

RELAZIONE D'IMPATTO 2021 SharryLand SRL Società Benefit

INTRODUZIONE

Gentili Soci,

il **27 maggio 2020** SharryLand è diventata **Società Benefit**, indicando in modo esplicito nel proprio statuto l'impegno a avere un impatto positivo sulle persone e i territori in cui opera, diventando così **promotrice di un cambiamento etico e sociale**, basato su standard più elevati di scopo, sostenibilità, responsabilità e trasparenza.

Gli obiettivi individuati nella Relazione iniziale sono stati perseguiti per quanto possibile, nonostante la **situazione di grave emergenza generata dalla pandemia e dal conseguente lockdown**.

L'emergenza sanitaria e la conseguente crisi del comparto turistico hanno richiesto una profonda revisione a livello nazionale dei modelli ormai consolidati, confermando la lungimiranza delle scelte fatte già nel novembre 2017. Oggi SharryLand è una risposta strategica, sistemica e già operativa che può sostenere la ripresa e, soprattutto, proporre modelli di comportamento nuovi, più etici e sostenibili.

Dal punto di vista dell'impatto i risultati sono stati comunque positivi. Dei **13 obiettivi specifici** individuati, **9 sono stati raggiunti**; i restanti 4 sono stati parzialmente raggiunti e verranno completati nel 2021. Anche i 9 raggiunti verranno ripresi e perseguiti anche nel 2021. In particolare, siamo particolarmente orgogliosi dei risultati raggiunti nell'avviare **partnership** con realtà attive nella valorizzazione del territorio e nella promozione di modelli di comportamento più evoluti (tra cui citiamo Simtur, le Fondazioni, WWF Oasi, etc.)

Il **BIA B-Impact Assessment** ha confermato l'effetto positivo delle nostre azioni, con un punteggio complessivo superiore rispetto all'anno precedente.

La presente relazione si compone di 3 parti:

1. descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuate per il perseguimento delle finalità di beneficio comune;
2. valutazione dell'impatto generato utilizzando lo standard di valutazione esterno BIA;
3. descrizione dei nuovi obiettivi.

Ringraziamo voi, nostri soci, per aver creduto fin dall'inizio nel progetto e per averlo sostenuto fino ad oggi.

Cittadella, aprile 2021

Maria Cristina Leardini
Responsabile dell'Impatto

OBIETTIVI SPECIFICI 2020 E AZIONI ATTUATE

Area d'impatto 1: GOVERNANCE

Obiettivo specifico 1 → *Sistematizzare la comunicazione a soci e fasce di stakeholder delle finalità sociali, degli obiettivi specifici e di altri documenti utili (es. codice etico) e dare opportuna visibilità.*

KPI: pubblicazione e popolamento della sezione “Società Benefit” sul sito info.sharry.land; numero comunicazioni inviate ai soci; numero webinar e incontri di (in)formazione.

✓✓ **Obiettivo raggiunto per l'anno 2020. Azioni realizzate:**

- ✓✓ creare una sezione sul sito info.sharry.land dedicata a questo scopo:
<https://info.sharry.land/it/sharryland-societa-benefit.html>
- ✓✓ aggiornare periodicamente i soci via mail: è stato fatto in occasione delle assemblee e degli atti notarili, in occasioni di eventi importanti, tra cui la conferenza stampa a Milano, in collaborazione con Fondazione Cariplo e WWF Oasi; alla fine dell'anno solare
- ✓✓ organizzare periodicamente **webinar e incontri di (in)formazione** con specifici gruppi di stakeholder: i webinar si sono tenuti con una certa regolarità, per gruppi misti di utenti (operatori del turismo e del tempo libero) o per specifici gruppi (Piccole Patrie, Crescita APS); è stato possibile fare un incontro in presenza con gli operatori economici e culturali locali a San Costanzo

Obiettivo specifico 2 → *Confermare le finalità sociali anche attraverso l'adesione a manifesti e protocolli sulla sostenibilità.*

KPI: numero di adesioni e rilevanza nazionale o internazionale

✓✓ **Obiettivo raggiunto per l'anno 2020. Azioni realizzate:**

- ✓✓ sottoscritto il manifesto di Assisi (promosso da Fondazione Symbola)
- ✓✓ sottoscritto il manifesto Piccole Patrie (tradotto in una fattiva collaborazione)
- ✓✓ sottoscritto il manifesto BioSlow Terra|Cibo|Etica|Clima (distretti biologici)
- ✓✓ approfonditi gli obiettivi dell'Agenda 2030, che animeranno le nostre scelte nei prossimi anni. In particolare, riteniamo di poter dare un contributo ai seguenti Sustainable Goals: 8) lavoro dignitoso e crescita economica; 9) industria, innovazione e infrastrutture; 10) ridurre le disuguaglianze; 11) città e comunità sostenibili; 12) consumo e produzione responsabili; 17) partnership per gli obiettivi; non da ultimo, 3) salute e benessere (attraverso la diffusione della conoscenza del patrimonio culturale, l'educazione alla bellezza, la promozione di forme di incontro con il territorio e le comunità locali)

Obiettivo specifico 3 → *Organizzare / partecipare a eventi sul territorio o online per far conoscere le finalità sociali di SharryLand.*

KPI: numero di eventi

✓ **Obiettivo parzialmente raggiunto per l'anno 2020**

Il lockdown ha quasi del tutto annullato la possibilità di organizzare attività ed eventi in presenza. Tra gli eventi realizzati:

- ✓✓ la conferenza stampa a Milano % Fondazione Cariplo, per annunciare la partnership con Fondazione Cariplo e WWF Oasi (ottobre 2021); l'evento ha avuto forte risonanza mediatica;
- ✓✓ l'incontro con gli operatori economici e culturali di San Costanzo, primo comune amico di SharryLand nelle Marche (luglio 2020);
- ✓✓ partecipazione al programma online "Ophelia's Friends", con la presenza di Pierfranco Bruni (fine ottobre 2021).

Obiettivo specifico 4 - Specializzare ruoli, responsabilità e mansioni del team e dei collaboratori.

Azioni previste: definire un "mansionario" con l'obiettivo di affidare a ciascun collaboratore la gestione di specifici ambiti di attività, in un'ottica di specializzazione, partecipazione alla pianificazione, crescita professionale.

KPI: redazione del mansionario

✓ **Obiettivo parzialmente raggiunto per l'anno 2020.**

Il lockdown e il conseguente blocco di tutto il comparto turistico hanno comportato un rallentamento delle attività e una riduzione del personale; lo smart working ha costretto a ridefinire ruoli, attività, tempi e a riattribuire ruoli e incarichi. E' stato possibile definire un mansionario e mantenerlo inalterato solo per alcune figure professionali (redazione, design).

Obiettivo specifico 5 - Redigere un codice etico.

Azioni previste: condividere le linee guida con il team, redigere un codice etico, pubblicarlo

KPI: pubblicazione documento

✓ **Obiettivo parzialmente raggiunto per l'anno 2020.**

I valori etici sono stati più volte condivisi all'interno del team, ma alla fine del 2020 non si è ancora giunti alla redazione di un codice etico.

Area d'impatto 2: LAVORATORI

Obiettivo specifico 1 → *Individuare strumenti più evoluti di condivisione e gestione di progetti condivisi.*

Azioni previste: accanto agli strumenti attualmente in uso, scegliere uno strumento specifico per la gestione dei progetti di team

KPI: adozione di uno strumento

✓ ✓ **Obiettivo raggiunto per l'anno 2020. Azioni realizzate:**

✓ ✓ **Adozione di Asana**, strumento evoluto per il team-working. Lo strumento si è rivelato molto utile anche per il lavoro a distanza. Strumenti già in uso: Google Drive / Trello / Zoom

Obiettivo specifico 2 → *Aggiornamento e formazione.*

Azioni previste: scelta condivisa con il team degli ambiti di formazione, individuazione degli esperti e organizzazione della formazione in orario di lavoro

KPI: ore di formazione erogate

✓ ✓ **Obiettivo raggiunto per l'anno 2020. Azioni realizzate:**

per dipendenti e collaboratori impegnati nella comunicazione sui social:

- ✓ ✓ acquisto di un corso online con Montemagno
- ✓ ✓ acquisto di un corso taylor-made in presenza tenuto da Francesca Panizzolo
- ✓ ✓ riteniamo inoltre interessante segnalare le frequenti iniziative di auto-formazione di alcune nostre collaboratrici

Obiettivo specifico 3 → *Sistematizzare le modalità di condivisione di sviluppi e strategie tra dirigenza e team.*

Azioni previste: definire una routine con regolari aggiornamenti via mail e regolari incontri online, per informare il team, renderlo partecipe, accogliere feedback

KPI: attuazione della routine

✓ **Obiettivo parzialmente raggiunto per l'anno 2020.**

Finché è rimasto attivo il co-working, è stato più facile mantenere una routine in presenza. Con lo smart working da casa, ci si è dovuti basare solo sulle videocall, rivelatesi utili non solo come passaggio di informazioni, ma anche per il team building. E' mancata in questo caso la regolarità.

Obiettivo specifico 4 → Aumentare il numero di collaboratori.

Azioni previste: selezione (tra gli utenti di SharryLand o attraverso altri canali) di figure di fiduciari sul territorio; formazione; avvio di un progetto pilota; monitoraggio

KPI: numero di figure professionali coinvolte

✓ **Obiettivo parzialmente raggiunto per l'anno 2020.**

Sempre a causa della pandemia, la crescita non è avvenuta secondo le previsioni. La dipendente assunta con contratto a tempo determinato ha fatto dei periodi di cassa integrazione durante il lockdown e non ha avuto il rinnovo del contratto.

- ✓✓ assunzione di una persona per il design e la comunicazione;
- ✓✓ coinvolgimento di varie figure sul territorio per la creazione dei Land (Piccole Dolomiti Cimbres, Valle del Turano, Crete Senesi, Novara e le Risaie), con formazione e monitoraggio in itinere;
- ✓ le ricerche di personale con skill elevate nel frontend per molto tempo non ha dato risultati, tanto che si è deciso per il 2021 di rivolgersi a una recruiting agency.

Obiettivo aggiuntivo #

*Non era stato individuato alcun obiettivo specifico sul tema Salute, Benessere e Sicurezza. Tuttavia, con l'emergenza Covid ci piace segnalare l'**attivazione di una polizza assicurativa aggiuntiva** a favore dei dipendenti, nel caso in cui fossero stati colpiti dal Covid.*

Area d'impatto 3: COMUNITÀ E STAKEHOLDER

Obiettivo specifico 1 → Instaurare nuove collaborazioni e partnership con realtà nazionali o territoriali che condividono le finalità, l'attenzione al territorio, il focus su forme di turismo sostenibile, responsabile, di prossimità.

✓✓ **Obiettivo raggiunto per l'anno 2020. Azioni previste e realizzate:**

- ✓✓ a) continuare il coinvolgimento gratuito dei "Comuni Amici" e formare la rete dei Comuni Amici

KPI: circa 50 piccoli Comuni hanno aderito con delibera di giunta; un Comune capoluogo (Varese); avvio dei contatti con la Provincia di Padova

- ✓✓ b) individuare e coinvolgere partner specializzati nel turismo sostenibile e influencer per attuare sinergie

KPI: tra le collaborazioni più significative citiamo: collaborazione attiva con Simtur (società

italiana mobilità dolce e turismo sostenibile) per il progetto Piccole Patrie e il Meeting All Routes Lead to Rome; accordi preliminari con ItaliaBio per il turismo rurale e la valorizzazione dei prodotti bio; accordi preliminari con il giornalista, videomaker e scrittore Stefano Cantiero (Ti Porto Io) come potenziale influencer per il Triveneto; accordi preliminari con il produttore Elio Bonsignore per un format televisivo; accordi con Vagabondare con Stile, per iniziative di gaming sul turismo enogastronomico; coinvolgimento FIAVET

✓✓ c) continuare, come investimento strategico e finalità di bene comune, la mappatura del patrimonio culturale diffuso e cercare sponsor per sostenerla

KPI: più di mille le Meraviglie pubblicate, in crescita quotidiana; sviluppo di altri format (Storie, Itinerari, Land); coinvolgimento di Paladini: Fondazione Cariplo, Fondazione Comunitaria del Varesotto, gruppo ITAS, ConfCommercio Pesaro Urbino, Amalago, Ambitur, WWF Oasi,

XX non sono andati a buon fine, invece, i contatti con AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile), "Mi riconosci?" associazione di professionisti del territorio

Obiettivo specifico 2 → *Analizzare i feedback degli stakeholder per ottimizzare e standardizzare procedure e correggere il tiro ove necessario.*

KPI: numero di procedure ottimizzate e standardizzate.

✓ **Obiettivo parzialmente raggiunto per l'anno 2020.**

Abbiamo ottimizzato e standardizzato il format della formazione online; abbiamo perfezionato le procedure di inserimento di registrazione, inserimento contenuti (Sharry e Meraviglie), creazione dei Land, validazione di contenuti testuali e visivi; abbiamo perfezionato la procedura di coinvolgimento dei Comuni.

Area d'impatto 4: AMBIENTE

Come società digitale, il nostro impatto ambientale è relativamente basso. Inoltre, abbiamo scelto la modalità del co-working per ridurlo ulteriormente. Il nostro co-working applica la raccolta differenziata e ha un'area comune con facilities per la cucina e momenti di socializzazione.

Obiettivo specifico 1 → *Potenziare il lavoro a distanza*

KPI: rapporto ore lavorate a distanza e in presenza

✓✓ **Obiettivo raggiunto per l'anno 2020.**

Azioni previste e realizzate: "rivedere i contratti; verificare che i lavoratori abbiano ambienti e risorse adeguate; potenziare gli strumenti di condivisione a distanza."

La pandemia ha imposto la modalità dello smart working e il governo ha attivato misure straordinarie per agevolare lo smart working senza necessità di rivedere i contratti. La nostra società era già strutturata per lavorare a distanza tramite Zoom. Il passaggio al lavoro a distanza

è stato brusco e difficoltoso, ma sono stati trovati buoni equilibri, tanto che alla fine del lockdown si è deciso di continuare con la modalità a distanza. Durante il lockdown è stato sospeso il contratto di co-working.

Area d'impatto 5: CLIENTI

Obiettivo specifico 1 → *Migliorare ulteriormente l'accessibilità ai servizi della Piattaforma.*

✓ ✓ **Obiettivo raggiunto per l'anno 2020.**

Azioni previste: valutare l'eliminazione del contributo annuale minimo previsto per operatori economici e culturali, al fine di rendere gli strumenti di base accessibili gratuitamente a tutti.

Azioni realizzate: la gratuità è stata estesa a tutto il 2020 e oltre; gli strumenti di base sono sempre stati accessibili per l'utente finale e, vista la pandemia, sono rimasti gratuiti per gli operatori fino alla fine dell'anno e oltre; si è deciso di offrire un profilo "Pro" (che consente l'accesso ai servizi fondamentali della piattaforma) gratuito per aumentare l'accessibilità, lasciando il contributo annuale per l'upgrade; per scelta, l'importo del contributo annuale è molto basso.

KPI: incremento del numero degli operatori registrati. Superati il 4700 utenti registrati al 31.12

BIA (B Impact Assessment)

Nonostante la pandemia e il lockdown, che hanno avuto pesantissime ripercussioni su tutto il comparto turistico e hanno impedito l'avvio delle attività commerciali e della campagna di marketing previste per il 2020, il BIA ha dato risultati incoraggianti, confermando la validità degli obiettivi e l'impegno a perseguirli. Vedi schema riassuntivo.



Questo management tool, utilizzato da oltre 50.000 aziende in tutto il mondo, tra cui oltre 3.000 B Corp certificate, aiuta le aziende a valutare il proprio impatto su vari stakeholder, compresi i loro lavoratori, la comunità, i clienti e l'ambiente.

PUNTEGGIO GENERALE 114.9	COMPLETAMENTO 100%	
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI 42.7	PUNTEGGIO IBM 58.4	N / A PUNTEGGIO 13.7

Are di impatto



AREA D'IMPATTO
Governance PUNTEGGIO
14.5

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.

DOMANDE RISPOSTE
20/20

VISTA



AREA D'IMPATTO
Lavoratori PUNTEGGIO
16.7

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

DOMANDE RISPOSTE
35/35

VISTA



AREA D'IMPATTO
Comunità PUNTEGGIO
33.0

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.

DOMANDE RISPOSTE
49/49

VISTA



AREA D'IMPATTO
Ambiente PUNTEGGIO
16.7

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.

DOMANDE RISPOSTE
20/20

VISTA

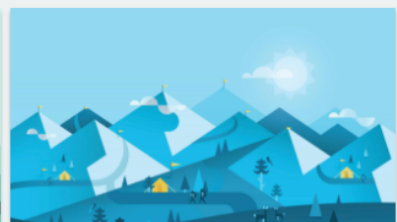


AREA D'IMPATTO
Clienti PUNTEGGIO
33.8

Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

DOMANDE RISPOSTE
53/53

VISTA



AREA D'IMPATTO
Questionario sulla trasparenza PUNTEGGIO
0.0

Identificare eventuali settori, pratiche, risultati o multe / sanzioni potenzialmente sensibili della propria azienda che non siano esplicitamente indicati nel resto dell'assessment.

DOMANDE RISPOSTE
57/57

VISTA

OBIETTIVI 2021

Gli obiettivi previsti per il 2020, essendo fondanti per l'impatto, verranno perseguiti anche nel 2021.

Area d'impatto 1: GOVERNANCE

Ambiti di impatto presi in considerazione nel BIA: Mission e impegno; Etica e trasparenza; Metriche di governance; Protezione della mission.

Creare un impatto sociale e ambientale positivo è una priorità per SharryLand e l'Oggetto Sociale richiama chiaramente la nostra mission e il nostro impegno a favore del patrimonio culturale diffuso, delle piccole comunità locali, degli operatori economici e culturali, attraverso la messa in rete e la creazione di community.

Obiettivo specifico 1

→ *Sistematizzare la comunicazione a soci e fasce di stakeholder delle finalità sociali, degli obiettivi specifici e di altri documenti utili (es. codice etico) e dare opportuna visibilità.*

Azioni previste: dare più continuità agli aggiornamenti della sezione sul sito info.sharry.land dedicata alle attività di SharryLand come Società Benefit e agli aggiornamenti ai soci via mail; oltre ai webinar "generici", introdurre webinar specifici, per specifici gruppi di utenti; creare anche materiali audiovisivi.

Beneficiari: soci, stakeholder, utenti

KPI: frequenza nella pubblicazione e popolamento della sezione "Società Benefit" sul sito info.sharry.land; frequenza nel numero comunicazioni inviate ai soci; numero webinar e incontri di (in)formazione; qualità e quantità dei materiali per la formazione.

Obiettivo specifico 2

→ *Confermare le finalità sociali anche attraverso l'adesione a manifesti e protocolli sulla sostenibilità.*

Azioni previste: individuare e sottoscrivere manifesti e protocolli (esempio Agenda 2030)

Beneficiari: stakeholder

KPI: numero di adesioni e rilevanza nazionale o internazionale; incremento rispetto al 2020

Obiettivo specifico 3

→ *Organizzare / partecipare a eventi sul territorio o online per far conoscere le finalità sociali di SharryLand.*

Beneficiari: stakeholder, utenti

KPI: numero di eventi e ricaduta in termini di immagine e di pubblico; incremento rispetto al 2020

Obiettivo specifico 4

→ *Specializzare ruoli, responsabilità e mansioni del team e dei collaboratori.*

Azioni previste: definire un “mansionario” con l'obiettivo di affidare a ciascun collaboratore la gestione di specifici ambiti di attività, in un'ottica di specializzazione, partecipazione alla pianificazione, crescita professionale.

Beneficiari: team e collaboratori

KPI: completamento e formalizzazione del mansionario

Obiettivo specifico 5

→ *Redigere un codice etico.*

Azioni previste: condividere le linee guida con il team, redigere un codice etico, pubblicarlo

Beneficiari: soci, stakeholder, utenti

KPI: pubblicazione documento

Area d'impatto 2: LAVORATORI

Ambiti di impatto presi in considerazione nel BIA: Metriche del lavoratore, Sicurezza finanziaria, Salute benessere e sicurezza, Sviluppo professionale, Livello di coinvolgimento e soddisfazione.

Obiettivo specifico 1

→ *Individuare strumenti più evoluti di condivisione e gestione di progetti condivisi.*

Azioni previste: valutare eventuali alternative ad Asana e Google Drive come strumenti di team working

Beneficiari: team e collaboratori

KPI: esiti della valutazione di altri strumenti

Obiettivo specifico 2

→ *Aggiornamento e formazione.*

Azioni previste: scelta condivisa con il team degli ambiti di formazione interna, come peer work o con esperti esterni; realizzazione di documenti e tutorial formativi; organizzazione della formazione in orario di lavoro

Beneficiari: team e collaboratori

KPI: ore di formazione interna erogate

Obiettivo specifico 3

→ *Sistematizzare le modalità di condivisione di sviluppi e strategie tra dirigenza e team.*

Azioni previste: definire una routine con regolari aggiornamenti via mail e regolari incontri online, per informare il team, renderlo partecipe, accogliere feedback

Beneficiari: team e collaboratori

KPI: attuazione della routine

Obiettivo specifico 4

→ *Aumentare il numero di collaboratori.*

Azioni previste: selezione (tra gli utenti di SharryLand o attraverso altri canali o attraverso agenzie di recruiting) di figure di fiduciari sul territorio e di nuove figure professionali da inserire nel team con contratto di lavoro a tempo indeterminato; formazione e monitoraggio

Beneficiari: team e collaboratori

KPI: numero di figure professionali coinvolte; incremento rispetto al 2020

Area d'impatto 3: COMUNITÀ E STAKEHOLDER

Ambiti di impatto presi in considerazione nel BIA: Impatto sulla Comunità, Diversità Equità e Inclusione, Impatto economico, Impegno civico e donazioni, Gestione della catena di distribuzione e fornitura.

Chi sono i nostri stakeholder: gli operatori economici e culturali attivi nel settore del tempo libero e del turismo (con particolare attenzione al turismo esperienziale, sostenibile, di prossimità); enti locali, regionali e nazionali, associazioni di categoria, etc.; turisti in cerca di ispirazioni per le vacanze; residenti in cerca di ispirazioni per il tempo libero.

Obiettivo specifico 1

→ *Instaurare nuove collaborazioni e partnership con realtà nazionali o territoriali che condividono le finalità, l'attenzione al territorio, il focus su forme di turismo sostenibile, responsabile, di prossimità e aprire a progetti che favoriscano l'inclusività (accessibilità per i diversamente abili, etc.)*

Beneficiari: stakeholder, comunità locali, territorio

Azioni previste:

a) continuare, come investimento strategico e finalità di bene comune, la mappatura del patrimonio culturale diffuso e cercare sponsor per sostenerla

KPI: quantità di contenuti pubblicati gratuitamente; incremento rispetto al 2020

b) avviare la ricerca di sponsor o partner per narrazione audio

KPI: somme raccolte o partner coinvolti; quantità di narrazioni audio pubblicate

c) valutare forme più agili per il coinvolgimento gratuito dei "Comuni Amici"

KPI: formulazione di una nuova modalità

d) individuare e coinvolgere partner specializzati nel turismo sostenibile e influencer per attuare sinergie

KPI: numero di realtà coinvolte e attività progettate o realizzate

Obiettivo specifico 2

→ *Analizzare i feedback degli stakeholder per ottimizzare e standardizzare procedure e correggere il tiro ove necessario.*

Beneficiari: stakeholder, comunità locali, territorio

KPI: numero di procedure ottimizzate e standardizzate

Area d'impatto 5: CLIENTI

Ambiti di impatto presi in considerazione nel BIA: Gestione del Cliente

Obiettivo specifico 1

→ *Guidare il Cliente nella scelta dei servizi e nell'utilizzo consapevole degli strumenti*

Azioni previste: definire procedure standard e realizzare tutorial

Beneficiari: operatori economici e culturali

KPI: incremento del numero degli operatori iscritti

Grazie per l'attenzione
Maria Cristina Leardini
Responsabile dell'Impatto