



SURF THE MARKET

Relazione d'impatto 2024

Introduzione

Per Surf the Market, essere Società Benefit significa voler generare un impatto concreto nel contesto in cui opera, non attraverso iniziative filantropiche spot, ma rendendo gli obiettivi benefit parte integrante del nostro modello di business e del nostro lavoro.

Nel nostro statuto, abbiamo esplicitato questo impegno nei seguenti punti:

1. Supporto alle organizzazioni nell'esprimere e vivere i propri valori, il proprio brand purpose e la propria cultura in modo da garantire benessere interno ed esterno;
2. Attività di formazione, divulgazione e sensibilizzazione sul ruolo sociale delle imprese, sul business come forza per risolvere le problematiche della società, sull'affermazione del paradigma "impresa gentile" (organizzazione orientata al bene comune che unisce spirito comunitario e individualista in grado di creare non solo ricchezza materiale ma anche spirituale).

Azioni e Risultati

Il Supporto alle organizzazioni nell'esprimere e vivere i propri valori rappresenta uno dei pilastri fondamentali del nostro lavoro. Nel corso del 2024, abbiamo promosso questo impegno attraverso diverse iniziative significative che hanno generato un impatto concreto nelle organizzazioni con cui abbiamo collaborato.

Abbiamo supportato **5 organizzazioni** nello scoprire i propri valori e il proprio scopo, nel far emergere il DNA unico, la cultura caratterizzante e il collante che crea senso di appartenenza e tiene unite le persone. Abbiamo contribuito a far emergere i gap tra i valori personali dei collaboratori, quelli attuali riconosciuti in azienda e quelli futuri desiderati. Questo con l'obiettivo di creare un ambiente dove c'è armonia valoriale e dove ognuno ha voglia di esprimere sé stesso.

Abbiamo impattato sul percorso di queste persone:

- Opera Santa Maria del Fiore: 129 collaboratori
- Site Spa: oltre 2900 collaboratori
- Esseoquattro: 57 collaboratori
- Moca Interactive: 70 collaboratori
- Next Genomics: 22 collaboratori

Abbiamo supportato, inoltre, il progetto Wow Nature di Etifor srl attraverso un'attività di consulenza di marketing strategico per fare in modo di migliorare la presenza e l'efficacia nel mercato.

Il progetto Wow Nature ha come finalità quella di fornire ad aziende e cittadini la possibilità di partecipare a progetti di riforestazione e difesa delle foreste esistenti.

Per quanto riguarda il secondo punto, l'**Attività di formazione, divulgazione e sensibilizzazione sul ruolo sociale delle imprese** abbiamo intrapreso nel 2024 diverse iniziative.

Abbiamo realizzato 3 corsi di formazione in presenza a Mestre sulla tematica dell'internal branding per far comprendere l'importanza dell'ascolto della "voice of employees" per costruire la felicità in azienda.

Gli argomenti trattati sono stati i seguenti:

- Comprendere la proposta di valore per i collaboratori
- Comprendere l'importanza dei Valori, del purpose e della cultura aziendale
- Comprendere gli aspetti su cui le aziende devono migliorare per aumentare la soddisfazione dei collaboratori



Comprendere come costruire il profilo del mio collaboratore ideale (quali valori e caratteristiche soft deve incarnare).

Hanno partecipato 38 aziende, 56 persone in totale tra imprenditori, responsabili marketing, responsabili risorse umane e manager.

Tutti i corsi sono stati realizzati nella fattoria sociale Casa di Anna a Zelarino, un luogo dove agricoltura, inserimento socio-lavorativo, ristorazione e cultura sono strumenti per lo sviluppo del territorio e della persona. L'azienda si prefigge, infatti, di offrire opportunità lavorative a persone disabili, detenuti o minori in difficoltà. Rappresenta, inoltre, un esempio di economia circolare in quanto il ciclo produttivo è completamente orientato alla restituzione all'ambiente di tutti i prodotti di rifiuto opportunamente sanificati o trasformati in compost. Produce ortaggi bio ed è certificata da ICEA.

Abbiamo **contribuito alla missione di Casa di Anna** sia economicamente, acquistando i servizi offerti (noleggio sala, colazione, pranzo e aperitivo per i corsisti), sia in ottica promozionale facendo conoscere a tutti i partecipanti questo esempio di realtà virtuosa.

Abbiamo partecipato come speaker al **Future Brand Impact**, l'evento dedicato a Marketing Manager, HR Manager e Imprenditori che desiderano valorizzare la propria azienda dall'interno e conquistare l'attenzione delle nuove generazioni.

L'obiettivo dell'evento è quello di portare una nuova consapevolezza alle imprese, affrontando temi quali l'Internal Branding, le nuove Generazioni e i percorsi ESG, cercando di offrire spunti innovativi.

Con il nostro speech abbiamo raccontato la "formula della felicità in azienda", ovvero l'insieme di tutti quei macro fattori legati alla motivazione umana nel contesto di lavoro che ogni organizzazione deve tenere in considerazione per migliorare la soddisfazione interna. Ad ascoltare il nostro intervento erano presenti circa 100 persone.

Abbiamo pubblicato **3 articoli** per diffondere un paradigma diverso del fare impresa, che non si focalizzi soltanto sull'aspetto economico ma anche sul benessere comune, in primis quello dei collaboratori interni.

Il primo "Dove batte il cuore, al di là delle differenze" è stato pubblicato su Visioni d'impresa, il magazine di Confindustria Novara Vercelli Valsesia.

Abbiamo raccontato dell'importanza della ricerca del senso di essere squadra, della costruzione di una nuova consapevolezza collettiva e dell'importanza dello sviluppo di una forte identità di brand interno capace di attrarre, valorizzare e orientare le persone.

La rivista ha una tiratura di 2.500 copie ed è distribuita alle aziende associate (attualmente 730 realtà), alle istituzioni, alle scuole e agli altri stakeholder, non soltanto locali.

Un altro articolo "**Le persone sono la chiave del nostro successo**" è stato pubblicato su L'Imprenditore - La rivista di Confindustria dedicata alle Pmi. Abbiamo raccontato dell'importanza per le aziende di occuparsi del senso del lavoro e del supporto che devono fornire per aiutare ogni collaboratore ad essere la migliore versione di sé stesso. Lo abbiamo riportato anche nel nostro blog ed è stato letto da 92 utenti.

Il terzo articolo si focalizza invece sul basare le decisioni aziendali sui valori, sul farsi guidare dai principi etici e non dalle convinzioni apprese dall'esperienza, dall'educazione, dalle situazioni culturali e ambientali. Il titolo è "Organizzazioni guidate dai valori: non c'è autorealizzazione senza individuazione" ed è stato pubblicato sul blog di Surf The Market e diffuso sul canale LinkedIn aziendale. È stato letto da circa 30 utenti.

Durante un progetto di consulenza di marketing strategico per l'azienda Lisi & Bartolomei abbiamo messo in campo un workshop di intelligenza collettiva per lo sviluppo di un nuovo servizio. Hanno partecipato all'attività di co-costruzione 25 collaboratori. È stata un'occasione per sensibilizzare, formare e mettere in pratica una modalità di elaborazione delle idee che supera l'egocentrismo, ma si affida al contributo di ognuno per progettare qualcosa di unico, che tiene conto delle diverse prospettive, integrandole.

All'inizio dell'anno abbiamo dato vita alla **Surfing Crew**, una partnership con **8 titolari di azienda** tra agenzie di comunicazione, advisor e società di coaching per impattare in maniera più efficace e complementare sui problemi delle imprese.

Con questa iniziativa abbiamo voluto dar voce e tradurre in modo coerente e concreto una visione diversa del fare impresa, nella quale la generazione di valore e di opportunità di crescita trascende i confini aziendali e rende possibile il superamento della dicotomia tra “concorrenza” e “collaborazione”.

Crediamo che solo così possiamo approcciare la complessità in modo sistemico e costruire un futuro duraturo per le organizzazioni.

Insieme a queste 8 realtà, il 27 settembre 2024 abbiamo co-costruito il manifesto valoriale della partnership, delineando i principi guida che orientano la collaborazione.

A questo incontro iniziale abbiamo invitato Sebastiano Zanolli, esperto di collaborazione in azienda, motivazione, gestione dei conflitti, che con il suo intervento ci ha aiutato a costruire il mindset della dimensione del NOI, a fare ed essere insieme e far comprendere che “lavorare è collaborare”.



Abbiamo creato, inoltre, la **Wave Riders Tribe**, una Community rivolta ai professionisti del marketing con la finalità di evolvere stando insieme.

Hanno aderito 13 titolari di agenzie di comunicazione/digital.

Rappresenta uno spazio di confronto tra pari e di formazione per diventare imprenditori migliori grazie allo scambio di esperienze.

Il 28 settembre 2024 abbiamo organizzato il primo incontro in presenza. Abbiamo coinvolto Ilaria Buccioni di Peoplerise per facilitare la co-costruzione di questa comunità facendo emergere desideri, obiettivi e paure dei diversi membri.

Abbiamo poi approfondito la Teoria U di Otto Scharmer, uno strumento utile per riflettere sulle modalità grazie alle quali le aziende, e le organizzazioni in genere, reagiscono a momenti di crisi.

Analizza la realtà in modo profondo, rovesciando l'abituale processo con cui si parte dal passato per realizzare un futuro che inevitabilmente finisce con il replicare e riprodurre il passato stesso. Il processo di analisi e ricerca scende in profondità, sbarazzandosi delle abitudini e delle incrostazioni del passato, delle idee preconcepite e dei pregiudizi. Questa teoria auspica il passaggio dal vecchio “Ego-sistema”, incentrato esclusivamente sul benessere egoistico, all’“Eco-sistema”, in grado di occuparsi del benessere dell'intera collettività.

Il 21 giugno 2024 abbiamo organizzato insieme alle altre 2 società della holding di cui facciamo parte (Build The Forest e Gruppo Vola) il Summer party. Un evento dedicato ai nostri clienti per ringraziarli della fiducia, ma soprattutto per trascorrere del tempo di valore insieme, per stare bene.

Hanno partecipato 73 persone in totale.

Il concetto che abbiamo voluto rafforzare è quello di gratuità. Gratuità non significa gratuito o gratis, ma indica tutto ciò che è piacevole e che dà gioia. Rappresenta quella dimensione dell'agire che porta ad avvicinarsi agli altri per il piacere di farlo, non per ottenere qualcosa.

Questo approccio nel business è poco comune: tutte le relazioni sono strumentali, si reggono e sono animate sempre da un secondo fine. Ogni azione ha un obiettivo ben preciso legato ad ottenere qualcosa: una vendita, fare up o cross selling, "nurturing" ecc. Con questa iniziativa vogliamo costruire relazioni autentiche con le persone, non immaginandole come bersagli mobili da colpire, perennemente all'interno di un percorso di vendita.

Durante questo evento, inoltre, erano presenti delle **opere d'arte dell'organizzazione no profit Women For Freedom**. Opere raffiguranti volti di donna realizzate dal Liceo Artistico G. De Fabris di Nove (nel vicentino) per la mostra "**Equilibri e Disequilibri**" presentata nel 2023 al Festival Liberamenti.

Lo scopo è stato quello di sensibilizzare e portare in azienda il tema della parità di genere e della diversity&inclusion.

Il Summer Party è stato realizzato all'interno della fattoria sociale Casa di Anna contribuendo anche in questo caso in termini economici e di promozione alla missione della realtà aziendale.



Per quanto riguarda il benessere interno dei lavoratori, sempre nel corso del 2024 abbiamo dedicato l'8% dei ricavi aziendali ad attività di **People& Culture**.

Sono diverse le iniziative che abbiamo implementato per il team nel corso dell'anno:

- 4 giorni a Ponza con tutto il team e altre 2 giornate a Mestre per lavorare sui valori e sullo scopo aziendale in modalità co-costruita;
- regolamento in materia di lavoro agile per garantire maggiore flessibilità lavorativa. La prestazione può essere svolta tra le 7 e le 20.00;
- carta di debito aziendale per ogni membro del team per fornire autonomia e responsabilità nella gestione delle finanze aziendali;
- assicurazione sanitaria FondoEst/UniSalute;
- portale cedolini dedicato (ogni collaboratore ha un'area dedicata dove poter scaricare cedolini e documentazione che lo riguarda);
- formazione di gruppo: inglese e public speaking;
- formazione di un membro del team sul Chief Happiness Officer (CHO), o Manager della Felicità, un professionista che ha il compito di migliorare il benessere e la motivazione dei collaboratori in un'azienda;
- formazione di un membro del team sul tema "Diversità, equità e inclusione all'interno delle organizzazioni", con particolare riferimento alla parità di genere.
- coaching individuale per ogni membro del team per lavorare su sé stesso (scoprire i propri valori, unicità e aree di miglioramento) e sul proprio percorso di crescita. Tempo dedicato: 1 ora al mese per ogni collaboratore;
- per la cena di Natale abbiamo donato qualche ora di poesia, lettura e musica in compagnia di Vincenzo Costantino Cinaski per nutrire l'anima e lo spirito delle persone.

Abbiamo, inoltre, iniziato a lavorare sulla bozza della governance aziendale (modalità decisionale) e sullo schema dei piani crescita che presenteremo nel 2025.

Per il **2025**, abbiamo pianificato importanti iniziative per proseguire sul solco della strada intrapresa:

- Continuare le attività di supporto alle organizzazioni nell'esprimere e vivere i propri valori;
- Continuare le attività di formazione, divulgazione e sensibilizzazione sul ruolo sociale delle imprese attraverso la partecipazione come speaker ad eventi di rilievo, scrittura di articoli, corsi di formazione;
- Continuare con altre iniziative il percorso della Surfing Crew e della Community;
- Finalizzare e presentare la modalità decisionale e i piani crescita per i collaboratori interni;
- Inserire di default nei contratti con i clienti il contributo d'impatto, ovvero un investimento condiviso per realizzare attività di divulgazione e sensibilizzazione sul nuovo paradigma "impresa gentile" (organizzazione orientata al bene comune che unisce spirito comunitario e individualista in grado di creare non solo ricchezza materiale ma anche spirituale).





Surf the Market Srl Società Benefit

via Dorianò 19/1
30174 Venezia
P.IVA: 04843850274
BA6ET11

www.surfthemarket.com

