



FONDAZIONE  
**LIBELLULA**

# BILANCIO SOCIALE 2023

ALL'INSEGNA DELL'IMPEGNO

# INDICE

<b>1. METODOLOGIA ADOTTATA PER LA RELAZIONE DEL BILANCIO</b>	<b>04</b>
<b>2. LETTERA DELLA PRESIDENTE</b>	<b>12</b>
<b>3. CHI SIAMO</b>	<b>13</b>
• A. I numeri	14
• B. La carta d'identità	15
• C. La storia	16
• D. Missione e caratteristiche	17
• E. Valori e principi	17
• F. Cosa facciamo	18
• G. Il contesto di riferimento	19
<b>4. LA GOVERNANCE / ORGANI SOCIALI</b>	<b>20</b>
• A. Comitato dei Fondatori e delle Fondatrici	21
• B. Consiglio d'amministrazione	21
• C. Direttore Generale	22
• D. Revisora legale dei conti	22
• E. Comitati e coordinamenti specifici	22
• F. Stakeholder	22
<b>5. LE RISORSE UMANE E LA FORMAZIONE</b>	<b>23</b>
• A. Organigramma	24
• B. Formazione	25
<b>6. COME LAVORIAMO</b>	<b>26</b>
• A. Gli approcci del nostro intervento	27
— La prospettiva di genere	27
— La metodologia	28

---

<b>7. COSA ABBIAMO FATTO NEL 2023</b>	<b>30</b>
• A. I progetti per le aziende	31
— Numeri	31
— Date cruciali	32
— Progetti interaziendali	32
• B. I progetti di cura	35
<b>8. SENSIBILIZZAZIONE, COMUNICAZIONE E RACCOLTA FONDI</b>	<b>41</b>
• A. Ricerca e advocacy	42
• B. Eventi	44
• C. Le campagne di comunicazione e raccolta fondi	47
• D. Le uscite stampa	49
• E. Partnership con aziende e fondazioni	49
<b>9. IL BILANCIO D'ESERCIZIO</b>	<b>50</b>
• A. Stato patrimoniale	51
• B. Conto economico	52
• C. Riepilogo: Stato patrimoniale	53
• D. Riepilogo: Conto economico	54
• E. Il valore della produzione	54
• F. Ottimizzazione gestione	55
<b>10. MONITORAGGIO DELL'ORGANO DI CONTROLLO</b>	<b>56</b>
• Relazione del Sindaco del bilancio sociale 2023	57
<b>11. GLI OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO</b>	<b>59</b>
<b>COME SOSTENERCI</b>	<b>62</b>
• Ringraziamenti	63



**METODOLOGIA  
ADOTTATA  
PER LA RELAZIONE  
DEL BILANCIO**

**1**

Il Bilancio Sociale di Fondazione Libellula Impresa Sociale riferito all'esercizio 2023 è stato redatto in conformità alle disposizioni di cui all'art. 14 comma 1 del D.Lgs 3/7/2017 n. 117.

Per sua definizione è un documento pubblico rivolto a tutti gli stakeholder interessati a reperire informazioni sull'Ente che lo ha redatto, osservando le "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 espone in maniera chiara e comprensibile, accessibile anche a lettori o lettrici senza 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 esser 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 è 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 tecnostuttura 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 e le destinatarie sono 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* identificati 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.

**Il Bilancio Sociale, oltre che per rendere conto, è utile anche per rendersi conto.**

Rendersi conto perché è uno strumento di gestione interna, che permette di verificare il grado di coerenza tra missione, valori, azioni; affinare i sistemi di raccolta delle informazioni; facilitare la mappatura e il coinvolgimento dei nostri stakeholder.

Rendere conto perché è uno strumento di comunicazione, in grado di migliorare la portata informativa delle attività e dei risultati, consolidare il rapporto di fidelizzazione con gli stakeholder, comunicare con efficacia a enti finanziatori e donatrici e donatori l'utilizzo delle nostre risorse.

Infine, il Bilancio Sociale rappresenta un'opportunità per raccontare il percorso e la storia della nostra organizzazione, dando valore alle beneficiarie e ai beneficiari, ai nostri risultati e a chi ci ha permesso di raggiungerli.



# LETTERA DELLA PRESIDENTE

# 2



Se c'è una parola che ha attraversato tutto il nostro 2023, quella è sicuramente **impegno**.

Ne serve molto, quando hai come missione quella di prevenire e contrastare un fenomeno sistemico come la violenza di genere, e serve soprattutto che sia collettivo.

Quest'anno sono state **88 le aziende che hanno deciso di prendere un impegno con noi aderendo al Network Libellula** e abbracciando i 10 punti + 1 di un manifesto che va ad esplicitare cosa intendiamo quando parliamo di cultura del rispetto sul posto di lavoro.

Con Fondazione Vodafone abbiamo firmato l'impegno di **portare "Dai Segni ai Sogni"**, il nostro progetto di cura per formare il personale socio-sanitario al riconoscimento dei segnali della violenza, **negli ospedali di ben 5 regioni italiane**.

Abbiamo aperto la nostra prima antenna sul territorio, lo **Spazio Libellula**, in uno dei punti più multi-culturali di Milano, con la promessa di farlo diventare un punto di riferimento all'insegna del rispetto e dell'inclusione per famiglie, uomini e donne, bambine e bambini.

Il 2023 è stato anche l'anno in cui abbiamo per la prima volta monitorato la percezione e l'esperienza della violenza tra adolescenti dai 14 ai 19 anni con la nostra **Survey TEEN**.

I risultati non sono stati confortanti, purtroppo, ma d'altronde lo sappiamo: se nasci in una società che tende a romanticizzare gelosia e possesso, crescerai scambiando queste forme di violenza per segnali d'amore.

La società, però, non è un'entità astratta: è fatta da tutte e tutti noi che, anche quando non siamo genitori, comunque **siamo una comunità educante** poiché trasmettiamo alle nuove generazioni valori e principi, con le nostre parole e i nostri gesti.

Per questo nella campagna di sensibilizzazione che Fondazione Libellula ha lanciato a novembre abbiamo voluto puntare i riflettori **sulla responsabilizzazione collettiva della violenza di genere** che ci riguarda anche quando non siamo noi ad agirla, né a subirla. Alla nostra voce si sono uniti i volti di personaggi dello spettacolo, giornalisti, attivisti, musicisti (il maschile, in questo caso, non è sovraesteso) che hanno partecipato a **#PrendoUnImpegno** e ci hanno raccontato cosa fare nel quotidiano per fermare la violenza contro le donne.

Ma un impegno è tale solo se rimane costante nel tempo, per questo credo proprio che la nostra parola del 2023 sarà anche la parola del 2024, del 2025 e così via.

Come per il bilancio dell'anno scorso, vorrei chiudere questa mia lettera con una domanda aperta.

Stavolta la domanda è: che impegno vuoi e puoi prenderti oggi, per contrastare la violenza di genere?

**DEBORA MORETTI**

**PRESIDENTE FONDAZIONE LIBELLULA**



**CHI SIAMO**

**3**



## A. I NUMERI

**4**

anni di vita

**2**

sedi

**33**persone  
nello Staff\***88**aziende nel  
Network Libellula**4**progetti  
di cura attivi**250mila+**

beneficiari e beneficiarie

**530+**ore di formazione  
e sensibilizzazione**272+**

webinar e workshop



\* I numeri sono riferiti alle persone che hanno lavorato, anche per periodi specifici, in Fondazione Libellula Impresa Sociale nel corso del 2023, 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

### ATTIVITÀ STATUTARIE:

- Realizzazione di *workshop*, seminari, laboratori di formazione e altre attività di taglio esperienziale su stereotipi, *empowerment*, linguaggio, *management* e *recruiting* inclusivo per le e i dipendenti, i collaboratori e le collaboratrici delle aziende.
- Sviluppo di *survey* intraziendali e interaziendali per misurare le forme di discriminazione e violenza di genere.
- Progettazione di iniziative educative alle differenze e laboratori per le nuove generazioni al fine di creare relazioni affettive basate sull'equità e sul rispetto.
- Supporto alle donne vittime di violenza attraverso progetti finalizzati al loro reinserimento o inserimento lavorativo.
- Promozione di campagne di sensibilizzazione sul fenomeno della violenza di genere.

## 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 nel Network Libellula.

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 fa 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, nel 2022 abbiamo programmato nuovi spazi di impatto sociale e nel 2023 abbiamo iniziato a raccogliere i primi frutti di questo nostro lavoro, andando sul territorio, nelle scuole e negli ospedali.

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**

**2023**



**SURVEY L.U.I.  
SURVEY TEEN  
SPAZIO LIBELLULA  
CERTIFICAZIONE PARITÀ DI GENERE**

**88 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. VALORI E PRINCIPI

Il nostro lavoro è guidato dai principi di bellezza, intesa come **equilibrio e armonia delle relazioni**, e cultura, intesa come **consapevolezza** di automatismi e pregiudizi, e da valori come **rispetto, equità e diversità**, che fanno da guida ai nostri interventi attraverso:

- un approccio fondato sui diritti umani, per assicurare a tutte le persone la possibilità di godere dei propri diritti universalmente riconosciuti, promuovendo lo sviluppo umano;
- l'attuazione della Convenzione di Istanbul e i tre aspetti centrali della violenza maschile contro le donne, ovvero il fatto che sia una manifestazione dei rapporti di forza storicamente diseguali tra i generi, la sua natura strutturale e la posizione subordinata a cui costringe le donne rispetto agli uomini;
- il raggiungimento di risultati durevoli nel tempo. Al fine di garantire la sostenibilità delle attività svolte, puntiamo al coinvolgimento stabile e concreto di beneficiari e beneficiarie, delle comunità, delle autorità locali, di partner istituzionali e non.

## F. 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.



## G. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

La Fondazione pone, a fondamento delle proprie linee di intervento, i valori proclamati da:

- la Costituzione italiana;
- la Dichiarazione universale dei Diritti dell’Uomo;
- la Carta Europea dei Diritti Fondamentali;
- la Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti del Fanciullo e i suoi Protocolli Opzionali;
- la Convenzione delle Nazioni Unite contro ogni forma di discriminazione nei confronti delle donne (CEDAW);
- la Convenzione contro la tortura e i trattamenti e le punizioni crudeli, inumani o degradanti;
- la Convenzione di Lanzarote contro ogni forma di sfruttamento sessuale ai danni di bambine e bambini;
- la Direttiva 2011/93/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 dicembre 2011, relativa alla lotta contro l’abuso e lo sfruttamento sessuale dei minori e la pornografia infantile;
- la Convenzione del Consiglio d’Europa sulla prevenzione e la lotta alla violenza contro le donne e la violenza domestica (Convenzione di Istanbul);
- la direttiva UE 29/2012 per La Protezione delle Vittime di Reato.

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 2023*”, report annuale del *World Economic Forum*, l’Italia si colloca al 79esimo posto su 149 Paesi monitorati (nel biennio 2020-2022 eravamo al 63esimo posto). Si stima che l’anno di raggiungimento dell’uguaglianza di genere sarà il 2154. Al ritmo attuale, ci vorranno 169 anni per la parità economica e 162 per quella politica.

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

# 4

## 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
Laura Vitelli	Consigliera	12/12/2023	03/02/2025

Ad esso sono attribuiti tutti i poteri di amministrazione ordinaria e straordinaria della Fondazione. Ai sensi di legge la carica di componente del CdA è gratuita.

La Presidente del Consiglio di Amministrazione è nominata dal CdA tra i propri membri, esercita tutti i poteri di iniziativa necessari per il buon funzionamento amministrativo e istituzionale.

Il Consiglio di Amministrazione si riunisce con cadenza regolare per deliberare sulle seguenti tematiche:

- approvazione del bilancio preventivo di esercizio;
- approvazione del bilancio di esercizio e del bilancio sociale;
- monitoraggio dell'andamento economico e delle attività della Fondazione;
- definizione della strategia;
- supervisione della gestione esecutiva (delegata al Direttore Generale).

## 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.

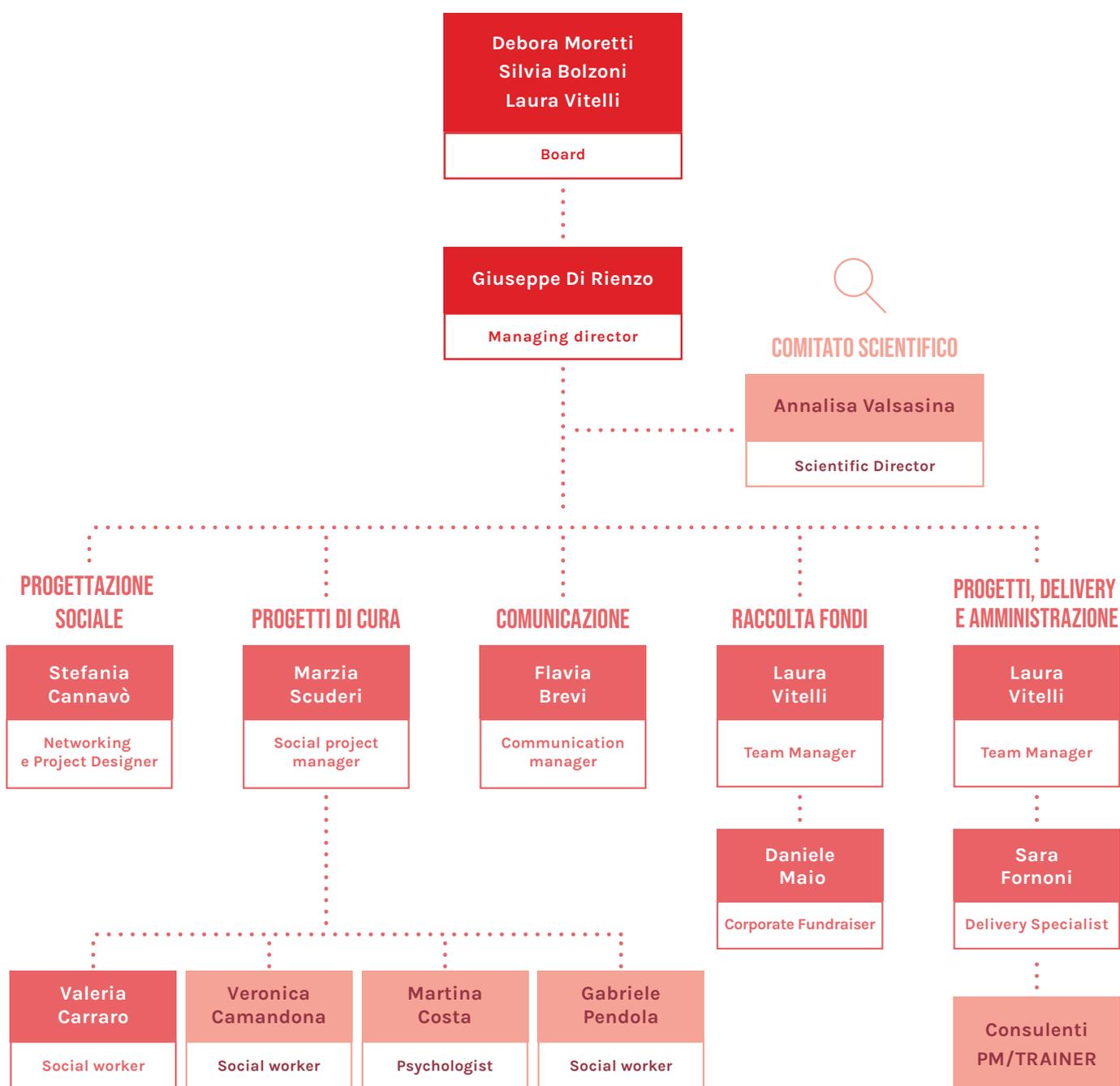
## F. STAKEHOLDER

Il nostro lavoro ci porta ad interagire con una serie di *stakeholder*: individui o gruppi che influenzano o sono influenzati dalle nostre attività. Gli *stakeholder* più vicini alla nostra organizzazione sono sicuramente i beneficiari, le beneficiarie e il nostro personale. Negli anni di attività di Fondazione Libellula abbiamo sviluppato un sistema di relazioni su più livelli con una vasta rete di *stakeholder* esterni alla nostra organizzazione: singole persone, partner, finanziatori, donatori privati e donatrici private, organizzazioni della società civile, comunità, istituzioni e coloro che contribuiscono alla realizzazione della nostra missione e dei nostri obiettivi.

# LE RISORSE UMANE E LA FORMAZIONE

5

## A. ORGANIGRAMMA



### LE PERSONE CHE HANNO COLLABORATO CON NOI:

- **33** di cui 9 con contratto da dipendente (è applicato il Contratto Collettivo Nazionale del Commercio, Terziario - Confcommercio) e 24 con collaborazione occasionale e tramite Partita IVA.
- **87%** impegnate direttamente sui progetti - **13%** con funzioni di supporto (attività di comunicazione e raccolta fondi)

## B. FORMAZIONE

I principi che stanno alla base dei processi di reclutamento e formazione del personale che collabora con Fondazione Libellula sono definiti da:

- Statuto;
- Codice etico;
- *Child Safeguarding Policy*;
- *Policy Antimolestie*.

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 le colleghe e i colleghi. I percorsi attivati sono stati di *staff-coaching*, formazione alla managerialità, percorsi di comunicazione efficace e formazione tecnico-professionale.
- **Formazione obbligatoria** in materia di sicurezza.
- **Formazione sulle tematiche care alla Fondazione**, per un totale di 20 ore, sulle varie forme della violenza di genere, il vocabolario delle piccole e grandi discriminazioni, il linguaggio di Fondazione Libellula.

Grazie alle attività di formazione, possiamo affermare con orgoglio che il personale di Fondazione Libellula è cresciuto nel corso di quest'anno, non solo numericamente, ma anche in termini di competenza e conoscenza.

C'è però qualcosa a cui non possiamo dare un valore economico: **l'impegno e la passione che queste persone ci mettono ogni giorno.**



**COME LAVORIAMO**

**6**

## 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 di 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'altra persona 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 2023**

# **7**

## A. I PROGETTI PER LE AZIENDE

### NUMERI

# 88

Le aziende che fanno parte del Network Libellula



# 272

I webinar e i workshop dedicati ai collaboratori e alle collaboratrici delle aziende.

# 530

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 27 edizioni di un corso progettato appositamente per la sensibilizzazione di questa ricorrenza.

Il webinar “Genere, potere e coraggio oltre gli stereotipi” è stato un momento prezioso per riflettere sui significati di “potere” inteso come verbo di possibilità e da lì parlare di *empowerment* al di fuori delle gabbie culturali.



### 25 NOVEMBRE

Nella Giornata Internazionale per l'Eliminazione della Violenza contro le Donne abbiamo realizzato 83 edizioni di *webinar* finalizzati a fornire gli strumenti per prevenire il fenomeno.

Tre erano i *webinar* a disposizione: il primo, di base, per comprendere le diverse forme in cui si può manifestare la violenza di genere; il secondo sulle microaggressioni che possiamo esercitare, anche involontariamente, col linguaggio; il terzo sulla responsabilizzazione collettiva del fenomeno.

## PROGETTI INTERAZIENDALI

### MENTORSHE

“Le donne sono le peggiori nemiche delle donne” è il primo stereotipo che andiamo a infrangere con Mentorshe, il **programma di mentoring femminile interaziendale**.

Si tratta di un percorso di *empowerment* e sorellanza che ha visto leader dei rispettivi settori 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 200 professioniste che hanno partecipato al programma hanno risposto in maniera entusiasta.

In cifre:

**200**

partecipanti

**14**

aziende

**16**

ore di incontri

**5**

incontri per ciascuna  
coppia mentor-mentee

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

## PERCORSO INTERAZIENDALE "PAROLE DI RISPETTO E INCLUSIONE"

Il 23 ottobre e il 9 novembre abbiamo tenuto dei *webinar* di approfondimento sul linguaggio inclusivo, partendo da un'introduzione di base e sperimentando le sue declinazioni nella comunicazione interna ed esterna, insieme alla sociolinguista Vera Gheno, alla *web writer* e traduttrice *tech* Alice Orrù e alla Capa Comunicazione di Fondazione Libellula Flavia Brevi.

L'occasione è stata fonte di riflessione sui limiti della parola "inclusione", su come il nostro vocabolario possa prendersi più cura delle persone e possa riflettere più fedelmente la società contemporanea, e su come il linguaggio sia materia viva e rivelatrice dei nostri pregiudizi inconsci.

## 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

E nel novembre 2023, Fondazione Libellula stessa ha conseguito la Certificazione della Parità di Genere UNI/PdR 125:2022.

## 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.

### DAI SEGNI AI SOGNI

**Formazione per il personale socio-sanitario al fine di riconoscere i segnali, anche invisibili, della violenza.**

#### CONTESTO

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.

Secondo gli ultimi dati del Ministero della Salute, nel 2022 sono stati 14.448 gli accessi delle donne in Pronto Soccorso con indicazione di violenza, ma è concreta la possibilità che ci siano stati tanti altri casi di donne che non hanno potuto o voluto dichiarare di essere state vittime di violenza. Molte donne, quando si recano in pronto soccorso o in altri reparti come Ginecologia, Traumatologia, Chirurgia, non dichiarano spontaneamente la violenza, a volte coprono l'accaduto parlando di semplice incidente, spesso sono addirittura accompagnate da chi ha agito la violenza e quindi senza nessuna possibilità di chiedere aiuto.

#### OBBIETTIVO

Potenziare le competenze del personale socio-sanitarie nel riconoscere situazioni di violenza delle donne, e nell'attivare una rete di intervento e protezione della donna e di eventuali figli e figlie.

Nello specifico la formazione ha l'obiettivo di avviare la definizione di un modello di riconoscimento, accoglienza e invio sul territorio delle donne vittime di violenza, sostenendo il confronto e la collaborazione tra le diverse figure professionali coinvolte.

I percorsi sono realizzati dal personale professionale di Fondazione Libellula, esperti ed esperte dei centri antiviolenza - partner di progetto, e da figure professionali qualificate e formate sulla prospettiva di genere.

#### EDIZIONI

Nel 2023 il Progetto è approvato all'ASST Grande Ospedale Metropolitano Niguarda di Milano, raggiungendo 25 persone. È stata inoltre presentata e approvata una richiesta di finanziamento alla Fondazione Vodafone, che consentirà nel 2024 di portare il progetto in altre 5 regioni d'Italia.

## SPAZIO LIBELLULA

L'antenna sul territorio della Fondazione, per diffondere una cultura basata sull'inclusione e sul rispetto e intercettare casi di violenza prima che assuma le forme più estreme.

### CONTESTO

Per creare il primo punto sul territorio di Fondazione Libellula abbiamo scelto il Municipio 2 di Milano, nella zona dei quartieri Loreto, Turro e Padova. Il quartiere Padova, con più di 50 nazionalità e culture differenti, è il più multietnico della città, pertanto più a rischio di discriminazioni e isolamento sociale.

Secondo il *Consensus Report NAM* tra i gruppi più vulnerabili, con incidenza documentata di aumento di isolamento sociale, ci sono le persone i e la comunità LGBTQIA+. Nella zona di Loreto-Turro-Padova emergono problemi di sicurezza, decoro urbano, accesso ai servizi sociali, assenza di spazi aggregativi gratuiti per adulti e minorenni e servizi di *empowerment* femminile.

### OBIETTIVO

Lo Spazio Libellula ha l'obiettivo di essere antenna sul territorio per promuovere iniziative di prevenzione e intercettare situazioni potenziali di violenza, grazie a uno sportello di ascolto gratuito, e di diffondere una cultura libera da discriminazioni attraverso attività formative, educative e ludiche per bambine e bambini, adolescenti, donne e uomini, famiglie e neo-genitori.

Lo Spazio Libellula è infine un luogo in cui contrastare ogni tipo di discriminazione, non solo quelle legate agli stereotipi di genere. Per questo l'équipe è composta da persone esperte di violenza di genere, discriminazioni di origine culturale e omolesbobitansfobia.

### ATTIVITÀ E SERVIZI OFFERTI

- Sportello di ascolto e orientamento per intercettare precocemente possibili situazioni di molestie e violenza, uno spazio sicuro al quale le donne possono rivolgersi per ricevere ascolto, supporto emotivo e orientamento.
- Supporto psicologico per donne vittime di discriminazione e/o violenza.
- Percorso di inserimento lavorativo RinaSHETA con un focus sull'*employability*, l'educazione finanziaria per contrastare la violenza economica, e l'accompagnamento di donne e aziende dopo il *match*.
- Percorsi di supporto alla genitorialità per promuovere la genitorialità positiva e la diffusione della cultura del rispetto sin dalle mura domestiche.
- *Counseling* per neogenitori.
- Percorsi di accompagnamento alla nascita per prefigurare i cambiamenti che avverranno all'interno della famiglia con l'arrivo di una nuova persona e riflettere sulla condivisione dei carichi cura.
- Supporto nei primi 100 giorni di vita del bimbo o della bimba per supportare i genitori in questa delicata fase, fornire loro supporto emotivo e prevenire l'isolamento
- Gruppi di mutuo-aiuto per genitori per condividere esperienze e oggetti utili per l'infanzia.

- Laboratorio di Arte per bambini e bambine 5-7 anni per lavorare su emozioni e competenze relazionali.
- Potenziamento didattico per promuovere nelle nuove generazioni la cultura del rispetto e del contrasto agli stereotipi attraverso attività di *empowerment*, approfondimento delle discipline STEAM, educazione finanziaria ed emotiva, laboratori artistici e di immaginazione.
- Laboratorio con adolescenti che utilizzano la fotografia e il cinema per parlare di equità di genere ed educazione emotiva e all'affettività.
- Percorso EmpowerMEN per decostruire gli stereotipi legati al maschile confrontandosi sul proprio vissuto legato alle aspettative della società.

#### DATE

- Il **5 luglio** è stato inaugurato Lo Spazio Libellula, il primo centro territoriale della Fondazione Libellula.
- All'inizio di settembre 2023 sono stati consegnati 60 kit scolastici a bambine, bambini e adolescenti le cui famiglie sono in condizioni di vulnerabilità e povertà.
- Il **22 settembre**, il team di Spazio Libellula ha realizzato un laboratorio per bimbe e bimbi all'interno dell'iniziativa cittadina Run 4 Inclusion: "La girandola dell'inclusione".
- Il **28 settembre** lo Spazio Libellula è stato riconosciuto da Unicef come *Baby Pit Stop*, confermandosi luogo *child care* e promotore della genitorialità condivisa.

#### DATI

Nel 2023 nello Spazio Libellula sono state coinvolte:

- **74 famiglie/donne**
- **Oltre 80 donne** grazie allo sportello di ascolto e orientamento, al programma RinaSHEta e allo Spazio di Socializzazione
- **Più di 90 minorenni** con le attività educative e di *empowerment*
- **60 minorenni** grazie ai kit scolastici

## PARTNERSHIP E BANDI ALL'INTERNO DELLO SPAZIO LIBELLULA

GRAZIE AL CONTRIBUTO DI 

### Laboratori di potenziamento didattico e di empowerment femminile

Il laboratorio di potenziamento didattico offre un supporto individuale che valorizza le competenze e promuove la motivazione di ciascuno e ciascuna secondo le proprie capacità e aspirazioni. L'obiettivo principale è che bambine e bambini pongano le basi per un percorso scolastico positivo e che le loro famiglie riconoscano e supportino la loro istruzione, per prevenire l'abbandono scolastico e l'insorgere del fenomeno dei NEET.

Il laboratorio di empowerment femminile, di tipo esperienziale, ha offerto strumenti pratici per avere una maggiore consapevolezza di sé. Costituito da incontri tematici, è partito dalle pratiche di self-empowerment con l'intento di creare un contesto auto-educativo in cui le strategie diventano evidenti agli occhi delle donne stesse.

GRAZIE AL SOSTEGNO DEL FONDO DI BENEFICENZA DI  

### SEED - Sviluppo Educazione Empowerment contro le Discriminazioni

Il Progetto SEED ha l'obiettivo generale di supportare le donne e le vittime minorenni di violenza e coloro che sono oggetto di gravi discriminazioni relative a etnia, origine, religione, identità di genere e orientamento sessuale, disabilità fisica e cognitiva, sia offline che online. È fondato su 4 assi di intervento: favorire l'emersione dei fenomeni di violenza scaturiti da discriminazioni; sviluppare auto-stima e indipendenza economica nelle persone a rischio e/o vittime di violenza e/o discriminazioni; formare alla genitorialità positiva e supportare le famiglie nella gestione dei carichi di cura; educare/formare al contrasto agli stereotipi, ai pregiudizi e alla violenza di genere le nuove generazioni e gli adulti professionisti delle relazioni di cura, anche in chiave transculturale.

Il progetto, inoltre, identifica precocemente situazioni di fragilità e fornisce supporto ai genitori per affrontare i cambiamenti e le problematiche che possono verificarsi in gravidanza e nei primi 100 giorni di vita del/la minorenne. Infine, sono previsti percorsi per coinvolgere gli uomini nel contrasto alle discriminazioni e alla violenza di genere e nella definizione consapevole del concetto di maschilità.

Le azioni progettuali sono: uno sportello di ascolto e di orientamento aperto a tutti e tutte; percorsi di cura psicologica, individuale e di gruppo, con particolare attenzione alle differenze culturali, alle lingue e ai mondi di provenienza delle persone; un numero di un supporto psicologico telefonico attivo 24/7; percorsi dedicati a donne per sviluppare autostima e indipendenza economica attraverso un lavoro di riqualificazione e/o potenziamento delle competenze professionali e di inserimento presso aziende attraverso tirocini extracurricolari e/o rapporti di lavoro subordinati o parasubordinati; percorsi di empowerment per donne vittime di doppia discriminazione, non solo in base al genere, ma anche alla provenienza geografica e all'orientamento sessuale; attività individuali e di gruppo per potenziare attraverso il Piano Educativo Familiare le competenze genitoriali e relazionali dei nuclei; percorso per la costruzione di una rete naturale - gruppi di auto-mutuo-aiuto tra le famiglie, guidati da personale qualificato; laboratori e attività per bambini e bambine, finalizzati alle pari opportunità, con attenzione alle discipline STEAM, al contrasto agli stereotipi e alla prevenzione della violenza; percorsi formativi per assistenti sociali, sia del Municipio 2 della Città di Milano, che del resto d'Italia; promozione e valorizzazione della "cittadinanza attiva" per la creazione di una comunità educante basata sui principi di solidarietà e prossimità.

## SPORTELLO LEI

Il primo sportello nazionale che fornisce gratuitamente ascolto e orientamento alle lavoratrici su episodi di discriminazioni o molestia sul luogo di lavoro.

### CONTESTO

In fabbrica come al cinema, nelle aziende come negli studi privati, in agricoltura come nel commercio o nella pubblica amministrazione, le vittime di molestie e ricatti sessuali sono soprattutto donne e gli aggressori soprattutto uomini: si tratta di un dato su cui tutti gli studi concordano. Anche quando si parla di molestie sul luogo di lavoro.

Tale fenomeno si sviluppa all'interno di "asimmetrie nei rapporti di potere, alimentate da stereotipi di genere, da norme sociali e comportamentali che sfociano in dinamiche di esclusione e di affermazione di supremazia e in discriminazione dei ruoli, nella responsabilità e nella sfera del potere negoziale degli individui in ogni ambito della vita pubblica e privata".

Sebbene ancora poco indagate e conosciute, anche le molestie sessuali e di genere sul luogo di lavoro costituiscono un fenomeno largamente diffuso.

Lo diceva anche la nostra Survey L.E.I. 2022: una donna su due nel corso della propria vita lavorativa ha subito discriminazioni, molestie o violenze.

Nel giugno 2023 emerge il caso delle chat sessiste che coinvolge soprattutto il mondo della pubblicità di Milano.

### OBIETTIVO

Fornire percorsi di sostegno alle donne che sentono lesa la propria dignità, sentono di aver perso autostima e potere decisionale nel gestire sé stesse e le proprie relazioni sociali, in particolare, quelle lavorative, per aiutarle a riconquistare la dignità perduta, a riaffermare la propria autonomia decisionale, a riprendere il dominio su sé stesse e sul proprio destino.

Lo "Sportello LEI" si propone di

- offrire uno spazio sicuro alle donne a rischio/vittime di violenza sul luogo di lavoro;
- fornire un sostegno alla vittima nell'immediato e nelle fasi successive in caso di sindrome post traumatica;
- migliorare la conoscenza degli strumenti a disposizione delle donne che subiscono violenza nel luogo di lavoro;
- sviluppare *empowerment* nelle donne che hanno subito violenza in contesti lavorativi.

I percorsi di aiuto prevedono più fasi che possono coinvolgere più persone esperte in ambiti disciplinari diversi (psicologia, medicina, diritto del lavoro, orientamento lavorativo), modulati in funzione delle situazioni e delle necessità di ogni donna.

## RINASHETA

Per il (re)inserimento lavorativo di donne a rischio o in uscita dal ciclo della violenza.

### CONTESTO

L'edizione 2023 del *Global Gender Gap Report* del *World Economic Forum* evidenzia un dato importante: il livello di disparità di genere nel mondo è passato da 68,1% del 2022 a 68,4% del 2023.

### OBIETTIVO

Il progetto RinaSHeta ha l'obiettivo di supportare concretamente donne vittime e/o a rischio di violenza e/o in condizioni di fragilità e vulnerabilità nel loro percorso verso l'autonomia e l'indipendenza economica, favorendone l'inserimento, o il ricollocamento, nel mondo del lavoro, attraverso un percorso di accompagnamento studiato ad hoc, contribuendo alla costruzione di una *employability* spendibile nel tempo, a favore della stabilità economica e realizzazione personale, e creando un percorso di supporto dato da professionisti e professioniste con una formazione specifica sul tema. Nel percorso è prevista anche l'educazione finanziaria per contrastare la violenza economica e per fornire gli strumenti per gestire in autonomia lo stipendio e il *budget* familiare.

Il percorso RinaSHeta è offerto a donne su tutto il territorio nazionale, grazie alla collaborazione con i Centri Antiviolenza-CAV ed altri enti con cui Fondazione Libellula collabora.

Per far sì che il percorso sia di successo, parallelamente si promuove una sensibilizzazione al tema di violenza di genere presso le aziende; altro step la creazione di connessioni virtuose tra il *network* di aziende aderenti a Fondazione Libellula e le donne che necessitano di un'occupazione, con momenti di monitoraggio e di risoluzione di eventuali difficoltà/problematiche.



**SENSIBILIZZAZIONE,  
COMUNICAZIONE  
E RACCOLTA FONDI**

**8**

## 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 nostre tematiche.

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.



### SURVEY L.U.I. (Lavoro, Uomini, Inclusione)

Dopo aver indagato sulle varie forme di violenza che le donne subiscono nel mondo del lavoro con la Survey L.E.I. (Lavoro, Equità, Inclusione) dell'anno scorso, nel 2023 abbiamo deciso di comprendere anche la percezione della violenza di genere sul lavoro da parte degli uomini. Dalle testimonianze di oltre 2000 partecipanti alla nostra Survey L.U.I. sono emersi i dati nelle immagini.

**IL 43%**

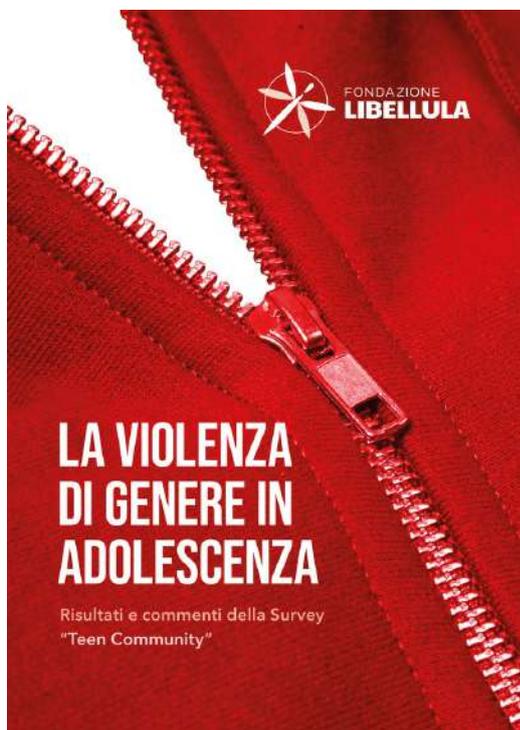
DEGLI UOMINI RITIENE CHE  
LA VIOLENZA SULLE DONNE  
NON LO RIGUARDA.

**IL 73%**

RITIENE CHE NEL PROPRIO CONTESTO  
PROFESSIONALE GLI UOMINI ABBIANO  
MAGGIORI POSSIBILITÀ DI RAGGIUNGERE  
POSIZIONI AI VERTICI RISPETTO ALLE DONNE.

**IL 36%**

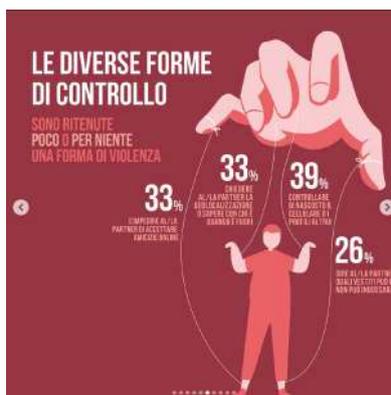
DEI PADRI DICHIARA DI NON AVER MAI  
UTILIZZATO CONGEDI PARENTALI O PERMESSI  
PER OCCUPARSI DEI FIGLI/FIGLIE.



## SURVEY TEEN

Con oltre 500 download in due mesi, la nostra Survey per esplorare la percezione e l'esperienza della violenza di genere tra adolescenti dai 14 ai 19 anni è uno dei nostri eBook più scaricati.

Ecco alcuni dati emersi.



## 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.

- **DIRETTE LINKEDIN "IN CRESCENDO"**

3 appuntamenti che hanno avuto luogo sulla pagina LinkedIn di Fondazione Libellula, dal 21 al 23 novembre, per parlare di come prevenire la violenza di genere nelle varie età della vita: infanzia (insieme alla pedagogista, *counsellor* e formatrice Alessia Dulbecco), adolescenza (con l'autore e formatore specializzato Girolamo Grammatico) ed età adulta (con la D&I *Director* di Lavazza Lucia Pellino).

### EVENTI IN PRESENZA

- **22 giugno - Le aziende del Network insieme per l'Equità**

Un'occasione di formazione e *networking* secondo la tecnica del *World Cafè* all'Osteria del Treno di Milano.



- **5 luglio – Inaugurazione Spazio Libellula**

Una sala gremita composta dalla stampa, dalle aziende, dalle istituzioni e soprattutto da persone emotivamente coinvolte, ha dato il benvenuto alla nostra antenna sul territorio milanese.



- **24 ottobre – Lancio Survey Teen**

Il nostro primo monitoraggio sulla consapevolezza e l'esperienza della violenza di genere tra adolescenti ha generato oltre 100 articoli di giornale.



- **12 dicembre - Libellula Inspiring Company**

Presso il Circolo Filologico Milanese abbiamo consegnato i nostri premi alle aziende del Network Libellula, e non solo, che si sono distinte nella realizzazione di progetti speciali dedicati all'equità di genere. Le "Libellula Inspiring Company" del 2023 sono:



- **Andriani** per il progetto "ESSE (E Senza Sentirsi Escluse)" e per "Dillo con una fiaba".
- **Cubo Unipol** per "Non ballo da sola".
- **Spirax Sarco** per "Un giorno alla SPA... Virtuale", "Diversity (S)team" e per la certificazione di parità.
- **O-I** vince per il progetto "Genere, potere e linguaggio oltre gli stereotipi".
- **Montenegro** per il Language Lab.
- **Stimulus** per lo sportello anti-discriminazioni.
- **Fondo di Beneficenza di Intesa Sanpaolo** per il progetto SEED.
- **Fondazione Vodafone** per il sostegno al progetto "Dai segni ai sogni".
- **Juventus** per la campagna di comunicazione in occasione del 25 novembre.
- **CBRE** per la campagna "Faccio la mia parte".

Hanno ricevuto inoltre una menzione speciale:

- **Alstom** per la campagna di comunicazione contro la violenza sulle donne
- **Autostrade per l'Italia** per le panchine rosse parlanti e il protocollo di contrasto alla violenza di genere
- **Collins Aerospace** per “Crescere insieme”
- **GEST – Tramvia di Firenze** per “Gift”
- **Illimity Bank** *reward e development* in ambito DEI
- **Lavazza** per la Certificazione EDGE per la *Gender Equality*
- **Ospedale San Raffaele** per il *Gender Equality Plan*
- **Randstad Italia** per formazione e Spazio Donna
- **Sisal** per “Against Women Violence”

La comunicazione di Fondazione Libellula 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 beneficiarie e beneficiari sono stati i pilastri portanti dell'attività di comunicazione dell'anno, affiancate 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 2023 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.

## C. LE CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE E RACCOLTA FONDI

Nel corso del 2023 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



#### Dati social:

##### LinkedIn

3.238 impressions  
62 likes  
5 comments  
7 shares

##### Facebook

610 impressions  
15 reactions  
5 comments, 2 shares

##### Instagram

1.370 impressions  
127 likes  
10 comments, 4 saved

### GIORNATA INTERNAZIONALE PER L'ELIMINAZIONE DELLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE



#### Dati social:

##### LinkedIn

5362 impressions  
276 likes  
30 shares

##### Facebook

474 impressions  
18 reactions  
5 shares

##### Instagram

2184 impressions  
253 likes  
4 comments,  
31 shares

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

In particolare, i principali appuntamenti 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, Fondazione Libellula Impresa Sociale nel 2023 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".

### NUMERI DEI CANALI



**2.353**

Follower

+546 rispetto al 2022



**6.157**

Follower

+3354 rispetto al 2022



**8.274**

Follower

+4379 rispetto al 2022

## D. LE USCITE STAMPA

Nel corso del 2023 sono state oltre 500 le uscite su quotidiani e periodici nazionali che hanno riguardato le attività della Fondazione raccolte nelle pagine precedenti.

Tra queste notizie:

- **Violenza sulle donne, un uomo su due pensa sia un tema che non lo riguardi** (ansa.it)
- **Discriminazioni al lavoro: cosa fare e come reagire** (DonnaModerna.com)
- **Il MeToo della pubblicità, una valanga di racconti choc** (ilgiorno.it)
- **Violenza su donne, inaugurato a Milano lo Spazio Libellula** (SkyTG24)
- **Fondazione Libellula distribuisce più di 60 kit scolastici a bambini e bambine in difficoltà** (Gazzetta di Milano)
- **Brescia, pm vuole assolvere marito violento: «Cultura Bangladesh non può essere alibi!»** (Lanotizia.net)
- **Violenza contro le donne, Vodafone e Libellula insieme per riconoscere i segnali** (La Stampa)
- **Relazioni tossiche che gli adolescenti non riconoscono** (L'Espresso)
- **Giulia Cecchetti, noi uomini siamo tutti responsabili del suo assassinio** (Wired Italia)

## E. PARTNERSHIP CON AZIENDE E FONDAZIONI

Per quanto riguarda l'attività di raccolta fondi con le aziende e gli enti privati, anche nel 2023 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 i progetti di cura della Fondazione.**

La raccolta complessiva di fondi da aziende ed enti privati a favore di Fondazione Libellula è stata di **443.427,00€**.

# IL BILANCIO D'ESERCIZIO

# 9



## A. STATO PATRIMONIALE

### ATTIVO

31-12-2023 31-12-2022

B) Immobilizzazioni	Euro	
I - Immobilizzazioni materiali	0	0
II - Immobilizzazioni materiali	4.315	0
III - Immobilizzazioni finanziarie	0	0
Totale immobilizzazioni (B)	4.315	0
C) Attivo circolante		
II - Crediti		
esigibili entro l'esercizio successivo	450.064	267.387
esigibili oltre l'esercizio successivo	16.200	0
imposte anticipate	0	0
Totale crediti	466.264	267.387
IV - Disponibilità liquide	294.768	130.054
Totale attivo circolante (C)	761.032	397.441
D) Ratei e risconti	8.730	0
<b>Totale attivo</b>	<b>774.077</b>	<b>397.441</b>

### PASSIVO

31-12-2023 31-12-2022

A) Patrimonio netto	Euro	
I - Capitale	100.000	100.000
VI - Altre riserve	0	(1)
VIII - Utili (perdite) portati a nuovo	90.905	14.876
IX - Utile (perdita) dell'esercizio	168.555	76.030
Totale patrimonio netto	359.460	190.905
B) Fondi per rischi e oneri	27.004	6.433
C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	10.290	28.321
D) Debiti		
esigibili entro l'esercizio successivo	182.282	171.782
Totale debiti	182.282	171.782
E) Ratei e risconti	195.041	0
<b>Totale passivo</b>	<b>774.077</b>	<b>397.441</b>

## B. CONTO ECONOMICO

31-12-2023 31-12-2022

A) Valore della produzione	Euro	
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	595.512	377.507
5) altri ricavi e proventi		
altri	489.446	305.932
Totale altri ricavi e proventi	489.446	305.932
<b>Totale valore della produzione</b>	<b>1.084.958</b>	<b>683.439</b>
B) Costi della produzione		
7) per servizi	465.125	464.578
8) per godimento di beni di terzi	18.170	24.077
9) per il personale		
a) salari e stipendi	282.042	53.595
b) oneri sociali	85.681	16.612
c), d), e) trattamento di fine rapporto, trattamento di quiescenza, altri costi del personale	18.817	4.808
c) trattamento di fine rapporto	18.817	4.808
Totale costi per il personale	386.540	75.015
10) ammortamenti e svalutazioni		
a), b), c) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali e materiali, altre svalutazioni delle immobilizzazioni	876	0
b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali	876	0
Totale ammortamenti e svalutazioni	876	0
14) oneri diversi di gestione	42.283	7.824
Totale costi della produzione	912.994	571.494
<b>Differenza tra valore e costi della produzione (A - B)</b>	<b>171.964</b>	<b>111.945</b>

<b>C) Proventi e oneri finanziari</b>		
17) interessi e altri oneri finanziari		
altri	3.409	1.912
Totale interessi e altri oneri finanziari	3.409	1.912
Totale proventi e oneri finanziari (15 + 16 - 17 + - 17-bis)	(3.409)	(1.912)
Risultato prima delle imposte (A - B + - C + - D)	168.555	110.033
20) Imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate		
imposte correnti	0	34.003
Totale delle imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate	0	34.003
<b>21) Utile (perdita) dell'esercizio</b>	<b>168.555</b>	<b>76.030</b>

## C. RIEPILOGO STATO PATRIMONIALE

### ATTIVO

al 31 12 2023	€
Immobilizzazioni	4.315,00
Crediti	466.264,00
di cui oltre l'esercizio successivo	16.200,00
Disponibilità liquide	294.768,00
Ratei e risconti attivi	8.730,00
<b>Totale attivo</b>	<b>774.077,00</b>

### PASSIVO E PATRIMONIO NETTO

al 31 12 2023	€
Fondo di dotazione	100.000,00
Utili portati a nuovo	90.905,00
Avanzo (Disavanzo) di gestione	168.555,00
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>359.460,00</b>
Fondo per rischi e oneri	27.004,00
TFR	10.290,00
Debiti	182.282,00
Ratei e risconti	195.041,00
<b>Totale passivo</b>	<b>774.077,00</b>

## D. RIEPILOGO: CONTO ECONOMICO

al 31 12 2023	€
Attività di formazione e adesione al network	595.512,00
Contributi ricevuti	443.427,00
Altri ricavi e proventi	46.019,00
<b>Totale valore della produzione</b>	<b>1.084.958,00</b>
Costi per servizi	465.125,00
Costi per godimento di beni di terzi	18.170,00
Costi per il personale	386.540,00
Ammortamenti e svalutazioni	876,00
Oneri diversi di gestione	42.283,00
<b>Totale costi della produzione</b>	<b>912.994,00</b>
Oneri finanziari	3.409,00
<b>Avanzo di gestione</b>	<b>168.555,00</b>

## E. IL VALORE DELLA PRODUZIONE

al 31 12 2023	€
<b>Attività di formazione e adesione al network</b>	<b>€ 595.512,00</b>
Il ricavo è determinato da progetti di formazione, coaching, counseling svolti a favore delle aziende per sensibilizzare e intervenire al proprio interno sui temi della violenza contro le donne e la discriminazione di genere.	
<b>Contributi ricevuti</b>	<b>€ 443.427,00</b>
I contributi sono stati erogati da società terze e persone fisiche per sostenere le attività della Fondazione, grazie anche alle partnership attivate con brand e aziende.	
<b>Altri ricavi o proventi</b>	<b>€ 46.019,00</b>

## F. OTTIMIZZAZIONE GESTIONE

Fondazione Libellula 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.

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 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.

Particolare attenzione viene prestata anche all'ottimizzazione dell'**impatto ambientale** della Fondazione, attraverso semplici ma significativi gesti quali lo spegnimento della luce, del riscaldamento o dell'aria condizionata quando non necessario, preferenza di utilizzo delle scale all'ascensore, dei mezzi pubblici rispetto ai privati, utilizzo dei device tecnologici in modalità risparmio energetico, attenta ponderazione sulla necessità di stampare, predilezione di materiale comunicativo digitale a quello cartaceo.

Anche questa è cura.



**MONITORAGGIO  
DELL'ORGANO  
DI CONTROLLO**

**10**

## **Relazione del Sindaco del bilancio sociale 2023**

### **RENDICONTAZIONE DELLA ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO E DEI SUOI ESITI**

Ai sensi dall'art. 30, co. 7, del D.Lgs. n. 117/2017, ho svolto nel corso dell'esercizio 2023 l'attività di monitoraggio dell'osservanza delle finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale da parte della "Fondazione Libellula Impresa Sociale", con particolare riguardo alle disposizioni di cui agli artt. 5, 6, 7 e 8 dello stesso D.Lgs. n. 117/2017.

Tale monitoraggio, eseguito compatibilmente con il quadro normativo attuale, ha avuto ad oggetto, in particolare, quanto segue:

- la verifica dell'esercizio in via esclusiva o principale di una o più attività di interesse generale di cui all'art. 5, co. 1, per finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, in conformità con le norme particolari che ne disciplinano l'esercizio, nonché, eventualmente, di attività diverse da quelle indicate nell'art. 5, co. 1, del Codice del Terzo settore, purché nei limiti delle previsioni statutarie e in base a criteri di secondarietà e strumentalità stabiliti con D.M. 19.5.2021, n. 107;
- il rispetto, nelle attività di raccolta fondi effettuate nel corso del periodo di riferimento, dei principi di verità, trasparenza e correttezza nei rapporti con i sostenitori e il pubblico, la cui verifica, in linea con quanto previsto dalle linee guida per la raccolta fondi stabilite con D.M. 9.6.2022;
- il perseguimento dell'assenza dello scopo di lucro, attraverso la destinazione del patrimonio, comprensivo di tutte le sue componenti (ricavi, rendite, proventi, entrate comunque denominate) per lo svolgimento dell'attività statutaria; l'osservanza 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, tenendo conto degli indici di cui all'art. 8, co. 3, lett. da a) a e), del D.Lgs. n. 117/2017.

### **ATTESTAZIONE DI CONFORMITÀ DEL BILANCIO SOCIALE ALLE LINEE GUIDA DI CUI AL DECRETO 4 LUGLIO 2019 DEL MINISTERO DEL LAVORO E DELLE POLITICHE SOCIALI**

Ai sensi dall'art. 30, co. 7, del D.Lgs. n. 117/2017, ho svolto nel corso dell'esercizio 2023 l'attività di verifica della conformità del bilancio sociale, predisposto da "Fondazione Libellula Impresa Sociale", alle Linee guida per la redazione del bilancio sociale degli enti del Terzo settore, emanate dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali con D.M. 4.7.2019, secondo quanto previsto dall'art. 14 del D.Lgs. n. 117/2017.

La "Fondazione Libellula Impresa Sociale" ha dichiarato di predisporre il proprio bilancio sociale per l'esercizio 2023 in conformità alle suddette Linee guida.

Ferma restando le responsabilità dell'organo di amministrazione della predisposizione del bilancio sociale secondo le modalità e le tempistiche previste nelle norme che ne disciplinano la redazione, l'organo di controllo ha la responsabilità di attestare, nei termini legali previsti, la conformità del bilancio sociale alle Linee guida del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

All'organo di controllo compete inoltre di rilevare se il contenuto del bilancio sociale risulti manifestamente incoerente con i dati riportati nel bilancio d'esercizio e/o con le informazioni e i dati in suo possesso.

Ho, quindi, verificato che le informazioni contenute nel bilancio sociale siano coerenti con le richieste informative previste dalle Linee guida ministeriali di riferimento. Il mio comportamento è stato improntato a quanto previsto in materia dalle Norme di comportamento dell'organo di controllo degli enti del Terzo settore, pubblicate dal CNDCEC nel dicembre 2020. In questo senso, ho verificato anche i seguenti aspetti:

- conformità della struttura del bilancio sociale rispetto all'articolazione per sezioni di cui al paragrafo 6 delle Linee guida;
- presenza nel bilancio sociale delle informazioni di cui alle specifiche sotto-sezioni esplicitamente previste al paragrafo 6 delle Linee guida, salvo adeguata illustrazione delle ragioni che abbiano portato alla mancata esposizione di specifiche informazioni;
- rispetto dei principi di redazione del bilancio sociale di cui al paragrafo 5 delle Linee guida, tra i quali i principi di rilevanza e di completezza che possono comportare la necessità di integrare le informazioni richieste esplicitamente dalle linee guida.

Sulla base del lavoro svolto si attesta che il bilancio sociale della "Fondazione Libellula Impresa Sociale" è stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle previsioni delle Linee guida di cui al D.M. 4.7.2019.

Milano, 11 aprile 2024



# OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

11

## COSA ABBIAMO FATTO E COSA FAREMO

---

# IMPATTO SOCIALE



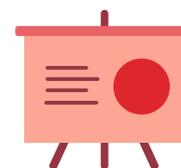
### COSA ABBIAMO FATTO

- Attraverso i nostri progetti, 250.000 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

- Continueremo ad ampliare il raggio d'azione diretto e indiretto delle missioni di Fondazione e Libellula Impresa Sociale.
- Valorizzeremo al meglio le competenze sui temi della DE&I nella relazione con le aziende partner.

# 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

- 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 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 quadriennio 2020-2023 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 ampliato il pubblico che segue Fondazione Libellula Impresa Sociale.
- Abbiamo fatto diverse formazioni 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](mailto:scrivici@fondazione.libellula.com)

## DONAZIONI ONLINE

Con bonifico bancario, all' **IBAN: IT83W0503401739000000003090**

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.





FONDAZIONE  
**LIBELLULA**

## CONTATTI

[scrivici@fondazione-libellula.com](mailto:scrivici@fondazione-libellula.com)  
[fondazione-libellula.com](http://fondazione-libellula.com)

---

