



FONDAZIONE
LIBELLULA

BILANCIO SOCIALE

2022



INDICE

LETTERA DELLA PRESIDENTE	04
1. METODOLOGIA ADOTTATA PER LA RELAZIONE DEL BILANCIO	06
2. CHI SIAMO	12
• A. I numeri	13
• B. La carta d'identità	14
• C. La storia	14
• D. Missione e caratteristiche	16
• E. Cosa facciamo	16
• F. Il contesto di riferimento	17
3. LA GOVERNANCE / ORGANI SOCIALI	18
• A. Comitato dei Fondatori e delle Fondatrici	19
• B. Consiglio d'amministrazione	19
• C. Direttore Generale	19
• D. Revisora legale dei conti	20
• E. Comitati e coordinamenti specifici	20
• F. Stakeholder	20
4. LE RISORSE UMANE E LA FORMAZIONE	21
• A. Organigramma	22
• B. Intervento formativo e pedagogico	23
5. COME LAVORIAMO	24
• A. Gli approcci del nostro intervento	25
— La prospettiva di genere	25
— La metodologia	26

6. COSA ABBIAMO FATTO NEL 2022	28
• A. I progetti per le aziende	29
— Date cruciali	30
— Progetti	30
• B. I progetti di cura	32
7. SENSIBILIZZAZIONE, COMUNICAZIONE E RACCOLTA FONDI	34
• A. Ricerca e advocacy	35
• B. Eventi	35
• C. La comunicazione	37
• D. Le campagne di comunicazione e raccolta fondi	38
• E. Partnership con aziende e fondazioni	39
8. IL BILANCIO D'ESERCIZIO	40
• A. Stato patrimoniale	41
• B. Conto economico	42
• C. Riepilogo: Stato patrimoniale	43
• D. Riepilogo: Conto economico	44
• E. Il valore della produzione	45
• F. Ottimizzazione gestione	46
9. MONITORAGGIO DELL'ORGANO DI CONTROLLO	47
10. GLI OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO	52
COME SOSTENERCI	55
• Ringraziamenti	56

LETTERA DELLA PRESIDENTE

“

Come possiamo avere un impatto concreto e positivo su una questione così enorme come la disuguaglianza di genere che, come un iceberg, ha una parte visibile nella violenza manifesta, ma nasce e si sviluppa in gesti spesso inconsci o sottovalutati?

Questa è la domanda da cui è partita Fondazione Libellula Impresa Sociale anni fa e questa è la domanda che ancora oggi torna ogni volta che ci diciamo che sì, possiamo e dobbiamo fare di più sul fronte della prevenzione e della consapevolezza.

Quindi anche se - o forse proprio perché - Fondazione Libellula Impresa Sociale nel 2022 ha fatto passi da gigante, non ci vogliamo fermare.

*Tornando alla domanda iniziale, abbiamo identificato **4 punti di contatto su cui agire per creare una cultura dell'empowerment: il posto di lavoro, la scuola, le famiglie e le comunità.***

Per quanto riguarda il posto di lavoro, sono fiera di annunciare che il numero di aziende che ha deciso di aderire al Network Libellula, anche quest'anno, è aumentato, arrivando a quota 75.



75 imprese che si impegnano per la prevenzione delle discriminazioni di genere corrispondono a migliaia di lavoratrici e lavoratori che scoprono la libertà da pregiudizi e stereotipi, la sicurezza di essere in un ambiente protetto e l'opportunità di esprimere davvero il proprio potenziale.

E se penso che ognuna di queste persone, grazie a quanto appreso durante i nostri progetti aziendali, tornando a casa dalla famiglia o trovandosi con amici e amiche, potrebbe dire: "Sai, oggi ho capito che non dovrei dare per scontato chi si occupa delle faccende domestiche". Oppure: "Scusa se ti ho presa in giro quando volevi essere chiamata avvocatina". O ancora: "Stavo pensando che non dovremmo più fingere di non sentire le urla della vicina". Be', allora forse stiamo parlando di un raggio d'azione che abbraccia milioni di persone.

E cosa succederebbe se uscissimo fuori dalle aziende e potessimo raggiungere anche le scuole e i punti di aggregazione sul territorio?

*Ecco, questa è la domanda a cui stiamo dando risposta e forma: il 2022 è stato un anno cruciale per Fondazione, perché abbiamo preparato diversi progetti di cura che offriranno servizi alle cittadine e ai cittadini di ogni età. Bambine e bambini compresi, **perché è con l'inclusione delle future generazioni che si può rendere migliore il domani.***

So che normalmente la lettera della Presidente in un Bilancio Sociale dovrebbe chiudersi con un punto ma, come forse avrai capito, ho sempre preferito le domande aperte ai finali chiusi.

Ed è con una domanda che voglio salutarti: che impatto positivo vuoi generare, oggi?

DEBORA MORETTI
PRESIDENTE FONDAZIONE LIBELLULA

METODOLOGIA ADOTTATA

1.

Il Bilancio Sociale di Fondazione Libellula Impresa Sociale riferito all'esercizio 2022 è stato redatto in conformità alle disposizioni di cui all'art. 14 comma 1 del D.Lgs 3/7/2017 n. 117.

Il Bilancio Sociale per sua definizione è un documento pubblico rivolto a tutti gli *stakeholder* interessati a reperire informazioni sull'Ente che lo ha redatto.

Il Bilancio Sociale è redatto in osservanza delle "Linee Guida per la redazione del Bilancio Sociale degli Enti del Terzo Settore" di cui al Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali del 4 luglio 2019.

Il documento, nello spirito del decreto, intende rendere disponibile uno strumento di rendicontazione delle responsabilità, dei comportamenti e dei risultati sociali, ambientali ed economici delle attività svolte dalla Fondazione, allo scopo di offrire una dettagliata e strutturata informativa non ottenibile a mezzo della sola informazione economica contenuta nel Bilancio di Esercizio.

Molto di più di una Relazione di mandato, il Bilancio Sociale infatti si propone di:

- ✓ **fornire a tutti gli *stakeholder* un quadro complessivo delle attività, della loro natura e dei risultati dell'Ente;**
- ✓ **attivare un processo interattivo di comunicazione sociale;**
- ✓ **favorire processi partecipativi interni ed esterni all'organizzazione;**
- ✓ **fornire informazioni utili sulle qualità delle attività dell'Ente per ampliare e migliorare le conoscenze e le possibilità di valutazione e di scelta degli *stakeholder*;**
- ✓ **dare conto dell'identità e del sistema di valori di riferimento assunti dall'Ente e della loro declinazione nelle scelte strategiche, nei comportamenti gestionali, nei loro risultati ed effetti;**
- ✓ **fornire informazioni sul bilanciamento tra le aspettative degli *stakeholder* e indicare gli impegni assunti nei loro confronti;**
- ✓ **rendere conto del grado di adempimento degli impegni in questione;**
- ✓ **esporre gli obiettivi di miglioramento che l'Ente si impegna a perseguire;**
- ✓ **fornire indicazioni sulle interazioni tra l'Ente e l'ambiente nel quale esso opera;**
- ✓ **rappresentare il valore aggiunto creato nell'esercizio e la sua ripartizione.**

Nella redazione del presente Bilancio Sociale sono stati rispettati i seguenti principi, previsti nel Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali del 4 luglio 2019, i quali garantiscono la qualità del processo di formazione e delle informazioni in esso contenute:

RILEVANZA - nel Bilancio Sociale devono essere riportate solo le informazioni rilevanti per la comprensione della situazione, dell'andamento dell'Ente e degli impatti economici, sociali e ambientali della sua attività, o che comunque potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli *stakeholder*;

COMPLETEZZA - implica l'individuazione dei principali *stakeholder* che influenzano o sono influenzati dall'organizzazione e l'inserimento di tutte le informazioni ritenute utili per consentire a tali *stakeholder* di valutare i risultati sociali, economici e ambientali dell'Ente;

TRASPARENZA - secondo la quale occorre rendere chiaro il procedimento logico seguito per rilevare e classificare le informazioni;

NEUTRALITÀ - le informazioni devono essere rappresentate in maniera imparziale, indipendente da interessi di parte e completa, riguardare gli aspetti sia positivi che negativi della gestione senza distorsioni volte al soddisfacimento dell'interesse degli amministratori o di una categoria di portatori di interesse;

COMPETENZA DI PERIODO - le attività e i risultati sociali rendicontati devono essere quelli svoltisi e manifestatisi nell'anno di riferimento;

COMPARABILITÀ - l'esposizione delle informazioni nel Bilancio Sociale deve rendere possibile il confronto sia temporale, tra esercizi di riferimento, sia, per quanto possibile, spaziale rispetto ad altre organizzazioni con caratteristiche simili od operanti in settori analoghi;

CHIAREZZA - le informazioni devono essere esposte in maniera chiara e comprensibile, accessibile anche a lettori o lettrici non esperti/e o privi/e di particolare competenza tecnica;

VERIDICITÀ E VERIFICABILITÀ - i dati riportati devono far riferimento alle fonti informative utilizzate;

ATTENDIBILITÀ - implica che i dati positivi riportati nel Bilancio Sociale devono essere forniti in maniera oggettiva e non sovrastimata; analogamente i dati negativi e i rischi connessi non devono essere sottostimati; gli effetti incerti inoltre non devono essere prematuramente documentati come certi;

AUTONOMIA DELLE TERZE PARTI - nel caso in cui terze parti rispetto all'Ente siano incaricate di trattare specifici aspetti del Bilancio Sociale o di garantire la qualità del processo o di formulare valutazioni o commenti, deve essere loro richiesta e garantita la più completa autonomia e indipendenza di giudizio;

IDENTIFICAZIONE - secondo la quale deve essere fornita la più completa informazione riguardo alla proprietà e al governo dell'azienda, per dare ai terzi la chiara percezione delle responsabilità connesse; è necessario sia evidenziato il paradigma etico di riferimento, esposto come serie di

valori, principi, regole e obiettivi generali (missione);

INCLUSIONE - implica che tutti gli *stakeholder* identificati devono, direttamente o indirettamente, essere nella condizione di aver voce; eventuali esclusioni o limitazioni devono essere motivate;

COERENZA - deve essere fornita una descrizione esplicita della conformità delle politiche e delle scelte del *management* ai valori dichiarati;

PERIODICITÀ E RICORRENZA - il Bilancio Sociale, essendo complementare al Bilancio di Esercizio, deve corrispondere al periodo amministrativo di quest'ultimo;

OMOGENEITÀ - tutte le espressioni quantitative monetarie devono essere espresse nell'unica moneta di conto.

Oltre alle indicazioni normative esplicitate nel Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali del 4 luglio 2019, sono state considerate, ove compatibili e rilevanti per il presente Bilancio, le indicazioni e le elaborazioni contenute nei seguenti documenti:

- ✓ **“Linee Guida per la redazione del Bilancio Sociale delle Organizzazioni non Profit” approvate nel 2010 dall’Agenzia per le Organizzazioni non lucrative e di utilità sociale;**
- ✓ **Atto di indirizzo dell’Agenzia per il Terzo Settore ai sensi dell’Art. 3, comma 1, lettera a) del DPCM 21 marzo 2001 n. 329, approvato dal Consiglio del 15 aprile 2011 con delibera n. 147;**
- ✓ **Il Bilancio Sociale GBS - La rendicontazione sociale per le Aziende non Profit Giuffrè Editore 2009;**
- ✓ **Il Bilancio Sociale GBS2013 - Documento di ricerca n. 17 GBS2020.**

Proprio recependo i principi standard del GBS (Gruppo di Studio sul Bilancio Sociale) considerando il Bilancio Sociale anche un'estensione del Bilancio Economico, la Fondazione ha ritenuto importante costruire un collegamento delle informazioni di natura sociale con i dati contabili desumibili dalla contabilità ordinaria d'esercizio.

A fronte di ciò rilevante la riclassificazione dei dati contabili e la predisposizione della tavola del Valore Aggiunto con rendicontazione della ricchezza distribuita.

PRINCIPI DI REDAZIONE

In capo al Bilancio Sociale c'è l'osservazione che ogni azienda, in modo e misura diversi, possiede e manifesta un determinato indirizzo etico, che caratterizza le scelte strategiche e ispira ogni azione quotidiana. Evidente quindi la convinzione che nell'ottica del Bilancio Sociale gli scopi dell'azienda debbano essere esplicitati in quanto da essi si declina il comportamento organizzativo della tecnostruttura e del Consiglio di Amministrazione.

I principi di redazione del Bilancio Sociale fanno riferimento alla sfera dell'etica, alla dottrina giuridica e alla prassi della professione contabile.

In particolare, ai principi e valori condivisi di etica pubblica ed economica e, per quanto attiene al campo del diritto, alla Costituzione e alla legislazione vigente, nazionale e comunitaria, e ai principi fondamentali dei diritti dell'uomo (Carta dei Diritti dell'ONU).

Infine, per quanto riguarda gli aspetti più professionali o procedurali, ai principi contabili nazionali e internazionali. La rendicontazione riguarda le attività svolte durante l'esercizio 2022.

Nella stesura si sono seguiti, quale traccia qualificante i testi sottoelencati:

- ✓ **"Linee guida per la redazione del Bilancio Sociale delle organizzazioni Non Profit" - redatto dalla Agenzia per le Onlus;**
- ✓ **"Principi di redazione del Bilancio Sociale" redatto dal GBS (Gruppo di Ricerca sul Bilancio Sociale);**
- ✓ **"Le linee guida" della Global Reporting Iniziative (GRI);**
- ✓ **Il Bilancio Sociale - GBS 2014/2015 - standard.**

Le informazioni contenute nel Bilancio Sociale, la qualità del processo di sua formazione sono garantite nel rispetto dei seguenti principi:

UTILITÀ - Le notizie forniscono dati e informazioni utili a soddisfare le aspettative degli *stakeholder*;

COMPRENSIBILITÀ, CHIAREZZA E INTELLIGIBILITÀ - Le informazioni sostenute, chiare, comprensibili e accessibili;

RILEVANZA E ACCURATEZZA - Valutazioni e stime sono fondate su ipotesi esplicite e congruenti;

ATTENDIBILITÀ - Le informazioni rappresentano in modo veritiero e completo il proprio oggetto, con prevalenza degli aspetti sostanziali su quelli formali;

FEDELE RAPPRESENTAZIONE - Le informazioni sono esenti da errori e pregiudizi, in modo da poter essere considerate una fedele rappresentazione dell'oggetto a cui si riferiscono;

OMOGENEITÀ - Tutte le espressioni quantitative sono espresse nell'unica moneta di conto;

IDENTIFICAZIONE - Vi è una completa informazione sulla proprietà e sul governo dell'impresa, per dare a terzi la chiara percezione delle responsabilità connesse;

TRASPARENZA - Tutti i destinatari sono messi nelle condizioni di comprendere il procedimento di rilevazione, di riclassificazione e formazione del Bilancio Sociale;

PERIODICITÀ E RICORRENZA - Il Bilancio Sociale corrisponde al periodo amministrativo del Bilancio di Esercizio, essendo ad esso complementare;

RESPONSABILITÀ - Sono chiaramente identificate le categorie di *stakeholder* ai quali Fondazione Libellula Impresa Sociale deve rendere conto degli effetti della sua attività;

INCLUSIONE - Viene data voce - direttamente o indirettamente - agli *stakeholder* indentificati ed è esplicitata la metodologia di indagine e di *reporting* adottata;

VERIFICABILITÀ - Tutti i dati e le informazioni riportati e descritti nel documento sono verificabili;

COMPETENZA DI PERIODO - Gli effetti sociali sono rilevati nel momento in cui si manifestano e non in quello della manifestazione finanziaria delle operazioni da cui hanno origine;

COMPARABILITÀ - È possibile il confronto tra bilanci differenziati nel tempo redatti dalla stessa impresa o con bilanci di imprese operanti nello stesso settore;

NEUTRALITÀ - Il Bilancio Sociale è imparziale e indipendente da interessi di parte.

CHI SIAMO

2.



A. I NUMERI



3

anni di vita



1

sede



28

persone nello staff*



75

aziende nel Network
Libellula



200 MILA+

beneficiari e beneficiarie



250+

webinar e workshop



500+

ore di formazione
e sensibilizzazione



2

progetti di cura
attivi



** I numeri sono riferiti alle persone che hanno lavorato, anche per periodi specifici, in Fondazione Libellula Impresa Sociale nel corso del 2022, incluse le collaborazioni.*

B. LA CARTA D'IDENTITÀ



Nome

Fondazione Libellula Impresa Sociale

Sede legale

Viale Ortles 54/A 20139 Milano (MI)

Anno di fondazione

2020

P. IVA e C.F.

11197420968

Riconoscimento personalità giuridica

Iscrizione, in data 28 gennaio 2021, nell'apposito registro tenuto presso Prefettura di MILANO al numero d'ordine 1723 della pagina 6387 del volume 8.

REA

MI-2649636

RUNS

numero di iscrizione 26254, 21.03.22 - sezione di imprese sociali

Certificazione

UNI EN ISO 9001:2015, rilasciata il 2020-07-17

C. LA STORIA

La nascita ufficiale di **Fondazione Libellula Impresa Sociale** è datata **3 febbraio 2020**, ma tutto è cominciato nel 2017 con il "**Progetto Libellula**", un'iniziativa di responsabilità sociale dell'azienda Zeta Service.

Il salto da Progetto a Fondazione è diventato necessario quando abbiamo capito che quella che inizialmente era nata come una singola iniziativa stava pian piano spiccando il volo, sia per numero di persone che per aziende coinvolte.

Ciò che hanno in comune queste imprese non è "solo" la missione di **diffondere una cultura dell'equità contro ogni forma di violenza e discriminazione**, e non sono nemmeno "solo" i **valori di inclusione e giustizia sociale** che incarnano con le loro scelte, ma è anche il modo con cui hanno deciso di agire: **facendo squadra**, alleandosi, riconoscendo che l'unione è più della somma delle singole parti.

La collaborazione è una ricchezza per le menti aperte, curiose e innovative.

E se questo è vero in un'ottica interaziendale, perché non può esserlo anche tra i vari ambiti della società?

Così abbiamo sviluppato una strategia che va a incrociare i più importanti luoghi di aggregazione e relazione, dove è possibile contribuire attivamente ogni giorno alla costruzione di modelli di genere improntati sull'equità. Ecco perché, a partire dal 2021, abbiamo lanciato i nostri primi progetti di cura sul territorio e nel 2022 abbiamo programmato nuovi spazi di impatto sociale.

La storia, quindi, non finisce qui.

2017



**LANCIO UFFICIALE
PROGETTO LIBELLULA**

13 AZIENDE NEL NETWORK

2018



**PRIMA PREMIAZIONE
ALLE AZIENDE DEL
NETWORK A PALAZZO
MARINO**



2020

**NASCE FONDAZIONE
LIBELLULA**

36 AZIENDE NEL NETWORK

2021



**PRIMA LIBELLULA
WEEK**

**LANCIO PROGETTI
DI CURA**

2022



**SURVEY L.E.I.
OLTRE 250 WORKSHOP
OLTRE 600 ORE DI FORMAZIONE**

75 AZIENDE NEL NETWORK

D. MISSIONE E CARATTERISTICHE

L'obiettivo di Fondazione Libellula Impresa Sociale è agire con azioni concrete per **prevenire la violenza di genere e promuovere culture inclusive**.

Il metodo che adottiamo riconosce le peculiarità dei generi, le loro diverse esigenze, problematiche e bisogni sul lavoro e nella quotidianità. Il nostro obiettivo è garantire uno **sviluppo equo della società**, in cui ogni persona possa condividere decisioni, opportunità e risorse.

Fondazione Libellula Impresa Sociale da sempre segue i principi di Autonomia, Responsabilità e Sussidiarietà, principi inseriti nel proprio Codice Etico, consultabile online.



E. COSA FACCIAMO

Insieme alle aziende del **Network Libellula**, lavoriamo a **progetti**

- **personalizzati** sul riconoscimento e il contrasto delle discriminazioni;
- **improntati alla promozione dell'empowerment**, allo sviluppo di ambienti lavorativi inclusivi e alla cura del linguaggio.

Crediamo che le organizzazioni abbiano una grande responsabilità in quanto contenitori di umanità dove si diffonde cultura. Un'azienda attenta al tema della violenza sulle donne e alla creazione di una cultura inclusiva assume un impegno nei confronti della collettività, dando coraggio a chi vive situazioni di vulnerabilità anche all'esterno dell'azienda.

Parallelamente a quelli aziendali, ci sono i nostri **progetti di cura**, che diffondono consapevolezza e offrono strumenti di prevenzione e contrasto alla violenza di genere **sul territorio**. Qui lavoriamo in sinergia con le associazioni locali, per costruire una società equa e inclusiva, fondata sul valore della bellezza intesa come gentilezza, rispetto, accoglienza e ascolto sincero. **Cura per noi è innanzitutto attenzione per il futuro della comunità.**

Realizziamo inoltre **azioni di sensibilizzazione e promozione culturale**: campagne di comunicazione, attività digitali, eventi dedicati e approfondimenti tematici sulle questioni di genere promosse da un Osservatorio Scientifico altamente qualificato e riconosciuto.

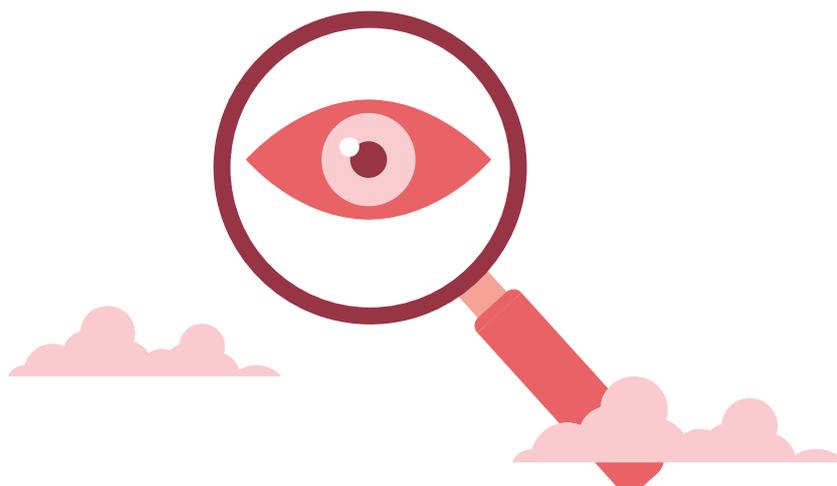
F. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

La violenza sulle donne e la discriminazione di genere sono realtà ancora tristemente attuali, trasversali e sistemiche. Si manifestano spesso in modo invisibile in **famiglia**, sul **lavoro**, nella **società**.

In Italia i dati Istat mostrano che il **31,5% delle donne ha subito nel corso della propria vita una qualche forma di violenza** fisica o sessuale (le forme più gravi di violenza sono esercitate da partner o ex partner, parenti o amici).

Nel "*Global Gender Gap Index 2022*", report annuale del *World Economic Forum*, l'Italia si colloca al 63esimo posto su 146 Paesi monitorati, penalizzata dall'ancora scarso livello di partecipazione femminile al lavoro e dallo squilibrio tra generi relativo al tempo dedicato alle attività di cura. Si stima che per colmare il divario globale nella parità di genere, se si continua a questi ritmi, ci vorranno ancora altri **135,6 anni**.

Noi vogliamo cambiare questa realtà, in linea con l'**Obiettivo 5** dell'agenda ONU per lo Sviluppo Sostenibile, che definisce la parità di genere "**non solo un diritto umano fondamentale, ma una base necessaria per un mondo pacifico, prospero e sostenibile**".



LA GOVERNANCE/ ORGANI SOCIALI

3.

A. COMITATO DEI FONDATORI E DELLE FONDATRICI

Composto da:

- **Silvia Bolzoni**
- **Zeta Service Srl**, in persona del Presidente del Consiglio di Amministrazione e legale rappresentante
- **Debora Moretti**

B. CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE

Nome e cognome	Nomina	In carica dal	In carica fino al
Debora Moretti	Presidente	03/02/2020	03/02/2025
Silvia Bolzoni	Vice Presidente	03/02/2020	03/02/2025
Maria Guglielmini	Consigliera	03/02/2020	03/02/2025

C. DIRETTORE GENERALE

Dal 17/10/2022, la funzione è stata assunta da Giuseppe Di Rienzo.

D. REVISORA LEGALE DEI CONTI

Stefania Serina, in carica dal 13/01/2021, iscritta al registro dei revisori legali al n.174197 il 06/03/2015 c/o Ministero dell'Economia e delle Finanze.

E. COMITATI E COORDINAMENTI SPECIFICI

Il Comitato scientifico Cultural HUB "L.E.I. Lavoro, Equità, Inclusione" è coordinato da Annalisa Valsasina (Direttrice Scientifica). È stato istituito nel 2022 per consolidare sinergie tra realtà diverse favorendo innovazione, networking, scambio reciproco, oltre che per accrescere autorevolezza e qualità dei contenuti della Fondazione.

F. STAKEHOLDER

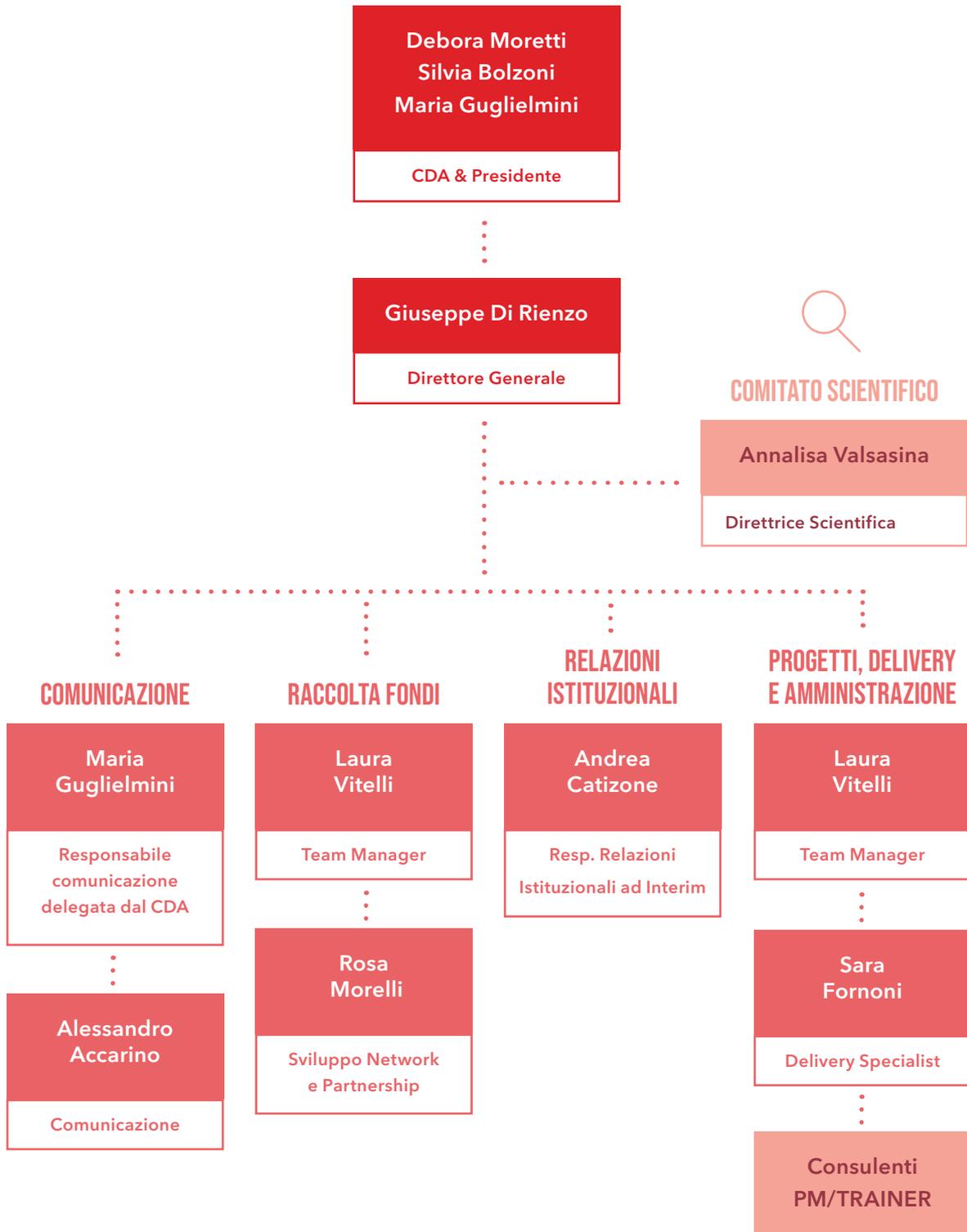


LE RISORSE UMANE E LA FORMAZIONE

4.



A. ORGANIGRAMMA



B. INTERVENTO FORMATIVO E PEDAGOGICO

I **percorsi formativi attivati** sono stati pensati per rispondere a diversi obiettivi:

- Formazione funzionale: ha come obiettivo l'aumento delle conoscenze tecniche e funzionali di collaboratori e collaboratrici, comprendendo un ampio spettro di tematiche e contenuti, sensibilizzando lo sviluppo della conoscenza anche grazie all'introduzione di momenti strutturati di formazione interna tra i/le colleghi*. I percorsi attivati sono stati di *staff-coaching*, formazione alla managerialità, percorso comunicazione efficace e formazione tecnico-professionale.
- Formazione rivolta alla dirigenza (Consiglier* e Responsabili delle Aree Operative).
- Attività di *team building* trasversale per Coordinatori e Coordinatrici, impiegati/e, collaboratori e collaboratrici.
- Formazione obbligatoria in materia di sicurezza.



COME LAVORIAMO

5.

A. GLI APPROCCI DEL NOSTRO INTERVENTO

LA PROSPETTIVA DI GENERE

Essere uomini o donne non è un fattore neutro: cresciamo e viviamo immersi in un ordine simbolico solo apparentemente neutrale ma che, in realtà, ha precise aspettative rispetto a cosa significhi essere di un genere o dell'altro, quali sono le aspettative nei diversi contesti (professionale, familiare e sociale). Prendere consapevolezza di questa dimensione non è sempre cosa semplice, soprattutto perché è pervasiva, diffusa, normalizzata. Altrettanto difficile è comprendere l'effetto limitante di questi aspetti culturali sulla libera espressione della persona, delle sue potenzialità, le scelte personali e professionali.

Lavorare nei diversi contesti secondo una prospettiva di genere significa leggere e inquadrare le situazioni all'interno di quest'ordine più grande di aspettative e richieste culturali e sociali, sapendo quanto notevolmente possono impattare sull'identità e la soddisfazione delle persone e sulla costruzione di una cultura equa e basata sul rispetto tra i generi.

Significa inserire i fenomeni osservati, micro e macro, in un contesto culturale e simbolico più ampio, riconoscendone l'impatto e valutando secondo la prospettiva del *gender mainstreaming* ogni azione/intervento/servizio pianificato dell'organizzazione.

La prospettiva di genere che adottiamo riconosce le peculiarità del maschile e del femminile, non nega le differenze tra uomini e donne, ma ha l'obiettivo di non fare di queste differenze delle leve di discriminazione e non equità. Mantenere una prospettiva di genere consente quindi di comprendere le esigenze, le problematiche e i bisogni di uomini e donne nel lavoro e nella società, facendo sì che le politiche e le prassi sviluppate nel mondo professionale e sociale non si fondino su presupposti errati o stereotipati, ma sulle reali necessità.

L'obiettivo che la prospettiva di genere e l'approccio del *gender mainstreaming* vuole ottenere, e che perseguiamo nei nostri interventi, è quello di garantire uno sviluppo equo della società e del mondo del lavoro, in cui le donne e gli uomini possano condividere decisioni e potere, opportunità e risorse, nell'idea che tutte le persone abbiano un beneficio da una società maggiormente equa, capace di valorizzare le differenze e rispondere in modo efficace alle esigenze degli individui e dei gruppi.

LA METODOLOGIA

Dal punto di vista metodologico questo approccio comprende alcuni passi e attenzioni fondamentali. Nello sviluppo dei contenuti e dei progetti:

- il punto di partenza sono dati ed evidenze, sempre raccolti in modo disaggregato per genere e analizzati in ottica di genere;
- i contenuti, le riflessioni e le suggestioni proposte considerano l'impatto di stereotipi e cultura di genere sul tema affrontato e sulle persone destinatarie;
- le iniziative mirano a sviluppare collaborazione e alleanza tra i generi, depotenziando l'idea di una "battaglia" in corso tra uomini e donne;
- i due generi trovano un'equa rappresentazione rispetto ai temi trattati;
- la consapevolezza di meccanismi e dinamiche implicite legate al genere è un obiettivo prioritario e promosso con un approccio positivo di riflessione, una proposta di cambio prospettiva senza giudizio;
- le proposte di intervento considerano sempre l'impatto differenziato su uomini e donne e ne valutano l'equità;
- la comunicazione e il linguaggio sono attenti alla dimensione di genere.

Nel lavoro con le organizzazioni (imprese, aziende, enti pubblici e privati, associazioni, realtà del terzo settore) prestiamo attenzione a:

- ✓ **analisi e misurazione del contesto dal punto di vista del genere.** Questo comprende la raccolta di dati disaggregati per genere, analisi della cultura di genere del contesto (tramite *survey*, *focus group*, interviste) e delle differenti esigenze, lettura dei dati alla luce della cultura di genere;
- ✓ **definizione di obiettivi concreti** sul tema e sulle aree critiche rispetto al genere volti a ridurre *gap* o non equità;
- ✓ **comprensione chiara delle resistenze** culturali e di contesto e previsione di interventi ad hoc per ridurle/eliminarle;
- ✓ **ingaggio e coinvolgimento** di uomini e donne verso il cambiamento;
- ✓ **valutazione di politiche, prassi e processi** interni alla luce dell'impatto su uomini e donne e della cultura di genere;

- ✓ **introduzione di politiche, prassi e processi equi** rispetto al genere, valutandone in ogni fase di lavoro (progettazione, attuazione, monitoraggio e valutazione) l'impatto su uomini e donne, al fine di eliminare possibili non equità e stereotipi;
- ✓ **lavoro costante sulla cultura** e i comportamenti delle persone, sostegno al processo di consapevolezza della popolazione e decostruzione progressiva degli stereotipi di genere per il maschile e il femminile;
- ✓ **interventi ad hoc** per le donne e per gli uomini a partire dalle specifiche differenze e *gap* legati alla cultura di genere (per esempio, *empowerment* femminile, genitorialità condivisa).

Nel lavoro con gli individui:

- ✓ **analisi e comprensione dei propri modelli di genere interiorizzati** e del loro impatto su visione di sé, dell'altr* e dei contesti;
- ✓ **comprensione e decostruzione di stereotipi** di genere limitanti l'espressione di sé e i propri comportamenti;
- ✓ **sviluppo di comportamenti, modalità di relazione e linguaggio sensibili** e attenti alla prospettiva di genere e non discriminanti;
- ✓ **riconoscimento e convivenza delle differenze.**

COSA ABBIAMO FATTO NEL 2022

6.

A. I PROGETTI PER LE AZIENDE

NUMERI

75 Le aziende che fanno parte del Network Libellula **250+** i webinar e i workshop dedicati ai collaboratori e alle collaboratrici delle aziende



500+ le ore di formazione nelle aziende su temi legati all'equità e alla lotta alla discriminazione di genere, in particolare:

- sensibilizzazione sul tema della violenza, anche digitale, e della discriminazione;
- decostruzione degli stereotipi;
- linguaggio inclusivo;
- sviluppo di managerialità inclusiva;
- percorsi di prevenzione e contrasto delle molestie sul luogo di lavoro.

DATE CRUCIALI

8 MARZO

Nella settimana della Giornata internazionale della donna, abbiamo realizzato 23 edizioni di un percorso progettato appositamente per sensibilizzare sul perché l'8 marzo non deve essere considerato semplicemente una "festa", ma un'occasione di riflessione e miglioramento.



25 NOVEMBRE

Nella Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne abbiamo realizzato 31 edizioni di un webinar finalizzato a fornire gli strumenti per prevenire il fenomeno.

PROGETTI

INSPIRING MENTORING

"Le donne sono le peggiori nemiche delle donne" è il primo stereotipo che andiamo a infrangere con "Inspiring Mentoring", il **programma di mentoring femminile interaziendale attivo da settembre 2022**.

Si tratta di un percorso di *empowerment* e sorellanza che ha visto 3 *leader* dei rispettivi settori lavorativi condurre laboratori interattivi, *talk* ispirazionali su come raggiungere e coniugare al meglio gli obiettivi professionali e personali.

Gli obiettivi del percorso:

- sostenere l'*empowerment*, la crescita e lo sviluppo personale delle partecipanti offrendo loro un'opportunità di riflessione su di sé e sulle proprie risorse;
- promuovere nuovi modelli di riferimento grazie al confronto con testimoni di esperienza e *leadership* riconosciuta, capaci di offrire stimoli, ispirazioni ed esempi a partire dalla loro storia per ampliare l'orizzonte di riflessione e possibilità delle altre donne;
- confrontare il proprio punto di vista e la propria esperienza con donne di altre aziende, creando relazioni e sviluppando la capacità di sorellanza.

Le oltre 50 donne che hanno partecipato al programma hanno risposto in maniera entusiasta e unanime: il 100% di loro ha dichiarato che lo consiglierebbe a una collega. E i *feedback* che ci hanno lasciato ci fanno capire che ci dovrebbe essere un'attività di questo tipo in ogni azienda:

"Capire il coraggio che mi serve, capire come prendermi cura di me: grazie al percorso ho potuto prendere piena consapevolezza di tutto questo."

"Mi sono sentita accolta e coinvolta in un ambiente sereno."

"Sentire e vedere donne così mi fa sperare che siamo sul percorso giusto!"

In cifre:

59

partecipanti

17

aziende

10

ore di incontri

2

momenti
laboratoriali

3

sessioni ispirazionali:
"Coraggio e autodeterminazione",
"Leadership e Potere",
"Cura di sé, Cura degli altri".

SAFE AT WORK

Sempre all'insegna della collaborazione interaziendale come strategia di miglioramento, abbiamo realizzato la prima edizione del percorso formativo *Safe at Work* per riconoscere e affrontare le molestie, le violenze e le micro-aggressioni sul lavoro.

Destinatari dell'iniziativa sono stati i ruoli:

- HR
- DE&I
- Legale
- Sicurezza sul lavoro e sostenibilità
- Welfare
- *Employee Resource Group* e Comitati Unici di Garanzia.

Il percorso: 

Primo incontro: **"Riconoscere molestie, discriminazioni e violenza di genere al lavoro"**.

Secondo incontro: **"Strumenti, prassi e azioni per prevenire e contrastare le molestie sul lavoro"**.

CERTIFICAZIONE DELLA PARITÀ DI GENERE

Abbiamo strutturato un piano per accompagnare le aziende nei processi di preparazione alla certificazione di parità di genere, nelle fasi prodromiche all'*audit*, attraverso un modello di *assessment* che prevede:

- *Gap analysis*
- Interviste
- Analisi documentale
- Comparazione del sistema gestionale in base ai *KPI* richiesti dalla norma
- Costruzione del piano strategico
- Integrazione del sistema gestionale
- Supporto al monitoraggio attraverso *audit*
- Supporto alla costruzione di *policy* in ottica parità di genere
- Piani formativi aziendali

Nel corso del 2022 abbiamo avviato le prime trattative con aziende desiderose di intraprendere politiche rivolte alla riduzione dei vari *gap* di genere e che vogliono certificare il proprio impegno per l'equità.

B. I PROGETTI DI CURA

È grazie alle attività che intraprendiamo con e per le aziende che possiamo programmare progetti di cura finalizzati a intercettare le persone anche fuori dalle mura dell'ufficio, in modo da raggiungere quelle tagliate fuori dal mercato del lavoro, o dalla vita sociale/pubblica, o che sono in una situazione di vulnerabilità.

Progetti come

"FAI VOLARE UNA LIBELLULA"

In collaborazione con i centri anti-violenza del territorio, offriamo un **supporto concreto alle donne in uscita dal cerchio della violenza**, che stanno percorrendo la strada verso la propria autonomia personale e professionale.

Quando diciamo "supporto concreto" intendiamo sia sostenere le spese da affrontare, come l'affitto di una nuova casa, delle utenze e dei beni di prima necessità per i figli e le figlie, sia le spese necessarie per il benessere psicologico o la formazione finalizzata al reinserimento lavorativo.

“DAI SEGNI AI SOGNI”

In collaborazione con gli ospedali, aiutiamo operatori e operatrici socio-sanitarie a riconoscere segni e segnali della violenza, anche quando non sono visibili.

Per raggiungere questo obiettivo promuoviamo un approccio multidisciplinare capace di rispondere in modo efficace alle necessità e ai bisogni delle donne, che sono più complessi di quanto si possa immaginare.

Nella prima edizione del percorso, datata 2021, abbiamo formato il personale medico-sanitario dell'Azienda Ospedaliera **ASST Gaetano Pini-CTO** di Milano, mentre nel 2022 abbiamo pianificato l'attività, in partenza l'anno successivo, per l'**Ospedale Niguarda** e l'**Ospedale San Raffaele**.



**SENSIBILIZZAZIONE,
COMUNICAZIONE E
RACCOLTA FONDI**

7.

A. . RICERCA E ADVOCACY

Le aree di Ricerca e *Advocacy* costituiscono, per Fondazione Libellula Impresa Sociale, un veicolo per promuovere orientamento e sensibilizzazione verso le tematiche di interesse.

Il lavoro svolto si traduce nella produzione di attività di ricerca, nell'organizzazione di incontri istituzionali e di eventi tematici, nello svolgimento di attività in rete.

Grazie alle **attività di Ricerca e Advocacy**, insieme ai propri interventi progettuali, Fondazione Libellula Impresa Sociale intende contribuire al rinnovamento della cultura e al miglioramento delle politiche.

Inoltre realizziamo *survey* allo scopo di rendere misurabili, e quindi comunicabili, le discriminazioni e le violenze di genere, per aumentare la sensibilizzazione su queste tematiche.

La *Survey* L.E.I. (acronimo di Lavoro, Equità e Inclusione), distribuita a decine di aziende e compilata da oltre 4.300 lavoratrici, ha fatto emergere dati che ci devono far riflettere sulla condizione della donna nel mondo del lavoro: il 53% è stata oggetto di battute sessiste o volgari sul lavoro, il 55% ha sperimentato una molestia o discriminazione sul lavoro; il 63% ha visto rallentare il percorso di crescita, o quello di altre donne, a causa della maternità.

I risultati dell'indagine sono stati diffusi alle principali testate giornalistiche e, per renderli sempre fruibili, sono stati raccolti e trasformati nell'eBook "**Vita ed esperienze delle donne al lavoro**", disponibile sul sito di Fondazione Libellula Impresa Sociale gratuitamente.

B. EVENTI

Nel 2022 abbiamo iniziato a riprendere fiato dalla pandemia e ne abbiamo approfittato per reintrodurre gli eventi in presenza nel nostro piano annuale di incontri.

EVENTI ONLINE

- **WEBINAR PER LE AZIENDE DEL NETWORK LIBELLULA**

11 workshop, a cadenza mensile, ognuno con un focus su uno specifico tema teso a migliorare il *work-life balance*, oltre che l'ambiente lavorativo: dal carico mentale alla sorellanza, dal linguaggio alla *leadership* femminile. A conclusione di ogni *webinar* è stato riservato un momento di scambio tra le persone partecipanti, per facilitare il cambiamento attraverso il confronto e le altrui testimonianze.

- **WEBINAR #ProspettiveDiGenere**

3 incontri dal taglio laboratoriale, svolti tra maggio e luglio, che abbiamo deciso di aprire in forma gratuita a tutte e tutti, per sensibilizzare quante più persone possibili sulla genitorialità, le relazioni e la medicina di genere. Le oltre 600 iscrizioni ricevute dimostrano che c'è un interesse crescente per queste tematiche.

- **LIBELLULA WEEK**

5 giorni di *webinar* e *talk* nella settimana della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza sulle donne. Esperte ed esperti sull'equità di genere hanno tenuto incontri sul linguaggio inclusivo, la mascolinità tossica, la violenza digitale ed economica. Abbiamo aperto le iscrizioni, per ampliare la nostra divulgazione, superando le 600 iscrizioni.

EVENTI IN PRESENZA

- **26 MAGGIO - LIBELLULA REBELS**

"La forza della rivoluzione gentile" è stato il tema che abbiamo scelto quest'anno per inaugurare il nostro ritorno agli eventi in presenza. Al Magna Pars di Milano abbiamo ospitato, in un incontro di sensibilizzazione sulle tematiche della discriminazione di genere, oltre 250 persone e due *Special guest* sul palco: **Giulia Blasi**, giornalista e scrittrice che ci ha spronato a lasciare la nostra *comfort zone* per andare alla ricerca della crescita personale e collettiva, e **Pierluca Mariti**, comico e *content creator*, che ha portato sul palco uno *speech* sul genere come gabbia non solo per le donne, ma anche per gli uomini. Faremo la rivoluzione, sì, ma sarà a suon di storie alternative, pluralità di sguardi e narrazioni ampie.

- **15 DICEMBRE - FONDAZIONE LIBELLULA AWARDS**

Presso il Circolo Filologico Milanese abbiamo consegnato i nostri premi alle aziende del Network Libellula che si sono distinte nella realizzazione di progetti speciali dedicati all'equità di genere. Le "Libellula Inspiring Company" del 2022 sono:

- ✓ **Barilla** (Categoria "Prevenzione e Contrasto")
- ✓ **Andriani** (Categoria "Prevenzione e Contrasto")
- ✓ **Decathlon** (Categoria "Contro le molestie")
- ✓ **Hexagon** (Categoria "Empowerment")
- ✓ **Acinque** (Categoria "Obiettivo 5")

C. LA COMUNICAZIONE

La comunicazione di Fondazione Libellula Impresa Sociale è strettamente intrecciata alla **missione di divulgazione**, perché l'*empowerment* passa anche per la consapevolezza.

Inoltre, aggiornare *stakeholder*, donatori e donatrici su come vengono svolte le attività dei progetti e parlare ad un numero sempre crescente di persone perché conoscano le attività dell'Ente e le sostengano, sono stati gli obiettivi principali della comunicazione istituzionale di Fondazione Libellula Impresa Sociale.

Trasparenza nell'utilizzo dei fondi e testimonianze dirette di beneficiari* sono stati i pilastri portanti dell'attività di comunicazione dell'anno, affiancati da un intenso lavoro di *networking* con altre realtà del settore non profit con le quali l'Ente ha condiviso obiettivi e intenti.

Inoltre, anche nel 2022 l'Ente si è fatto portavoce della portata universale del fenomeno della violenza di genere, realizzando attività di sensibilizzazione a livello nazionale per coinvolgere l'opinione pubblica.

Oltre alle attività *always on* sui nostri canali, dal sito ai *social network* alle *newsletter*, abbiamo realizzato due campagne stampa, uscite su alcuni quotidiani italiani tra cui Il Corriere della Sera, in due date strategiche per la strada all'eguaglianza:

GIORNATA INTERNAZIONALE DELLA DONNA



GIORNATA INTERNAZIONALE PER L'ELIMINAZIONE DELLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE



I NUMERI DEI CANALI



D. LE CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE E RACCOLTA FONDI

Fondazione Libellula Impresa Sociale ha lavorato con grande intensità per mantenere e rafforzare la fedeltà della base di sostenitori e sostenitrici attraverso campagne di sensibilizzazione e raccolta fondi.

In particolare, i principali canali su cui si è lavorato nella direzione del rafforzamento della raccolta fondi sono stati:

La campagna 5x1000 = lo strumento del 5x1000 rappresenta una nuova e cruciale opportunità per Fondazione Libellula Impresa Sociale. Per la promozione del 5x1000 ha investito su una piccola campagna *social*, che ha visto coinvolti differenti canali (*online* e *offline*), oltre alla sensibilizzazione sull'importanza e il valore della "firma" nella dichiarazione dei redditi.

La campagna Payroll Giving = abbiamo invitato le aziende a coinvolgere i propri collaboratori e le proprie collaboratrici attraverso l'iniziativa di responsabilità sociale del *Payroll Giving*, a sostegno del nostro progetto "Fai volare una libellula".

La campagna CrowdForLife di Crédit Agricole Italia = abbiamo attivato una raccolta fondi dedicata a sostenere il nostro progetto di cura "Dai segni ai sogni" sul portale CrowdForLife di Crédit Agricole Italia.

E. PARTNERSHIP CON AZIENDE E FONDAZIONI

Per quanto riguarda l'attività di raccolta fondi con le aziende e gli enti privati, anche nel 2022 sono numerose le realtà che hanno confermato il proprio supporto alla missione e ai progetti di Fondazione Libellula Impresa Sociale, secondo diverse modalità:

- **Creazione o consolidamento di *partnership*;**
- **Organizzazione di eventi;**
- **Donazioni liberali;**
- **Gadget e *merchandising* per sostenere il progetto "Fai volare una libellula".**

La raccolta complessiva di fondi da aziende ed enti privati a favore di Fondazione Libellula Impresa Sociale è stata di 274.523€.

IL BILANCIO D'ESERCIZIO

8.



A. STATO PATRIMONIALE

ATTIVO

31-12-2022 31-12-2021

C) Attivo circolante	Euro	
II - Crediti		
esigibili entro l'esercizio successivo	267.387	63.632
Imposte anticipate	0	0
Totale crediti	267.387	63.632
IV - Disponibilità liquide	130.054	105.476
Totale attivo circolante (C)	397.441	169.108
Totale attivo	397.441	169.108

PASSIVO

31-12-2022 31-12-2021

A) Patrimonio netto	Euro	
I - Capitale	100.000	100.000
VI - Altre riserve	(1)	0
VIII - Utili (perdite) portati a nuovo	14.876	23.549
IX - Utile (perdita) dell'esercizio	76.030	(8.673)
Totale patrimonio netto	190.905	114.876
B) Fondi per rischi e oneri	6.433	248
C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	28.321	1.349
D) Debiti esigibili entro l'esercizio successivo	171.782	52.635
Totale debiti	171.782	52.635
Totale passivo	397.441	169.108

B. CONTO ECONOMICO

31-12-2022 31-12-2021

A) Valore della produzione		Euro	
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	377.507	164.925	
5) altri ricavi e proventi contribuiti in conto esercizio	0	4.000	
altri	305.932	98.761	
Totale altri ricavi e proventi	305.932	102.761	
Totale valore della produzione	683.439	267.686	
B) Costi della produzione		Euro	
6) per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	0	5.203	
7) per servizi	464.578	239.694	
8) per godimento di beni di terzi	24.077	1.578	
9) per il personale			
a) salari e stipendi	53.595	20.501	
b) oneri sociali	16.612	6.154	
c), d), e) trattamento di fine rapporto, trattamento di quiescenza, altri costi del personale	4.808	1.349	
c) trattamento di fine rapporto	4.808	1.349	
Totale costi per il personale	75.015	28.004	
14) oneri diversi di gestione	7.824	692	
Totale costi della produzione	571.494	275.171	
Differenza tra valore e costi della produzione (A - B)	111.945	(7.485)	

31-12-2022 31-12-2021

C) Proventi e oneri finanziari	Euro	
17) interessi e altri oneri finanziari		
altri	1.912	0
Totale interessi e altri oneri finanziari	1.912	0
Totale proventi e oneri finanziari (15 + 16 - 17 + - 17-bis)	(1.912)	0
Risultato prima delle imposte (A - B + - C + - D)	110.033	(7.485)
20) Imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate imposte correnti	34.003	1.188
Totale delle imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate	34.003	1.188
21) Utile (perdita) dell'esercizio	76.030	(8.673)

C. RIEPILOGO: STATO PATRIMONIALE

Tabella 1 - **ATTIVO**

Al 31.12.2022	Euro
Crediti esigibili entro l'es. successivo	267.387
Disponibilità liquide	130.054
Totale attivo circolante	397.441

Tabella 2 - **PASSIVO E PATRIMONIO NETTO**

Al 31.12.2022	Euro
Fondo di dotazione	100.000

Utili portati a nuovo	14.876
Avanzo (Disavanzo) di gestione	76.030
Totale patrimonio netto	190.905
Debiti esigibili entro l'es. successivo	171.782
Debiti esigibili oltre l'es. successivo	0
Totale debiti	171.782
Fondo per rischi e oneri	6.433
TFR	28.321
Totale passivo	397.441

D. RIEPILOGO: CONTO ECONOMICO

Tabella 3 - RIEPILOGO CONTO ECONOMICO

Al 31.12.2022	Euro
Attività di formazione e adesione al network	377.507
Contributi ricevuti	274.523
Altri Ricavi e proventi	31.409
Totale valore della produzione	683.439
Costi per materie prime	0
Costi per servizi	464.578
Costi per godimento beni di terzi	24.077
Costo per il personale	75.015
Oneri diversi di gestione	7.824

Totale costi della produzione	571.494
Differenza tra valore e costi della produzione	111.945
Proventi e oneri finanziari	(1.912)
Imposte	34.003
Avanzo (disavanzo) di gestione	76.030

E. IL VALORE DELLA PRODUZIONE

Tabella 4 - VALORE DELLA PRODUZIONE

Al 31.12.2022	Euro
Attività di formazione e adesione al network	377.507
Il ricavo è determinato da progetti di formazione, <i>coaching</i> , <i>counseling</i> svolti a favore delle aziende aderenti al Network Libellula per sensibilizzare e intervenire al proprio interno sui temi della violenza contro le donne e la discriminazione di genere.	
Contributi ricevuti	274.523
I contributi sono stati erogati da società terze e persone fisiche per sostenere le attività della Fondazione, grazie anche alle <i>partnership</i> attivate con <i>brand</i> e aziende.	
Altri ricavi o proventi	31.409

F. OTTIMIZZAZIONE GESTIONE

Fondazione Libellula Impresa Sociale, dalla sua nascita, ha adottato una gestione indirizzata al contenimento e all'ottimizzazione dei costi di gestione al fine di avere maggiori disponibilità da erogare a favore dei progetti solidali.

Questa ottimizzazione è resa possibile dal legame con il Fondatore Zeta Service S.r.l. che sostiene in ogni modo l'attività della Fondazione anche con il distacco parziale di un suo dipendente in Fondazione.

La Fondazione ha inoltre sede presso il palazzo di Zeta Service in Viale Ortles 54/A a Milano, in modo che quest'ultima si possa far carico delle spese relative agli spazi di lavoro e ai *device* necessari.

Zeta Service e Fondazione Libellula Impresa Sociale hanno formalizzato il loro rapporto attraverso la firma di un Contratto di utilizzo di spazi attrezzati e di servizi.

Grazie a questo accordo, Zeta Service si impegna nella fornitura degli spazi attrezzati e dei servizi amministrativi di supporto necessari per lo svolgimento dell'attività della Fondazione, con particolare riferimento ad adempimenti amministrativi, contabili, di *marketing*, ufficio del personale e sicurezza sul luogo di lavoro.



**MONITORAGGIO
DELL'ORGANO
DI CONTROLLO**

9.

Relazione dei Sindaci del bilancio sociale 2022

RELAZIONE sul MONITORAGGIO dell'osservanza delle finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale redatta dall'organo di controllo ai sensi dell'art. 30, co. 7 del D. Lgs. n. 117 del 2017 e Decreto 4 luglio 2019 del Ministero del lavoro e delle politiche sociali.

Al Consiglio di Amministrazione della Fondazione Libellula Impresa Sociale

RIFERIMENTI NORMATIVI E FINALITÀ

L'art. 30 comma 7 del D. Lgs. 117/2017 (CTS) prevede che l'organo di controllo eserciti compiti di monitoraggio sull'osservanza delle finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale e che, dei relativi esiti, ne venga dato atto nel bilancio sociale. La presente relazione pertanto è parte integrante del bilancio sociale.

PRINCIPI DI REDAZIONE

La presente relazione viene redatta nel rispetto della coerenza con i principi di redazione del bilancio sociale di cui al paragrafo 5 del decreto 4 luglio 2019 (Linee Guida) e in osservanza al paragrafo 7, Norma ETS 7.2.1 delle Norme di comportamento degli Enti del Terzo Settore emanate nel mese di Dicembre 2020 dal CNDCEC (Consiglio Nazionale Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili).

CRITERI APPLICATIVI

Ai sensi della sezione 8 del paragrafo 6 delle Linee Guida, nei miei compiti di monitoraggio l'organo di controllo ha focalizzato la sua attenzione sui seguenti aspetti:

- l'esercizio in via esclusiva o prevalente delle attività di interesse generale di cui all'art. 5 comma 1 del CTS e, nel caso, per le attività diverse di cui all'art. 6 del CTS, il rispetto delle previsioni costitutive e statutarie e del rapporto di secondarietà e strumentalità rispetto alle attività di interesse generale secondo i criteri e i limiti regolamentari definiti dal decreto ministeriale di cui allo stesso art. 6 del CTS;
- il rispetto nelle raccolte pubbliche di fondi dei principi di verità, trasparenza e correttezza nei rapporti con sostenitori e pubblico e la conformità alle linee guida ministeriali di cui all'art. 7 comma 2 del CTS;
- il perseguimento dell'assenza di scopo di lucro soggettivo e il rispetto del divieto di distribuzione anche indiretta di utili, avanzi di gestione, fondi e riserve a fondatori, associati, lavoratori e collaboratori, amministratori ed altri componenti degli organi sociali di cui all'art. 8 commi 1 e 2 del CTS, tenendo conto degli indici di cui all'art. 8 comma 3, lettere da a) a e).

LE ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO SVOLTE DALL'ORGANO DI CONTROLLO

Nel corso dell'esercizio 2022, ho effettuato le verifiche periodiche sulla Fondazione, acquisendo di volta in volta la documentazione utile. Ho mantenuto contatti periodici, effettuato riunioni da

remoto con i responsabili delle varie aree e acquisito le informazioni necessarie al completamento delle verifiche. Ho vigilato sui flussi finanziari e monetari, sulla regolare tenuta della contabilità e formazione del bilancio e sui contratti conclusi con collaboratori professionali terzi, ho monitorato il sistema "I.T." Ho verificato le procedure di gestione ed incasso delle donazioni, erogazioni liberali e oblazioni. Ho acquisito informazioni in merito alle delibere assunte, all'evolversi delle attività e delle operazioni di rilievo, alle iniziative intraprese anche di natura sociale, ricreativa, solidaristica.

ESITI DEL MONITORAGGIO

In seguito all'attività svolta, l'organo di controllo riferisce che la Fondazione, nel corso del 2022:

- ha esercitato in via principale una o più attività di interesse generale di cui all'art. 5 comma 1 del CTS per finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale;
- ha effettuato l'attività di raccolta fondi nel rispetto dei principi di verità, trasparenza e correttezza nei rapporti con i sostenitori e il pubblico;
- ha perseguito l'assenza dello scopo di lucro, destinando le componenti patrimoniali allo svolgimento dell'attività statutaria:

Crema, 12/04/2023

Sindaco Unico / Stefania Serina

ATTESTAZIONE di CONFORMITÀ del bilancio sociale alle linee guida di cui al Decreto 4 luglio 2019 del Ministero del lavoro e delle politiche sociali, redatta dall'organo di controllo ai sensi dell'art.30, co. 7, del D. Lgs. n. 117 del 2017.

Al Consiglio di Amministrazione della Fondazione Libellula Impresa Sociale.

RIFERIMENTI NORMATIVI E FINALITÀ

L'art. 30 comma 7 del D. Lgs. 117/2017 (CTS) prevede che l'organo di controllo attesti che il bilancio sociale sia stato redatto in conformità a quanto previsto dall'art. 14 del suddetto decreto legislativo, secondo il Decreto 4 luglio 2019 del Ministero del lavoro e delle politiche sociali (Linee Guida). La presente attestazione pertanto è parte integrante del bilancio sociale.

PRINCIPI DI REDAZIONE

La presente attestazione viene redatta nel rispetto della coerenza con i principi di redazione del bilancio sociale di cui al paragrafo 5 del decreto 4 luglio 2019 (Linee Guida) e in osservanza al paragrafo 7, Norma ETS 7.2.2 delle Norme di comportamento degli Enti del Terzo Settore emanate nel mese di Dicembre 2020 dal CNDCEC (Consiglio Nazionale Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili).

CRITERI APPLICATIVI

L'organo di controllo da conto dell'attività di verifica effettuata al fine di attestare secondo criteri di diligenza professionale la conformità della struttura, dei contenuti e dei principi di redazione del bilancio alle linee guida ministeriali che, tuttavia, consentono autonomia di scelta da parte degli Enti del Terzo Settore (ETS) in merito all'adozione della metodologia di rendicontazione e di eventuali standard di riferimento. Ciò nonostante, le linee guida medesime prevedono al paragrafo 6 un dettagliato elenco di sezioni e relative sottosezioni di informazioni dalla cui *disclosure* l'ETS non può prescindere.

PROCESSO DI VERIFICA

Previa acquisizione del bilancio sociale, l'iter di verifica dell'organo di controllo è stato svolto al fine di valutare l'affermazione del Consiglio di Amministrazione, riportata nella pagina 2 "metodologia adottata per la redazione del bilancio sociale" del Bilancio sociale al 31.12.2022, secondo cui tale bilancio è (cit.) "redatto in osservanza delle "Linee Guida per la redazione del Bilancio Sociale degli Enti del Terzo Settore" di cui al Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali del 4 luglio 2019".

La responsabilità della predisposizione del bilancio sociale, in accordo con i menzionati principi, compete agli amministratori della Fondazione. Come suggerito dal Documento di Ricerca GBS 2019-2021 e in osservanza al paragrafo 7, Norma ETS 7.2.2 delle Norme di comportamento degli Enti del Terzo Settore emanate nel mese di Dicembre 2020 dal CNDCEC (Consiglio Nazionale Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili), sono state svolte le seguenti procedure:

- verifica della rispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario ai dati e alle informazioni riportate nel bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2022;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi seguiti finalizzati alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi mediante interviste e discussioni con il responsabile amministrativo, gli amministratori e il personale preposto, con analisi a campione della documentazione di supporto;
- verifiche incrociate tra le informazioni esposte nel bilancio sociale e i dati rinvenibili da fonti esterne;
- analisi della completezza e della coerenza delle informazioni qualitative riportate nel bilancio sociale in base alle Linee Guida di riferimento;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante sull'attendibilità e completezza anche del bilancio sociale e delle informazioni e dati in esso contenuti, nonché sulla conformità ai principi di redazione.

CONCLUSIONI

In conclusione, sulla base delle procedure di verifica svolte, ritengo che il bilancio sociale al 31 dicembre 2022 della "Fondazione Libellula Impresa Sociale" sia conforme alle Linee Guida del Decreto 4 luglio 2019 del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, in conformità delle quali il bilancio sociale è stato predisposto come dichiarato dal Consiglio di Amministrazione.

GLI OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

10.

COSA ABBIAMO FATTO E COSA FAREMO

IMPATTO SOCIALE



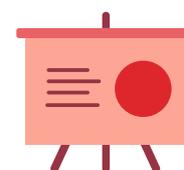
COSA ABBIAMO FATTO

- Attraverso i nostri progetti, 200.000 beneficiari e beneficiarie hanno ricevuto gli strumenti per conoscere e tutelare i propri diritti, assicurando loro benessere e sviluppo.
- Abbiamo dato un focus ai programmi in modo che potessero dare a ogni persona gli strumenti necessari per diventare agente del cambiamento, per creare una società più giusta, coesa e inclusiva.

COSA FAREMO

- Amplieremo il raggio d'azione diretto e indiretto delle missioni di Fondazione Libellula Impresa Sociale.
- Valorizzeremo al meglio le competenze sui temi della DE&I nella relazione con le aziende partner.
- Svilupperemo nuovi programmi per migliorare le condizioni di vita delle donne, delle persone in situazioni di vulnerabilità, dei bambini e delle bambine e della comunità.

PERSONALE



COSA ABBIAMO FATTO

- Abbiamo fornito formazione tecnico-professionale a lavoratori e lavoratrici.
- Abbiamo implementato il sistema di valutazione e sviluppo del personale.

COSA FAREMO

- Forniremo una formazione pedagogica a tutto il personale di Fondazione Libellula Impresa Sociale.
- Miglioreremo il sistema di valutazione delle competenze trasversali e lo sviluppo del personale.
- Inseriremo nuove figure professionali per lo sviluppo e la gestione dei Progetti di Cura.

GOVERNANCE E RESPONSABILITÀ



COSA ABBIAMO FATTO

- Abbiamo creato le condizioni necessarie per l'inserimento della figura del Direttore Generale.
- Abbiamo creato le condizioni necessarie per assicurare continuità e professionalità per affrontare nuove sfide.

COSA FAREMO

- Garantiremo continuità di lavoro del Consiglio di Amministrazione e del team di *management*.
- Miglioreremo i processi di gestione economica e patrimoniale di Fondazione Libellula Impresa Sociale.

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA



COSA ABBIAMO FATTO

- Abbiamo raccolto e organizzato i risultati del triennio 2020-2022 con uno sguardo alla sostenibilità futura.
- Abbiamo creato le condizioni per differenziare le forme di raccolta fondi.

COSA FAREMO

- Ridurremo il peso dei Progetti di Cura auto-finanziati a favore di quelli coperti da finanziamenti specifici.
- Faremo crescere la raccolta fondi, in particolar modo attraverso la partecipazione a bandi.

COMUNICAZIONE



COSA ABBIAMO FATTO

- Abbiamo diffuso campagne di sensibilizzazione sulle tematiche di Fondazione Libellula Impresa Sociale.
- Abbiamo fatto formazione sulla comunicazione inclusiva.

COSA FAREMO

- Creeremo campagne congiunte con aziende e altre associazioni per allargare l'audience raggiunta.
- Faremo una formazione interna continua per aggiornare le competenze del nostro team e poter così offrire un'attività consulenziale competente anche sul fronte comunicazione per aziende, per accertarci che non vengano perpetuati stereotipi.

COME SOSTENERCI

Ecco quali sono tutte le modalità con cui è possibile sostenere Fondazione Libellula Impresa Sociale e aiutare le donne, i bambini e le bambine a rischio e/o vittime di violenza.

DONAZIONI CONTINUATIVE

Puoi sostenere la Fondazione con una donazione mensile, permettendoci, così, di rispondere tempestivamente alle sempre più frequenti richieste di aiuto. Per informazioni e attivazioni: scrivici@fondazione.libellula.com

DONAZIONI ONLINE

Con bonifico bancario, all'**IBAN: IT83W050340173900000003090**

Con **carta di credito o PayPal**, sul sito <https://www.fondazione.libellula.com/it/sostieni.html>

5X1000

Il 5x1000 è una forma di sostegno che non costa nulla, ma fa la differenza. Sulla dichiarazione dei redditi basta firmare inserendo Categoria: Sostegno degli enti del terzo settore e Codice Fiscale: 11197420968

NOTE AL DOCUMENTO

È stato approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 09 giugno 2023.

AGEVOLAZIONI FISCALI

Fondazione Libellula Impresa Sociale è un Ente del Terzo Settore. In quanto iscritta al RUNTS, le persone fisiche e le persone giuridiche possono detrarre o dedurre le erogazioni effettuate a favore della nostra Fondazione nei limiti e con le modalità stabilite per legge. Per le persone fisiche: detrazione IRPEF pari al 30% dell'erogazione per un importo complessivo non superiore a euro 30.000 (comma 1 art. 83 Dlgs 117/2017 - comma 1 art. 104 Dlgs 117/2017). Per le persone fisiche, enti e società: deducibilità delle erogazioni, nel limite del 10% del reddito complessivo dichiarato, se la deduzione supera il reddito complessivo netto l'eccedenza può essere riportata nei periodi d'imposta successivi, ma non oltre il quarto periodo, fino a concorrenza del suo ammontare (comma 2 art. 83 Dlgs 117/2017 - comma 1 art. 104 Dlgs 117/2017). Per le erogazioni in denaro, l'agevolazione è consentita a condizione che il versamento sia eseguito tramite banche o uffici postali, nonché altri sistemi che ne garantiscono la tracciabilità previsti dall'art. 23 del D.Lgs. n. 241 del 1997. Le agevolazioni (detrazione / deduzione) non sono tra loro cumulabili.

RINGRAZIAMENTI

“Che impatto positivo vuoi generare, oggi?” ci aveva chiesto la nostra Presidente nella lettera d’apertura.

I nostri ringraziamenti vanno proprio a chi ci ha aiutato a generare tutti questi impatti positivi nel 2022. Nelle pagine precedenti abbiamo fatto riferimento a loro come “aziende” o “enti”, ma sappiamo bene che in realtà stiamo parlando di persone.

Sono loro che, coraggiosamente, hanno deciso di fare la differenza, che hanno messo in discussione certe credenze e che hanno sostenuto i nostri progetti.

È a loro che diamo appuntamento al Bilancio Sociale del 2023, con la speranza di ripagare la fiducia che hanno riposto in noi quest’anno.

Intanto, continuiamo a porci ogni giorno quella famosa domanda.



FONDAZIONE
LIBELLULA

CONTATTI

scrivici@fondazione-libellula.com

fondazione-libellula.com

