



Relazione annuale di impatto di Huky SRL Società Benefit Esercizio sociale 2021

Redatta ai sensi ex art. 1 c.382 L. 208/2015
Schemi di bilancio e nota integrativa
Esercizio dal 01/01/2021 al 31/12/2021

Sede in Via Borgonuovo 9, 20121 Milano
Capitale sociale euro 10.000 interamente versato
Cod. Fiscale e n. iscr. Registro Imprese 11356240967
Nr. R.E.A. MI – 2597136

INDICE

| | |
|--|-----------|
| INTRODUZIONE | 5 |
| LA NOSTRA MISSION | 6 |
| CATTERISTICHE FONDAMENTALI DELLA SOCIETÀ BENEFIT | 7 |
| • Il beneficio comune | 7 |
| • Come e quando nascono le società benefit | 7 |
| • Scopo, responsabilità e trasparenza: un cambio di paradigma | 8 |
| LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE DI HUKY SRL SB | 9 |
| LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO SULLE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE | 11 |
| • Lo standard di valutazione esterno: Benefit Impact Assessment | 11 |
| • Il modello della Governance | 13 |
| • La qualità della relazione con i dipendenti e collaboratori | 13 |
| • Il radicamento nella comunità | 14 |
| • La tutela dell'ambiente | 14 |
| • Il valore per i clienti | 15 |
| OBIETTIVI PER IL 2022 | 16 |
| CONCLUSIONI | 18 |

INTRODUZIONE

Signori Soci

Huky è una società benefit nata nell'agosto 2020 con lo scopo di sviluppare un nuovo modo di fare innovazione, attento ai bisogni primari delle persone e del pianeta in cui viviamo.

Vogliamo condividere un nuovo modello economico, un modello d'impresa sostenibile, inclusivo e responsabile, in difesa della biosfera e di ogni cittadino.

A tale scopo ci è sembrato naturale e doveroso costituirci nella recente forma societaria di Società Benefit che obbliga e vincola l'azienda al perseguimento di obiettivi di beneficio comune a livello statutario. Questo ci impone di equipaggiare l'organizzazione con tutti i sistemi di controllo e di governance che ci permetteranno di raggiungere un impatto positivo sulla nostra comunità, senza alibi a cui appellarci qualora non si riescano ad ottenere i risultati auspicati.

L'esercizio 2021 è stato il primo vero esercizio per Huky, anno in cui abbiamo raggiunto e superato un importante traguardo benefit, il punteggio 80 del Benefit Impact Assessment, che rappresenta il punteggio minimo per poter certificarsi come B Corp.

In poco più di un esercizio, Huky ha raggiunto il punteggio complessivo di 87.6, con un miglioramento rispetto all'esercizio 2020 di 16.1 punti.

Questo significa che Huky può finalmente considerarsi un'organizzazione "rigenerativa", secondo i migliori standard internazionali. Di questo lavoro non posso che ringraziare tutto il team, per aver abbracciato e portato avanti questa missione con entusiasmo e dedizione.

Il Responsabile dell'Impatto



Alessandra Lomonaco

LA NOSTRA MISSION

La mission di Huky è ben sintetizzata nel claim **“Chance to Change”**: la crisi che abbiamo vissuto nell’ultimo anno, che ha portato alla costituzione della società sotto forma di startup innovativa società benefit, rappresenta una importante opportunità di cambiamento per le aziende e per tutto il sistema economico. Il cambiamento può e deve essere declinato anche in una logica di rigenerazione sociale e ambientale, oltre che di innovazione tecnologica, organizzativa, di prodotto e di processo.

La nostra mission è quella di supportare l’imprenditoria con attività di consulenza e formazione, per trasformare idee e strategie in risultati concreti e per migliorare le skill e la gestione dello smart working.

Attiviamo processi di cambiamento nelle aziende attraverso competenze consolidate nelle aree di strategia, finanza e comunicazione.

Siamo un’organizzazione snella e dinamica, che fonda la propria forza nella multidisciplinarietà del team e del network. Crediamo nei valori della sostenibilità, dell’etica, dell’ascolto e della collaborazione come fondamenta di un nuovo modo di fare innovazione.

La nostra mission



CHANGE

CATTERISTICHE FONDAMENTALI DELLA SOCIETÀ BENEFIT

Il beneficio comune

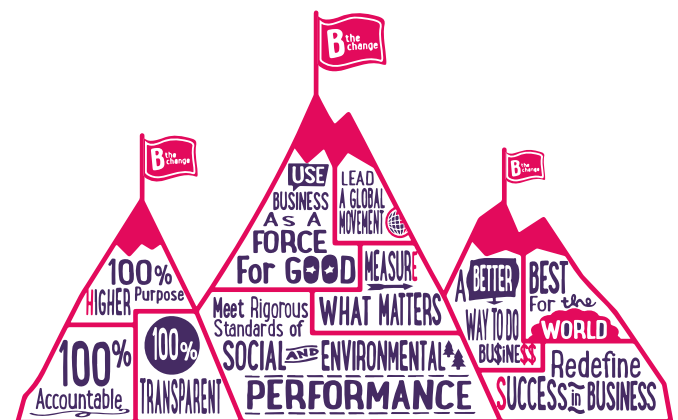
Le Società Benefit perseguono volontariamente, nell'esercizio dell'attività d'impresa, oltre allo scopo di lucro anche una o più finalità di beneficio comune. Per beneficio comune si intende il perseguimento di uno o più effetti positivi (perseguibili anche riducendo gli effetti negativi) su persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interessi. Le Società Benefit perseguono tali finalità di beneficio comune in modo responsabile, sostenibile e trasparente e la loro gestione richiede ai manager il bilanciamento tra l'interesse dei soci e l'interesse della collettività.

Come e quando nascono le società benefit

Esse nascono grazie ad un movimento globale di imprese, le B Corp® certificate, che hanno promosso l'introduzione di una sostanziale modifica nell'essenza delle aziende, ovvero nello statuto e nell'oggetto sociale.

La normativa italiana sulle Benefit Corporation è stata sviluppata da un team internazionale di giuristi, imprenditori e altri stakeholder in armonia con la disciplina delle Benefit Corporation esistente negli USA e attualmente in fase di introduzione in numerosi altri paesi del mondo. Il disegno di legge

sulle Società Benefit è poi confluito nella legge di stabilità 2016. La disciplina delle società benefit è contenuta nella legge n.208 del 28/12/2015 (legge di Stabilità 2016) Art.1, Commi 376-384 ed è entrata in vigore a partire dal 1 gennaio 2016.



Scopo, responsabilità e trasparenza: un cambio di paradigma

Una Società Benefit è una società tradizionale con obblighi modificati che impegnano il management e gli azionisti a standard più elevati di scopo, responsabilità e trasparenza. Nello specifico:

1. Scopo: le SB si impegnano a creare un impatto positivo sulla società e la biosfera, ovvero valore condiviso, oltre a generare profitto. La sostenibilità è parte integrante del loro business model e le SB creano condizioni favorevoli alla prosperità sociale e ambientale, oggi e nel futuro.



2. Responsabilità: le SB si impegnano a considerare l'impatto dell'impresa sulla società e l'ambiente, al fine di creare valore sostenibile nel lungo periodo per tutti gli stakeholder.



3. Trasparenza: le SB sono tenute a comunicare annualmente e riportare secondo standard di terze parti i risultati conseguiti, i loro progressi e gli impegni futuri verso il raggiungimento di impatto sociale e ambientale, sia verso gli azionisti che verso il grande pubblico.



LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE DI HUKY SRL SB

Come riportato nel nostro Statuto, lo scopo ultimo di Huky srl SB è la felicità di tutti quanti ne facciano parte, sia come soci che in altri ruoli, attraverso un motivante e soddisfacente impegno in una prospera attività economica.

Pertanto, la società intende perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

La società si impegna, nello svolgimento delle proprie attività:

- a non causare danno
- a ricercare e applicare le modalità per arrivare a non prendere alcunché dai sistemi naturali
- a non sprecare nulla
- con la visione di generare un beneficio netto per le persone e la biosfera.

La mission aziendale e l'intento programmatico della società si esprimono anche attraverso il claim del brand "Chance to Change": opportunità di cambiare, anche attraverso principi etici e un modo di fare business più inclusivo, responsabile e sostenibile.

Consapevole del suo impatto sociale, nell'esercizio della propria attività economica, la società intende operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse, bilanciando l'interesse dei soci con l'interesse di coloro sui quali l'attività sociale possa avere un impatto, e perseguire le seguenti specifiche finalità di beneficio comune. In particolare:

- Huky pone particolare enfasi sul contribuire alla possibilità delle persone che la compongono di soddisfare i propri bisogni umani fondamentali (Sussistenza, Riposo, Comprensione, Identità, Partecipazione, Affetto, Creazione, Libertà, Protezione) come base per la felicità delle persone, e ricerca soluzioni che tendano verso la possibilità di soddisfare i bisogni umani fondamentali delle persone che siano impattate dalle attività in cui è coinvolta. La società, in particolare, si impegna a perseguire la creazione delle migliori condizioni possibili per attrarre, fare crescere e trattenere persone di talento.

- Huky si impegna a favorire sia internamente che con altre aziende e associazioni partner, iniziative per la valorizzazione delle risorse umane in termini di pari opportunità, di promozione della cultura della diversità e dell'inclusione, dell'imprenditoria e dell'occupazione femminile, di promozione dell'accesso al mercato del lavoro di giovani e donne, di promozione di prassi e iniziative per il coinvolgimento e la partecipazione attiva e solidale di tutti i lavoratori e collaboratori coinvolti nella vita aziendale della società, anche tramite la massima condivisione e trasparenza di informazioni e comunicazioni, l'istituzione di riunioni periodiche per favorire il commitment, il team building e il senso di appartenenza all'azienda.
- Huky può avviare forme di collaborazione con scuole e università per ospi-

tare stage nel quadro dell'alternanza scuola-lavoro, per favorire la maturazione di esperienze lavorative da parte di studenti, neo laureati e laureandi.

- Huky può inoltre attuare politiche di partecipazione a progetti formativi o di altra natura e/o eventi in materia di imprenditoria femminile, CSR e welfare aziendale, anche in collaborazione con altre aziende; sostegno, sponsorizzazione e organizzazione di iniziative ed eventi culturali sul territorio in tema innovazione, imprenditorialità, inclusione e diversità, formazione STEM, riqualificazione professionale.

Nel perseguimento del proprio oggetto sociale e nel rispetto dei principi che ispirano i propri obiettivi, Huky crea, sostiene e sviluppa progetti e partnership con entità nazionali o straniere, pubbliche o private.

LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO SULLE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

Lo standard di valutazione esterno: Benefit Impact Assessment

Lo strumento di valutazione Benefit Impact Assessment è utilizzato da oltre 150.000 aziende in tutto il mondo, tra cui oltre 4000 B Corp certificate e aiuta le aziende a valutare il proprio impatto su vari stakeholder, compresi i loro lavoratori, la comunità, i clienti e l'ambiente.

Questo management tool rende visibile un valore immateriale di estrema importanza: il Benefit.

Attraverso un intenso e penetrante processo di valutazione che evidenzia le aree di possibile miglioramento, valuta il modello di business dell'azienda rispetto alla capacità di intervenire positivamente rispetto alle maggiori sfide ambientali o sociali oltre a misurare l'impatto dei servizi offerti.

Il processo di valutazione, compiuto a chiusura dei primi mesi di attività, ha permesso alla Società di capire come impostare e migliorare il proprio modello di business affinché esso risulti coerente alla creazione di valore a cui mira la Società.

La valutazione finale può assumere un valore da 0 a 200 e indica un processo



Questo management tool, utilizzato da oltre 50.000 aziende in tutto il mondo, tra cui oltre 3.000 B Corp certificate, aiuta le aziende a valutare il proprio impatto su vari stakeholder, compresi i loro lavoratori, la comunità, i clienti e l'ambiente.

| | | | |
|----------------------------|------|-----------------|------|
| PUNTEGGIO GENERALE | 87.6 | COMPLETAMENTO | 100% |
| PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI | 41.7 | PUNTEGGIO IBM | 34.2 |
| | | N / A PUNTEGGIO | 11.5 |

Aree di impatto

| | | |
|--|---|---|
|  <p>AREA D'IMPATTO Governance</p> <p>PUNTEGGIO 17.5</p> <p>Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.</p> <p>DOMANDE RISPOSTE 21/21</p> |  <p>AREA D'IMPATTO Lavoratori</p> <p>PUNTEGGIO 13.9</p> <p>Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.</p> <p>DOMANDE RISPOSTE 34/34</p> |  <p>AREA D'IMPATTO Comunità</p> <p>PUNTEGGIO 22.8</p> <p>Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.</p> <p>DOMANDE RISPOSTE 30/30</p> |
|  <p>AREA D'IMPATTO Ambiente</p> <p>PUNTEGGIO 5.8</p> <p>Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.</p> <p>DOMANDE RISPOSTE 15/15</p> |  <p>AREA D'IMPATTO Clienti</p> <p>PUNTEGGIO 27.5</p> <p>Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.</p> <p>DOMANDE RISPOSTE 62/62</p> |  <p>AREA D'IMPATTO Questionario sulla trasparenza</p> <p>PUNTEGGIO 0.0</p> <p>Identificare eventuali settori, pratiche, risultati o multe / sanzioni potenzialmente sensibili della propria azienda che non siano esplicitamente indicati nel resto dell'assessment.</p> <p>DOMANDE RISPOSTE 51/51</p> |

virtuoso a partire dagli 80 punti. Ogni realtà organizzativa che raggiunga fino a 79 punti deve ancora mettere a punto dei processi e dei sistemi che portino al cambio di paradigma che comunque una volta raggiunto è oggetto costante di miglioramento ed evoluzione.

Il modello della Governance

L'area di Impatto "Governance" valuta la missione generale dell'azienda, etica, responsabilità e trasparenza per argomenti come l'integrazione di obiettivi sociali e ambientali nella valutazione di performance dei lavoratori, reporting degli impatti e trasparenza, coinvolgimento degli stakeholder tra altri.

Huky ha ottenuto un punteggio di 17.5 punti, laddove la media Paese è 7.8, del settore è 8.1 e delle aziende delle stesse dimensioni 8.3. Per la Mission e Impegno, Huky ha un punteggio di 3.9, laddove la media Paese è 1.9, del settore è 1.9 e delle aziende delle stesse dimensioni 2.3. Il miglioramento in questa area rispetto alla valutazione dell'esercizio 2020 è pari a +3.1 punti complessivi.

Per il 2022 la Società si impegna a migliorare ulteriormente la Mission, anche coinvolgendo gli stakeholder in questo processo di auto definizione programmatica.

La qualità della relazione con i dipendenti e collaboratori

L'area di impatto Lavoratori valuta come l'azienda contribuisce al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

Huky ha ottenuto un punteggio di 13.9 punti, laddove la media Paese è di 18, di settore 22.0, di dimensioni 19.4 punti.

Nell'esercizio 2021 Huky non ha dipendenti, ma si avvale di collaboratori, di cui 3 donne (inclusa la socia unica) e due uomini.

Il miglioramento in questa area rispetto alla valutazione dell'esercizio 2020 è pari a +1.2 punti complessivi.

Per il 2022 la Società si impegna a realizzare maggiori opportunità di crescita personale e professionale, migliorare la qualità dell'ambiente di lavoro e la comunicazione interna.

Il radicamento nella comunità

Quest'area di impatto valuta come l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.

Huky ha ottenuto un punteggio di 22.8, con una media Paese di 12.7, di settore di 14.8 e di dimensioni di 15.6.

Questo punteggio è dovuto alle attività di formazione pro bono e mentoring pro bono che la società svolge verso donne e giovani, in particolare con attività svolte con:

- Università Bicocca (percorso di formazione online SheStart rivolto a studentesse su imprenditorialità)
- Attività di mentoring rivolto a donne imprenditrici (La carica delle 101)
- Attività nel comitato scientifico di ANGI – Associazione Nazionale Giovani Innovatori
- Attività di supporto a studenti e studentesse universitari in fase di elaborazione di tesi di laurea (interviste e contributi in tema innovazione e imprenditorialità).
- Webinar gratuiti su finanziamenti agevolati dedicati a particolari categorie di persone (donne imprenditrici e donne disoccupate, di qualsiasi età).
- Partecipazione ad eventi su imprenditorialità femminile in qualità di membro fondatore di European Women in VC, una community europea di donne

che promuove la presenza femminile nei fondi di venture capital.

Per il 2022 la Società sta realizzando programmi di formazione imprenditoriale mirata a donne che desiderano avviare un'attività imprenditoriale. Questa iniziativa è nata come conseguenza degli effetti negativi sull'occupazione femminile che ha avuto la pandemia e per rispondere concretamente al divario di genere esistente nel mondo del lavoro e imprenditoriale.

La tutela dell'ambiente

Quest'area di impatto valuta come l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale.

Huky ha ottenuto un punteggio di 5.8, laddove la media Paese è di 4.5, di settore 4.2, di dimensioni 4.6.

Nel 2021 Huky ha svolto le sue attività prevalentemente in modalità da remoto, integrando in modo digitale, senza utilizzare carta e azzerando gli spostamenti dei collaboratori e dei clienti.

Il miglioramento in questa area rispetto al 2020 è stato di +1.5 punti.

Inoltre tutto il materiale stampato di Huky è realizzato su carta riciclata.

Per il 2022 la Società si impegna a tutelare e sensibilizzare le sue persone e gli stakeholders su tematiche di salvaguardia ambientale, anche - laddove possibile - con partnership strategiche con società che, come mission, preservano l'ambient.

Il valore per i clienti

Quest'area di impatto valuta come l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

Huky ha ottenuto un punteggio di 27.5 punti, laddove la media Paese è di 38.3, di settore di 38.3 e di dimensioni di 42.1.

Il miglioramento in quest'area rispetto all'esercizio 2020 è pari a + 9.8 punti.

Per il 2022 la Società si impegna a progettare ed a erogare percorso di formazione dedicati al pubblico femminile con lo scopo di sviluppare competenze imprenditoriali.

**Ci piace
prenderci cura
degli altri**





OBIETTIVI PER IL 2022

L'esercizio 2021 è stato il primo vero esercizio per Huky, costituitasi nell'agosto 2020. È stato raggiunto e superato un importante traguardo benefit, il punteggio 80 del Benefit Impact Assessment, che rappresenta il punteggio minimo per poter certificarsi come B Corp. In poco più di un esercizio, Huky ha raggiunto il punteggio complessivo di 87.6, con un miglioramento rispetto all'esercizio scorso di 16.1 punti.

Questo significa che Huky può considerarsi un'organizzazione "rigenerativa", secondo i migliori standard internazionali.

Huky alla luce di questa valutazione intende perseguire ambiziosi obiettivi per migliorare ulteriormente questo punteggio.

| Area di Impatto | Risultato 2020 | Obiettivo 2021 | Risultato 2021 | Obiettivo 2022 | Azioni chiave |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--|
| Governance | 14.4 | 16.5 | 17.5 | 18.5 | Rifinitura della mission aziendale. Coinvolgimento degli stakeholders. |
| Lavoratori | 12.7 | 15.0 | 13.9 | 15.0 | Realizzare più opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro e comunicazione interna. |
| Comunità | 23.3 | 25.0 | 22.8 | 25.0 | Continue collaborazioni con associazioni no profit. Attività formative rivolte a donne. |
| Ambiente | 3.3 | 4.5 | 5.8 | 6.5 | Tutela e sensibilizzazione, partnership strategiche con società che preservano l'ambiente. |
| Clienti | 17.7 | 19.5 | 27.5 | 28.5 | Implementazione di servizi ad hoc per fasce e categorie svantaggiate (donne, NEET, giovani, ecc.). |

CONCLUSIONI

Signori Soci,

Vi invitiamo ad approvare la presente relazione redatta ai sensi dell'art. 1 c.382 della L. 208/2015 concernente il perseguimento del beneficio comune, che viene allegata al Bilancio dell'Esercizio 2021.

Milano 30 maggio 2022

L'Amministratrice Unica



Alessandra Lomonaco



Huky srl Società Benefit
Società unipersonale

P.IVA 11356240967

Via Borgonuovo, 9
20121 Milano (MI)
Italia

huky.it | scrivimi@huky.it

