



B&P

Barabino & Partners

Consulenza in Comunicazione d'Impresa

S.p.A., Società Benefit

Relazione di Impatto Barabino & Partners per il 2022





B&P

Barabino & Partners

Consulenza in Comunicazione d'Impresa

S.p.A., Società Benefit

Relazione di Impatto Barabino & Partners per il 2022



Indice

— Lettera agli stakeholder	4
— Quote Barabino & Partners SpA	6
— Gli obiettivi di Barabino & Partners Società Benefit	8
— 1. Attività 2022 verso dipendenti e collaboratori	10
— 2. Attività di formazione verso dipendenti e collaboratori	12
— 3. Attività di posizionamento distintivo verso l'impegno sociale	16
— 4. Attività verso comunità e territorio, mondo dell'istruzione e formazione e interlocutori primari	18
— 5. Attività verso clienti e fornitori	20
— 6. Obiettivi per l'anno 2023	22
— 7. Quote 2023	23

“Il futuro dipende da ciò che facciamo nel presente”, diceva Gandhi.

Anche per questo, complici le rinnovate consapevolezze che la pandemia ha portato con sé, Barabino & Partners ha deciso di intraprendere un nuovo percorso di trasformazione, diventando società benefit.

In un contesto in cui la sostenibilità - nelle sue tre declinazioni ambientale, sociale e di governance - diviene pilastro dello sviluppo futuro di brand e aziende, la nostra società ha compiuto un importante passo, naturale evoluzione dell’impegno sociale e ambientale profuso fin dagli anni ‘90 e in particolare nel 2020, per noi l’anno della resilienza, e nel 2021, l’anno della condivisione.

Cosa vuol dire essere società benefit?

Abbracciare una nuova idea di azienda e del fare impresa. Formalizzare la consapevolezza del fatto che “l’impresa non deve pensare solo a sé stessa ma a tutto l’ecosistema che la circonda”, come rilevavo in conversazione con Forbes già a maggio del 2020.

Prendere l’impegno di affiancare agli obiettivi di profitto – perché le imprese per essere utili al sistema sociale, economico e di sviluppo devono essere profittevoli – quello di avere un impatto positivo sulla società e sulla biosfera.

Per la nostra società si tratta di cristallizzare una profonda convinzione: occorre reinterpretare il perseguimento del profitto così come lo abbiamo tradizionalmente conosciuto.

Occorre ridefinirne i contorni in un’ottica di “giusto profitto”, come personalmente affermai fin dai tempi di prepandemia, affinché l’azienda stessa possa svolgere sul mercato, nel territorio e nelle comunità di riferimento – verso clienti, dipendenti, collaboratori e stageur, ma anche supporter e fornitori in primis – un ruolo utile in relazione alle problematiche ambientali e sociali.

La trasformazione ha evoluto la “carta d’identità” stessa di Barabino & Partners: il suo statuto societario è diventato espressione di un’attività d’impresa che va anche nella direzione di una gestione non solo profittevole, ma anche di impegno responsabile verso definiti obiettivi.

La nostra impostazione storica e tanto più attuale si basa sull’idea che l’impresa debba contribuire alla creazione di obiettivi che troppo a lungo sono stati tradotti principalmente in potere di spesa, tralasciando invece gli aspetti legati alla relazione e all’empatia, all’attenzione al benessere delle persone e alla preservazione dell’ambiente, nonché alle condizioni di svolgimento delle attività – in senso di condivisione, clima e appartenenza – dell’impresa.

Luca Barabino



“

“La relazione tra marca e pubblico è cambiata: si è evoluta nel segno dell’etica, sostenibilità, valori e reputazione”.

Gennaio 2020
Il Sole 24 Ore

“Un’azienda bella sul mercato, è anche impegno e responsabilità sociale e non solo prodotto, notorietà di brand, ricerca di margini e risultati”.

Marzo 2020
Lettera interna a dipendenti e collaboratori

“Le imprese nel prodotto e nel marchio dovranno trasferire valori, scopo, missione: gli americani lo sintetizzano in una parola: purpose”.

Aprile 2020
Convegno pubblico R&R

“Cambieranno abitudini, consuetudini, stili di vita delle persone.

Ma la “relazione” è e rimarrà al centro delle nostre vite”.

Aprile 2020
“Annuncio pubblicitario per una Pasqua diversa”
Corriere della Sera

“Per le imprese è iniziata l’era del ‘purpose’.”

Maggio 2020
Forbes Italia e Forbes Tv

“La relazione, ancor più della comunicazione, sarà al centro dello sviluppo e della crescita di economia e imprese, delle scelte dei consumatori, della formazione dei giovani, della società civile, delle famiglie”.

Settembre 2020
Dibattito pubblico Milano Triennale

“È il concetto di condivisione che ci ha guidato nel 2021, naturale messa a fuoco per un’azienda che sceglie d’interpretare l’impegno ESG in termini di giusto profitto, valorizzazione delle persone, supporto ai clienti e rispetto dei fornitori, vicinanza al territorio e alla comunità”.

Dicembre 2021
Consiglio di Amministrazione
B&P SpA

“Riteniamo che nel 2022 l’impresa debba impegnarsi nel nuovo valore della stabilità. Per questo il Riconoscimento al Futuro”.

21 marzo 2022
Annuncio a dipendenti e collaboratori

“Riconoscimento al Futuro? Non un di cui di eventuali futuri premi o “saldo” premi già erogati. Un unicum”.

15 maggio 2022
Lettera a dipendenti e collaboratori

“Riconoscimento al Futuro B&P: un inedito in Italia nel campo dell’interpretazione innovativa del Diritto del Lavoro”.

6 giugno 2022
Il Sole 24 Ore - Forbes

”



Gli obiettivi di Barabino & Partners Società Benefit

Nel 2022 Barabino & Partners si è trasformata in Società Benefit ai sensi dell'art. 1, comma 376 e ss. della Legge 28 dicembre 2015 n. 208 e, in quanto tale, nell'esercizio della propria attività economica e d'impresa, oltre allo scopo di generare e distribuire utili, persegue una o più finalità di beneficio comune e opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di tutti i diversi stakeholders mediante una gestione volta ad equilibrare l'interesse degli azionisti con l'interesse di coloro sui quali l'attività della società può avere un impatto.

La trasformazione in Società Benefit ha inteso formalizzare un approccio e un orientamento che ha sempre fatto parte del DNA della società e, al tempo stesso, formalizzare un impegno che la società prende annualmente nei fatti e attraverso la redazione volontaria della Relazione di Impatto.

In particolare, secondo quanto indicato nello statuto, la società:

1. promuove e diffonde, mediante la produzione di contenuti editoriali e multimediali, campagne di educational communication e comunicazione territoriale, la cultura dell'innovazione scientifica e tecnologica e dello sviluppo sostenibile in grado di incidere sui comportamenti individuali e imprenditoriali;

2. collabora con Enti del Terzo Settore ed enti pubblici e privati, Università, istituti scientifici e centri di ricerca, nella realizzazione di progetti di alta formazione, convegni, master, seminari, giornate formative e/o di aggiornamento e riqualificazione professionale, volti a consentire ai partecipanti di acquisire nuove visioni d'impresa, anche alla luce delle tematiche ESG e di sviluppo sostenibile, al fine di poter creare valore durevole nel tempo;

3. opera tenendo in considerazione il benessere e la crescita personale e professionale dei propri lavoratori e collaboratori, attraverso strumenti di welfare aziendale, tra cui il bilanciamento delle responsabilità familiari, la tutela della salute, la creazione di posti di lavoro con pari opportunità di genere, la lotta contro ogni forma di discriminazione di genere, età, razza, opinione politica, religiosa, la formazione continua, anche mediante la promozione di azioni formative in ambito sociale, ambientale e culturale, nonché attraverso strumenti di governance partecipata;

4. valorizza e sostiene il territorio e la comunità di appartenenza, in particolare tramite il supporto ad Enti del Terzo Settore che contribuiscono a colmare specifici fabbisogni attraverso un aumento della disponibilità di beni o servizi e/o ad includere socialmente i soggetti più vulnerabili, la promozione di iniziative ad impatto sociale, ambientale e culturale, la collaborazione con enti che perseguono obiettivi di responsabilità sociale e di beneficio comune al fine di amplificare l'impatto positivo generato e creare una rete di soggetti che funga da punto di riferimento per lo sviluppo sostenibile.



1. Attività 2022 verso dipendenti e collaboratori

Nel 2022, Barabino & Partners ha realizzato diverse attività volte a favorire il benessere dei dipendenti e collaboratori.

È stato sviluppato e messo a disposizione un Portale Welfare in collaborazione con Edenred, che offre una gamma di servizi nei campi della formazione, assistenza sanitaria e viaggi. Inoltre, è stato istituito un “Riconoscimento Condivisione”, destinato a tutti i dipendenti e collaboratori non coinvolti in piani di incentivazione o retribuzione variabile.

È stato introdotto anche il “Riconoscimento al Futuro”, consistente in una mensilità aggiuntiva, con l’obiettivo di ringraziare anticipatamente coloro che si stavano impegnando per il 2022.

Il premio ha ricevuto il riconoscimento come “Best Practice Valorizzazione Risorse” durante i “Legalcommunity Labour Awards 2022”.

Per affrontare l’aumento dei costi legato alla guerra in Ucraina e alla crisi energetica, è stato istituito il “B&P Smiling Energy 2022”, un contributo per tutti i dipendenti intestatari di un contratto di fornitura energetica.

Sono state riconosciute eccellenze individuali attraverso il premio “Best Employee of the Year”, basato su un sondaggio online che ha visto la partecipazione in forma anonima di tutti i dipendenti e collaboratori.

È stato riattivato, dopo due anni di sospensione a causa della pandemia da coronavirus, il programma “B&P Ambassador” che prevede il trasferimento temporaneo – su base volontaria – dei consulenti in sedi estere, con l’obiettivo di favorire la crescita professionale, la sinergia tra le sedi e lo scambio di competenze. Nel 2022, ben 29 risorse hanno partecipato a questo progetto.

È stato adottato un piano di lavoro agile che consente ai dipendenti di svolgere una giornata alla settimana in modalità agile e altre due giornate aggiuntive durante il mese.

Sono state effettuate migliorie negli ambienti di lavoro a Milano, Roma e Genova, includendo nuove zone relax e il rinnovo di alcuni spazi per rendere gli uffici più confortevoli e funzionali.

Queste attività sono state concepite e realizzate allo scopo di valorizzare e supportare i dipendenti e collaboratori di Barabino & Partners, promuovendo il benessere, il riconoscimento e lo sviluppo professionale.



2. Attività di formazione verso dipendenti e collaboratori

Durante il 2022, Barabino & Partners ha organizzato diverse attività di formazione per i propri dipendenti e i collaboratori.

Fra questi, degno di nota particolare è stato il ciclo di incontri denominato “Companies Talks”, iniziativa che utilizza il teatro per raccontare storie di successo aziendale al fine di stimolare la riflessione sui cambiamenti e le lezioni apprese.

Alcuni degli argomenti trattati sono stati la flessibilità e il cambiamento nella storia di Netflix, la solidarietà sociale nella storia di WhatsApp e la responsabilità sociale d’impresa e il benessere delle persone nella storia di Olivetti.

Sono stati anche offerti corsi di formazione su strumenti di project management, design thinking e customer centricity.

Questi corsi hanno avuto lo scopo di supportare le risorse aziendali nella gestione della complessità, nello sviluppo di progetti innovativi e nella creazione di strategie per risolvere problemi complessi. Inoltre, è stato organizzato un corso di public speaking e tecniche di presentazione per migliorare le competenze di comunicazione.

Per i nuovi arrivati in azienda, è stato istituito un modulo di formazione chiamato “On Boarding B&P Training: 9 Key experiences” che fornisce una panoramica completa delle diverse aree di attività di Barabino & Partners.

Inoltre, è stato realizzato un piano editoriale articolato secondo newsletter settimanali chiamate “bDigital Coffee” per stimolare l’innovazione e il confronto tra i dipendenti. Sono stati anche tenuti webinar informativi e di formazione su varie tematiche di attualità e professionali, che coprono argomenti come l’utilizzo dei media per ottenere insight strategici, l’economia italiana, il metaverso, la crisi in Ucraina e nuovi progetti editoriali.

Complessivamente, le attività di formazione di B&P sono ideate e realizzate con lo scopo di sviluppare le competenze dei dipendenti, fornire una visione d’insieme delle diverse aree di lavoro dell’azienda e stimolare l’innovazione e il confronto tra i collaboratori.



I numeri principali

24

azioni
distintive

19

momenti formativi
e/o webinar

1

portale welfare
dedicato

oltre

250.000€

di erogazioni
per riconoscimenti
attraverso
4 diverse iniziative

5

momenti
di condivisione
e appartenenza

29

giovani coinvolti
nel Progetto
Ambassador

968

ore di formazione



3. Attività di posizionamento distintivo verso l'impegno sociale

Fra le attività distintive di B&P, un ruolo di primo piano spetta a La Cantera Barabino & Partners, progetto formativo e sociale che supporta i giovani interessati a entrare nel campo della comunicazione, fornendo loro un ambiente professionale e culturale dinamico e innovativo.

La Cantera riceve oltre 1.300 candidature all'anno da neolaureati provenienti da università italiane ed estere pubbliche e private. Ogni anno, vengono selezionati tra 15 e 20 giovani talenti per vivere un'esperienza professionale nelle sedi di Barabino & Partners in Italia.

B&P sostiene diverse iniziative sociali, anche attraverso donazioni per l'acquisto di generi alimentari di prima necessità e pasti per i bisognosi a organizzazioni come Pane Quotidiano ONLUS e Opera San Francesco per i Poveri Onlus.

Inoltre, B&P fornisce il suo impianto sportivo La Cantera Stadium Barabino & Partners di Genova alla società dilettantistica Asd Little Club James, che offre opportunità sportive a oltre 150 bambini e ragazzi.

L'azienda è anche fra gli sponsor della Fondazione Arnaldo Pomodoro, organizzazione che promuove l'arte del Novecento e sostiene giovani artisti. Inoltre, ha collaborato con la Fondazione Memoriale della Shoah di Milano per promuovere attività culturali e di sensibilizzazione sulla memoria dell'Olocausto.

B&P si impegna anche per la parità di genere e ha avviato l'iter per ottenere la certificazione "Gender Equality".

Nel 2022, il 63% della popolazione aziendale era composto da donne, e il 34% delle posizioni dirigenziali erano occupate da donne.

L'azienda ha assunto 14 nuove risorse e 7 stagisti nel 2022, con un saldo positivo di 14 unità tra dipendenti e stagisti.

Nel complesso, il 47% della popolazione aziendale è composto da persone under 35.



I numeri principali

7*

giovani formati e portati sul mercato
del lavoro attraverso 7 stage retribuiti

280

giovani e ragazzi, che 3 volte
alla settimana, sono coinvolti
nella disciplina sportiva nell'impianto
Sportivo La Cantera Stadium
Barabino & Partners di Genova
attraverso la società dilettantistica
Asd Little Club James

2

interventi di solidarietà
sociale a favore
di Pane Quotidiano Onlus
e Opera San Francesco
per i poveri Onlus

6/9

mesi di periodo medio
di stage in accordo
con gli istituti universitari

4. Attività verso comunità e territorio, mondo dell'istruzione e formazione e interlocutori

Nel 2022, Barabino & Partners ha collaborato con il Centro di Formazione Manager del Terziario (CFMT) per offrire tre edizioni del corso online "Ideare presentazioni efficaci". Questo corso mira a sviluppare le competenze dei manager nella creazione di presentazioni efficaci per raggiungere gli obiettivi delle riunioni.

Inoltre, B&P è stata invitata da Legalcommunity a tenere una lezione sul tema "I fattori di successo della comunicazione legale" nel Master in Marketing e Comunicazione Legale.

Da anni, collaboriamo gratuitamente con l'Academy del Progetto Elite di Borsa Italiana per promuovere la cultura economica e dei mercati dei capitali in Italia e forniamo formazione su comunicazione finanziaria a diverse piccole e medie imprese.

Abbiamo partecipato al progetto biennale "Borsa dell'Impatto Sociale" che mira a creare un mercato di capitali per imprese con un impatto sociale positivo. Nel 2022, abbiamo fornito tutorship a quattro aziende no profit.

In collaborazione con l'industria farmaceutica Santen, abbiamo tenuto un corso di Public Speaking sulla comunicazione scientifica rivolto a ricercatori specializzati in oftalmologia.

Siamo stati relatori al Governance Lab di ETicaNews su temi legati alla comunicazione in ambito ESG. Abbiamo partecipato a una tavola rotonda sulla comunicazione della sostenibilità e dell'identità ESG.

Come relatori, siamo intervenuti nel corso "Comunicare la sostenibilità" organizzato da ABI e ABI Formazione durante la "Settimana ESG" per approfondire il ruolo degli aspetti ESG nel settore bancario.

Abbiamo tenuto un corso di comunicazione efficace online per i genitori associati ad Agedo Onlus per migliorare le presentazioni della Onlus e delle sue iniziative.

Siamo stati sponsor della LegalCommunity Week, un evento che ha riunito studi professionali e avvocati internazionali a Milano. Abbiamo organizzato l'evento di pre-opening e presentato il programma della 6ª edizione della Legalcommunity week.

Siamo partner dell'Università Luiss di Roma nel programma AdLab - Laboratorio di Comunicazione Politica. Teniamo incontri formativi agli studenti del primo anno del Corso di Laurea Magistrale e offriamo tutorship a due studenti selezionati per la realizzazione di un project work.

Continuiamo la collaborazione con Treedom per la piantumazione di alberi in Kenya, contribuendo alla biodiversità e all'assorbimento delle emissioni di CO2.

I numeri principali

3 corsi di formazione CFMT che hanno coinvolto **30** partecipanti

266 alberi piantumati in Kenya all'interno dell'iniziativa La Foresta B&P tra il 2021 e il 2023

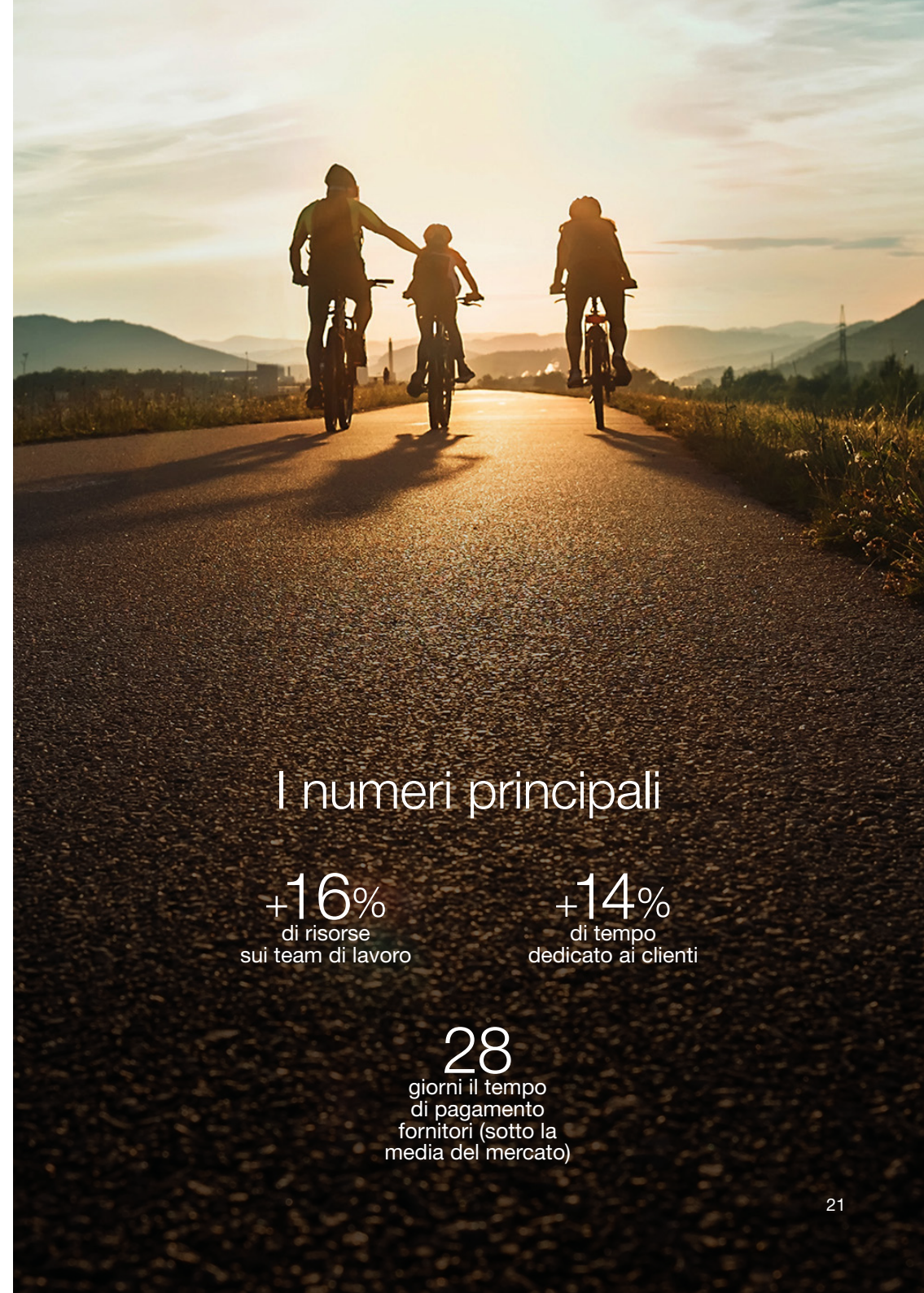
5. Attività verso clienti e fornitori

La Società seleziona fornitori certificati basandosi su criteri fra i quali qualità, prezzo e adattabilità dei servizi alle proprie esigenze.

Questa scelta avviene nel rispetto del Codice Etico, senza favoritismi o vantaggi personali.

Inoltre, i fornitori devono condividere il Codice Etico dell'azienda e rispettare il modello organizzativo stabilito.

B&P si impegna a pagare i fornitori entro 28 giorni, contribuendo così al benessere della comunità.



I numeri principali

+16%
di risorse
sui team di lavoro

+14%
di tempo
dedicato ai clienti

28
giorni il tempo
di pagamento
fornitori (sotto la
media del mercato)

6. Obiettivi per l'anno 2023

L'impegno di Barabino & Partners, al fine di consolidare e valutare le attività svolte in ottica di Società Benefit, passa attraverso obiettivi che la società annualmente intende porsi da conseguire nell'arco dei dodici mesi.

Per l'anno 2023, Barabino & Partners intende:

- proseguire nel percorso di formazione sulle tematiche della comunicazione e dell'innovazione attraverso la conferma di partnership e collaborazioni con il mondo accademico e universitario;
- proseguire il proprio impegno verso dipendenti e collaboratori in ottica welfare al fine di promuovere una crescita nel livello di benessere delle risorse attraverso differenti strumenti;
- certificare il proprio impegno in tema di diversity & inclusion e di promozione dell'uguaglianza di genere;
- promuovere l'impegno verso le tematiche della sostenibilità ambientale attraverso iniziative che possano ridurre l'impatto della propria attività sul territorio e sul clima, stimolando al contempo le risorse ad adottare comportamenti responsabili in chiave ambientale;
- promuovere il proprio impegno verso associazioni ed iniziative che agiscano a livello sociale sia per sostenere iniziative e comunità che per ampliare la visibilità di queste realtà sul territorio di riferimento.

7. Quote 2023

“

Persone che amano ciò che fanno, dove e come lo fanno.

La leadership è una scelta non un ranking.

Se una società è sana ed è in salute, allora può restituire alla comunità. Ed in una comunità sana, una società cresce.

Le nuove professioni più ambite: Stem & DC. Sciences, Technology, Engineering, Mathematics. E poi Digital and Communication. Ci siamo anche noi tra le competenze più ambite nel futuro.

Dopo la pandemia, al centro del nostro mestiere la parola comunicazione è affiancata e forse superata dalla parola relazione.

”





Barabino & Partners Group

Barabino & Partners Headquarter Milano

20121 - 22, Foro Buonaparte
Tel. +39.02.72.02.35.35

Roma

00186 - 52, Via della Colonna
Antonina
Tel. +39.06.679.29.29

Genova

16125 - 4, Passo Barsanti
Tel. +39.010.272.50.48

Barabino & P. Deutschland GmbH Berlin

D 10117 - 125, Friedrichstraße
Tel. +49.30.66.40.40.60

Barabino & Partners UK plc London

W1K 5JH - 53, Davies Street
Tel. +44.20.71.52.64.25

E-mail: info@barabino.it

www.barabino.it

Barabino & Partners USA, LLC New York

NY 10020 - 1 Rockefeller Plaza, 30th
floor
Tel. +1.212.308.8710

B2P Communications Consulting GmbH Berlin

D 10117 - 125, Friedrichstraße
Tel. +49.30.66.40.40.60

Munich

D 80336 - 22, Victanis Center,
Pettenkoflerstraße
Tel. +49 (0) 89.997.43.77.73

Paris

F-75001 - 10, rue de Richelieu
Tel. +33 (0) 9.67.41.91.78

Realizzata grazie ai contributi fattivi di diversi dipendenti a cui va il nostro grazie

Relazione deliberata dal CdA B&P SpA: 30 marzo 2023

Relazione approvata dall'Assemblea B&P SpA: 9 maggio 2023

Responsabile ESG: Martina Teli

Responsabile OdV: Serena Somenzi

Advisor: PwC Italia e PwC TLS



B&P

Barabino & Partners

Consulenza in Comunicazione d'Impresa

S.p.A., Società Benefit

