

Giulia Detomati

FABBRICARE, SOCIETÀ

1° FORUM DELLE SOCIETÀ BENEFIT



Il nostro *purpose*

- Siamo un'impresa sociale e B Corp dal 2017
- Favoriamo la **rigenerazione** ed una imprenditorialità innovativa con l'obiettivo di ispirare persone ed organizzazioni a **diventare artefici del cambiamento**
- Offriamo guida e supporto a leader e visionari che desiderano **creare un impatto positivo sulle persone, sui territori e sulla comunità**

Il team di InVento



Giulia Detomati



Roberto Detomati



Elena Detomati



Annarosa De Luca



Claudio Avella



Dream Cazzaniga



Germana Borzellieri



Giulia Marrazzo



Rita Trombin



Giulia Houston



Rouben Vitali



Margot Gomis



Elisa Amodeo



Michela Crescini



Danilo Folli



Gaia Urati



Luca Bazzoli



**COMPETENZE
MULTIDISCIPLINARI**

INGEGNERI AMBIENTALI

**ESPERTI DI SOSTENIBILITÀ E
B-CORP**

ECONOMIA E MANAGEMENT

FORMATORI PROFESSIONISTI

DIGITAL DEVELOPER

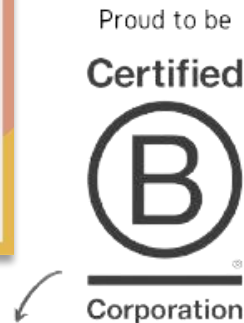
MISURAZIONE IMPATTO

DESIGN E COMUNICAZIONE

IL NOSTRO IMPATTO

PREMI E RICONOSCIMENTI

- **Ashoka Fellowship** da dicembre 2021
- **B Lab Best Collaborator 2020** e **Best for the world** dal 2017 al 2020
- 2019 - Premio imprenditrice italiana dell'anno **Impact2**
- 2018 - Vincitori del «**Terre de Femmes**» di Yves Rocher
- 2017 - Vincitori del premio **Ashoka Schneider** (Innovazione sociale nel campo della povertà energetica)



B Impact Assessment Performance



230+

Aziende coinvolte in progetti di formazione e consulenza rigenerativa

780+

Professionisti coinvolti in progetti di formazione e consulenza rigenerativa

26.000+

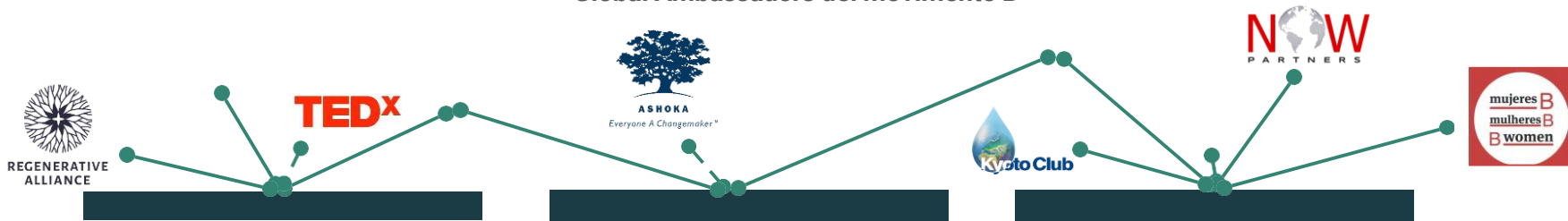
Giovani changemakers coinvolti in progetti con Aziende Benefit e B Corp

850+

Startup create dai nostri changemakers con il supporto di Aziende Benefit e B Corp

INVENTOLABELNETWORKINTERNAZIONALE

Siamo partner ufficiali di numerosi **network internazionali** assieme ad esponenti di spicco del **B Lab** e a **Global Ambassadors del movimento B**



Siamo partner di **B Corp Way**, la piattaforma dell'ente certificatore **B Lab** che raccoglie gli advisors riconosciuti a livello globale per l'accompagnamento delle aziende verso la certificazione B Corp e per la trasformazione in Società Benefit



assobenefit

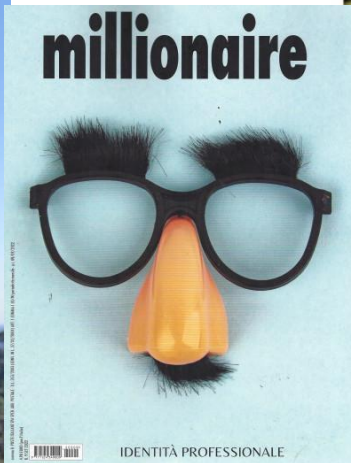
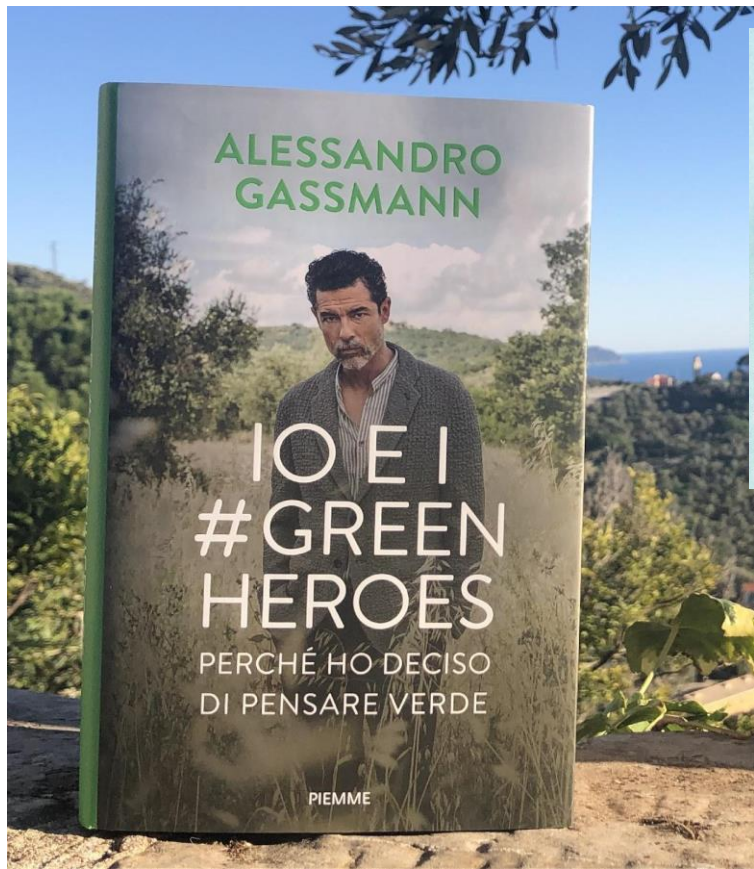
Dal 2022 Giulia Detomati, CEO di InVento Lab è parte del Consiglio Direttivo di Assobenefit.



Siamo **#GREENHEROES!**

Siamo tra le realtà raccontate da Alessandro Gassmann nel libro «Io e i #GreenHeroes: perchè ho deciso di pensare in verde»

INVENTO LAB NELLA STAMPA PUBBLICAZIONI RECENTI



Non siamo soli	Area di servizio	L'altra impresa	ControCorrente
L'ex custode fumettista che ora espone agli Uffizi di MARCO GASPERETTI 4	Con Amref in Sud Sudan guerra alla fame di MICHELE FARINA 11	Gli innovatori culturali sul palco di Expo di PAOLO VIRTUANI 15	I giovani e l'Aids, l'emergenza infinita di CHIARA DAIRA 18
Reportage dall'Etiopia Bambine senza diritti di PIERLUIGI PANZA 5	Fondazioni bancarie, 30 anni nelle comunità di FERRUCCIO DE BORTOLI 13	Scampoli di libertà: se il riuso vale doppio di MASSIMO ARCIDIACONO 16	Educare senza frontiere Marta e gli altri di DON ANTONIO MAZZI 20

Cosa facciamo



CONSULENZA RIGENERATIVA

Guidiamo le aziende nella **trasformazione verso modelli di business rigenerativi**

In qualità di **partner ufficiali di B Lab**, forniamo **consulenza sul processo di certificazione B Corp e sul passaggio allo stato di società benefit**



EDUCAZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ

Introduciamo i **giovani all'imprenditoria sostenibile, alle società Benefit e alle B Corp**, per formare futuri change maker e supportare le imprese nello scouting di talenti

Consulenza rigenerativa

InVento Innovation Lab © 2022



Siamo un ente selezionato da B Lab per erogare servizi su B Impact Assessment e Impact Measurement.



I consulenti di InVento Lab vantano un'esperienza pluriennale nella certificazione e nell'accompagnamento per diventare B Corp e Società Benefit di numerosi gruppi nazionali e internazionali. **Abbiamo lavorato su progetti di sostenibilità e community engagement dedicati a gruppi multinazionali** e facciamo parte di un network internazionale che conta al suo interno numerosi esponenti di spicco di B Lab e Ambasciatori globali del movimento.

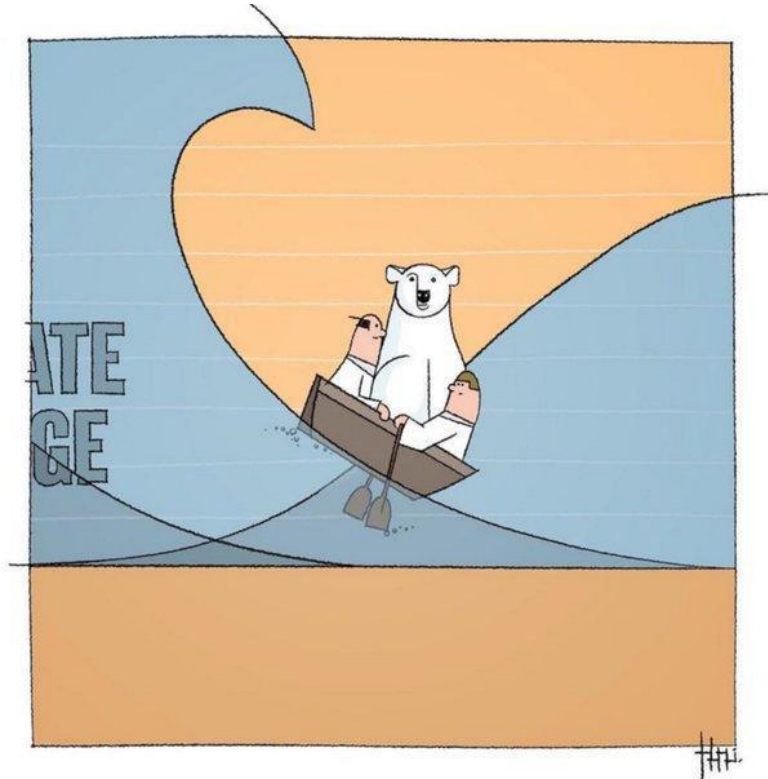
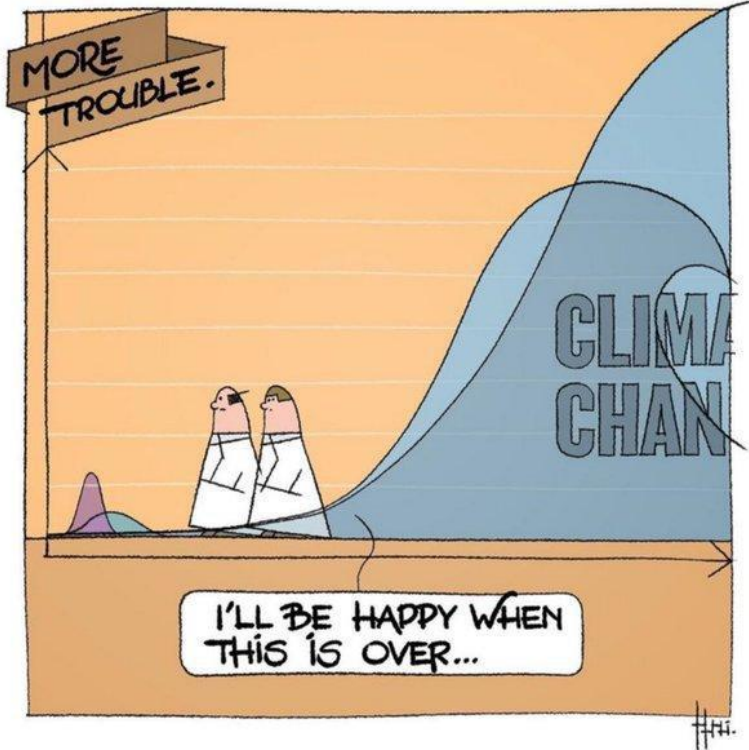


PEOPLE USING
BUSINESS
AS A
FORCE FOR GOOD



CLIENTI E PARTNER



CAPITALISM. TIME FOR A RESET.

Business must make a profit but
should serve a purpose too.

Visit [FT.com/NewAgenda](https://www.ft.com/NewAgenda)

FT
FINANCIAL
TIMES

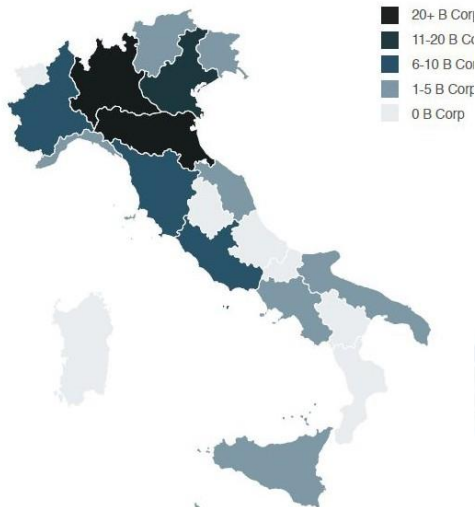
THE NEW AGENDA

LeBCorp in ITALIA e nel MONDO

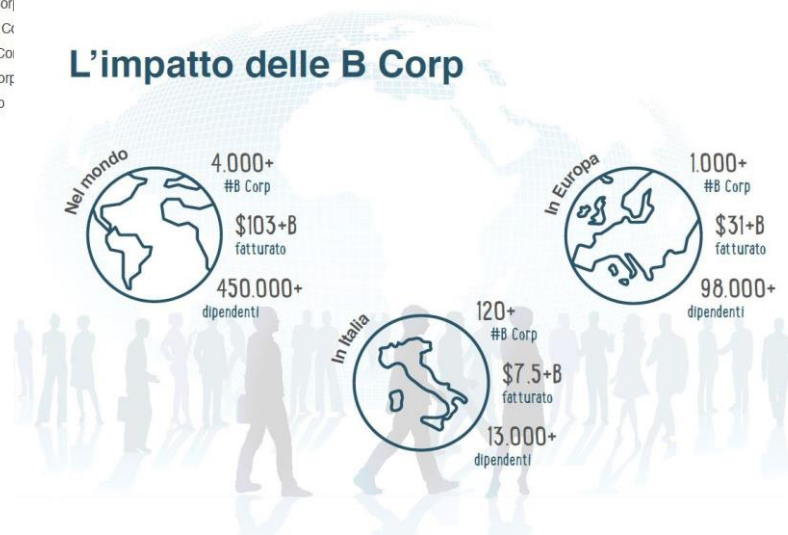
120+
B Corp Certificate

1.000+
Società Benefit

**La comunità con la crescita
più veloce in Europa**



L'impatto delle B Corp



Fonte: The B Book 2021 – il grande libro delle b corp italiane



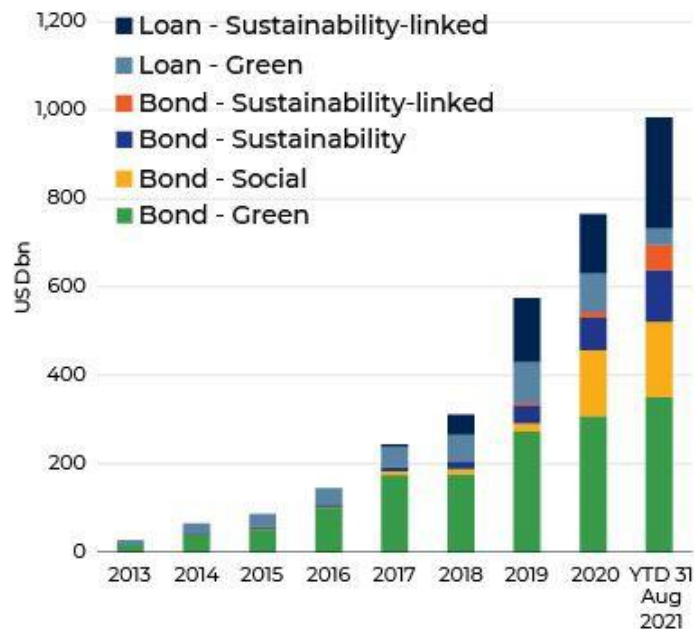
BURROSE?

« B Corp » e Società Benefit?

Un altro sustainability « buzz » o c'è una chiave per andare oltre? ...

Sustainability investment trends

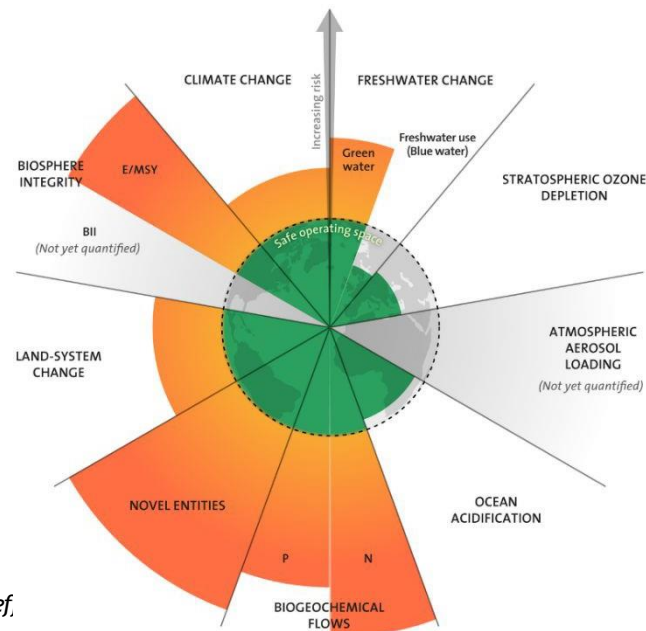
Figure 2: Sustainable debt market by product type



Source: BNEF

Planetary boundaries

Il concetto di confini planetari presenta una serie di **nove confini planetari** entro i quali **l'umanità può continuare a svilupparsi e prosperare per le generazioni a venire**



Azote for Stockholm Resilience Centre, based on analysis in Persson et al 2022 and S tef,
<https://www.ecologyandsociety.org/vol14/iss2/art32/>

Less bad or simply ..good?



TheBCop movement



TheBCop Movement:

Transforming the global economy to benefit all people, communities and planet

Le BCOALITIONS



AS MEMBERS OF THE B CORP BEAUTY COALITION, WE ENVISION A NEW APPROACH TO BEAUTY THAT PRIORITISES SOIL AS MUCH AS SKIN, NATURE AS MUCH AS NATURAL, EVIDENCE AS MUCH AS EGO, AND IMPACT AS MUCH AS PERFORMANCE. WE COMMIT TO WORKING TOGETHER TO SHARE KNOWLEDGE AND BEST PRACTICES, SPARK EXPLORATION AND RESPONSIBLE INNOVATION, AND TO SPEAK CONSISTENTLY AND CLEARLY, TO DELIVER GENUINE BENEFITS TO OUR CUSTOMERS, OUR COMMUNITIES, AND OUR PLANET.

B Corp Beauty Coalition - B Beauty



ECONOMY GENERATIMA

Old paradigm/economic growth model

“Exponential economic growth as the source of our prosperity, on a finite planet”

New paradigm

“Integrating the principles of life that have ensured the resiliency in time of living systems”



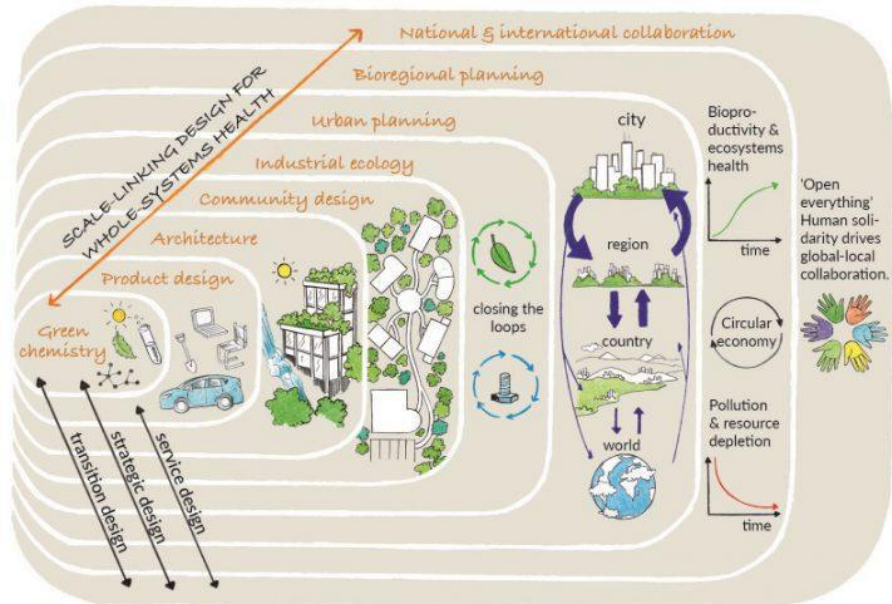
John Fullerton, Regenerative capitalism

SOSTENIBILITÀ E rigenerazione..

«La **sostenibilità**

- è un processo dinamico di **co-evoluzione**
- **basato sulle comunità**
- favorisce **una comunicazione continua**
- **Favorisce una conoscenza ed una giusta partecipazione ai processi di sostegno della vita in costante trasformazione.**»

THE SCALES OF REGENERATIVE DESIGN



Daniel Wahl «*Designing Regenerative Cultures*»

BUSINESS RIGENERATIVM

“I Business rigenerativi attingono alla creatività e all’innovazione.

- Ispirano i propri collaboratori a usare la loro iniziativa per **creare effetti sistemici** che possono **migliorare comunità, il territorio ed interi paesi.**
- **Un’innovazione “dirompente”** avviene quando un’organizzazione riesce a **guardare oltre quello che esiste nel presente e a ricercare qualcosa che desidera esista.**
- Una tale azienda può scorgere cose che altre non vedono: **nuovi pattern emergenti e tendenze di un mondo in evoluzione.**
- Per creare *innovazione dirompente* dobbiamo **spezzare le abitudini della nostra mente, (...) ristrutturare il modo in cui lavoriamo, concepiamo la vita ed interpretiamo la natura umana.**



Carol Sanford «Regenerative Business»

BCorp, Società For Profit & No-Profit

FOR PROFIT

Hanno l'obiettivo di generare profitto e distribuire dividendi agli azionisti

Certified



Corporation

**Benefit Corporation
e Società Benefit
ricercano il profitto
e hanno un impatto
rigenerativo**

NO-PROFIT

Hanno l'obiettivo di creare un impatto positivo su persone e ambiente

In che modo Business può essere una « Forza per il bene »?

B Corp®

- Un movimento globale di "**Purpose Driven Businesses**" per rigenerare le società e diffondere un paradigma economico più evoluto.
- Più di 120k aziende, 65 paesi, 150 industrie
- Creare valori per tutti gli azionisti e gli stakeholder con soluzioni concrete.
- Un circolo virtuoso per **creare e misurare un impatto positivo sul pianeta** e sulle società
- **Interdipendenza:** corresponsabilità tra B Corps e responsabilità verso gli **stakeholder** e le generazioni future

[Directory | Certified B Corporation](#)

Benefit Corporation (US) *Società Benefit (Ita)*

- L'**espressione** di un **nuovo paradigma** e una base per allineare la missione e creare valore condiviso a lungo termine.
- **Italia** (2016): primo Stato sovrano al mondo (primo Paese dopo gli Stati Uniti) ad introdurre questa nuova forma giuridica
- L'**oggetto sociale include lo scopo di generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente** e l'azienda è considerata responsabile in questi termini

<http://www.societabenefit.net/>

Attualmente in Italia ci sono oltre 120 B Corp certificate e oltre 2100 Benefit Companies

STRATEGIA E MANAGEMENT DELL'IMPATTO

Strategia Benefit e B Corp



Impatto Stanhome Italia

Strategia e governance dell'impatto di Stanhome Italia

- 🍃 Guidelines del paradigma Benefit e B Corp
- 🍃 Obiettivi generali definiti e consolidati attraverso l'inserimento nello statuto
- 🍃 Azioni specifiche identificate ed avviate



Perché diventare BCorp

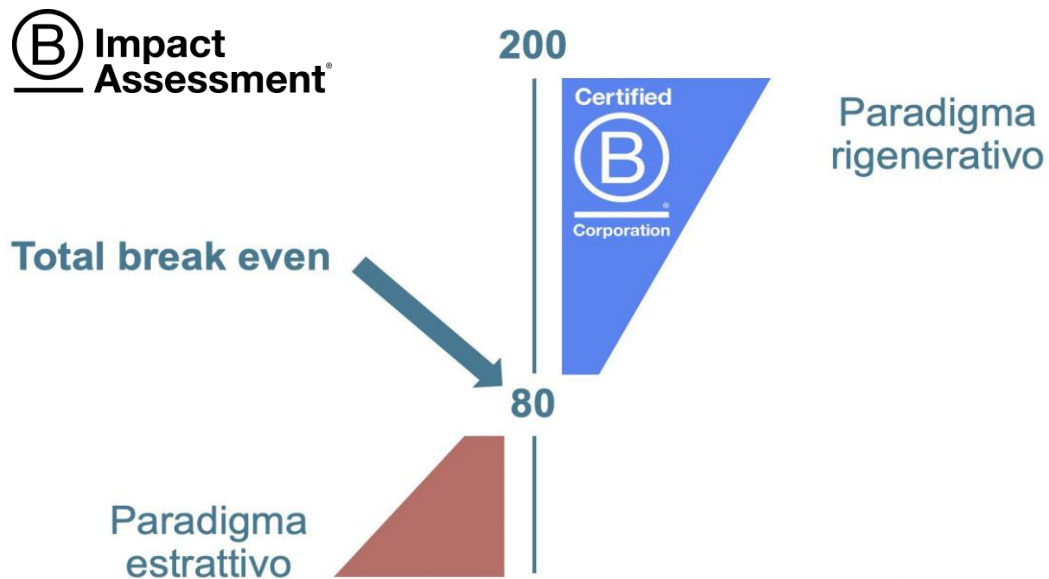
- Le persone vogliono lavorare, acquistare e investire nelle **aziende in cui credono**.
- La certificazione B Corp è un modo potente, efficace e duraturo per **creare credibilità, fiducia e valore per un'azienda**
- La certificazione B Corp e lo statuto di Società Benefit creano i presupposti per avere **una benefit Governance obbligatoria ed espandere le responsabilità fiduciarie degli investitori per proteggere gli ampi interessi dei loro beneficiari**.

Perché diventare B Corp

- Una B Corp certificata è un'azienda che **bilancia profitto e scopo**
- **B Corp è una certificazione** che mostra al mondo cosa rappresenta la tua azienda
- **Non è facile da ottenere** e questo è ciò che la rende così **significativa**
- C'è un'opinione ampiamente diffusa secondo cui **le aziende devono svolgere il proprio ruolo nel guidare il cambiamento sociale e ambientale**, piuttosto che lasciarlo al governo e agli enti di beneficenza
- I requisiti di B Corp consolidano questo punto di vista in una **certificazione misurabile**
- I leader delle B Corp credono che il business sostenibile sia un business migliore e che possono usare il loro **business come una forza per il bene**

Forbes, 2020)

Come diventare B Corp



Potranno certificarsi B Corp tutte le aziende che, attraverso un metodo di valutazione creato dalla No-profit B Lab - il **B Impact Assessment** - otterranno un **punteggio pari o superiore agli 80 punti**.

Come diventare BCorp

Il B Impact Assessment è tra i principali **strumenti di mappatura aziendale d'Impatto** utilizzato oggi da oltre 120.000 aziende nel mondo.



Area d'impatto:
GOVERNANCE



Area d'impatto:
COMUNITÀ



Area d'impatto:
CLIENTI



Area d'impatto:
AMBIENTE



Area d'impatto:
LAVORATORI

Gli SDGs rappresentano le **NOSTRE** SFIDE GLOBALI



<https://www.unglobalcompact.org/take-action/sdg-action-manager>

un approccio olistico



Misurazione degli impatti

Per assicurare cambiamenti duraturi



Scaling degli impatti

Per identificare l'evoluzione degli impatti e aiutare la tua azienda a consolidare una visione a lungo termine



Comunicare gli impatti

Per diffondere lo scopo e le tue storie sui social e sul web



Agire e innovare

Il business as usual non è abbastanza...
Creativi audaci e innovatori guideranno il vostro piano



Coinvolgere le tue persone

Coinvolgere il tuo team affinché la tua organizzazione sia all'avanguardia



Coinvolgi la comunità

Progettare una strategia che coinvolga la tua comunità e gli stakeholder e generi un impatto positivo sul territorio



Business standards

Creare un impatto locale rigenerativo

Dipendenti



Clienti



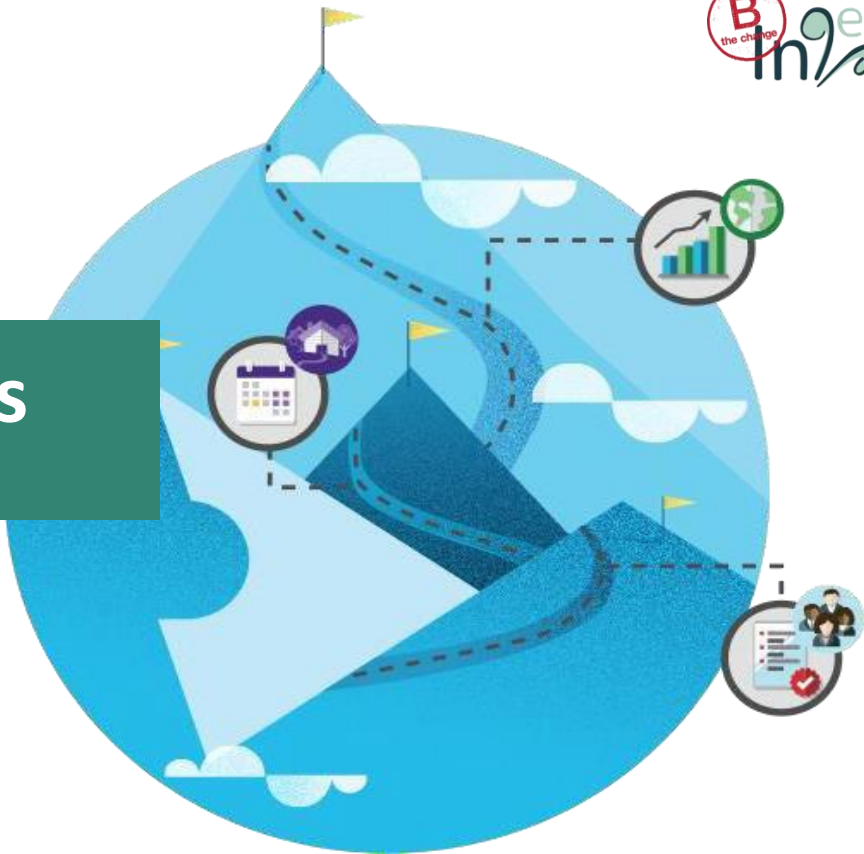
Comunità



Ecosistemi



B Case Studies



Case study comunità



B Corp School

Edizione 2019-2020



“Mi ha aiutato a comprendere le necessità del territorio e le problematiche che su esso gravano”

Studente

“Progetto strutturato che consente di esternare e valorizzare idee ed energie creative degli studenti di grande valenza formativa sui temi della sostenibilità ambientale, sociale ed economica.”

Docente

“Il progetto proposto ha sensibilizzato i ragazzi sull'importanza di alcuni comportamenti da tenere nel quotidiano come la riduzione dell'uso della plastica”

Genitore

Case studies - Patagonia



La prima grande azienda a trasformarsi in B Corp nel 2011

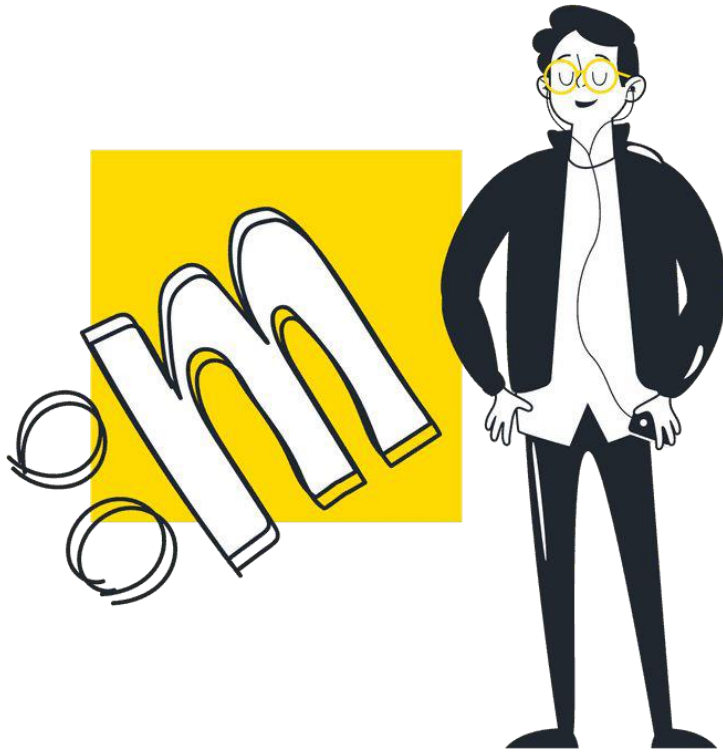
Le aziende aderenti a questa iniziativa donano l'1% dei propri incassi annuali per supportare associazioni ed enti no profit che operano nel campo della sostenibilità e della difesa dell'ambiente.

Le aziende aderenti sono 3'000 oggi, in più di 40 paesi e nel 2019 hanno donato oltre 27 milioni di dollari.

<https://bthechange.com/how-1-can-collectively-make-a-difference-for-the-environment-77bd20254bfb>

Case studies - Chiesi





<https://mondora.com/>

:mondora

Mondora offer uno sconto del **10%** per tutti quei client che realizzano azioni in coerenza con i valori Benefit.

Yves Rocher Italia COMMON BENEFIT GOALS

1

"DEMONSTRATE OUR MISSION IN OUR HOME TERRITORY"

Create value with and for Yves Rocher Italy's local communities by raising awareness on significant environmental and social issues and creating **partnerships** with associations or relevant stakeholders, in particular in favor of **biodiversity**.

2

"PROPOSE AN OFFER OF NATURAL, AUTHENTIC AND RESPONSIBLE BEAUTY"

- Enhance the sustainability of our local ecosystem, through concrete environmental actions in particular through:
- **The combination of humanist ecologism, frugal innovation and optimized business practices** to reduce our negative environmental impacts while increasing our positive ones
 - **Active involvement alongside our partners**, from production to distribution
 - Promotion of **responsible consumption practices**

3

"FEDERATE OUR COMMUNITIES' COMMITMENTS"

Continuously improve **our people's** well-being by promoting a life and work attitude that is **connected to nature**; a constant **care for health and well-being**; the development of **each person's talents**; and the opportunity to **commit to social and environmental purposes**.

4

"ITALY'S UNIQUENESS: People and Social Selling"

Positively impact communities, workers and consultants, to foster **social and economic affirmation**, through the promotion of: a culture of **diversity and inclusion**; entrepreneurship; **access to labor market**; flexibility, quality of work and the reconciliation of professional and personal commitments.



YVES ROCHER

Bretagne, France



Rigeneriamo la connessione
tra le persone e l'ambiente





CONTATTI

Giulia Detomati
CEO

giulia.detomati@inventolab.com

info@inventolab.com

