Mast ICC SB s.r.l.
Via Enrico Dandolo, 14
34074 Monfalcone (Go)
Phone +39 392 3289631
C.F. e P.IVA 01181290311
REA 200611
info@mast.tech
info@pec.mast.tech
www.mast.tech

IMPRESA CULTURALE CREATIVA
SOCIETÀ BENEFIT

Relazione d'impatto 2017
Allegato al Bilancio d'Esercizio

Mast ICC SB srl
Responsabile d'impatto: Marco Arrigoni

Introduzione

Mast ICC SB srl (Mast) è un'Impresa Culturale Creativa, start-up a vocazione sociale – Società Benefit, costituita il 27 gennaio 2017. I soci fondatori ed attuali amministratori, sono Marco Arrigoni e Stefano Bonezzi. Dopo l'entusiasmante esperienza collaborativa nel gruppo dirigente dell'Associazione Culturale Sei di Monfalcone se…, Marco e Stefano hanno deciso di mettere la loro esperienza a capo di una nuova iniziativa imprenditoriale, quale è Mast. Le motivazioni che hanno spinto Marco e Stefano alla costituzione della Mast sono le stesse che li hanno uniti negli intenti dell'Associazione, quali: ***promozione del territorio, cultura del territorio, e spirito filantropico***, che si riflette nella caratteristica e definizione di Società Benefit.
Mast, è un'impresa di comunicazione e marketing per la promozione e valorizzazione delle Imprese/Associazioni/Enti del Territorio. Questa attività la fa attraverso cinque asset:

1. Organizzazione di Eventi;
2. Promotion;
3. Graphic e web design;
4. Editoria;
5. Workshop e Convegni.

Nel corso del 2017, sono state apportate alcune sostanziali modifiche al progetto di start-up, indicato a statuto: *"Messa in rete delle Associazioni di volontariato*". A seguito della kermesse De gusto, abbiamo indirizzato la nostra azione strategica e progettuale, verso la realizzazione di una *"Piattaforma web proattiva denominata De gusto"*, dedicata al mondo del turismo enogastronomico. Il progetto nasce dalla volontà di mettere in rete e valorizzare le micro-aziende agroalimentari a filiera corta, della Regione Friuli Venezia Giulia, i loro prodotti e le bellezze naturalistiche oltre che artistiche del Territorio con la creazione di itinerari del gusto.
La società ha nominato Marco Arrigoni "responsabile per l'impatto", con il compito di valutare la coerenza e l'idoneità delle procedure aziendali rispetto al raggiungimento degli obiettivi sociali.
Le Società Benefit sono un nuovo tipo di società, un nuovo modello di business, che utilizza la potenza del business per risolvere i problemi sociali e ambientali, e sono conformi agli standard più elevati di performance sociale e ambientale, trasparenza e responsabilità.
Questi standard misurano l'impatto di una società per tutti i suoi stakeholder attori/ protagonisti e sinergie che ne hanno origine (ad esempio i fornitori, la comunità e l'ambiente, i dipendenti). A differenza delle tradizionali aziende le Società Benefit sono tenute a prendere in considerazione l'impatto delle loro decisioni non solo sui loro azionisti, ma su tutte le parti.
Mast quale Società Benefit crede che, la promozione del territorio evidenziando tutte le sue peculiarità d'eccellenza e l'uso consapevole e rispettoso dell'ambiente, saranno il nuovo modello di business in grado di fare la differenza nel mondo degli affari del futuro.
Mast in quanto Società Benefit ambisce ad essere non solo la migliore Azienda nel suo settore *nella* propria comunità, ma la migliore Azienda nel suo settore, *per* la propria comunità.

Obiettivi di *beneficio comune* indicati a statuto

In qualità di Società Benefit, **Mast** intende inoltre perseguire, in aggiunta al suo oggetto sociale primario, una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di

persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse. In particolare, la società persegue le specifiche finalità di beneficio comune di seguito descritte:

1. Svolge attività di beneficio comune facendo interagire cultura, enogastronomia e turismo responsabile/sociale mettendole a disposizione della comunità.
2. Nel rispetto dell'ambiente, **Mast** volge massima attenzione all'utilizzo di materiali ecocompatibili e mantiene rapporti di fornitura, preferibilmente con Aziende del territorio.
3. **Mast** sostiene iniziative filantropiche nei confronti di Associazioni Onlus del proprio territorio.
4. Impatto Generale: Responsabilità, Sostenibilità e Trasparenza

In qualità di Società Benefit utilizziamo il ***"GRI Reporting Framework"*** per rendicontare la performance economica, ambientale e sociale.

Impatto 2017: risultati ed iniziative

In qualità di Società Benefit, **Mast** ha operato nel perseguire le finalità indicate a statuto con iniziative specifiche dedicate al miglioramento dell'impatto aziendale in 3 aree principali:

1. **Clienti e Fornitori**
2. **Comunità**
3. **Governance**

Nel corso dell'anno 2017, sono state svolte le seguenti attività:

Attività per servizi:

- *Calendario 2018 – Associazione La Cuccia di Monfalcone Onlus;*
- *Hannibal Village – Campionato Italiano di Vela ORC 2017;*
- *De gusto – Fiera dell'Artigianato Gastronomico del Territorio;*
- *Il Mese delle Sorprese – Campagna promozionale CCN (Centro Commerciale Naturale di Gradisca d'Isonzo).*

Attività interne progettuali a lungo termine:

- *De gusto – Piattaforma web.*

1. Iniziative per il miglioramento dei rapporti tra Clienti e Fornitori

Nel primo anno di vita dell'Azienda, **Mast** ha concluso contratti di lavoro prevalentemente con Clienti quali: Associazioni/Enti ed Aziende del Territorio:

Ha stretto rapporti di fornitura cercando di valorizzare le Aziende del proprio territorio:

La progettazione e la realizzazione della modulistica per il monitoraggio sulla qualità dei servizi offerti e per la ricerca dei fornitori in base alle qualità d'impatto, saranno redati entro l'anno 2018.
Nel corso del 2017, **Mast** ha redatto un documento (allegato 1A - 1B) per la verifica dell'apprezzamento dell'iniziativa "De gusto – Fiera dell'Artigianato Gastronomico del Territorio", che è stato presentato ai Clienti (espositori), dal quale sono stati raccolti alcuni dati (allegato 2).:

2. Iniziative per il raggiungimento dell'obiettivo di miglioramento dell'impatto sociale sulla Comunità.

Nell'arco dell'anno 2017, **Mast** ha instaurato e cercato di consolidare relazioni con vari Enti/Associazioni del Territorio, sia pubbliche che private.

- Collaborazione con l'**Eco Museo dei Territori**, organo scientifico del **Consorzio Culturale Monfalconese** per la realizzazione di due mostre in occasione della manifestazione De gusto 2017, basi per una possibile Convenzione/Accordo per future collaborazioni in ambito culturale.
- Collaborazione con il Comune di Ronchi dei Legionari per la Manifestazione De gusto 2017, in occasione della quale, si sono mantenuti aperti i due Musei Comunali, con l'organizzazione di visite gratuite, basi per un possibile accordo d'interesse pubblico privato al fine di far crescere la manifestazione stessa, nell'ambito del Comune di Ronchi dei Legionari rendendola il polo dei Sapori e Saperi FVG.
- Collaborazione con l'ISIS Brignoli-Enaudi-Marconi Istituto Agrario, per la realizzazione di alcuni workshop in occasione della manifestazione De gusto 2017.
- Collaborazione con l'Associazione di Promozione Sociale Sei di Monfalcone se… per la realizzazione della manifestazione De gusto 2017.

- Collaborazione con l'Associazione Agrimercato di Trieste e Gorizia e con Campagna Amica in occasione della manifestazione De gusto 2017, al fine di valorizzare i prodotti tipici locali a filiera corta, basi per un possibile accordo sulla collaborazione sul progetto *De gusto - piattaforma web*.
- Collaborazione con la Confartigianato Imprese Isontine, in occasione della manifestazione De gusto 2017.
- Collaborazione con l'ente Turismo FVG e la Strada del Vino e dei Sapori in occasione della manifestazione De gusto 2017.
- Collaborazione con l'Associazione Sportiva Yatch Club Hannibal, per la realizzazione dell'Hannibal Village, in occasione dei Campionati Italiani di vela ORC.
- Collaborazione con il Comune di Gradisca d'Isonzo e con l'Associazione Centro Commerciale Naturale di Gradisca d'Isonzo per la realizzazione della Promozione: Il Mese delle Sorprese.
- Collaborazione con l'Associazione A.B.C. Burlo Onlus di Trieste, al fine di raccogliere fondi per il progetto Casa Famiglia: Ristrutturazione di un appartamento messo a disposizione dei genitori non residenti a Trieste, durante il ricovero dei propri figli.

In ambito benefico, importanti sono state alcune iniziative in occasione di tre attività:
Hannibal Village:
- *Realizzata una lotteria all'interno del villaggio, raccolti e donati direttamente da Mast ICC SB, Euro 324,00 all'A.B.C. Burlo Onlus;*

De gusto 2017:
- *Realizzata una lotteria all'interno del villaggio, raccolti e donati direttamente da Mast ICC SB, Euro 700,00 all'A.B.C. Burlo Onlus.*

Il Mese delle Sorprese:
- *Organizzata una raccolta fondi attraverso le Christmas Card messe a disposizione da parte dell'Associazione Centro Commerciale Naturale di Gradisca. Raccolti Euro 600,00 che saranno donati nell'arco del 2018, dall'Associazione CCN all'Istituto Comprensivo ISTITUTO COMPRENSIVO "F. U. DELLA TORRE".*

3. Iniziative che hanno migliorato l'impatto sulla Governance:

Nel corso del 2017 la Governance ha lavorato in perfetta sintonia, dedicandosi principalmente all'azione di consolidamento della struttura aziendale intesa come Model Business da perseguire.
Importanza è stata data all'impostazione della strategia aziendale in merito al comportamento etico della Governance, centrandola sulla necessità di stilare un documento che veda coinvolti gli Amministratori, i nuovi Soci, i collaboratori interni ed esterni e le eventuali maestranze, in grado di delineare e rendere trasparente l'azione della Società Benefit al raggiungimento dello scopo sociale.

Conclusioni

Il percorso attuato dalla **Mas**t, risulta centrato verso il raggiungimento degli scopi sociali descritti nello statuto.
Il 2017 è stato un anno di test e verifica delle procedure e regole da mettere in campo per gli anni futuri.
Come prima Società Benefit del Friuli Venezia Giulia, **Mast** nel corso dell'anno 2017 ha cercato di far conoscere questo nuovo tipo di Società attraverso i propri canali: sito web, pagine e profili social, al fine di sensibilizzare le realtà del territorio a comprendere l'idea di fondo che ha dato vita alla **Mast,** quale Società Benefit, con la speranza di vederne nascere altre.
Nell'analizzare i dati fin qui ricavati, abbiamo riscontrato nella comunità in cui operiamo, una notevole sensibilità verso temi sociali e di tutela ambientale i quali ci spingono al miglioramento continuo dell'impatto sociale, impostando ancora più incisive azioni verso questa direttrice.

Obiettivi 2018

Nel 2018 le azioni da implementare saranno le seguenti:
1. *Ambiente*
   - ✓ Inserimento nel progetto De gusto – Fiera dell'Artigianato Gastronomico del Territorio di iniziative volte alla tutela dell'ambiente:
   - ✓ Area iniziativa: Area predisposta per la raccolta differenziata dei rifiuti, uso di contenitori differenziati adeguati.
   - ✓ Somministrazione di cibi e bevande: uso di contenitori, recipienti, piatti, posate, bicchieri riciclabili (Bio).

2. *Collaboratori esterni e fornitori*
   - ✓ Creazione di un documento di valutazione dell'impatto sociale, in riferimento al rapporto di collaborazione inteso a migliorare gli aspetti etici per una migliore attività di collaborazione lavorativa.
   - ✓ Inserire nel processo valutativo il feedback da parte dei collaboratori e la manifestazione di soddisfazione o impegno (satisfied/engaged).
   - ✓ Aumentare le collaborazioni con aziende fornitrici del territorio.
3. *Clienti*
   - ✓ Adottare azioni di raccolta fondi da parte della **Mast** per devolverli ad Associazioni/Enti impegnati in progetti di natura sociale: destinare il 5% del ricavato, in trasparenza inserendolo già nei costi di preventivazione. Es. adottare dicitura: (Il 5% sul ricavato della presente, sarà devoluto in beneficenza ad un'Associazione/Ente di Volontariato. (La **Mast** ICC SB srl si riserverà di indicare al beneficiario, anche il nome dell'Azienda intestataria della presente offerta).
4. *Comunità*
   - ✓ Chiudere un accordo di collaborazione continuativa con l'Associazione A.B.C. Burlo Onlus, al fine di individuare un progetto e concentrare le sinergie al raggiungimento degli obiettivi prefissati.
   - ✓ Aumentare lo spazio dedicato a progetti sociali e di valorizzazione dell'ambiente nel proprio sito web, al fine di sensibilizzare a questi temi le realtà economiche e sociali del territorio.
   - ✓ Iniziare un percorso di valorizzazione del brand De gusto attraverso il coinvolgimento di Aziende legate al *commercio equo e solidale*
5. *Governance*
   - ✓ Raggiungimento dell'obiettivo previsto nel corso del 2017, in riferimento alla realizzazione di un documento etico di comportamento sociale e amministrativo di tutta la Governance.

Mast ICC SB srl
Responsabile d'impatto
Marco Arrigoni

ALLEGATO - 1A

Mast ICC SB s.r.l.
Via Enrico Dandolo, 14
34074 Monfalcone (Go)
Phone +39 392 3289631
C.F. e P.IVA 01181290311
REA 200611
info@mast.tech
info@pec.mast.tech
www.mast.tech

mast
IMPRESA CULTURALE CREATIVA
SOCIETÀ BENEFIT

De gusto 2017 MADE IN ITALY
Friuli Venezia Giulia

QUESTIONARIO DI GRADIMENTO ESPOSITORI

1. Come valuta nel complesso l'organizzazione di De Gusto 2017
   - ○ Non soddisfacente (valore da 0 a 5)
   - ○ Soddisfacente (valore da 6 a 7)
   - ○ Molto buono (valore da 8 a 9)
   - ○ Ottimo (valore 10)
2. Come valuta l'ospitalità di De Gusto 2017?
   - ○ Non soddisfacente (valore da 0 a 5)
   - ○ Soddisfacente (valore da 6 a 7)
   - ○ Molto buono (valore da 8 a 9)
   - ○ Ottimo (valore 10)
3. Come valuta nel complesso la comunicazione tra l'Organizzazione e la Sua Azienda
   - ○ Non soddisfacente (valore da 0 a 5)
   - ○ Soddisfacente (valore da 6 a 7)
   - ○ Molto buono (valore da 8 a 9)
   - ○ Ottimo (valore 10)
4. Come valuta il *brand* "De Gusto" inteso come evento unico che promuove le eccellenze agroalimentari del nostro territorio, corredato da *workshop*, giochi per bambini, mostre, degustazioni, ecc…
   - ○ Non soddisfacente (valore da 0 a 5)
   - ○ Soddisfacente (valore da 6 a 7)
   - ○ Molto buono (valore da 8 a 9)
   - ○ Ottimo (valore 10)

5. De Gusto presta una particolare attenzione alla genuinità dei prodotti, all'eco-sostenibilità, al turismo responsabile e alla beneficienza; Lei quanto si sente sensibile e attento/attenta

- ○ Non sensibile attento/attenta
- ○ Sensibile attento/attenta
- ○ Molto sensibile attento/attenta
- ○ Sono promotore/promotrice di attività, progetti, eventi a sostegno di questi temi

6. Come valuta la *location* "Tenuta Blasig"

- ○ Non soddisfacente (valore da 0 a 5)
- ○ Soddisfacente (valore da 6 a 7)
- ○ Molto buono (valore da 8 a 9)
- ○ Ottimo (valore 10)

7. Come valuta nel complesso il programma d'intrattenimento proposto per le due giornate dell'evento

- ○ Non soddisfacente (valore da 0 a 5)
- ○ Soddisfacente (valore da 6 a 7)
- ○ Molto buono (valore da 8 a 9)
- ○ Ottimo (valore 10)

8. Cosa Le è piaciuto di più o di meno del programma d'intrattenimento?

_____

_____

_____

_____

9. La partecipazione a De Gusto 2017 ha soddisfatto le Sue aspettative?

○ SI, _____
perché _____

○ NO, _____
perché _____

10. Consiglierebbe ad un amico De Gusto 2018?

○ SI

○ NO, _____
perché _____

ALLEGATO - 2

Reporting dati: *modulo di gradimento espositori.*

QUESTIONARIO DI GRADIMENTO ESPOSITORI- De gusto 2017																							
Domande		Schede di valutazione																		Totali	Media Voto	Altre	Non
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Voti	**7,9**	valutaz.	valutato
1. Come valuta nel complesso l'organizzazione di De Gusto 2017																							
Non soddisfacente	(valore 5)										5												
Soddisfacente	(valore 7)						7							7						134	8,4		
Molto buono	(valore 9)	9	8		9	9		9	8	9		9			8		9	9	9				
Ottimo	(valore 10)			10																			
Non valutato													1			1							2
2. Come valuta l'ospitalità di De Gusto 2017?																							
Non soddisfacente	(valore 5)										5												
Soddisfacente	(valore 7)		7				6							7						133	8,3		
Molto buono	(valore 9)	8			9			9		8		9			9		8	9	9				
Ottimo	(valore 10)			10		10			10														
Non valutato													1			1							2
3. Come valuta nel complesso la comunicazione tra l'Organizzazione e la Sua Azienda																							
Non soddisfacente	(valore da 0 a 5)										5												
Soddisfacente	(valore da 6 a 7)	7					7			6				7	7		6			122	7,6		
Molto buono	(valore da 8 a 9)				9			9				9											
Ottimo	(valore 10)		10	10		10			10										10				
Non valutato													1			1		1					3
4. Come valuta il brand "De Gusto" inteso come evento unico che promuove le eccellenze agroalimentari del nostro territorio, corredato da workshop, giochi per bambini, mostre, degustazioni, ecc…																							
Non soddisfacente	(valore da 0 a 5)										5												
Soddisfacente	(valore da 6 a 7)					7												7		119	7,4		
Molto buono	(valore da 8 a 9)	9	8		9		9	9		8		9							9				
Ottimo	(valore 10)			10					10						10								
Non valutato													1	1		1	1						4
5. De Gusto presta una particolare attenzione alla genuinità dei prodotti, all'eco-sostenibilità, al turismo responsabile e alla beneficienza; Lei quanto si sente																							
Non sensibile attento/attenta																						0	
Sensibile attento/attenta			1														1					2	
Molto sensibile attento/attenta					1	1		1	1						1			1	1			7	
Sono promotore/promotrice di attività, progetti, eventi a sostegno di questi temi		1		1			1			1		1										5	
Non valutato											1		1	1		1						4	
6. Come valuta la location "Tenuta Blasig"																							
Non soddisfacente	(valore da 0 a 5)										5												
Soddisfacente	(valore da 6 a 7)													7						136	8,5		
Molto buono	(valore da 8 a 9)	9	8			9	9	9															
Ottimo	(valore 10)			10	10				10	10		10			10			10	10				
Non valutato													1			1	1						3
7. Come valuta nel complesso il programma d'intrattenimento proposto per le due giornate dell'evento																							
Non soddisfacente	(valore da 0 a 5)										5												
Soddisfacente	(valore da 6 a 7)	7						6	7					6	7		6		7	113	7,1		
Molto buono	(valore da 8 a 9)		9	9	9	8	9			9		9											
Ottimo	(valore 10)																						
Non valutato													1			1							2
8. Cosa Le è piaciuto di più o di meno del programma d'intrattenimento?																							
Testo		Vedi ogni singola scheda																					
9. La partecipazione a De Gusto 2017 ha soddisfatto le Sue aspettative?																							
SI, perché				1		1		1	1	1		1			1		1		1				9
NO, perché		1	1		1		1				1							1					6
Non valutato													1	1		1							3
10. Consiglierebbe ad un amico De Gusto 2018?																							
SI			1	1	1	1	1	1	1	1		1			1		1	1	1				13
NO, perché		1									1												2
Non valutato													1	1		1							3