
SIAMO UN'AGENZIA DI STRATEGIA NARRATIVA E COMUNICAZIONE. Aiutiamo brand, aziende e persone a raccontarsi attraverso l'aspetto più distintivo che possiedono: le loro storie.

SIAMO SOCIETÀ BENEFIT, CERTIFICATA B CORP.

Crediamo che anche le piccole azioni possono generare un impatto positivo ed è per questo che 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. La società è registrata presso la Camera di Commercio di Milano ed è controllata dai 2 Soci Fondatori (97%) e un Socio Dipendente (3%). 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). Le nostre sedi – legale e operativa – sono a Milano.

ESSERE UNA SOCIETÀ BENEFIT, CERTIFICATA B CORP

>>

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 trovato un 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 società e il beneficio comune che può apportare.

>>

Le iniziative per i nostri dipendenti e collaboratori

IL PIANO WELFARE

Essere al sicuro e stare bene è la premessa di ogni buon lavoro. Per questo, in aggiunta all'assicurazione medica, abbiamo predisposto un Piano Welfare per ampliare l'offerta di servizi: viaggi, iscrizioni a palestre e centri sportivi, abbonamenti ai mezzi pubblici, corsi di studio, fondi pensione integrativi, rette scolastiche, assistenza domiciliare, spese sanitarie e psicologiche.

UNA GIORNATA CONDIVISA DI VOLONTARIATO

Nel corso del 2025 abbiamo sentito il bisogno di creare occasioni di condivisione reale tra le persone di Storyfactory e alcuni dei nostri stakeholder: momenti in cui non si produce, non si presenta, ma si è

ESSERE UNA SOCIETÀ BENEFIT, CERTIFICATA B CORP

semplicemente insieme. Abbiamo scelto di farlo attraverso una giornata di volontariato con Humana People to People Italia, organizzazione umanitaria di cooperazione internazionale attiva in 46 Paesi attraverso la raccolta, vendita e donazione di abiti usati. In Italia, tra le sue iniziative, c'è "L'orto 3C", un progetto di agricoltura urbana che coinvolge persone vulnerabili e volontari. Proprio uno di questi orti ci ha accolti, trasformandoci per un giorno in coltivatori: non solo di prodotti biologici, ma di legami tra persone. Una scelta non casuale, nata da un rapporto costruito nel tempo sulla base di valori condivisi.





ESSERE UNA SOCIETÀ BENEFIT, CERTIFICATA B CORP

UN MODELLO DI GOVERNANCE TRASPARENTE

La condivisione con i dipendenti delle scelte strategiche è stata un passo fondamentale nel nostro impegno verso la trasparenza. Abbiamo adottato un **approccio comunicativo inclusivo** per raccontare i cambiamenti della Governance della società e del Consiglio d'Amministrazione: ascoltando i differenti punti di vista, creando dialogo, accompagnando le persone attraverso la trasformazione invece di annunciarla dall'alto.

>>

Il nostro contributo per la comunità

LA LEADERSHIP NARRATIVA PER GENERARE IMPATTO POSITIVO

Nell'ambito della 13^a edizione del Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale, svoltosi all'Università Bocconi di Milano dal 10 al 12 ottobre 2025, abbiamo condotto il panel *"La Leadership narrativa per generare impatto positivo"*. Oggi i leader non possono più limitarsi ad agire: devono anche raccontare il cambiamento che vogliono generare. La narrazione non è decorativa, è strategica. È ciò che traduce valori in scelte concrete, visioni in coinvolgimento reale. Il talk ha esplorato come la leadership narrativa possa attivare stakeholder, rafforzare la cultura della sostenibilità e trasformare ogni storia in una chiamata all'azione condivisa. Il tema è stato portato anche al Summit SDGs Leaders, svoltosi a Roma il 6 novembre 2025.

POSITION PAPER TASK FORCE ITALIA

I Position Paper sono documenti strategici elaborati da Task Force Italia per sintetizzare e comunicare il lavoro svolto su dieci tematiche chiave: Moda sostenibile e Smart Cities; Risorse Idriche; Transizione energetica ed Economia Circolare; Prevenzione, Salute e Welfare; Diversità, inclusione e Benessere Psicologico; Futuro del Lavoro, Scuola e Università; Made in Italy e Turismo sostenibile; Educazione Finanziaria; Ricerca e Innovazione; AI, Cybersecurity e Digital Transformation. Ciascun documento nasce da un processo

ESSERE UNA SOCIETÀ BENEFIT, CERTIFICATA B CORP

collaborativo che coinvolge esperti e stakeholder, con un focus sull'identificazione delle sfide attuali e delle opportunità future. Costituiscono un riferimento per decisori politici, istituzioni, organizzazioni e cittadini. Storyfactory ha curato le Analisi di Scenario che aprono ciascuno dei 10 paper, le interviste ai Practice Leader coinvolti nella redazione e la moderazione narrativa per la presentazione dei risultati nella Sala della Regina alla Camera dei Deputati il 9 dicembre 2025.



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, facciamo la raccolta differenziata e utilizziamo energia da fonti rinnovabili. Abbiamo portato a compimento un progetto paperless per ridurre il consumo di carta.

Negli ultimi anni abbiamo implementato l'utilizzo degli strumenti digitali per completare il processo di evoluzione della nostra modalità operativa, attraverso logiche di smart working e lavoro ibrido, formalizzate in un Contratto di Smart Working per tutti i dipendenti.

Privilegiamo i mezzi di trasporto più ecologici per gli spostamenti indispensabili e mappiamo annualmente i consumi domestici imputabili al lavoro in smart working.



Il nostro impegno

Diventare Società Benefit e B Corp sono state tappe fondamentali di un percorso che ha trasformato il nostro modo di essere impresa. Oggi questo cammino ci porta a un nuovo passaggio di maturità: chiederci come rendere il nostro impatto più diretto, intenzionale e coerente con ciò che siamo.

La risposta passa dalla **narrazione**, come pratica concreta attraverso cui generiamo senso, orientiamo scelte, attiviamo relazioni e creiamo valore condiviso. Crediamo che praticare la Sostenibilità non sia un percorso semplice e lineare, ma siamo convinti che le difficoltà incontrate possano aiutarci a osservare le nostre azioni da una prospettiva differente, ascoltando sempre più i nostri stakeholder e trovando modi nuovi per esprimere il nostro impegno.

Il nostro modo di agire parte da una convinzione semplice: **l'impatto cresce quando non lo costruiamo da soli**. Per questo lavoriamo insieme a partner che condividono i nostri valori, ci aiutano ad ampliare competenze e prospettive, e rendono ogni iniziativa più solida e concreta. Le partnership guidate dallo scopo sono il nostro modello d'azione: **mettiamo in comune esperienze, co-progettiamo, agiamo insieme e valutiamo l'impatto**.



Vivere esperienze condivise

Sentiamo il desiderio di creare e condividere esperienze che scandiscano l'anno e diano valore alle relazioni, offrendo spazi autentici di confronto ed emozione. Questo bisogno, emerso dalle persone di Storyfactory, diventa un **asset strategico e relazionale**: un'occasione per rafforzare i legami tra noi, con clienti e stakeholder, e per esprimere in modo distintivo il nostro essere B Corp.

OBIETTIVI 2026

Natura, neuroscienze e narrazione:

LA PARTNERSHIP CON THALEA PROJECT

Thalea combina neuroscienze, ecoterapia e pensiero per riconnettere gli esseri umani con la natura, promuovendo benessere, introspezione e felicità. Basandosi su solide fondamenta scientifiche, propone un modello che rende la natura il fulcro di una trasformazione personale e collettiva, anche grazie alla narrazione.

Cambiare sguardo per cambiare rotta:

CHANGE OF PERSPECTIVE

Nei momenti di trasformazione, le persone hanno spesso bisogno di cambiare punto di vista prima ancora che di cambiare piano d'azione. Esperienze in sequenza – cammini nella natura, uscite in barca a vela – per cambiare prospettiva, leggere il cambiamento da nuove angolazioni e aprire nuove possibilità e narrazioni di sé e di gruppo.

>>

Costruire progetti insieme

I cambiamenti più significativi nascono dall'incontro tra visioni che si riconoscono e scelgono di camminare nella stessa direzione. Sappiamo che questo percorso non può essere affrontato da soli. Per trasformare un sogno in un progetto reale servono alleanze, compagni di strada, una visione condivisa che diventi azione. È in questo spazio comune che la narrazione smette di essere racconto e diventa pratica: uno strumento capace di generare consapevolezza, orientare i comportamenti e attivare un cambiamento concreto nelle persone e nelle organizzazioni.

Progetto pro bono:

LA PARTE MANCANTE

Storie vere di persone che cercano nel passato ciò che manca nel presente. Un progetto narrativo dedicato al racconto di chi ha ritrovato nei documenti una parte della sua storia.

OBIETTIVI 2026

Domande irrisolte, origini incerte, dettagli rimasti sospesi. Con La parte mancante, l'Archivio di Stato di Brescia dà vita a un progetto culturale che accompagna i cittadini nella ricerca di tracce personali, familiari e collettive custodite nei documenti. Ideato da Andrea Bariselli, psicologo e neuroscienziato, in collaborazione con Storyfactory, il progetto nasce per valorizzare il patrimonio archivistico come luogo vivo, capace di parlare al presente e di restituire alle persone parti essenziali della propria identità.

La partnership con Buono & Partners:

STORYTELLING & RELATIONS FOR IMPACT

In una fase di permacrisi economica, sociale e geopolitica, imprese profit ed Enti del Terzo settore dispongono davvero degli stessi strumenti per restare rilevanti? Per rispondere a questa domanda abbiamo compiuto una scelta di campo: partire dalle Fondazioni d'impresa, che con il mondo corporate condividono il lessico e l'abitudine a utilizzare narrazione e relazioni strategiche come leve di azione e posizionamento. Muovendo da questo presupposto, immaginiamo che queste realtà non profit, così come quelle profit, possano essere indagate attraverso la lente di quattro elementi chiave per navigare il mondo odierno: **Heritage** (nella veste della Legacy), **Leadership diffusa**, **Multigenerazionalità** e **Innovazione**. Una ricerca con la vocazione di estendere progressivamente lo sguardo all'intero mondo ETS, garantendo a ogni organizzazione uno strumento di lettura per conoscersi, raccontarsi e costruire relazioni solide in un contesto di cambiamento continuo.