



Certificazione



Corporation

BILANCIO SOCIALE 2025

4Stars s. non-binario [da 4 in inglese <four> = quattro, in assonanza a <for> = per e Stars dal termine inglese <stelle> nel significato di <per persone di valore etico e morale> e <4 stelle> nell'accezione di un servizio dalle alte prestazioni qualitative] - **social** aggettivo qualif. [da <social> in inglese = sociale, nel significato <che riguarda la società umana, che ha attinenza con la vita dell'uomo in quanto partecipe di una comunità>]. **FourStars Social: Impresa Sociale** che da oltre 20 anni si impegna a fornire servizi di alto livello, ad aziende clienti e candidati. Ha fatto della consulenza il proprio fiore all'occhiello. Continua a investire su digitalizzazione e innovazione per snellire il più possibile le procedure e perfezionare i flussi di lavoro. Tutto ciò in un'ottica di risparmio di tempo e risorse, che viaggia di pari passo con i valori aziendali volti alla sostenibilità ambientale, al rispetto della persona e all'impegno sociale. Si è misurata per ottenere la Certificazione B Corp, al fine di contribuire alla diffusione di una nuova cultura aziendale, che possa generare benessere per la comunità e il pianeta, utilizzando il business come forza positiva.

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Carissimi, il Bilancio Sociale è un documento che risponde all'esigenza, sempre più attuale, di valutare l'impresa sociale non tanto in relazione all'insieme di fattori finalizzati ai risultati imprenditoriali, già valutati per altro sotto l'aspetto economico con il Bilancio d'esercizio, ma soprattutto in relazione al ruolo e ai compiti che essa svolge nell'ambiente in cui opera.

Prescindendo quindi dall'obbligatorietà giuridica, il Bilancio Sociale è uno strumento di rendicontazione 'narrata' che ci consente di realizzare una strategia di comunicazione diffusa e trasparente, in grado di perseguire il consenso e la legittimazione sociale di ciò che facciamo, premessa per il raggiungimento di qualunque altro obiettivo, compresi quelli di tipo reddituale e competitivo.

Tutti, grazie anche alla lettura del Bilancio Sociale, dovrebbero essere in grado di promuovere e divulgare il "fare impresa" specifico della nostra società e la nostra mission, senza la quale non esisteremmo: essere un ambiente di lavoro idoneo a promuovere percorsi di formazione on the job, per colmare il gap tra mondo della formazione e mondo del lavoro, contribuendo così alla lotta contro la disoccupazione.

Per perseguire coerentemente questo obiettivo l'impresa sociale dà molta importanza alla qualità delle relazioni interne ed esterne, attraverso la valutazione individuale delle difficoltà e la condivisione del percorso, in coerenza con l'aggravarsi della complessità del quadro economico e sociale, nonché con l'irrompere dell'AI.

Naturale evoluzione della nostra attenzione alla sostenibilità socio-ambientale è la certificazione B-Corp, non come punto di arrivo ma come percorso preguo di stimoli per l'ulteriore approfondimento, diffusione e narrazione del nostro impegno, per portarsi a modello positivo per stakeholders interni ed esterni. Le relazioni con questi ultimi vengono interpretate ancora e sempre più come veicolo di espressione di un chiaro paradigma rigenerativo, in netta opposizione a diffusi paradigmi estrattivi. Con grande attenzione ad un approccio concreto e fattuale, in contrapposizione ad una vuota narrazione autocelebrativa.

La rendicontazione sociale è o dovrebbe essere, innanzitutto, una postura organizzativa, una sensibilità diffusa ai vari livelli di governance e di gestione dell'ente che si traduce in consapevolezza dell'importanza di dovere misurare, descrivere, comunicare e valutare i processi, i progetti e gli investimenti che vengono realizzati. In questa specifica fase storica, la rendicontazione dovrebbe assolvere, inoltre, a un altro compito: testimoniare in modo serio e rigoroso dell'effettiva capacità di generare valore di natura culturale, sociale, educativa, civica, relazionale, esperienziale ed economica.

Anche in questo contesto economico e sociale dagli scenari nazionali e internazionali molto critici, la coerenza della mission di FourStars si è basata su due valori cardine, a favore dei principali stakeholder. Da un lato, sostenere le aziende nella gestione dell'instabilità di mercato, attraverso una consulenza anche normativa sempre più puntuale nonché una forte digitalizzazione; dall'altro, sostenere gli inoccupati e i disoccupati nella ricerca attiva del lavoro, con una lotta ancor più vigorosa alla disoccupazione. Infine, un'attenzione sempre particolare è rivolta ai dipendenti di FourStars, approfondendo i massimi sforzi per il mantenimento ed il consolidamento del team, la cura del work life balance e l'attenzione al benessere della persona.

Da questo documento emergono alcune importanti indicazioni per il futuro, di cui l'impresa sociale farà tesoro per migliorare, tenendo conto dei costanti aggiornamenti normativi a cui dovremo adempiere per continuare ad essere un punto di riferimento nel mercato del lavoro.

Buona lettura!

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Chiara Grosso



FourStars Social I.S. S.r.l.

Sommario

| | |
|---|-----------|
| SOMMARIO | 3 |
| 1. NOTA METODOLOGICA | 5 |
| 1.1 OBIETTIVI DEL DOCUMENTO | 5 |
| 1.2 PROCESSO DI REDAZIONE | 5 |
| 1.3 CHIAVE DI LETTURA | 5 |
| 1.4 LA SFIDA | 6 |
| 1.5 STANDARD DI RENDICONTAZIONE | 7 |
| 1.6 METODI DI RENDICONTAZIONE | 7 |
| 1.7 TEAM ED AZIONI | 8 |
| 1.8 APPROVAZIONE E PUBBLICAZIONE | 8 |
| 1.9 RIFERIMENTI NORMATIVI E REFERENZE | 8 |
| 2. INFORMAZIONI GENERALI | 9 |
| 2.1 STORIA DI FOURSTARS DAI PRIMI PASSI AD OGGI | 9 |
| 2.2 MISSION | 15 |
| 2.3 CONTESTO SOCIO-ECONOMICO | 16 |
| 2.4 STAKEHOLDER | 20 |
| 2.5 RIFORMA DEL TERZO SETTORE E ADEMPIMENTI NORMATIVI | 21 |
| 2.6 CORE AZIENDALE E SUE DECLINAZIONI | 23 |
| 2.7 QUALITÀ E ACCREDITAMENTI | 29 |
| 2.8 PRASSI OPERATIVA | 30 |
| 3. STRUTTURA, GOVERNANCE ED AMMINISTRAZIONE | 31 |
| 3.1 GOVERNANCE E COMPAGINE SOCIALE | 31 |
| 3.2 ORGANO DI CONTROLLO | 31 |
| 3.3 ORGANO DI VIGILANZA | 32 |
| 3.4 CDA | 32 |
| 3.5 L'ASSEMBLEA DEI LAVORATORI | 33 |
| 3.6 WHISTLEBLOWING | 35 |
| 4. UNO SGUARDO SUL PERSONALE | 36 |
| 4.1 IL PERSONALE | 36 |
| 4.2 CONDIVISIONE E FORMAZIONE | 37 |
| 4.3 CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI | 37 |
| 4.4 MODALITÀ DI LAVORO | 38 |
| 4.5 LUOGO DI LAVORO | 39 |
| 4.6 CICLO AZIENDALE RISORSE UMANE | 40 |
| 4.7 FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO | 41 |
| 4.8 DALL'ECOSOSTENIBILITÀ AL WELFARE | 42 |

| | |
|---|-----------|
| 4.9 LA SCELTA DI UN IMPEGNO CONCRETO: LA CERTIFICAZIONE B CORP | 46 |
| 5. OBIETTIVI ED ATTIVITÀ | 49 |
| 5.1 SINTESI DEGLI OBIETTIVI | 49 |
| 5.2 STRUMENTI DI MISURAZIONE | 50 |
| 5.3 ANALISI DI MATERIALITÀ E VALUTAZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE | 51 |
| 5.4 PROCESSO DI ANALISI | 51 |
| 5.5 STAKEHOLDER ENGAGEMENT | 52 |
| 5.6 LA MATRICE DI MATERIALITÀ | 52 |
| 5.6.1. LA RELAZIONE D'IMPATTO | 54 |
| 1. ETICA E VALORI | 54 |
| 2. MODELLO DI FUNZIONAMENTO, ORGANIZZAZIONE ED INNOVAZIONE | 55 |
| 3. USO E FUNZIONE DEGLI SPAZI | 55 |
| 4. VISIONE CULTURALE DEL LAVORO | 56 |
| 5. COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER | 57 |
| 6. GESTIONE ECONOMICA | 58 |
| 5.7 PROPOSTA CULTURALE ED ANALISI DELL'OUTCOME | 59 |
| 6. SITUAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA | 61 |
| 6.1 PERFORMANCE ECONOMICA | 61 |
| 6.2 SITUAZIONE PATRIMONIALE | 64 |
| 6.3 VALORE AGGIUNTIVO | 65 |
| 6.4 RISORSE FINANZIARIE E FISICHE IMPIEGATE | 66 |
| 6.5 MODELLI SPERIMENTALI | 66 |
| 7. ALTRE INFO | 67 |
| 7.1 DONAZIONI E IMPEGNO SOCIALE | 67 |
| 7.2 ATTIVITÀ DI BRANDING E COMUNICAZIONE | 69 |
| 8. MONITORAGGIO ORGANO DI CONTROLLO | 70 |
| 8.1 RELAZIONE DI CONFORMITÀ' DEL BILANCIO SOCIALE EX ART. 10, III CO., D.LGS. 112/2017 | 70 |

1. Nota Metodologica

1.1 OBIETTIVI DEL DOCUMENTO

Il Bilancio Sociale 2025 rappresenta lo strumento di rendicontazione e comunicazione delle attività svolte da FourStars Social I.S. S.r.l. (di seguito FourStars) durante l'anno. Attraverso i principi di rilevanza, trasparenza, completezza oltre che quanto stabilito dalla normativa sul terzo settore, il documento ha lo scopo di informare e comunicare agli stakeholder le principali azioni adottate e i risultati conseguiti, in riferimento agli obiettivi strategici. Il Bilancio Sociale deve essere visto non solo nella sua dimensione finale di atto, ma anche in una dimensione dinamica, come processo di crescita della capacità dell'ente di rendicontare le proprie attività da un punto di vista sociale attraverso il coinvolgimento di diversi attori ed interlocutori. In ultimo, rappresenta un punto di partenza per l'individuazione di aree di miglioramento e di sviluppo futuro.

1.2 PROCESSO DI REDAZIONE

Per raggiungere il risultato finale, il documento ha previsto un coinvolgimento trasversale di tutta la struttura aziendale, al fine di analizzare ogni processo in chiave olistica. Le informazioni sono il frutto di un'attenta raccolta dati, al fine di creare un "database sociale" in grado di monitorare progetti ed azioni in ogni ambito. A causa della continua evoluzione normativa e dell'attuale condizione socio-economica, alcuni obiettivi sono in continuo mutamento e ridefinizione. Learning by doing è il nodo centrale che guida e definisce tutto il processo. Giunti alla sesta pubblicazione del Bilancio Sociale, si è acquisito un certo livello di expertise tale per cui si ritengono maturi i tempi per produrre un documento che porti innovazione e consenta un'accelerazione verso metodologie progettuali e di lavoro favorevoli ad una concreta e soprattutto ponderata analisi di impatto sociale.

1.3 CHIAVE DI LETTURA

La narrazione vuole coinvolgere il lettore, cercando innanzitutto di far "parlare i numeri", senza scadere in una asettica rendicontazione di fine anno. Coadiuvando aspetti tecnici a contributi valoriali, attraverso la predisposizione di aree tematiche che analizzino le diverse dimensioni dell'assetto aziendale, si cercherà di far emergere, il più possibile, il carattere sociale dell'impresa volta alla valorizzazione del "bene comune". Non solo, quindi, un obbligo normativo, ma anche e soprattutto una cartina tornasole capace di:

- fornire a tutti gli stakeholder un quadro complessivo delle attività, della loro natura e dei risultati dell'ente;
- aprire un processo interattivo di comunicazione sociale;
- 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;
- esporre gli obiettivi di miglioramento;
- rappresentare il valore aggiunto creato nell'esercizio e la sua ripartizione.

1.4 LA SFIDA

Negli ultimi decenni, il concetto di responsabilità d'impresa ha subito una trasformazione significativa, evolvendo da una visione esclusivamente economica a un approccio più ampio e articolato. In passato, la prospettiva neoclassica della Shareholder Theory considerava l'impresa come una "scatola nera" il cui scopo primario era la massimizzazione del profitto nel breve periodo, focalizzandosi principalmente sugli interessi degli azionisti. Questo approccio ha guidato centinaia di manager fino ad oggi, producendo un'economia fortemente estrattiva e poco lungimirante. Già negli anni '90 John Elkington prova a rompere questo schema e propone un nuovo modello d'impresa, conosciuto come Triple Bottom Line o PPP (Planet, People, Profit), ridefinendo gli obiettivi che un'azienda dovrebbe porsi nella propria azione quotidiana. Primo tra tutti, il "Profitto", inteso non tanto come "utile di bilancio" quanto come la capacità dell'azienda di generare crescita economica costante nel tempo oltre che valore per i suoi stakeholder. Seguono le "Persone" o meglio l'impatto che l'azienda genera in una società (condizioni di lavoro, diritti/doveri e schema sociale) ed infine l'attenzione al "Pianeta" ponendo l'accento sull'impatto ambientale dell'azienda (utilizzo delle risorse naturali, la gestione di rifiuti e le emissioni di gas serra). Elkington riceve molte critiche, soprattutto dal mondo accademico, che considera il suo lavoro come una sorta di raccolta di valori poco spendibili nel mondo di Wall Street. Dopo la crisi bancaria del 2007 si assiste ad una vera e propria inversione di rotta e le idee di Elkington tornano a "fare rumore" tanto da ispirare la Commissione Europea nella redazione dell'Agenda 2030 e soprattutto, nella spinta alla nascita di un nuovo approccio che si prefigge l'obiettivo di creare un sistema di misurazione e monitoraggio dell'impatto che hanno le imprese nella società e nell'ecosistema. Si definisce così un moderno sistema di misurazione delle ormai note performance ESG (Environmental, Social e Governance) recepite anche dall'Italia con il decreto 254/2016 in merito all'obbligo di rendicontazione dei dati non finanziari per le aziende di maggiori dimensioni. Il decreto rappresenta il primo passo di un percorso che stravolge completamente la struttura dell'ecosistema imprenditoriale italiano, europeo e mondiale. Non a caso, nel 2017 si approva la riforma del Terzo Settore che battezza finalmente la nuova impresa sociale e soprattutto i principi che devono ispirare questo nuovo soggetto economico. Nasce qui l'obbligo di rendicontazione d'impatto attraverso lo strumento del Bilancio Sociale che vede FourStars raccogliere la sfida del legislatore nella narrazione del suo impegno. Sebbene il documento sia ad oggi completo e strutturato nelle sue parti, l'ulteriore traguardo che si vuole raggiungere è la standardizzazione del report di sostenibilità affrontando la complessità dei dati e la necessità di tradurli in indici verificabili e comparabili. Ad ulteriore conferma, verranno presi in esame alcuni obiettivi analizzati nella certificazione B Corp come segno di trasparenza ed efficacia.

1.5 STANDARD DI RENDICONTAZIONE

Il documento è stato realizzato secondo i principi stabiliti dalla normativa:

Rilevanza: vengono riportate solo le informazioni rilevanti per la comprensione del complesso aziendale o comunque che potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder;

Completezza: si identificano i principali stakeholder che influenzano e/o sono influenzati dall'organizzazione, considerando le azioni in ambito economico, sociale ed ambientale;

Trasparenza: viene reso chiaro il procedimento logico seguito per rilevare e classificare le informazioni;

Neutralità: le informazioni vengono esposte in maniera imparziale indipendentemente da interessi particolari e riguardano aspetti sia positivi che negativi della gestione, senza distorsioni volte al soddisfacimento dell'interesse degli amministratori o di portatori di interesse;

Competenza di periodo: anno di riferimento 2025;

Comparabilità: l'esposizione intende rendere possibile il confronto statistico sia a livello di indicatori sia in chiave spaziale nel corso del tempo;

Chiarezza: l'esposizione vuole assumere un lessico semplice e comprensibile anche ai non esperti;

Veridicità e verificabilità: i dati riportano le fonti e le considerazioni effettuate al fine della loro pubblicazione ed interpretazione;

Attendibilità: i dati sono riportati coerentemente con la realtà, senza sottostima di effetti negativi o sovrastima di elementi positivi;

Autonomia delle terze parti: ai soggetti terzi, incaricati di trattare specifici aspetti del bilancio o garantire qualità e formulare valutazioni o commenti a questi, sono garantite autonomia ed indipendenza di giudizio.

1.6 METODI DI RENDICONTAZIONE

L'approccio, la struttura ed i metodi di rendicontazione del Bilancio Sociale seguono le Linee guida ministeriali.

1.7 TEAM ED AZIONI

Alla redazione del Bilancio Sociale lavora un gruppo composto da figure appartenenti a diversi settori dell'organizzazione che, per l'elaborazione di dati, per le parti economiche, o per altre parti specialistiche, si avvale anche di consulenti esterni.

La raccolta dei dati aggiornati sull'organizzazione avviene attraverso:

- monitoraggio, misurazioni e registrazioni previste dal sistema qualità;
- coinvolgimento diretto degli stakeholder interni ed esterni (ad es. questionari di soddisfazione).

Il gruppo di lavoro provvede a redigere una bozza di Bilancio Sociale condivisa poi con la Direzione per verifica, correzioni ed integrazioni. Il Bilancio Sociale è poi approvato dal Consiglio di Amministrazione.

1.8 APPROVAZIONE E PUBBLICAZIONE

La bozza del presente Bilancio Sociale verrà approvata dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 30 Marzo 2026 e successivamente sottoposta all'approvazione dell'assemblea ordinaria nella seduta del 28 Maggio 2026 in concomitanza con l'approvazione del Bilancio d'esercizio. Successivamente verrà depositata per via telematica presso il Registro delle Imprese entro 30 giorni dalla sua approvazione. Il presente Bilancio Sociale verrà, inoltre, pubblicato sul sito della nostra impresa sociale www.4stars-social.it ed inviato per via telematica ai dipendenti e collaboratori dell'impresa.

1.9 RIFERIMENTI NORMATIVI E REFERENZE

- Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali del 04 luglio 2019 "Adozione delle Linee guida per la redazione del Bilancio Sociale degli Enti del Terzo Settore";
- Indicazioni fornite dal Global Reporting Initiative e dall'Associazione nazionale per la ricerca scientifica sul Bilancio Sociale;
- D. LGS 117/2017 cd "Codice del Terzo Settore";
- D. LGS 112/2017 cd "Revisione della disciplina in materia di impresa sociale";
- Bilanci sociali e rapporti pubblicati dalle istituzioni più importanti del panorama culturale italiano;
- IV Rapporto IRIS Network - "L'impresa sociale in Italia. Identità, ruoli e resilienza.";
- Euricse ed EMES Network – "Social Enterprises and their Ecosystems in Europe: comparative Synthesis Report.";
- D. LGS 254/2016 – attuazione della direttiva 2014/95/UE in merito alle informazioni di carattere non finanziario;
- Sustainable Development Goals (SDGs) – Agenda 2030;
- Report sulle comunicazioni obbligatorie IV trim. 2022 – Ministero del lavoro e delle politiche sociali.
- The Global Risks Report 2024 – World Economic Forum

Per info o chiarimenti contattare info@4stars-social.it

2. Informazioni generali

2.1 STORIA DI FOURSTARS DAI PRIMI PASSI AD OGGI

FourStars è un ente che si occupa di **formazione extrascolastica** finalizzata al successo formativo e scolastico, erogata nella particolare forma del **training on the job**, ossia con esperienze dirette sul campo.

Questo tipo di formazione consente ai tirocinanti di agire contemporaneamente sulle hard skills sia sulle soft skills possedute o da acquisire.

Infatti, attraverso il training on the job, è possibile:

- acquisire competenze nuove;
- completare la propria formazione, unendo alle conoscenze già possedute in un particolare settore le abilità pratiche necessarie a padroneggiare la specifica competenza;
- migliorare la conoscenza di sé, attraverso la comprensione dei propri interessi, dei propri punti di forza e di debolezza;
- testare in prima persona le dinamiche di un'azienda in un contesto protetto (presenza di tutor e assenza di particolari vincoli contrattuali);
- fungere da ponte tra la scuola e il mondo del lavoro, agevolandone l'inserimento.

In Italia, lo strumento con il quale attuare questa specifica modalità di **formazione** è il **tirocinio extracurricolare**.

Il tirocinio extracurricolare è una misura formativa di politica attiva introdotto nel giugno 1997 con l'articolo 18 della legge 196 (Norme in materia di promozione dell'occupazione), poi meglio definito dal decreto n. 142 del marzo 1998 (Regolamento recante norme di attuazione dei principi e dei criteri di cui all'art. 18 della legge 24 giugno 1997, n. 196, sui tirocini formativi e di orientamento) e modificato più volte fino alle Linee guida in materia di tirocini del maggio 2017. La disciplina del tirocinio extracurricolare è oggi rimessa alla Regione.

Anche a livello europeo, il tirocinio è riconosciuto quale strumento fondamentale per l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro.

Il tirocinio extracurricolare si configura come un rapporto tripartito, i cui soggetti sono:

- il tirocinante, ossia il soggetto che beneficia della formazione;
- il soggetto ospitante, solitamente un'azienda, ma anche un'associazione o un libero professionista, purché dotato di risorse umane idonee a svolgere il ruolo di tutor aziendale;
- l'ente promotore, ossia un soggetto pubblico o privato in possesso dei requisiti previsti dalla legge, che si occupa dell'attivazione del tirocinio e delle pratiche connesse.

L'**ente promotore** è chiamato ad occuparsi della progettazione del percorso formativo attraverso la predisposizione di un progetto formativo individuale, del monitoraggio del tirocinio attraverso un tutor appositamente nominato, del presidio della qualità dell'esperienza formativa e della redazione e conservazione della documentazione.

Al termine del tirocinio, il tutor dell'ente promotore, in accordo con il tutor del soggetto ospitante, emette (laddove ve ne siano le condizioni) l'attestato finale, contenente un riassunto dell'esperienza, che il tirocinante potrà utilizzare direttamente per l'aggiornamento del suo CV o, laddove ne ravvisi l'opportunità, per chiedere l'attestazione delle competenze così acquisite.

Il tirocinio extracurricolare, benché non implichi la sussistenza di alcun rapporto di lavoro, costituisce anche un formidabile strumento di primo ingresso nel mondo del lavoro.

Non a caso, il tirocinio si rivolge in particolar modo ai soggetti disoccupati o ai giovani neodiplomati o neolaureati in cerca di un primo contatto con il mondo del lavoro.

Va inoltre evidenziato che l'esito auspicato (ma non obbligatorio) del tirocinio è l'inserimento nell'azienda ospitante o in altra azienda.

“A smooth transition from education to employment is crucial for enhancing the chances of young people on the labour market. Improving young people's education and facilitating their transition to employment are necessary for achieving the Europe 2020 headline target of aiming to reach a 75% employment rate of women and men aged 20-64 by 2020. [...] There is evidence that links exist between the quality of the traineeship and the employment outcome. [...]”

Raccomandazione del Consiglio dell'UE su un Quadro di Qualità per i Tirocini del 10 marzo 2014

Dall'obiettivo di creare un hub nel quale potessero confluire ed incontrarsi le aziende ed i candidati, è nata FourStars.

La società svolge quindi in via prioritaria il ruolo di Ente promotore ed è iscritta all'Albo del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, alla sezione 3, quale Agenzia per il Lavoro autorizzata all'attività di intermediazione.

Come soggetto autorizzato all'intermediazione, FourStars si occupa anche di:

- selezione di tirocinanti;
- selezione di personale per posizioni di lavoro junior e/o senior;
- attività di placement per tirocini curriculari, in collaborazione con Università e scuole, a completamento della formazione erogata da queste ultime.

L'attività di Ente promotore, quale impresa sociale, non impedisce tuttavia la crescente richiesta da parte delle aziende clienti di maggiori dimensioni di un'assistenza a tutto campo, non chiedendo alla Società solo i servizi tipici dell'ente promotore, ma ricercando in FourStars un'attività di consulenza strategica nella gestione dell'intero progetto HR. Pertanto, FourStars, al fine di consentire l'evoluzione di entrambe le linee di business, decide di attuare una separazione di tali attività in due entità societarie distinte, al fine di garantire il futuro sviluppo tanto sul fronte dell'attività a finalità sociale quanto su quella del servizio alle imprese. Alla luce di quanto sopra, FourStars ha realizzato una trasformazione societaria, nell'ambito di un processo di riorganizzazione della struttura e del business della Società, con la finalità di consentire alla stessa di

concentrarsi sul proprio core business rappresentato dall'attività di interesse generale, di ente promotore, di consulenza HR verso enti del terzo settore e di erogazione di servizi culturali, attività tutte attinenti la qualifica di impresa sociale.

I NOSTRI NUMERI

+20
ANNI DI
ESPERIENZA

+6k
AZIENDE
CLIENTI

+150k
STAGE
ATTIVATI

+350k
CANDIDATI
IN DATABASE

2000

Creiamo il **servizio SportelloStage** e iniziamo ad attivare tirocini su tutto il territorio italiano.

Come **Ente Promotore**, offriamo gratuitamente ai giovani la possibilità di potenziare e valorizzare le proprie capacità attraverso un tirocinio formativo, aumentando le loro prospettive di crescita in campo lavorativo. Alle aziende che intendono attivare stage e tirocini formativi, offriamo supporto a 360°.

Ci piace definirci "un'azienda di giovani che lavorano per i giovani". Per questo **affianchiamo aziende e candidati in tutto il percorso HR**, dalla fase di ricerca e selezione di profili stage e junior professional all'inserimento in azienda, con gestione delle pratiche burocratiche per l'attivazione di tirocini o supporto per la definizione dei dettagli contrattuali.

Collaboriamo con enti e istituzioni del settore (università, comuni, regioni, province, unioni industriali e di categoria) e realtà del mondo del lavoro (testate specializzate, portali, enti preposti) per attivare politiche comuni di occupazione.

2004

Primi fra tutti i competitor, diamo vita a una **piattaforma on-line** per la gestione dei servizi di **attivazione stage** e di **ricerca e selezione** del personale, per permettere ai nostri collaboratori di gestire in modo più semplice e rapido le richieste e snellire i processi burocratici.

2013

La nostra solida esperienza in ambito stage, recruiting e placement, orientamento e formazione sul territorio italiano ci ha permesso, nel 2013, di dare vita ad una nuova **realtà basata a Shanghai**. Abbiamo stabilito una rete di **collaborazioni istituzionali in Italia e in Cina**, consolidando anche una forte expertise in ambito formazione e lavoro sul territorio cinese, per dare concrete opportunità sia alle nostre aziende clienti che ai nostri candidati. Visita il sito dedicato al progetto www.stageincina.it.

2015

Dal 2015 ci occupiamo di **Politiche Attive per il Lavoro** tramite l'adesione e attuazione dei programmi **Garanzia Giovani** e **Dote Unica Lavoro**.

Supportiamo scuole e aziende nella creazione di percorsi di **Alternanza Scuola-Lavoro** (PCTO) con matching mirato.

In linea con la vocazione No Profit di FourStars, abbiamo avviato, in collaborazione con aziende e fondazioni private, una serie di **progetti per il sociale**: dal reinserimento lavorativo dei detenuti all'orientamento professionale di rifugiati e richiedenti asilo.

2017

Guardiamo al futuro e lavoriamo per la soddisfazione sempre maggiore dei clienti che ci scelgono, con il lancio di una **nuova piattaforma online**. Uno strumento ancora più evoluto, per una gestione dei servizi sempre più efficiente e uno scambio di informazioni e documenti più rapido.

2019

Il nostro team continua a crescere e nasce l'esigenza di un nuovo ufficio, una location più adeguata con tutti gli spazi necessari per il lavoro quotidiano: un grande open space, sale colloqui, sale conferenze e aule per la formazione. Apre le porte una **nuova e prestigiosa sede nel cuore di Milano**.

2020

Non ci lasciamo scoraggiare dalla pandemia, adottiamo una **rapida conversione allo smart working** e continuiamo a lavorare e ad investire sulla **digitalizzazione** dei nostri servizi, per garantire flussi di lavoro sempre più snelli e favorire anche le aziende che operano da remoto.

Nel momento più drammatico dei contagi e delle ospedalizzazioni da Covid 19, vogliamo provare a dare il nostro contributo: decidiamo di promuovere una campagna di **fund raising per finanziare la costruzione di una terapia intensiva**. Attraverso la piattaforma Gofundme, stanziamo una donazione e raccogliamo fondi a favore dell'ospedale Humanitas Rozzano.

In collaborazione con BVA Doxa, leader in Italia nel campo delle indagini statistiche, creiamo l'**Osservatorio "2020 Odissea nello stage"**, la prima ricerca che mette a confronto in modo approfondito le generazioni Y e Z sui temi dello stage, delle loro aspirazioni professionali, della loro azienda ideale.

2021

Per continuare a migliorare la qualità della nostra consulenza, iniziamo a creare **momenti di formazione online** per diffondere la cultura dello stage e offrire approfondimenti alle nostre aziende clienti.

Con questo spirito nascono le **Pillole di Stage**, webinar basic per iniziare a prendere confidenza con il tema dello stage, a cui si aggiungono i **Webinar4You**, incontri più specialistici per chi lavora con noi e conosce la materia.

Innovazione e sostenibilità sono tra i nostri valori cardine: per questo, siamo il **primo Ente Promotore in Italia a sviluppare un applicativo per registrare le presenze degli stagisti online**: uno strumento semplice e intuitivo che semplifica la compilazione e riduce notevolmente il consumo di carta.

Investiamo costantemente sulla nostra piattaforma online, migliorandone le performance e implementando sempre nuove funzionalità.

Sulla scia dell'imponente lavoro svolto nel 2020 con BVA Doxa, arriva il **sequel di Odissea nello Stage**: continuiamo a dialogare con i nostri stagisti e creiamo il nuovo **Osservatorio Stage 2021**: una fotografia dei nostri tirocinanti, delle loro esperienze di formazione in azienda e delle loro aspirazioni per il futuro.

2022

Ottimizziamo continuamente il nostro sito, per offrire agli utenti una user experience migliore. Lanciamo così un **refresh delle pagine di navigazione e delle aree riservate in piattaforma**.

Un anno di intenso lavoro a quattro mani con le nostre aziende clienti, **l'anno delle personalizzazioni**. Grazie al supporto del nostro team tecnico, lavoriamo alacremente per progettare e offrire **soluzioni ad hoc, cucite sulle esigenze specifiche** dei singoli clienti.

Dopo tanto smart working forzato, **torriamo in presenza alternando giorni in ufficio a giorni di lavoro da remoto**, per ritrovare un contatto e mantenere comunque equilibrio e benessere. Per ricostruire l'intesa di squadra, **diamo il bentornato al nostro team building annuale fuori porta**: un momento per confrontarci, collaborare, stare insieme.

Per compensare la distanza degli ultimi anni, diamo vita anche a **momenti di formazione interna tenuti dai colleghi**, che con passione e competenza condividono temi molto interessanti.

Iniziamo un intenso **percorso di autovalutazione per diventare B Corp**: nuovi stimoli, nuove consapevolezza, una **spinta ulteriore verso la sostenibilità sociale e ambientale**.

Un altro anno di dialogo con i nostri stagisti dà vita al **terzo e ultimo capitolo dell'Odissea nello Stage**, conclusione dell'indagine sulle aspettative delle giovani generazioni X e Y verso il mondo del lavoro. La fine di un viaggio, il **preludio di un nuovo percorso**, che realizzeremo attraverso il confronto con i nostri tirocinanti.

2023

Dopo un lungo e appassionante percorso, **otteniamo la certificazione B Corp!** Un traguardo che ci riempie di orgoglio, un nuovo stimolante punto di partenza per **continuare a migliorarci e impegnarci a tenere elevati i nostri standard di impatto sociale e ambientale, responsabilità e trasparenza**.

Proiettati sempre in avanti, abbiamo in cantiere **nuovi progetti e altre importanti novità!**
Il nostro obiettivo è di continuare ad essere un punto di riferimento nel mondo HR, offrendo un servizio sempre migliore e più efficiente e di qualità!

2024

Inauguriamo l'anno con la pubblicazione del **nuovo Osservatorio stage**: un report rinnovato che, attraverso **domande e risposte inedite**, propone un **nuovo punto di vista sugli stagisti di oggi, gen Z e gen Y, alle prese con la famiglia, il mondo del lavoro e la ricerca della felicità**.

2025

Nel mese di ottobre **spengiamo 25 candeline!**
25 anni di consulenza alle aziende per l'attivazione di stage e la ricerca di personale, ma non solo. Si tratta per noi di un traguardo molto importante e di un'**occasione per celebrare** il percorso che abbiamo intrapreso, i **valori** che abbiamo consolidato nel tempo e l'**impatto sociale** che cerchiamo di dare ogni giorno alla comunità.

Proiettati sempre in avanti, abbiamo in cantiere **nuovi progetti e altre importanti novità!**
Il nostro obiettivo è di continuare ad essere un punto di riferimento nel mondo HR, offrendo un servizio sempre migliore e più efficiente e di qualità!

| | |
|--|--|
| Denominazione | FourStars Social I.S. S.r.l. |
| Sede | Via M. Buonarroti 18, 20145 – Milano |
| Unità locali | <ul style="list-style-type: none"> • Via Montebello 71, 60122 - Ancona (AN) • Via Ferrarese 3, 40128 - Bologna (BO) • Via R. Rubini 12, 72100 - Brindisi (BR) • Via Calamattia 21, 09134 - Cagliari (CA) • Via Verdelli 19, 26013 - Crema (CR) • Via Giuseppe Campani, 56 - 50127 - Firenze (FI) • Via Trento 43/2, 16145 - Genova (GE) • Via Tifernate 204, 06024 - Gubbio (PG) • Via U. Nurzia 6, 67100 - L'Aquila (AQ) • Via della Sforzesca 1 int.1, 00185 - Roma (RM) • Via Marco Corner 19, 36016 - Thiene (VI) • Via D. Bertolotti 7, 10121 - Torino (TO) |
| Forma giuridica | Società a Responsabilità Limitata |
| Tipologia | Impresa Sociale S.r.l. |
| Data di costituzione | 18/12/2008 |
| Data iscriz. Reg. Imprese - Sez. Speciale Impresa Sociale | 27/01/2009 |
| Codice fiscale | 06416080965 |
| Partita Iva | 06416080965 |
| Numero iscriz. Registro Imprese MB | 06416080965 |
| Numero REA | MI - 1892069 |
| Telefono | 02 80 898 141 |
| Sito internet | www.4stars-social.it |

FourStars Social I.S. S.r.l.

Via M. Buonarroti, 18 - 20145 Milano - T +39 02 80898141 - info@4stars-social.it - www.4stars-social.it

P. Iva e C.F. 06416080965 - REA n. MI 1892069 - Capitale sociale Euro 26.000,00 i.v.

2.2 MISSION

La mission di FourStars è quella di essere **punto di riferimento nel mondo delle risorse umane** per candidati ed aziende, migliorare costantemente per fornire un servizio di consulenza accurato, mirato e trasparente, lavorando in modo integrato in una logica di reciproca soddisfazione, con una particolare attenzione alla sostenibilità.

In particolare, FourStars si pone come **obiettivo** la **lotta alla disoccupazione giovanile** attraverso l'orientamento professionale, la formazione e la promozione di percorsi di formazione extrascolastica su tutto il territorio nazionale.

Grande attenzione viene posta agli aspetti etici dell'impresa tra cui la legalità e la correttezza quali condizioni imprescindibili per lo svolgimento della propria attività aziendale. Per favorire e garantire questo aspetto, la Società oltre che ad osservare le leggi e le disposizioni vigenti, ha adottato prassi di comportamento che sono raccolte nel Codice Etico 231. Il documento costituisce parte integrante del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231 e contiene i principi etici che la Società considera essenziali nello svolgimento della propria attività oltre che le norme comportamentali a cui devono attenersi il personale ed i collaboratori.

La Società vigila sull'effettiva osservanza del Codice, predisponendo adeguati strumenti di informazione, prevenzione e controllo e garantisce la trasparenza delle condotte poste in essere, intervenendo, ove necessario, a sanzionare eventuali azioni non in linea con i principi e le norme comportamentali stabilite.

Il Codice Etico dichiara "le regole interne di comportamento" che definiscono la responsabilità etico-sociale di ogni partecipante all'organizzazione della Società.

Tutte le attività lavorative vengono svolte con impegno professionale, rigore morale e correttezza gestionale, anche al fine di tutelare l'immagine della Società.

FourStars si astiene dall'intrattenere rapporti con soggetti che non si assumano il medesimo impegno.

VALORI FONDAMENTALI:

- a. **Integrità:** svolgere l'attività secondo i criteri di obiettività ed imparzialità, attuando comportamenti ispirati al rigore professionale, e astenersi dall'offrire impiego a personale del cliente, presso sé o presso terzi, fatto salvo il caso in cui la candidatura sia proposta o comunque approvata dal cliente stesso.
- b. **Riservatezza:** non divulgare, senza specifica autorizzazione scritta, informazioni che riguardano attività ed interessi degli utenti e di cui sia venuta a conoscenza durante lo svolgimento dell'incarico. Queste notizie sono coperte da segreto professionale e di conseguenza sono considerate riservate

anche all'interno dell'azienda cliente. Inoltre, non si potranno utilizzare a vantaggio proprio o di terzi le informazioni di cui si verrà a conoscenza nel corso dell'attività.

- c. **Controllo:** fornire in ogni momento la documentazione necessaria riguardante i procedimenti applicati e lo stato di avanzamento raggiunto, nonché il supporto per la loro interpretazione.
- d. **Concretezza:** portare risultati concreti al cliente e trasmettere chiaramente contenuti e modalità di fornitura e di realizzazione del servizio, in modo tale da permettere con facilità il perseguimento degli obiettivi.
- e. **Trasparenza:** dare la più ampia informazione, in modo che l'azienda possa autonomamente compiere le sue scelte e fornire tutte le referenze che saranno realmente controllabili.
- f. **Qualità:** perseguire l'obiettivo della massima soddisfazione del cliente e di tutti gli stakeholder ed erogare con regolarità e continuità il servizio definito nell'offerta.

2.3 CONTESTO SOCIO-ECONOMICO

Il 2025 si colloca in un contesto caratterizzato da forte incertezza, in cui le tensioni geopolitiche, la volatilità dei mercati, la pressione sui costi e la trasformazione tecnologica stanno incidendo in modo diretto sulle scelte di imprese, enti e organizzazioni. Anche in Italia, tali dinamiche si riflettono in un quadro economico e sociale nel quale la capacità di generare valore non può più essere letta soltanto in termini economico-finanziari, ma deve essere interpretata alla luce degli impatti prodotti sulle persone, sulle comunità e sui territori. In questo scenario, il bilancio sociale assume un ruolo sempre più rilevante: non solo come adempimento o strumento di comunicazione, ma come esercizio di trasparenza, responsabilità e consapevolezza strategica. Esso diventa uno spazio di lettura integrata nel quale l'organizzazione è chiamata a spiegare non solo ciò che ha fatto, ma anche come lo ha fatto, perché lo ha fatto e con quali effetti in termini di utilità sociale, partecipazione, sostenibilità e coerenza con la propria missione. In una fase storica segnata da crescente complessità, il bilancio sociale si rafforza così come presidio di accountability e come strumento capace di connettere governance, attività, risultati e impatto. Anche il progressivo consolidamento operativo del RUNTS, incluso il rafforzamento dei controlli su tale settore, conferma questa traiettoria verso una rendicontazione più ordinata, accessibile e strutturata.

Le organizzazioni si trovano oggi ad affrontare sfide che non riguardano soltanto la sostenibilità ambientale o la tenuta economica, ma anche la capacità di interpretare un cambiamento profondo nei modelli di lavoro, nelle relazioni con gli stakeholder e nelle modalità di produzione del valore. Il crescente focus sui temi ESG continua a influenzare il dibattito pubblico e privato, ma nel 2025 tale attenzione si accompagna a una domanda più esigente di concretezza, misurabilità e coerenza. Anche per gli enti del Terzo Settore e per le imprese sociali questo significa superare una logica puramente dichiarativa: non è più sufficiente affermare valori e finalità, ma occorre dimostrare con evidenze, dati e processi il contributo effettivamente apportato alla collettività.

In tale prospettiva, una prima evidenza riguarda il fatto che la sostenibilità non può più essere trattata come una semplice leva reputazionale. Negli anni recenti molte organizzazioni, pubbliche e private, hanno avvicinato questi temi anche per ragioni di immagine, talvolta privilegiando la narrazione rispetto alla

trasformazione reale. Oggi, invece, il contesto premia sempre meno approcci superficiali. La crescente attenzione verso la verificabilità delle informazioni, la rendicontazione degli impatti e la coerenza tra missione, attività e risultati spinge verso un modello più rigoroso, nel quale il bilancio sociale è chiamato a restituire una rappresentazione fedele, completa e comprensibile dell'azione organizzativa.

Accanto a questo, si osserva un altro fenomeno rilevante: la crescente cautela nella comunicazione. Anche nel panorama italiano, l'esposizione pubblica sui temi della sostenibilità e dell'impatto sociale richiede oggi maggiore precisione e maggiore prudenza. Il rischio reputazionale derivante da comunicazioni generiche, enfatiche o scarsamente supportate da evidenze induce molte organizzazioni a privilegiare una comunicazione più sobria e documentata. In questo quadro, il bilancio sociale acquista ulteriore centralità, perché consente di collocare la comunicazione entro uno schema ordinato, verificabile e coerente con il sistema normativo e con le attese degli stakeholder.

Un ulteriore elemento che nel 2025 ridefinisce profondamente gli schemi interpretativi è rappresentato dalla Intelligenza Artificiale. L'IA non è più percepita come una tecnologia lontana o sperimentale, ma come una forza trasversale che sta modificando processi, ruoli, competenze, modelli decisionali e aspettative. A livello europeo, il Regolamento sull'Intelligenza Artificiale è entrato in vigore il 1° agosto 2024, aprendo una nuova fase nella quale innovazione, responsabilità, trasparenza e gestione del rischio devono procedere insieme. Il Dipartimento per la trasformazione digitale ha pubblicato "La Strategia italiana per l'Intelligenza Artificiale 2024-2026" in cui ha ribadito la centralità dell'IA nelle aree della ricerca, dell'industria, della pubblica amministrazione e della formazione, riconoscendo che questa trasformazione richiede non solo investimenti tecnologici, ma anche un ripensamento delle competenze e della governance.

Per le organizzazioni, e in particolare per quelle che operano nel sociale, l'utilizzo di tale innovazione sta generando una complessità nuova, perché non introduce soltanto strumenti diversi, ma modifica il modo stesso di leggere i bisogni, progettare i servizi, allocare le risorse, raccogliere dati e valutare gli esiti. Si aprono opportunità significative in termini di efficienza, personalizzazione, analisi predittiva e supporto alle decisioni, ma emergono anche interrogativi delicati relativi alla trasparenza degli algoritmi, alla qualità dei dati, alla tutela delle persone vulnerabili, ai bias decisionali e al rischio di disumanizzazione dei processi. In altri termini, l'IA non aggiunge solo innovazione: aggiunge anche la necessità di ridefinire criteri, responsabilità e confini etici.

Nel contesto italiano, questa trasformazione appare particolarmente rilevante anche perché si innesta in un sistema produttivo e organizzativo che presenta ancora ritardi e forti differenze di maturità digitale. Secondo l'ISTAT, nelle imprese italiane con almeno 10 dipendenti l'adozione di tecnologie di intelligenza artificiale è passata dal 5,0% al 8,2% nel 2024, rimanendo però sotto la media UE; nello stesso tempo, il Digital Decade Country Report 2025 evidenzia che l'Italia ha compiuto progressi importanti nelle infrastrutture e nei servizi pubblici digitali, ma continua a mostrare criticità proprio nell'adozione dell'IA e nella crescita dell'ecosistema innovativo. Questo significa che, nel 2025, il tema non è soltanto "usare" l'intelligenza artificiale, ma farlo in modo consapevole, proporzionato e coerente con la missione organizzativa.

Di conseguenza, il bilancio sociale è chiamato oggi a confrontarsi anche con questa nuova dimensione. Non basta più rendicontare attività, servizi e risultati secondo schemi tradizionali; diventa sempre più importante raccontare in che modo la trasformazione digitale e l'intelligenza artificiale stanno incidendo sull'organizzazione, sulle professionalità interne, sulla qualità dei servizi, sui criteri decisionali e sulle forme di tutela degli stakeholder. In un contesto nel quale la tecnologia ridisegna progressivamente i confini dell'agire organizzativo, il bilancio sociale può diventare il luogo in cui rendere leggibile tale cambiamento, esplicitando non solo i benefici attesi, ma anche i presidi adottati per governarne i rischi.

Resta centrale, in questo quadro, anche la dimensione del lavoro. La sostenibilità sociale, in Italia, passa sempre più dalla capacità delle organizzazioni di assicurare condizioni di lavoro dignitose, partecipazione, valorizzazione delle competenze, equilibrio tra innovazione e tutela della persona. Questo vale a maggior ragione nel Terzo Settore, dove la qualità del lavoro incide direttamente sulla qualità della risposta ai bisogni collettivi. Le Linee guida sul coinvolgimento di lavoratori, utenti e altri soggetti interessati nelle imprese sociali confermano che partecipazione e inclusione non rappresentano aspetti secondari, ma elementi costitutivi di un modello organizzativo coerente con l'interesse generale.

Infine, il 2025 conferma una trasformazione culturale ormai evidente: il Terzo Settore non è più interpretabile come un ambito esclusivamente assistenziale o residuale, ma come uno spazio nel quale si fa organizzazione, si fa innovazione e, sempre più spesso, si fa impresa con logiche manageriali, capacità progettuale e di redditività. Il Codice del Terzo Settore, il RUNTS e gli strumenti di valutazione dell'impatto sociale concorrono tutti a rafforzare questa visione. In tale prospettiva, il bilancio sociale non è soltanto un documento di chiusura dell'esercizio, ma uno strumento identitario e strategico attraverso cui l'ente racconta il proprio contributo al bene comune in una fase storica segnata da transizione, innovazione e crescente complessità.

IL NUOVO SGUARDO VERSO IL FUTURO

Per essere in equilibrio, un ecosistema deve garantire un corretto bilanciamento tra risorse consumate e generate, allo stesso tempo un'azienda dovrebbe essere in grado di generare almeno lo stesso valore economico, sociale ed ambientale di quanto ne sfrutti per poter funzionare. Queste imprese possono essere definite "rigenerative" o a "prova di futuro", perché perfettamente ambientate nel sistema in cui vivono. Al contrario, le aziende estrattive vivono alle spese dell'ambiente circostante impattando sull'intero sistema. Per rendere più concreto quanto detto, risulta evidente che il valore di un'azienda non è dato solo dalla percentuale di remunerazione del capitale investito nel breve periodo, quanto dalla capacità di generare valore nel tempo e verso il maggior numero di soggetti possibile. È fondamentale favorire il riconoscimento che un'impresa non può essere valutata solo da metriche finanziarie, ma da un sistema capace di misurare la bontà di un progetto. In questa logica l'impresa sociale risponde perfettamente con questo nuovo approccio poiché fa della cultura rigenerativa il proprio punto di forza attraverso un sistema di trasparenza capace di rendicontare ogni aspetto e carattere.

UNA PROSPETTIVA EUROPEA

Il contesto europeo continua a rappresentare il principale punto di riferimento per comprendere l'evoluzione della sostenibilità, della trasparenza organizzativa e della responsabilità sociale. L'UE sta rafforzando un modello di sviluppo nel quale crescita economica, accountability e tutela degli stakeholder devono trovare un equilibrio sempre più strutturato.

Sul piano normativo, il passaggio più rilevante riguarda il superamento di una sostenibilità solo dichiarata. Con la CSRD e la CSDDD, si richiede alle organizzazioni obblighi più stringenti in termini di rendicontazione, tracciabilità, verificabilità e integrazione della sostenibilità nei processi di governance. Anche se nel 2025 sono state introdotte misure di semplificazione e rinvio, la direzione resta chiara: premiare i percorsi strutturati e richiedere maggior impegno a chi ha affrontato i temi ESG in modo superficiale. Parallelamente, si è intensificato il contrasto al *greenwashing*, rafforzando controlli e regole contro le dichiarazioni ambientali ingannevoli.

Si segnala inoltre la crescente diffusione del fenomeno del *greenhushing*, attraverso il quale alcune imprese scelgono di limitare, ridurre o rendere molto prudente la comunicazione relativa alle proprie iniziative ambientali e sociali. A differenza del *greenwashing*, che consiste nell'enfatizzare o sovrastimare risultati e impegni di sostenibilità, il *greenhushing* si manifesta nel comportamento opposto: le organizzazioni, pur avendo avviato azioni concrete, preferiscono non comunicarle pienamente o farlo in modo generico, per evitare contestazioni, accuse di incoerenza o possibili danni reputazionali. Tale atteggiamento nasce spesso dal timore di essere esposte a uno scrutinio pubblico, mediatico o regolatorio sempre più intenso. Ne deriva un cambiamento significativo: la sostenibilità tende a spostarsi da una dimensione prevalentemente narrativa a una dimensione più tecnica, documentale e prudente, fondata su metriche, evidenze e processi di rendicontazione sempre più articolati. In altri termini, nel contesto europeo si sta progressivamente affermando un modello in cui la credibilità non dipende più dalla quantità delle dichiarazioni, ma dalla qualità dei dati, dalla robustezza dei sistemi di controllo e dalla verificabilità dei risultati.

Il quadro europeo incide anche sul rapporto tra sostenibilità e innovazione. Con l'entrata in vigore dell'AI Act, l'UE cerca di governare l'intelligenza artificiale secondo criteri di rischio, trasparenza e tutela dei diritti fondamentali. L'IA non è vista solo come strumento di efficienza, ma come fattore capace di trasformare processi decisionali, modelli organizzativi e responsabilità verso gli stakeholder.

Infine, da Bruxelles continuano ad arrivare segnali di difficoltà nel costruire un modello unitario di impresa sociale, a causa delle forti differenze tra i sistemi di welfare e le tradizioni istituzionali dei vari stati membri. Nonostante questa eterogeneità, emerge un elemento comune: il Terzo Settore e le imprese sociali faticano ancora a ottenere pieno riconoscimento pubblico, ma possiedono una forza distintiva importante, legata alla capacità di generare valore sociale e di fondare la crescita organizzativa su finalità di interesse generale.

2.4 STAKEHOLDER

La mappa dei portatori d'interesse è uno strumento fondamentale per la definizione delle strategie dell'organizzazione. Per favorire un efficace inquadramento degli stessi, sono stati suddivisi in categorie.

La prima grande suddivisione riguarda: gli stakeholder interni cioè le persone che sono coinvolte direttamente nella struttura e sono capaci di influenzare i processi decisionali o di produzione dell'attività e gli stakeholder esterni all'impresa cioè coloro che non sono direttamente coinvolti nei processi produttivi, ma risultano comunque in grado di influenzarli.

FourStars si rivolge a tutti i player che ruotano intorno al mondo del lavoro, sia aziende che candidati. Il tessuto industriale oggetto del servizio erogato da FourStars è molto variegato e consta di PMI, multinazionali, società di consulenza, del retail e della GDO.

I candidati inseriti in stage appartengono a circa 40 macro-categorie, ma le più ricercate riguardano i settori comunicazione e marketing, commerciale e vendite, finance. In particolare, i **candidati** si qualificano con i soggetti che, ai sensi della normativa regionale di volta in volta applicata, possono essere destinatari di un tirocinio extracurricolare. Senza entrare nel dettaglio delle singole normative regionali, in linea generale, i soggetti destinatari possono così essere riassunti:

- soggetti disoccupati, anche percettori di sostegno al reddito, compresi coloro che hanno terminato il percorso di studio;
- neodiplomati/neolaureati purché non sia trascorso un certo tempo dall'acquisizione del titolo;
- soggetti già occupati in cerca di un'altra occupazione, anche a rischio di disoccupazione o percettori di sostegni al reddito in costanza di rapporto di lavoro;
- soggetti disabili o svantaggiati ai sensi della L. 381/1991, richiedenti protezione internazionale e rifugiati, ecc.

Nella sua attività di ente promotore risulta fondamentale il coinvolgimento delle istituzioni, in particolare enti territoriali e pubblica amministrazione, le quali sono parte fondamentale del processo di attivazione del tirocinio extracurricolare, essendo destinatarie di una serie di comunicazioni obbligatorie volte ad assicurare la correttezza e la qualità del processo.

In un'ottica di responsabilità sociale d'impresa, l'azienda agisce sul benessere delle persone in due direzioni:

- internamente, nei confronti di dipendenti e collaboratori: andando ad agire anche sul benessere delle persone attraverso un'attenzione al work life balance;
- esternamente, nei confronti di candidati, clienti e fornitori: combattendo la disoccupazione e l'emarginazione sociale per i primi; supportando le risorse umane e facendosi promotrice di buone prassi di sostenibilità per i secondi; nei confronti delle istituzioni: attraverso la condivisione di informazioni e la predisposizione di materiali, FourStars contribuisce a delineare il contesto da cui partire per gli ulteriori interventi normativi. La natura multi-stakeholder fa sì che l'attività dell'organizzazione sia influenzata o influenzi una pluralità di persone, ciascuna con bisogni e diritti diversi.



2.5 RIFORMA DEL TERZO SETTORE E ADEMPIMENTI NORMATIVI

Continua il costante aggiornamento normativo del terzo settore che vede FourStars sempre attenta alla disciplina ministeriale. Nel 2024 assistiamo ad alcuni piccoli aggiornamenti in ambito di vigilanza, in particolare sono stati approvati i verbali di revisione ordinaria e straordinaria. Si conferma la totale corrispondenza degli scopi sociali con la normativa come dimostrato dai seguenti estratti dello Statuto:

“La società non ha scopo di lucro ed esercita in via stabile e principale attività d'impresa di interesse generale per il perseguimento di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale in conformità all'art. 2 del D.lgs. 3 luglio 2017, n. 112, adottando modalità di gestione responsabili e trasparenti e favorendo il più ampio coinvolgimento dei lavoratori, degli utenti e degli altri soggetti interessati.

La società ha per oggetto:

- **lettera a) dello Statuto: formazione extra-scolastica**, finalizzata alla prevenzione della dispersione scolastica ed al successo scolastico e formativo, alla prevenzione del bullismo ed al contrasto della povertà educativa (corrispondente all'art 2, comma 1, lett. I) del D.Lgs 112/2017);

- **lettera b) dello Statuto: formazione universitaria e post-universitaria** (corrispondente all'art 2, comma 1, lett. g) del D.Lgs 112/2017);
- **lettera c) dello Statuto: servizi finalizzati all'inserimento o al reinserimento nel mercato del lavoro** di: (i) lavoratori molto svantaggiati ai sensi dell'articolo 2, numero 99), del regolamento (UE) n. 651/2014 della Commissione, del 17 giugno 2014, e successive modificazioni; (ii) persone svantaggiate o con disabilità ai sensi dell'articolo 112, comma 2, del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, e successive modificazioni, nonché persone beneficiarie di protezione internazionale ai sensi del decreto legislativo 19 novembre 2007, n. 251, e successive modificazioni, e persone senza fissa dimora iscritte nel registro di cui all'articolo 2, quarto comma, della legge 24 dicembre 1954, n. 1228, le quali versino in una condizione di povertà tale da non poter reperire e mantenere un'abitazione in autonomia, nei limiti di quanto previsto dall'articolo 2 comma 5 del D.Lgs 117/17 (corrispondente all'art 2, comma 1, lett. p) del D.Lgs 112/2017);
- **lettera d) dello Statuto: organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale**, incluse attività, anche editoriali, di promozione e diffusione della cultura e della pratica del volontariato, e delle attività di interesse generale di cui al presente articolo (corrispondente all'art 2, comma 1, lett. i) del D.Lgs 112/2017).

Tutta l'attività di FourStars è quindi rivolta a colmare il gap esistente tra la formazione scolastica e le aspettative e i bisogni delle aziende, creando percorsi di formazione on the job extrascolastici (talvolta, invece, in conseguenza di percorsi scolastici o universitari). L'acquisizione di competenze nuove (o semplicemente diverse) e l'inserimento nel tessuto produttivo, seppure a scopo didattico, consentono ai giovani alle prime esperienze di trovare più facilmente un'occupazione stabile, contribuendo quindi alla lotta contro la disoccupazione. Inoltre, laddove tale servizio sia rivolto alla categoria dei cd. "soggetti svantaggiati" previsti dalla normativa regionale del tirocinio extracurricolare, vi è una chiara ed evidente sovrapposizione con alcuni dei soggetti di cui alla lettera p) del D.Lgs 112/2017, fungendo il tirocinio da volano per l'inserimento lavorativo di soggetti tradizionalmente lasciati ai margini del mondo del lavoro.

Le attività dell'oggetto, come previsto dall'articolo 2 del D.lgs. 112/17, sono esercitate dalla società in via stabile e principale. La società destina gli utili e gli avanzi di gestione allo svolgimento dell'attività statutaria o ad incremento del patrimonio."

Si evidenzia, infine, che il processo europeo avviato nel 2017 per la riforma del sistema fiscale dell'impresa sociale è giunto a conclusione con l'approvazione da parte della Commissione. Dopo anni di sollecitazioni e richieste di intervento da parte degli organi di settore, sono emersi segnali positivi che fanno ben sperare ad ulteriori novità. Si auspica, per il futuro, una maggiore consapevolezza della necessità di un aggiornamento profondo e strutturato, capace di garantire un sistema fiscale più equo e favorevole agli investimenti e allo sviluppo del settore.

2.6 CORE AZIENDALE E SUE DECLINAZIONI

FourStars è specializzata nel settore “Formazione e Lavoro”, in particolare nell'ambito del tirocinio formativo e dell'orientamento. FourStars offre supporto alle aziende nell'attivazione di tirocini extracurricolari, nella selezione per posizioni stage e permanent e, in generale, nella formazione extrascolastica. Ai candidati vengono offerte proposte di stage e lavoro e percorsi di orientamento al lavoro. La formula per la formazione on the job è quella del tirocinio extracurricolare.

PROFESSIONALITA', INNOVAZIONE E CURA DEGLI STAKEHOLDER

FourStars propone diversi servizi che riguardano il mondo del lavoro. A tale fine sono state messe in campo specifiche azioni.

All'interno dei propri canali è presente uno spazio **dedicato a giovani ed aziende** contenente articoli sempre aggiornati in merito alla ricerca del lavoro, l'attivazione di tirocini extracurricolari, hr, sostenibilità e molto altro. Viene posta cura e attenzione agli articoli, allo scopo di trattare tematiche che vadano sia a supporto dei candidati per quanto concerne la ricerca del lavoro più adatto, sia a supporto delle aziende nella valutazione delle figure professionali ricercate.

Viene fornita consulenza ai candidati che hanno difficoltà ad inserirsi o reinserirsi nel mondo del lavoro. I canali social di FourStars - LinkedIn, Instagram e Facebook - sono ricchi di contenuti e articoli specifici legati al mondo del lavoro, alle sue criticità e a come affrontare al meglio i colloqui.

Gli operatori del mercato del lavoro supportano i candidati in cerca di occupazione con attività di orientamento di base e specialistico, offrendo i migliori strumenti per l'inserimento nella vita attiva.

Tra i servizi erogati a favore dei giovani, si inserisce il percorso di Junior Career Coaching per aiutare laureandi e neo-laureati che si apprestano a fare il primo ingresso nel mondo del lavoro e i junior professionals che vogliono dare una svolta al proprio percorso lavorativo.

osservatorio 2020 ODISSEA NELLO STAGE

in collaborazione con BVA Doxa



Nel 2020 nasce l'esigenza di costruire un **osservatorio** che ponga al «centro» il punto di vista dei **giovani nel mondo del lavoro**. Sono state intervistate **due generazioni** e sono state **messe a confronto** sul tema dello stage, per cercare di capire quali sono i loro valori e ideali di vita e come si sono evolute le loro aspirazioni professionali. Questo paper nasce, in collaborazione con **BVA Doxa**, azienda leader nel settore delle ricerche di mercato, per creare uno strumento nel quale, da un lato, i giovani si possano riconoscere e dall'altro le aziende possano conoscerli meglio, per attrarli nelle loro organizzazioni e trattenerli il più a lungo possibile. Oltre 1450 giovani hanno espresso la loro opinione sul valore dello stage e sulla loro azienda ideale. Nasce una ricerca che analizza i dati raccolti e propone una chiave di lettura sul confronto generazionale.

generazione Y

Con i termini millennial, generazione Y, next generation (generazione successiva) o net generation (generazione della rete) si indicano i nati fra i primi anni ottanta e il 1994. Si tratta dunque la generazione "del millennio", essendo appunto composta dai nati alla fine del XX sec.



generazione Z

Con i termini Generazione Z (o Post-Millennial(s), iGen, Centennial(s), Zoomer(s), Plural(s)) si identificano i nati nella seconda metà degli anni '90 e la fine degli anni 2000. Sono avvezzi all'uso della tecnologia e dei social media, fruitori di internet sin dalla nascita.





FOUR STARS

Osservatorio stage

2021 ODISSEA NELLO STAGE II



Dopo il grande lavoro sviluppato nel 2020 insieme a BVA Doxa, che avevamo intitolato “2020: Odissea nello Stage”, abbiamo continuato in autonomia il nostro viaggio per esplorare e raccontare l’universo degli stagisti attraverso i dati statistici. L’**Osservatorio Stage 2021** raccoglie un anno di **esperienze di stage in azienda, raccontate dai protagonisti** che hanno affrontato un inserimento in azienda in piena emergenza pandemica, non senza criticità.

Qualcuno ha addirittura svolto l’intero percorso senza mai vivere o vedere l’azienda, in modalità totalmente a distanza, avvalendosi del supporto dei mezzi tecnologici per mantenere una continuità operativa e una buona efficienza nella formazione. Questi giovani stagisti sono nati professionalmente in un contesto a due facce: da un lato la grande opportunità di avviare comunque una nuova esperienza, nonostante la complessità del momento, dall’altro la difficoltà di inserirsi con coraggio in un nuovo ambiente, dovendo far fronte a una distanza che dal pratico sconfinava talvolta nel relazionale.

Prima dello stage



Formazione e ingresso nel mondo del lavoro

Abbiamo raccolto alcune considerazioni sulla situazione degli stagisti prima dello stage, sondando il grado di preparazione acquisito con la formazione scolastica e la loro opinione sullo stage come strumento di accesso alla vita professionale.

L’esperienza di stage



Ostacoli e conquiste dei tirocinanti

Come hanno vissuto gli stagisti la loro prima esperienza in azienda? Quali criticità hanno riscontrato e gli insegnamenti acquisiti?

Dopo lo stage



Esiti e aspettative per la vita lavorativa

E dopo il tirocinio? Quali sono gli esiti degli stage promossi da FourStars? Quali le aspirazioni degli stagisti per il futuro professionale? E quali gli aspetti che i tirocinanti considerano fondamentali per la scelta dell’azienda ideale?

4STARS
Osservatorio stage
2022 ODISSEA NELLO vol. STAGE III

Siamo giunti al **terzo capitolo della nostra Odissea nello Stage**: un viaggio lungo tre anni, che ci ha portati a osservare come sono cambiate le aspirazioni e le opinioni dei giovani verso il mondo del lavoro. Nel 2022 abbiamo proseguito nella ricerca, al fine di tracciare la linea evolutiva di un passaggio generazionale significativo. Due generazioni segnano la transizione definitiva a un nuovo paradigma: i giovani di oggi non vivono più per lavorare, ma lavorano per vivere. Valorizzano il benessere organizzativo e guardano con occhi diversi al lavoro indipendente.

| | | |
|-------------------------------------|--|--------------------------------------|
| <p>Utilità dello stage +</p> | <p>Difficoltà lungo il percorso</p> | <p>Aspirazioni lavorative</p> |
|-------------------------------------|--|--------------------------------------|

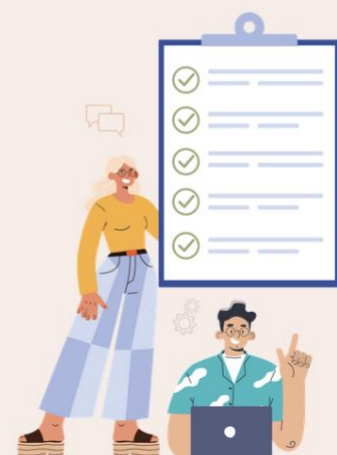


Nel 2024 abbiamo continuato a intervistare i nostri stagisti con un **Osservatorio rinnovato** che, attraverso domande e risposte inedite, propone un nuovo punto di vista sugli stagisti di oggi, gen Z e gen Y, alle prese con la famiglia, il mondo del lavoro e la ricerca della felicità.

Un focus cross-generazionale sull'evoluzione del mondo del lavoro: cosa pensano e vogliono gli stagisti di oggi, lavoratori digital di domani e figli dei lavoratori analogici di ieri.

Le principali tematiche dell'osservatorio:

- Stage o non stage? La risposta sta nel tasso di assunzione!
- Background familiare: l'importanza del dialogo
- Un percorso costellato da (poche) difficoltà
- L'importanza delle soft skills
- Alla ricerca del lavoro, con qualche insicurezza
- L'azienda che i giovani sognano
- La formazione al potere
- La chiave per la felicità





Un'indagine accurata sui Gen Z: cosa sognano di trovare nel posto di lavoro, cosa desiderano per il futuro e per essere felici. Un documento prezioso per le aziende che si devono interfacciare con la generazione più giovane di lavoratori, per imparare a conoscerli, capire cosa desiderano e quali sono i requisiti irrinunciabili con cui scelgono il posto di lavoro ideale.

Le principali tematiche dell'osservatorio:

PRIMA PARTE:

- Target di riferimento
- Settori di inserimento degli intervistati
- Stage e istruzione: livelli di utilità a confronto



SECONDA PARTE:

- Il supporto della famiglia
- La ricerca del lavoro: prime contraddizioni
- Difficoltà e risorse da potenziare
- Desideri per il futuro: l'azienda che i Gen Z sognano
- Cosa rende davvero felici i giovani Gen Z?



Per continuare a migliorare la qualità della consulenza, FourStars ha creato **momenti di formazione online** per diffondere la cultura dello stage e offrire approfondimenti alle nostre aziende clienti. Con questo spirito sono nate le **Pillole di Stage**, webinar per iniziare a prendere confidenza con il tema dello stage, a cui si aggiungono i **Webinar4You**, incontri più specialistici per chi lavora con noi e conosce la materia.

2.7 QUALITÀ E ACCREDITAMENTI

Il sistema degli accreditamenti garantisce la corretta esecuzione dei servizi di interesse generale a tutela degli utenti finali destinatari dei servizi per il lavoro, un importante strumento a presidio della corretta erogazione dei servizi d'interesse generale.

Per un'organizzazione accreditare i propri servizi significa sottoporsi ad un regime di controllo amministrativo, il cui obiettivo non è semplicemente quello di verificare il rispetto delle normative di riferimento, ma di indagare il modello organizzativo adottato, le strutture e le risorse utilizzate.

Gli accreditamenti sono sinonimo di qualità, efficacia ed affidabilità dell'ente.

FourStars è accreditata dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali per le Attività di Intermediazione, è Ente Promotore accreditato per i Servizi al Lavoro in Regione Lombardia, Regione Veneto e Regione Toscana ed è iscritto nell'elenco degli Enti Promotori di Regione Abruzzo e Regione Emilia-Romagna.

Si segnala, inoltre, che l'impresa sociale:

- è certificata ISO 9001:2015 e ha quindi predisposto la propria politica della Qualità;
- ha adottato, ai sensi del D.Lgs 8.06.2001, n. 231 s.m.i., il Modello di gestione, organizzazione e controllo ed il Codice Etico 231;
- ha adottato, ai sensi della normativa di accreditamento ai servizi al lavoro della Regione Veneto, la Carta dei Servizi.

FOURSTARS: EXPERTISE ED ECCELLENZA

Con lo **sguardo rivolto verso l'innovazione**, il team continua ad aggiornare e migliorare periodicamente l'erogazione dei propri servizi, per rispondere alle esigenze degli stakeholder. Con oltre 180.000 stage all'attivo, più di 25 anni di attività e consistenti sviluppi nella digitalizzazione del servizio, l'expertise che FourStars ha costruito nel tempo, le permette di offrire una **consulenza personalizzata** caratterizzata da **grande flessibilità e continua ricerca di soluzioni che possano andare incontro alle più svariate esigenze**. Inoltre, particolarissima cura e attenzione viene dedicata all'aspetto normativo grazie ad un legal-team strutturato e professionale che segue costantemente la complessa evoluzione delle disposizioni regionali che regolano lo stage. **Qualità, consulenza e passione** sono le chiavi che hanno caratterizzato FourStars sin dalla sua nascita e per rispondere al meglio alle richieste del mercato, sono stati digitalizzati

tutti i servizi utilizzando una piattaforma, sempre più smart ed intuitiva, capace di accompagnare ed indirizzare gli utenti verso le proposte aziendali con pochi semplici “click”.

2.8 PRASSI OPERATIVA

ENTE PROMOTORE

In qualità di Ente Promotore, FourStars si occupa di tutte le fasi dell’attivazione di tirocini extracurriculari in azienda, dalla progettazione del percorso formativo, alla gestione delle eventuali modifiche, alla trasmissione dell’attestato finale al tirocinante. Tramite la piattaforma digitale e un consulente dedicato sempre a disposizione, le aziende possono attivare il servizio e accedere alle funzionalità di gestione degli stage in modo veloce e intuitivo e ricevere consulenza sugli aspetti normativi. Mediante un’apposita area riservata all’interno della piattaforma, il tirocinante ha sempre a disposizione la documentazione del suo stage e può comunicare in ogni momento con il tutor per ricevere supporto durante tutta l’esperienza formativa.

Il sito web di FourStars offre al candidato un ventaglio di strumenti: potrà trovare proposte di tirocini extracurriculari e lavoro sempre aggiornate, uno spazio dedicato a consigli e risorse utilissime per chi si appresta a fare il suo primo ingresso nel mondo del lavoro, oppure vuole mettersi in gioco e dare un boost alla propria evoluzione professionale.

SELEZIONE DEL PERSONALE

Oltre alle attività di interesse generale, FourStars si occupa, inoltre, di ricerca e selezione del personale con un **metodo consulenziale e sartoriale**, consapevole che tutti i progetti e i processi di selezione sono unici: ogni azienda ha valori, dinamiche e necessità peculiari, ogni candidato possiede competenze tecniche e soft skills che lo rendono più o meno adatto alla posizione lavorativa per cui si candida. In base al profilo ricercato e alle esigenze specifiche di ogni azienda, struttura un **processo di selezione ad hoc, rapido ed efficiente**, finalizzato al raggiungimento del matching ideale. In quanto società generalista con apertura internazionale, FourStars ricerca profili relativi alle diverse aree aziendali ed **è in grado di supportare aziende in tutto il mondo di ogni settore e dimensione**, dalla PMI alla Multinazionale, per ogni tipo di posizione.

La maggior parte dell’attività di selezione di FourStars è funzionale all’attivazione di un tirocinio extracurriculare e solo una parte residuale è relativa alla ricerca di profili permanent.

3. Struttura, governance ed amministrazione

3.1 GOVERNANCE E COMPAGINE SOCIALE

In una logica di “buon governo” definire e raccontare i processi interni, descrivendo le modalità di lavoro e la struttura aziendale, rappresenta un valore aggiunto di cura ed informazione verso gli stakeholder. Prendendo spunto dall’anatomia umana, il primo passo è inquadrare il sistema nervoso centrale e quindi la testa dell’impresa: la governance. Occorre, quindi, definire il complesso di principi, meccanismi, regole e relazioni che disciplinano la struttura, e che hanno come parametri la gestione vitale della stessa. Si tratta, in altre parole, di definire i processi attraverso i quali si sviluppano le decisioni aziendali e si identificano le modalità e i mezzi atti al raggiungimento degli obiettivi.

Il sistema di governance di FourStars è disciplinato dallo Statuto, che prevede funzioni e competenze degli Organi amministrativi, ne disciplina operatività ed obiettivi ed indirizza le linee di azione. La compagine sociale di FourStars risulta così composta:

- Chiara Grosso: titolare di una quota pari al 94% del Capitale sociale;
- Orietta Carola Lunghi: titolare di una quota pari al 6% del Capitale sociale.

L’impresa sociale non è inserita in gruppi di imprese sociali e non detiene partecipazioni.

3.2 ORGANO DI CONTROLLO

Viene prevista la nomina di un Sindaco avente i requisiti previsti dalla legge il quale vigila sull’osservanza della legge e dello statuto e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione anche con riferimento alle disposizioni del D. Lgs. 231/2001 nonché sull’adeguatezza dell’assetto organizzativo, amministrativo e contabile e sul suo corretto funzionamento. Il Sindaco esercita, inoltre, compiti di monitoraggio dell’osservazione delle finalità sociali da parte dell’impresa sociale, avendo particolare riguardo delle disposizioni relative D. Lgs. 112/2017 con particolare riferimento agli articoli 2, 3, 4, 11, 13, attesta che il Bilancio Sociale sia stato redatto in conformità alle linee guida prefissate dalla normativa.

Il 22 maggio 2023 con assemblea ordinaria è stata riconfermata la nomina del Sindaco Unico della società il Dott. Luca Giovanni Pietro Novarese, durerà in carica per tre esercizi e, quindi, sino alla data dell’assemblea convocata per l’approvazione del bilancio d’esercizio che chiuderà al 31 dicembre 2025. Per il triennio 2023/2025, anche l’attività di revisione volontaria dei conti è stata affidata al sindaco, Dott. Luca Novarese, con delibera assembleare del 22 maggio 2023.

Il compenso annuo risulta in linea con gli standard di riferimento ed è comprensivo dell’attività di Sindaco Unico e di revisione volontaria dei conti.

3.3 ORGANO DI VIGILANZA

L'organismo di Vigilanza ha la responsabilità di sorvegliare e verificare regolarmente l'efficacia dei modelli definiti ed adottati in funzione del D. Lgs. 231/01 oltre che la sfida di saper trasformare gli adempimenti normativi in opportunità di miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza del sistema di controllo dell'ente.

In data 17 dicembre 2024 il Consiglio di Amministrazione ha conferito l'incarico di organismo di vigilanza monocratico all'Avv. Marco Parini con scadenza mandato annuale, salvo disdetta.

Il compenso annuo risulta in linea con gli standard di riferimento.

3.4 CDA

Il Consiglio di Amministrazione è investito di tutti i poteri per l'ordinaria e la straordinaria amministrazione della Società ed ha facoltà di deliberare in merito a tutti gli atti rientranti nell'oggetto sociale. Qualora non vi abbiano provveduto i soci al momento della nomina, il Consiglio di Amministrazione elegge fra i suoi membri un presidente.

Il Presidente convoca il Consiglio di amministrazione, ne fissa l'ordine del giorno e ne coordina i lavori. Assieme ai Consiglieri assume le decisioni di maggior rilievo per la vita della Società, tra cui, la determinazione degli indirizzi generali di gestione e l'approvazione delle linee strategiche, industriali e finanziarie della Società, nonché le operazioni aventi un significativo rilievo economico, patrimoniale e finanziario, la determinazione dell'assetto organizzativo generale della Società, l'approvazione e le modifiche dei regolamenti interni. Al Presidente viene affidata la firma sociale e la rappresentanza legale della società di fronte ai terzi ed in giudizio. Nel rispetto di quanto previsto dall'art. 3, comma 2, lett. a) del D.Lgs. 112/2017 in relazione al divieto di distribuzione in forma indiretta degli utili e degli avanzi di gestione, non può essere riconosciuta agli amministratori la corresponsione di compensi individuali che non siano proporzionati all'attività svolta, alle responsabilità assunte ed alle specifiche competenze o comunque superiori a quelli previsti in enti che operano nei medesimi o analoghi settori e condizioni. Spetta all'Assemblea dei soci determinare eventuali compensi individuali spettanti agli amministratori, in conformità a quanto sopra.

A far data dal 19 luglio 2023 l'organo amministrativo è variato e allo stato è in carica un organo collegiale composto da quattro membri, con il coinvolgimento di due dipendenti, come da statuto vigente.

L'attuale Organo amministrativo risulta così composto:

- **CHIARA GROSSO - Rappresentante dell'Impresa**

Consigliera

Data atto di nomina: 22/05/2023;

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2025

Presidente del Consiglio di amministrazione

Data atto di nomina: 22/05/2023;

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2025

- **ORIETTA CAROLA LUNGI**

Consigliere

Data atto di nomina: 22/05/2023;

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2025

Amministratrice delegata

Data atto di nomina: 24/05/2023;

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2025

- **LAURA MAZZOLINI**

Consigliere

Data atto di nomina: 22/05/2023;

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2025

- **ELEONORA CASSINA**

Consigliere

Data atto di nomina: 19/07/2023;

Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2025

I compensi deliberati per l'esercizio della carica amministrativa rispettano i limiti richiesti dall'art. 3 co. II, lett. a) D.Lgs. 3 luglio 2017 n. 112, come indicati in Nota integrativa al bilancio di esercizio chiuso al 31/12/2025.

3.5 L'ASSEMBLEA DEI LAVORATORI

Tra gli elementi caratteristici di un'impresa sociale si può evincere una particolare attenzione: alla rendicontazione sociale attraverso la pubblicazione di documenti come il Bilancio Sociale, al coinvolgimento degli utenti al fine della valutazione d'impatto e dei risultati o la destinazione degli utili e degli avanzi di gestione, allo svolgimento delle attività d'impresa di natura solidaristica.

Ma, elemento caratterizzante, è sicuramente il **principio di democraticità della gestione aziendale**.

Il continuo contatto e coinvolgimento di tutti gli stakeholder interni ed esterni rappresenta il carattere di innovazione voluto dal legislatore e sposato da FourStars per garantire ed incentivare un modello di impresa performante e collaborativo. Nella massima definizione di questo concetto, la società ha dato vita all'assemblea dei lavoratori, un organo consultivo composto da tutto il personale che viene costantemente informato, ascoltato e coinvolto, nelle azioni quotidiane che delineano gli assetti aziendali. Grazie agli adeguamenti statutari, si disciplina il ruolo dell'assemblea attraverso il Regolamento aziendale, documento

di definizione delle buone pratiche, delle forme di coinvolgimento dei lavoratori, di informazione e trasparenza nel rapporto con gli utenti e qualunque soggetto direttamente interessato all'attività.

Nel concreto, l'Assemblea dei Lavoratori è l'organo preposto a raccogliere la rappresentanza dei Lavoratori. Deve essere convocata almeno una volta l'anno e ha i seguenti poteri:

- Nomina di un proprio rappresentante avente diritto a rappresentare l'assemblea per questioni incidenti direttamente od indirettamente le condizioni di lavoro e sulla qualità dei beni e dei servizi erogati dalla società;
- Organizzazione di incontri periodici, con cadenza annuale, tra il rappresentante eletto dei Lavoratori ed il Presidente del C.D.A. o amministratore ad esso delegato con obiettivo di discutere condizioni di lavoro, qualità di beni e servizi, definizione ed implementazione di piani di welfare aziendale.

Per garantire la corretta gestione dell'organo, viene nominato tra i dipendenti un rappresentante dei lavoratori che ha il compito di gestire e strutturare le attività dell'assemblea. Tale figura rappresenta una caratteristica esclusiva dell'impresa sociale che garantisce trasparenza sia ai lavoratori sia agli stakeholders. Inoltre, viene data rappresentanza e possibilità di incidenza nelle scelte aziendali ad ogni soggetto che partecipa alla vita dell'impresa in linea con le modalità ed i dettami dei decreti legislativi 112/2017 e 117/2017. Questa soluzione rappresenta un ottimo connubio tra la struttura aziendale cooperativistica, massima espressione del concetto di gestione democratica dell'impresa e società srl costitutivamente strutturata con meccanismi verticistici. Tale nuovo equilibrio valoriale, consente all'impresa una particolare elasticità scaturita sia da una snellezza decisionale tipica alla struttura organizzativa piramidale, sia da una grande fluidità tra i vari livelli, imputabile alla permeabilità dei vari ruoli. Un'iniezione di responsabilità che tende a solidarizzare ed avvicinare tutto il capitale umano poiché ogni lavoratore non è semplicemente chiamato a svolgere il proprio ruolo o mansione, bensì a sentirsi parte di una collettività in cui occorre gestire e guidare ogni singolo processo.

Il **Consiglio di Amministrazione** informa costantemente i lavoratori ed i destinatari delle attività delle proprie deliberazioni che incidono direttamente sulle condizioni di lavoro e sulla qualità dei beni e dei servizi prodotti o scambiati, mediante una riunione generale con scadenza trimestrale rivolta a tutti i dipendenti e collaboratori dell'impresa.

Il **Rappresentante dei Lavoratori** è un organo preposto a definire e collaborare con il C.D.A. e gli altri organi designati alla definizione delle linee guida aziendali sulle condizioni di lavoro e sulla qualità dei beni e dei servizi erogati dalla società in un'ottica di breve, medio e lungo periodo. I suoi compiti sono:

- Rappresentare il nucleo dei Lavoratori nei campi definiti dal regolamento;
- Convocare l'assemblea almeno una volta all'anno;
- Relazionare almeno con cadenza annuale l'andamento aziendale con particolare riferimento al ciclo del lavoro;
- Redigere annualmente un Rendiconto informativo aziendale dove vengono raccolti i principali eventi che hanno caratterizzato il periodo;

- Fungero da ponte tra i Lavoratori e gli organi direttivi;
- Sottoscrivere il verbale dell'assemblea.

L'incarico ha durata triennale ed è rieleggibile. In caso di perdita dei requisiti o decadenza della carica viene nominato in via cautelare e preventiva un sostituto che deve anch'esso rispettare i requisiti sopra indicati.

Nel corso dell'Assemblea dei Lavoratori del 12.02.2024 è stata eletta Deborah Bettini in qualità di Rappresentante dei Lavoratori.

3.6 WHISTLEBLOWING

FourStars da sempre dedica grande attenzione agli aspetti etici dell'impresa e considera la legalità e la correttezza quali condizioni imprescindibili per lo svolgimento della propria attività aziendale. L'impresa si è dotata di un Modello di gestione ai sensi della normativa di cui al Decreto legislativo 231/2001 e ha condiviso con i propri stakeholders il proprio Codice Etico, sempre disponibile sul sito web. Nonostante gli sforzi per prevenire la commissione di violazioni, non si può escludere a priori che queste non si verifichino e, pertanto, FourStars si è dotata di un sistema di gestione delle segnalazioni, cd. Whistleblowing.

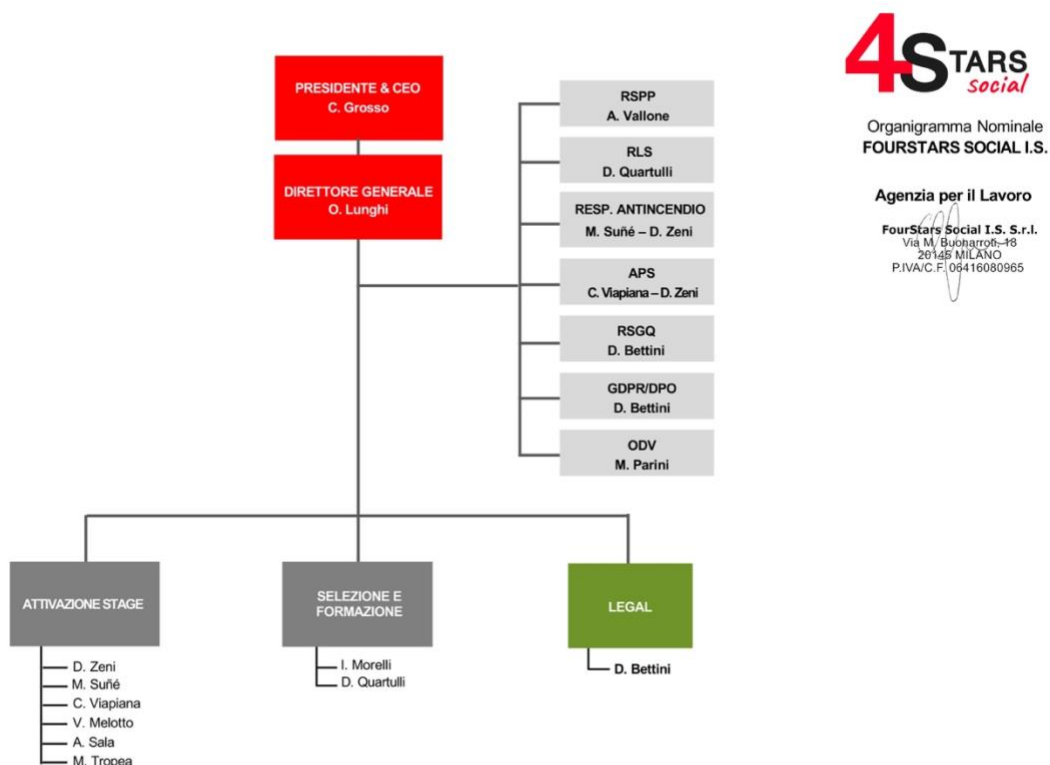
In data 5 marzo 2024 il Consiglio di Amministrazione ha conferito l'incarico a Deborah Bettini di Responsabile delle segnalazioni e determinato come canale interno di segnalazione un sistema di buste chiuse da tramettersi a mezzo posta ordinaria, direttamente al Responsabile.

Sul sito internet di FourStars è pubblicato l'apposito documento informativo in materia di Whistleblowing.

4. Uno sguardo sul personale

4.1 IL PERSONALE

A seguito della trasformazione societaria l'impresa sociale consta di 9 dipendenti (dato aggiornato al 31/12/2025) che operano nelle differenti aree aziendali in base alle proprie competenze tecniche e soft skills ed esperienze professionali pregresse.



Il CCNL di riferimento è il Contratto Collettivo di Lavoro per i Dipendenti da Aziende del Terziario della Distribuzione e dei Servizi.

Il trattamento economico dei dipendenti rispetta gli standard dei contratti collettivi nazionali di riferimento e non si ravvisano casi di retribuzioni e compensi superiori del 40% alle retribuzioni previste dal CCNL di riferimento.

In ogni caso, come previsto dall'art. 13 D.Lgs. 112/2017 la differenza retributiva tra lavoratori dipendenti della società non è superiore al rapporto uno ad otto, calcolata sulla base della retribuzione annua lorda.

Non sono presenti volontari attivi nell'organizzazione.

4.2 CONDIVISIONE E FORMAZIONE

La **condivisione** per FourStars significa collaborazione costruttiva fra persone interdipendenti (interne e esterne all'organizzazione). Si concretizza nello scambio di conoscenze, talenti e informazioni. Si fonda sul concetto di 'unità nella diversità', ovvero la capacità di lavorare insieme facendo leva sulle risorse di ogni persona.

L'Impresa dà **valore alle persone**, riconoscendone i meriti indipendentemente da età, esperienza e ruolo. Valorizza il talento, la creatività, la determinazione e il senso di responsabilità, per **incoraggiare ognuno ad esprimere sé stesso** e le proprie capacità verso un **obiettivo comune**.

Crea ogni giorno un **ambiente empatico**, ricettivo rispetto a diversità e inclusione in azienda, promuovendo l'intelligenza emotiva, al fine di far sentire tutti a proprio agio, **garantire un libero spazio di espressione e una fluidità nella collaborazione**.

Sensibilizza i nostri collaboratori attraverso una comunicazione interna coerente a livello valoriale e svolgiamo un **recruiting inclusivo**, nella stesura degli annunci di stage e lavoro, così come nello svolgimento dei colloqui. Tutti gli annunci sono rivolti a candidati ambosessi, nel rispetto del D.Lgs. n. 198/2006 e ss.mm.ii. e dei Decreti Legislativi n. 215 e n. 216 del 2003 sulle parità di trattamento.

La società cura con particolare attenzione la **formazione del personale legata allo sviluppo delle competenze tecniche e soft skills**, mediante incontri di approfondimento, assessment, coaching individuali o di gruppo e attività di team building, come indicato nel punto seguente. Il **lavoro di team** è fondamentale per il raggiungimento di un obiettivo comune ed il buon andamento della società.

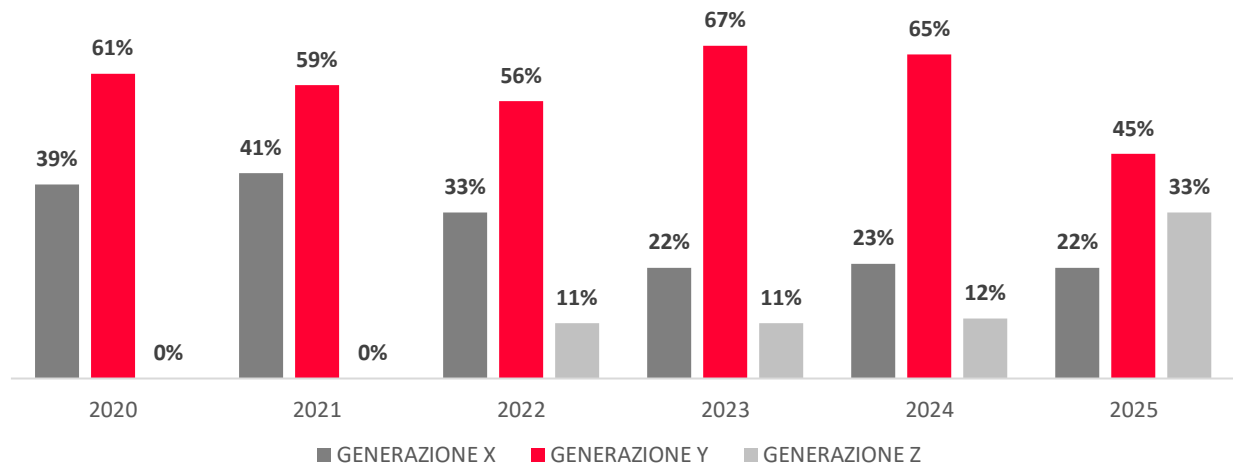
FourStars organizza **incontri con il personale**, finalizzati anche alla **valutazione dei risultati** raggiunti nelle diverse aree di lavoro, nonché in generale alla **condivisione degli obiettivi di crescita e di miglioramento** dei processi di lavoro e della qualità dei servizi offerti.

4.3 CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI

Di seguito verranno analizzate le caratteristiche dei lavoratori suddividendoli in macro categorie.

FourStars è un'azienda giovane e dinamica, così composta: il 33% appartiene alla generazione Z, la generazione dei nativi digitali, circa il 45% appartiene ai Millennials, la generazione del nuovo millennio, costituita dai nati tra i primi anni '80 e il 2000, anche detta Generazione Y o Net Generation, che si contrappone alle precedenti, la Generazione X, che include i nati tra gli anni '65 e '80 rappresentata da circa il 22% del team. Un **esempio virtuoso**, una **best practice**, di convenienza tra diverse generazioni. FourStars crede nell'importanza di gestire e **valorizzare le differenze generazionali** per garantire uno spazio a diverse modalità di pensiero e favorire un'espressione dei talenti intrinseci di ognuno.

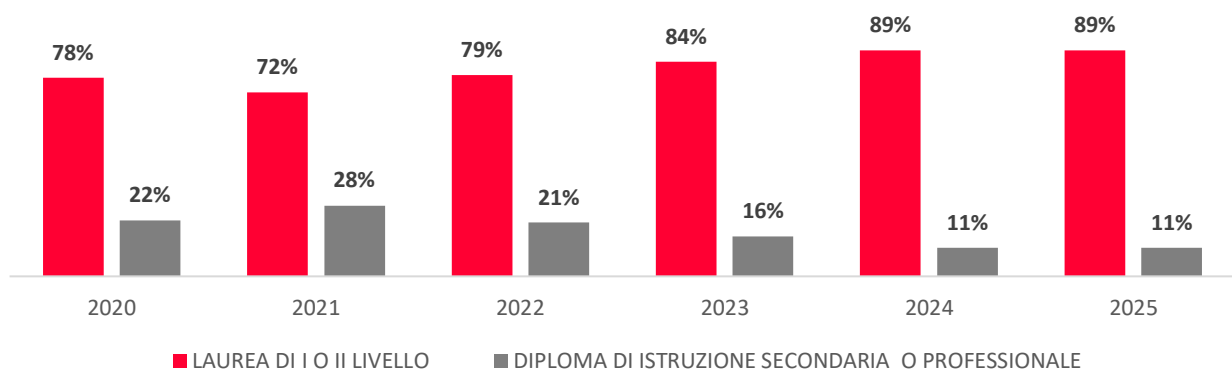
GENERAZIONE IN AZIENDA



L'89% dei dipendenti di FourStars ha conseguito un diploma di laurea di primo o secondo livello e l'11% ha conseguito un diploma di istruzione secondaria. Il team è costituito da un gruppo di persone, con **competenze e professionalità diverse**, le cui prestazioni, interazioni e relazioni convergono verso il raggiungimento di un obiettivo ben preciso, comune e condiviso.

Nel grafico seguente si evidenziano i cambiamenti nel corso degli ultimi anni e si mettono in comparazione le annualità delle caratteristiche elencate in precedenza.

LIVELLO DI ISTRUZIONE

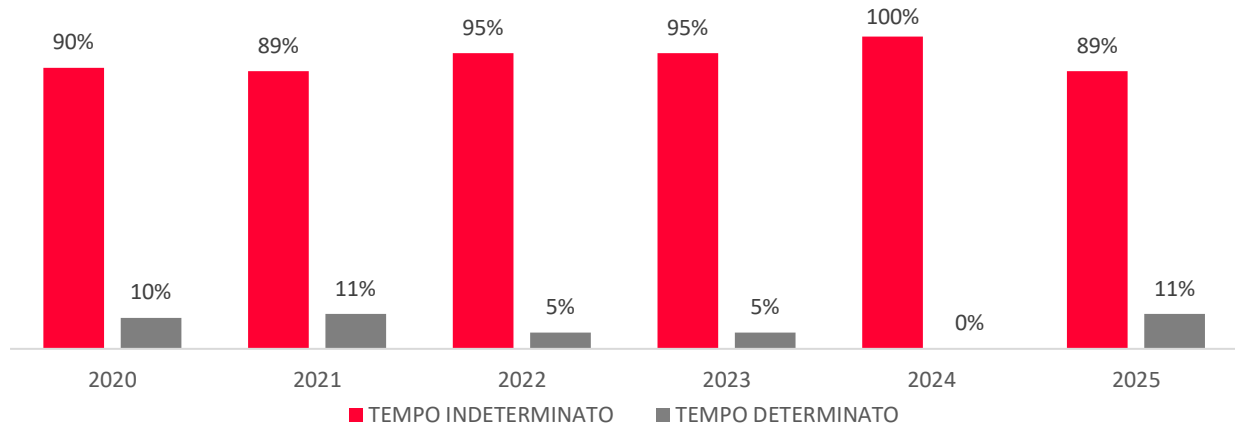


4.4 MODALITÀ DI LAVORO

Al fine di dare concreta valorizzazione alla fiducia quale cardine fondante del rapporto tra Direzione e staff, non sono presenti modalità di controllo sugli orari di ingresso e di uscita. L'attività lavorativa è organizzata secondo la **modalità di lavoro "per obiettivi"**, favorendo il **work-life balance** per una maggiore flessibilità e benessere dei lavoratori.

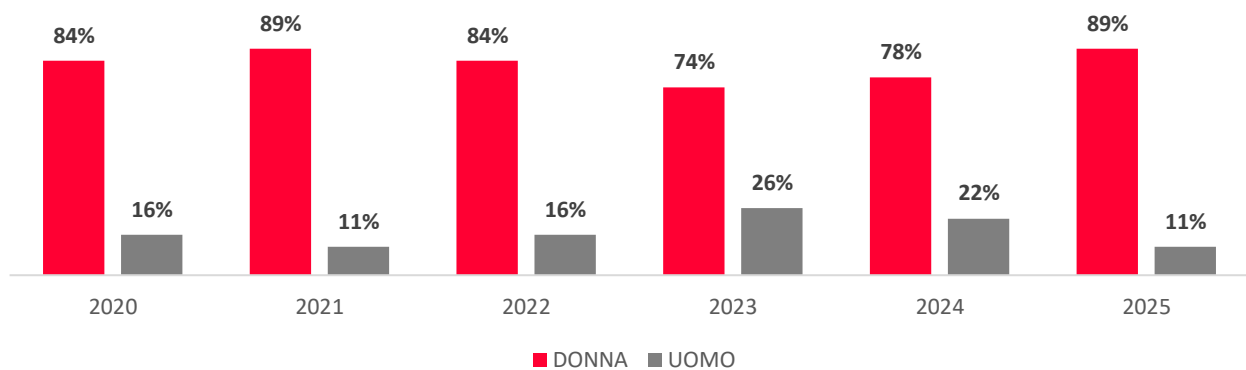
Crescita professionale e engagement sono principi cardine per FourStars: l'89% dei dipendenti è assunto con un contratto a tempo indeterminato ed il restante 11% con un contratto a tempo determinato con prospettiva di assunzione. La maggior parte delle risorse ha iniziato con un percorso formativo (tirocinio) ed è poi stato confermato e inserito in azienda. Per tutti i nuovi assunti è previsto un percorso di affiancamento, formazione e crescita.

TIPOLOGIA DI CONTRATTO



In FourStars, impresa a conduzione femminile, i dipendenti sono storicamente, a partire dalla fondazione dell'impresa sociale, per la maggior parte donne. I dati confermano che il team è composto per ben l'89% da donne. L'**empowerment femminile** è da sempre alla base della cultura aziendale di FourStars.

GENERE IN AZIENDA



4.5 LUOGO DI LAVORO

L'ambiente aziendale è organizzato in modo da rendere il più possibile confortevole lo svolgimento dell'attività lavorativa. L'ufficio è dotato di sale riunioni e phone booth volti a garantire riservatezza e privacy nel corso di incontri, call e videoconferenze. È responsabilità di ogni lavoratore mantenere l'ambiente decoroso e pulito, evitando comportamenti che possono causare disturbo agli altri. La prestazione lavorativa può essere svolta da un luogo diverso dall'ufficio. È onere dall'Azienda predisporre tutta la strumentazione tecnica idonea e necessaria a rendere possibile lo svolgimento dell'attività lavorativa con questa modalità.

Nell'ottica della modalità di lavoro "per obiettivi", lo staff può organizzare la propria attività da remoto, salvaguardando in ogni caso la qualità dell'attività aziendale rivolta al pubblico e ai colleghi e nel rispetto della normativa sulla sicurezza a tutela del Lavoratore stesso.

La risorsa che svolga la propria attività in modalità smart working non è tenuta in ogni caso ad essere reperibile oltre l'orario lavorativo ed ha diritto alla disconnessione quando non operativa.

FourStars presta particolare attenzione al suo impatto sull'ambiente e incentiva i comportamenti virtuosi quali:

- preferenza dell'utilizzo della posta elettronica e dei documenti virtuali in luogo di quelli cartacei;
- utilizzo di carta riciclata;
- raccolta differenziata;
- distributori di caffè ed acqua comuni;
- stoviglie lavabili e borraccia personale per evitare l'uso di stoviglie usa e getta;
- organizzazione di iniziative spot eco-sostenibili.

È possibile condividere con i colleghi il momento del pranzo nella sala comune, dotata della strumentazione idonea a conservare e riscaldare i cibi (social eating).

4.6 CICLO AZIENDALE RISORSE UMANE

Il percorso lavorativo è caratterizzato dai seguenti elementi:

- **Onboarding.** La risorsa viene presentata dalla Direzione a tutto lo staff, in un momento plenario, nel quale vengono gettate le basi per la condivisione valoriale con la nuova risorsa. Alla risorsa viene fornito un kit di benvenuto. Nelle prime fasi dell'inserimento, tutto il personale si impegna per agevolare l'inserimento della nuova risorsa, offrendo il proprio supporto con gentilezza e disponibilità.
- **Riconoscimento della risorsa e postazione di lavoro.** Sulla base del principio di fiducia e flessibilità, anche in considerazione del numero complessivo delle risorse, la Società non adotta alcun sistema di riconoscimento automatizzato delle proprie risorse all'ingresso e all'uscita (ad esempio: badge elettronico). Allo stesso modo, la Società non impone alla risorsa l'utilizzo di una postazione fissa, per cui la risorsa sarà libera di accomodarsi ove ritenga opportuno all'interno dell'area di lavoro. Laddove sia opportuno condurre conversazioni riservate, la risorsa potrà utilizzare una delle sale a ciò dedicate.
- **Riservatezza.** La risorsa è tenuta a sottoscrivere un apposito accordo di riservatezza al momento della sottoscrizione del contratto, a protezione del know how aziendale e delle informazioni relative a soggetti terzi, acquisite durante lo svolgimento dell'attività lavorativa.
- **Formazione della risorsa.** Nel corso della propria attività, la risorsa riceverà specifica formazione sul Regolamento UE 2016/679 e su come eseguire l'attività nel rispetto del predetto Regolamento. La formazione potrà essere erogata dal team interno dedicato o dal competente DPO o da altro

soggetto all'uopo individuato. La risorsa, in caso di necessità potrà richiedere in ogni momento supporto al team interno o al DPO nominato.

- **Lavoro da remoto.** La risorsa, compatibilmente con il proprio ruolo aziendale e come meglio indicato nel proprio contratto, potrà svolgere la propria attività da remoto.
- **Partecipazione.** La risorsa, indipendentemente dalla tipologia contrattuale, è coinvolta ed invitata a partecipare alla vita aziendale e a tutte le attività organizzate, compatibilmente con l'area di competenza.
- **Offboarding.** La risorsa che decidesse di non collaborare più con FourStars, indipendentemente dalla motivazione, è tenuta a mantenere un comportamento rispettoso verso l'Azienda e i colleghi, collaborando nella fase di passaggio delle consegne con trasparenza e professionalità e a non divulgare informazioni e dati sensibili e riservati al termine del percorso professionale in FourStars.

4.7 FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO

La società cura con particolare attenzione la formazione del personale legata allo sviluppo delle competenze tecniche e soft skills, mediante incontri di approfondimento, assessment, coaching individuali o di gruppo e attività di team building.

Qualsiasi Lavoratore può proporre ai Responsabili ipotesi in tale senso, i quali, valutato l'interesse della proposta, relazioneranno agli organi preposti, che dovranno deciderne la fattibilità.

È diritto e dovere di ogni Lavoratore partecipare ai momenti di aggiornamento organizzati dall'impresa che lo riguardano professionalmente.

FourStars organizza periodicamente riunioni ed esperienze condivise durante le quali l'Azienda si propone di rafforzare lo spirito di collaborazione tra i suoi membri, attraverso la condivisione di idee ed esperienze, nell'ottica della piena e consapevole partecipazione all'attività dell'impresa sociale, come stabilito dall'art. 31 dello Statuto Aziendale. In particolare:

- **Riunione generale.** Trimestralmente, FourStars organizza, anche attraverso mezzi di telecomunicazione, una riunione generale al fine di rendere partecipi ed informare costantemente i Lavoratori sull'andamento generale dell'azienda e sulle deliberazioni del Consiglio di Amministrazione che incidono direttamente sulle condizioni di lavoro e sulla qualità dei beni e dei servizi prodotti o scambiati. Durante la riunione, è lasciato spazio al singolo per la condivisione di idee, esperienze, feedback e suggerimenti. Della riunione generale può essere redatto un verbale sintetico.
- **Riunione di area.** Con cadenza settimanale, ogni area organizza, anche attraverso mezzi di telecomunicazione, una riunione alla quale partecipano i componenti dell'area, oltre ad eventuali ospiti, e nella quale si condivide l'avanzamento dei lavori delle singole aree.
- **Team building.** Con cadenza almeno annuale, FourStars organizza attività comuni che hanno quale obiettivo l'approfondimento e la condivisione dei valori aziendali e lo sviluppo delle soft skills individuali e dell'intero gruppo, attraverso le quali rafforzare lo spirito di collaborazione, incentivando lo scambio di esperienze. L'organizzazione delle attività è effettuata dal team HR e dalla Direzione

tenendo conto delle esigenze anche personali di ciascuno. La partecipazione a queste attività è facoltativa e non comporta oneri a carico dei partecipanti.

- **Formazione e aggiornamento.** FourStars, ove possibile, organizza e promuove attività di formazione e aggiornamento del personale. La partecipazione è libera e non comporta oneri per i partecipanti.
- **Laboratori peer-to-peer.** Con il costante impegno di aumentare il benessere in azienda, FourStars ha dato la possibilità ai propri dipendenti di organizzare attivamente le sessioni di formazione, scegliendo liberamente se partecipare e quali tematiche affrontare.
- **Assessment individuale.** Due volte nel corso dell'anno per analisi obiettivi, valori, commitment, benessere e crescita individuale.

4.8 DALL'ECOSOSTENIBILITÀ AL WELFARE

Di seguito vengono riportate alcune pratiche che FourStars ha scelto di adottare in azienda, per essere più green, più consapevoli e per vivere meglio:

- **Utilizzo depuratore e borracce plastic free:** è molto importante, per quanto possibile, imparare a ridurre il consumo di plastica per rispettare l'ambiente e contribuire a un utilizzo più consapevole, responsabile e sostenibile delle risorse. FourStars, nel suo piccolo, ha adottato una politica plastic free, introducendo in azienda l'utilizzo di un depuratore d'acqua, a cui i dipendenti possono attingere tramite una borraccia personale in alluminio.
- **Raccolta differenziata:** tra le buone pratiche aziendali, sempre nell'ottica di ridurre l'impatto ambientale, è importante impegnarsi per fare la raccolta differenziata: smistare i rifiuti, anche in ufficio, costituisce un piccolo gesto, che però può produrre grandi risultati e conseguenze in termini di sostenibilità.
- **Smart Working:** facendo leva sul concetto di flessibilità e di lavoro agile, lo smartworking consente ai lavoratori di svolgere la propria attività da casa alcuni giorni al mese per conciliare meglio impegni personali e professionali.
- **Politiche di Welfare:** la società ha intrapreso iniziative per tutti i dipendenti, con l'obiettivo di migliorarne il benessere in ambito professionale e di offrire loro un aiuto per conciliare attività lavorativa e vita privata.
- **No badge:** sempre nell'ottica di aumentare il benessere in azienda, FourStars ha abolito il badge in entrata e in uscita. Concedendo una maggiore flessibilità, non solo si responsabilizzano maggiormente i lavoratori, ma si migliora notevolmente la qualità della vita e si contribuisce a instaurare una relazione di fiducia tra datore di lavoro e dipendenti.
- **Riunioni a colazione:** tra le buone pratiche aziendali che a FourStars piace adottare, ci sono anche ulteriori momenti di condivisione, pensati per permettere alle diverse aree aziendali di incontrarsi, raccontarsi e confrontarsi.
- **Benefitness:** per incentivare i dipendenti a uno stile di vita sano, che includa una regolare attività fisica, FourStars ha introdotto come benefit aziendale un abbonamento a una palestra online da

utilizzare liberamente scegliendo secondo la propria propensione tra discipline differenziate.

- **Eco-gift:** FourStars è orgogliosa dei suoi regali aziendali 100% eco-friendly! Ogni gadget è sostenibile, prodotto da aziende B Corp e pensato per ridurre l'impatto ambientale, promuovere un utilizzo più responsabile degli strumenti di lavoro e sensibilizzare gli stakeholders verso un maggiore impegno.

L'azienda è sempre più attenta alla sostenibilità adottando accorgimenti e misure green per ogni area di lavoro: ogni scelta e azione è pensata per fornire un impatto positivo e significativo per la comunità e l'ambiente.

La scelta dei materiali di consumo, delle forniture dell'ufficio ed i prodotti per la pulizia sono importanti per ridurre l'impatto ambientale.

Piccoli gesti quotidiani possono dare un grande contributo alla riduzione dell'impatto ambientale e aiutare l'impresa ad essere più green.

Di seguito i 14 tips che FourStars ha condiviso con i propri stakeholders per incoraggiarli ad essere più sostenibili nell'ambiente di lavoro, sia fisico che virtuale:

1. Addio alle cattive abitudini

La prima cosa da fare per essere sostenibili in ufficio è scardinare i vecchi schemi sbagliati, quelli che portavano allo spreco e generavano circoli tutt'altro che virtuosi.

Quindi occorre innanzitutto fermarsi un attimo a riflettere, analizzare i comportamenti da eliminare e individuare nuove buone abitudini da mettere in pratica.

2. Ridurre l'uso della stampante

Ai primi posti nella classifica delle abitudini che dovremmo considerare obsolete è sicuramente un utilizzo sconsiderato e inconsapevole della stampante.

Con la costante evoluzione tecnologica, ormai quasi tutti i processi si possono svolgere digitalmente, archiviazione compresa. Si dovrebbe quindi rinunciare alla stampa dei documenti, scegliendo modalità digitali alternative per il salvataggio e la condivisione di documenti, relazioni, presentazioni e email.

3. Utilizzare carta riciclata

Se proprio non si può fare a meno di stampare, è bene scegliere di utilizzare carta riciclata e certificata Ecolabel, optare per una stampa in fronte-retro in bianco e nero e in modalità veloce a risparmio di inchiostro, ridimensionando il più possibile i testi e le immagini per limitare il consumo di carta.

Le vecchie stampe o le bozze di presentazioni e documenti aziendali possono essere utilizzate sul retro per prendere appunti o per altri utilizzi, in modo tale da ridurre gli sprechi.

4. Differenziare

Quando si parla di raccolta differenziata si pensa immediatamente all'ambiente casalingo, nel quale ognuno di noi ha imparato a differenziare gli scarti domestici tanto da farlo diventare un gesto quasi automatico che fa parte della nostra quotidianità. Oltre alla casa, un altro ambiente nel quale si producono numerosi rifiuti è l'ufficio.

È importantissimo quindi porre la giusta attenzione alla raccolta differenziata in ogni ambiente di lavoro, in modo da destinare correttamente i materiali di scarto e ridurre al minimo l'impatto ambientale dotandosi di appositi contenitori per la raccolta differenziata.

5. Eliminare l'usa e getta per il pranzo

Stop ai prodotti usa e getta! Durante la pausa pranzo o i break di metà mattinata e pomeriggio si possono sostituire piatti, bicchieri, tazzine e tazze di plastica con stoviglie di ceramica o vetro. Anche per i contenitori del pranzo in ufficio, meglio scegliere quelli prodotti con materiali riciclabili o meglio ancora in vetro, che sono più pesanti ma si possono riutilizzare e garantiscono un'igiene maggiore.

6. Usare borracce plastic free

Una buona abitudine da consolidare per essere più green in ufficio, ma anche a casa, riguarda l'utilizzo di borracce per il consumo di acqua. Spesso le grandi aziende mettono a disposizione dei dipendenti non solo i distributori di snack e bevande, ma anche boccioni o depuratori d'acqua (spesso utilizzati anche nelle abitazioni).

7. Utilizzare detergenti ecologici

È una buona abitudine scegliere ed acquistare prodotti ecologici e green per l'ufficio che consentono di ridurre l'uso di sostanze chimiche e di fornire un impatto positivo e significativo per tutti noi. Il primo passo è preferire prodotti per le pulizie e l'igienizzazione degli spazi comuni biodegradabili e non tossici.

8. Spegnimento e stand by del pc

Spesso si sottovaluta il consumo dei pc in stand by, ma per essere sostenibili in ufficio bisognerebbe farci più attenzione. Sul lungo termine, un uso corretto di computer, monitor e altri device, può portare a un notevole risparmio in termini energetici.

È una buona abitudine spegnere il pc quando non si utilizza per diverse ore e settare almeno le impostazioni di stand by per lo spegnimento del monitor quando il computer non è in uso.

9. Digital memo

La tecnologia offre molti strumenti utili, anche per essere più sostenibili in ufficio! Ad esempio, i post-it non sono il modo più ecologico per ricordarsi le cose, sarebbe meglio optare per agende digitali, calendari condivisi online e altri metodi alternativi più green.

10. Ridurre l'uso della carta in bagno

L'ideale sarebbe che le aziende si dotassero di asciugamani elettrici ad aria calda, che permettono di evitare gli sprechi di carta.

Nel caso in cui ancora in ufficio fossero presenti i dispenser di fazzoletti di carta, per essere più green si dovrebbe incoraggiare la scelta di carta riciclata e imparare a farne un uso ridotto, utilizzando solo quanti fogli di carta sono realmente necessari.

11. Scegliere soluzioni ecologiche per andare a lavorare

Anche la scelta del mezzo che ci porta al lavoro si può considerare una via per essere sostenibili in ufficio. Molte persone spesso utilizzano l'automobile, ma rinunciare all'auto porterebbe a una notevole riduzione dell'inquinamento (nonché del traffico). Per i più sportivi la soluzione è sicuramente la bicicletta, mezzo ecologico che consente anche di fare attività fisica. Nei paesi scandinavi è ormai un must.

Molte città hanno introdotto per il trasporto pubblico mezzi ecologici, meno inquinanti, che costituiscono una valida alternativa alla macchina. Un'altra soluzione potrebbe essere organizzarsi con i colleghi che abitano vicino per andare in ufficio con un'unica auto, ridurre gli sprechi e creare anche dei momenti per socializzare e rafforzare il team.

12. Smart working

Ovviamente anche lavorare da casa può aiutare ad essere più sostenibili!

Lo smart working può ridurre drasticamente l'impatto ambientale di ognuno di noi.

13. Usare con parsimonia il riscaldamento e l'aria condizionata

L'utilizzo dei condizionatori per riscaldare e rinfrescare gli uffici è una delle principali cause di inquinamento, nonché rappresenta una notevole spesa per l'azienda.

È bene ridurre l'utilizzo dei climatizzatori al minimo indispensabile, sia d'estate che d'inverno, effettuare spesso la pulizia dei filtri e impostare il termostato senza esagerare.

14. Sensibilizzare e coinvolgere

Diffondere la cultura della sostenibilità, incoraggiare e promuovere questi eco tips anche al proprio network.

Anche il dialogo tra colleghi può produrre un circolo virtuoso: consigliare al vicino di scrivania di stampare meno o di spegnere il pc al termine della giornata può contribuire a migliorare il livello di compliance e aiutare ad essere più sostenibili.

4.9 LA SCELTA DI UN IMPEGNO CONCRETO: LA CERTIFICAZIONE B CORP

Le B Corp rappresentano un movimento di **imprese impegnate a trasformare il sistema economico globale**, da estrattivo, esclusivo e legato a dinamiche di potere, a **rigenerativo, equo e inclusivo**.

La **certificazione B Corp** è stata creata e introdotta da B Lab, ente non profit, con l'intento di stimolare un'azione collettiva verso la diffusione di una nuova cultura aziendale, in grado di promuovere un cambiamento economico e generare benessere per la comunità e il pianeta.

Per richiedere la certificazione, **le aziende devono misurare le proprie performances su 5 aree di impatto**: Lavoratori, Ambiente, Clienti, Comunità, Governance.



OBIETTIVO

Usare il **business come forza positiva** rivolta alla società e al pianeta: questa è la mission che accomuna le B Corp.



VISIONE

Instaurare una competizione positiva per **migliorarsi sempre** e creare un **sistema economico inclusivo, equo e rigenerativo**.



VALORI

Responsabilità, trasparenza, interdipendenza, innovazione, inclusione, rigeneratività: una passione in cui credere, diversi modi di esprimerla.

Una volta ottenuta la certificazione, ogni B Corp deve intraprendere un **processo di valutazione e verifica con cadenza triennale**, dimostrando di continuare a soddisfare gli standard, in costante evoluzione insieme alla società e all'ambiente.

Nel 2022 FourStars si è posta lo sfidante obiettivo di proseguire lungo la strada intrapresa, che prevede un paradigma evoluto di business: un paradigma rigenerativo e non estrattivo. Pertanto diventare **una B Corp certificata** è il coronamento logico di questa filosofia di imprenditorialità.

L'azienda ha totalizzato un **punteggio di 103.2 su 200**. Questo è stato motivo di grande orgoglio.



L'iter che ha intrapreso, complesso e ricco di stimoli, ha consentito all'azienda di **mettersi alla prova e testare il proprio impegno**, per acquisire consapevolezza e iniziare un nuovo cammino **verso un ulteriore e costante miglioramento** e verso una più efficace sensibilizzazione dei nostri stakeholders, interni ed esterni.

FourStars si propone di **essere parte del cambiamento**, utilizzando il **business come forza positiva**, che possa originare un **impatto migliore sulla società e sull'ambiente** circostante.

Ecco come ogni giorno si impegna per **migliorare il proprio impatto**:



AMBIENTE

Lavoriamo prendendoci cura dell'ambiente e mettendo in circolo **comportamenti virtuosi, rivolti a una riduzione del nostro impatto ambientale** e a una sensibilizzazione degli stakeholders.



COMUNITÀ

La nostra originaria **vocazione di Impresa Sociale** orienta da **sempre i progetti e le tematiche che promuoviamo nell'ambito del mondo del lavoro, con un particolare impegno rivolto al benessere della comunità.**



LAVORATORI

Mettiamo le persone **sempre al centro**, rivolgendo un'attenzione particolare al **benessere di tutti i collaboratori**, per valorizzare le loro peculiarità individuali e le loro potenzialità all'interno del team.



CLIENTI

La nostra consulenza è rivolta a **semplificare il lavoro dei nostri clienti**. I nostri team specializzati lavorano in sinergia per **sviluppare nuove idee e soluzioni green** per una riduzione del carico documentale e per favorire il risparmio energetico.



GOVERNANCE

La nostra governance tiene conto di tutti gli stakeholders, interni ed esterni, con un particolare impegno rivolto alla **ricerca di un allineamento valoriale** e alla **sensibilizzazione di clienti, fornitori, dipendenti e collaboratori** verso un utilizzo più consapevole delle risorse.

Nel 2025, è stata lanciata una nuova versione (2.1) degli standard di certificazione, progettati per rendere la certificazione B Corp più solida e più chiara. Questi standard innalzano il livello di ambizione per tutte le aziende e rafforzano la coerenza e la credibilità del processo di certificazione, basandosi sulle migliori pratiche internazionali in materia di sostenibilità e governance. FourStars nel 2025 è risultata eleggibile alla policy di ricertificazione e dovrà dare avvio al percorso di ricertificazione nel corso del prossimo anno con una nuova data di scadenza nel marzo 2027.

5. Obiettivi ed attività

5.1 SINTESI DEGLI OBIETTIVI

FourStars nasce come impresa sociale e orienta da sempre le proprie attività verso la sostenibilità sociale, il benessere delle persone e la promozione della comunità.

La certificazione B Corp ha rafforzato l'appartenenza della società a un movimento globale di imprese impegnate a generare un impatto positivo, adottando un paradigma di business equo, inclusivo, responsabile e rigenerativo. In coerenza con la propria identità, FourStars si prepara al **percorso di ricertificazione** previsto dal 2026, che sarà caratterizzato da standard più rigorosi, verifiche più strutturate e una crescente integrazione con i principi ESG, in linea con l'evoluzione dei nuovi standard B Lab.

Il principio cardine di FourStars è **generare valore per la società**: lavorare per fare del bene alle persone e al pianeta. In questa prospettiva, l'azienda intende proseguire il proprio percorso di sostenibilità attraverso il coinvolgimento attivo degli stakeholder, promuovendo una governance orientata all'ascolto, alla trasparenza, alla partecipazione e alla condivisione di valori.

Lo scopo fondante rimane contribuire alla riduzione della disoccupazione giovanile, favorendo l'inserimento lavorativo dei giovani e accompagnandoli nello sviluppo di competenze adeguate a un mercato del lavoro in continua trasformazione.

Particolare novità è sicuramente l'esponenziale **sviluppo dell'intelligenza artificiale**: una svolta storica che richiede investimenti significativi nella **formazione delle risorse**. Tale percorso sarà affrontato mantenendo salda la centralità della persona, affinché la tecnologia sia utilizzata come strumento di inclusione, crescita e miglioramento della qualità del lavoro.

La società intende inoltre promuovere percorsi di team building etico, orientati alla collaborazione, alla responsabilità condivisa e alla consapevolezza delle nuove povertà e delle fragilità emergenti. L'obiettivo è formare persone e team capaci non solo di operare con competenza, ma anche di **generare impatto sociale positivo**.

Questo percorso rappresenta per FourStars un'occasione per rafforzare la propria missione, misurare con maggiore efficacia il proprio impatto e confermare il proprio impegno verso un modello di impresa sostenibile, inclusivo e profondamente orientato alla persona



IMPEGNO SOCIALE

In qualità di impresa sociale e B Corp, da sempre rivolta alla comunità FourStars si impegna a coinvolgere tutta l'azienda verso temi di impegno etico, per responsabilizzare e avviare azioni concrete (donazioni, raccolte fondi, ecc.)



SENSIBILIZZAZIONE E COINVOLGIMENTO

FourStars promuove e condivide con gli stakeholders l'impegno e i valori sociali che ci caratterizzano, attraverso campagne di comunicazione dedicate sui nostri canali social.



RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Ogni giorno FourStars si fa promotrice di buone prassi di sostenibilità per i clienti, coinvolgendoli e valutando la loro soddisfazione, attraverso questionari e contenuti condivisi online.

5.2 STRUMENTI DI MISURAZIONE

Le linee guida per la redazione del **Bilancio Sociale** definiscono il documento come uno **strumento di rendicontazione delle responsabilità, dei comportamenti e dei risultati sociali, ambientali ed economici delle attività svolte da un'organizzazione**. In una società ed in un sistema tendenzialmente orientato ai valori economici espressi in termini monetari, come valutare e definire l'impatto sociale ed ambientale di un'azione? Lo stesso legislatore, nella definizione concreta di queste tematiche, manifesta alcune oggettive difficoltà nella chiara descrizione dei parametri di riferimento, richiedendo unicamente la rendicontazione di informazioni qualitative e quantitative sulle azioni realizzate nelle diverse aree di attività, sui beneficiari diretti ed indiretti, sugli output risultati dalle attività poste in essere e sui possibili effetti sui portatori di interesse.

FourStars ritiene fondamentale concentrarsi su obiettivi prioritari legati al contesto di riferimento continuando ad osservare il mercato. In questo senso, prendendo spunto dalle parole di William T. Kelvin, "non si può migliorare ciò che non si misura", è stato deciso di ricostruire il percorso realizzato nelle ultime versioni del Bilancio Sociale, per la costruzione di indici definiti KPI che serviranno per monitorare nel tempo tutti i principali elementi di valutazione essenziali per FourStars.

Innanzitutto occorre delimitare il campo di azione e la Società ricopre quasi completamente il territorio italiano grazie alle molteplici sedi e agli strumenti digitali che ne hanno permesso la diffusione.

Effettuando un'analisi più accurata, come si può osservare nell'immagine sottostante, si evince che FourStars attiva stage in ben 20 regioni, prevalentemente nel nord Italia con Regione Lombardia in testa alla classifica, seguono poi Campania, Lazio, Piemonte e Toscana.



5.3 ANALISI DI MATERIALITÀ E VALUTAZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE

Ereditato dai più avanzati approcci alla corporate sustainability, si prevede la realizzazione di una “Analisi di Materialità” al fine di rilevare quali siano gli aspetti di sostenibilità più rilevanti per l’azienda e per i suoi portatori di interesse. Si tratta di una rilevazione della significatività di un insieme di ambiti tematici di sostenibilità economica, sociale e ambientale, per l’azienda e per i suoi Stakeholder. La combinazione della materialità interna ed esterna assegnata per ogni aspetto, restituisce un valore di importanza che consente di ordinare questi temi secondo vari gradi di priorità, selezionandone una serie limitata su cui focalizzare gli impegni di azione e rendicontazione. L’Analisi di Materialità permette all’organizzazione di fare emergere con chiarezza le relazioni tra gli interessi aziendali rispetto a quelli degli stakeholder, mettendo in evidenza le aree di sostenibilità di mutuo interesse, su cui maggiormente deve focalizzarsi il contenuto del reporting e delle azioni strategiche da intraprendere.

5.4 PROCESSO DI ANALISI

Sono state previste quattro fasi:

1. l’identificazione di tutti i potenziali aspetti materiali attraverso l’analisi di documentazione aziendale (Codice Etico, Relazione Finanziaria Annuale, Piano Strategico, ecc.), documenti esterni sui cambiamenti di scenario, questionari di valutazione delle società di rating di sostenibilità, confronto con il settore di riferimento, ricerche sui media e su internet e standard/iniziative multi-stakeholder;
2. la prioritizzazione degli aspetti da parte dei referenti delle funzioni interne, che hanno valutato le singole tematiche dal lato aziendale, quali portavoce della visione della società, e dal punto di vista degli stakeholder attribuendo una votazione su una scala da 1 a 5;

3. la presentazione dell'analisi agli organi direttivi e la strutturazione del percorso di valutazione di impatto sociale triennale 2023/2025
4. l'analisi d'impatto, attraverso la costruzione di indici e KPI capaci di misurare concretamente le azioni messe in campo da FourStars e valutarne gli outcome.

5.5 STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Al fine di identificare e definire i temi di sostenibilità per l'analisi, si sono coinvolti direttamente gli stakeholder attraverso un processo strutturato di engagement che ha visto la realizzazione di un'indagine rivolta a tutti gli interlocutori recependone le istanze, verificando lo stato di allineamento tra gli obiettivi strategici ed il contesto di riferimento oltre che gli aspetti reputazionali e strategici. Chiave del processo è anche la messa a frutto di questi obblighi come opportunità di coinvolgimento degli utenti interni ed esterni dell'azienda sui temi della sostenibilità d'impresa, oltre che la seria ristrutturazione del processo di analisi degli input al fine di definire una migliore rappresentazione del contributo di FourStars.

5.6 LA MATRICE DI MATERIALITÀ

I risultati del confronto sono rappresentati nella matrice di materialità, che sintetizza le priorità emerse dal dialogo con gli stakeholder.

Matrice di materialità



Tematiche rilevanti

- 1) Etica e valori:**
 - 1 business integrity: trasparenza, integrità e correttezza, responsabilità verso la collettività
- 2) Modello di funzionamento, organizzazione ed innovazione:**
 - 2a analisi impatto ambientale
 - 2b sviluppo delle competenze e formazione del personale
 - 2c innovazione dei processi e dei servizi erogati
- 3) Uso e funzione degli spazi:**
 - 3 utilizzo di spazi flessibili e smart working
- 4) Visione culturale del lavoro:**
 - 4 rafforzamento dell'identità aziendale e valorizzazione del work life balance
- 5) Coinvolgimento degli stakeholder:**
 - 5a soddisfazione stakeholder interni
 - 5b soddisfazione stakeholder esterni
 - 5c comunicazione e dialogo con i vari stakeholder
- 6) Gestione economica:**
 - 6 controllo di gestione ed analisi dei rischi

Attraverso la somministrazione di semplici questionari, è stata rilevata la percezione di FourStars da parte dei propri clienti e del personale dipendente, con l'obiettivo di comprendere il grado di rilevanza attribuito ai principali temi di sostenibilità e responsabilità sociale.

Si segnala che, a seguito delle modifiche intervenute negli assetti organizzativi della società, il confronto diretto con i dati relativi al 2024 risulta poco significativo. Per tale ragione, si è ritenuto opportuno considerare il 2025 come un nuovo punto di partenza, una sorta di "anno zero" da cui ricostruire una progettualità aggiornata e coerente per il triennio successivo.

Di seguito si evidenziano le diverse aree di intervento e si restituisce un quadro sintetico delle tematiche con il maggiore potenziale di influenza per FourStars, le decisioni dei suoi stakeholder, nonché il grado di "allineamento" o "disallineamento" tra le priorità di intervento attribuite dagli utenti. Dall'indagine conoscitiva compiuta sono state valutate e proposte una serie di aree riconducibili a temi sensibili che riguardano il campo dell'etica, dell'innovazione, del digitale e molto altro. Si è compiuta poi una scrematura dei dati risultati "meno interessanti" e ci si è concentrati sulle questioni che hanno riscontrato maggior interesse. Da questa analisi è possibile strutturare il campo di progettazione delle azioni da compiere rispetto alla valutazione d'impatto. Inoltre, ci si concentra su valori diretti, imputabili agli apporti e risultati concretamente ideati, pensati e realizzati da FourStars e su valori indiretti, cioè il complesso di meccanismi generati ed incentivati dall'azienda che si manifestano in luoghi differenti dal luogo di lavoro o che non hanno prettamente un'accezione giuslavoristica, come, ad esempio, la cura e l'attenzione all'ambiente o all'impegno etico e sociale.

Sono stati selezionati 10 fattori riconducibili a 6 ambiti, alcuni di questi sono stati aggiornati rispetto allo scorso anno, proprio in virtù della duttilità e continua evoluzione delle strategie aziendali collegate agli stakeholder.

1. Etica e valori:

- a. business integrity: trasparenza, integrità e correttezza, responsabilità verso la collettività.

2. Modello di funzionamento, organizzazione ed innovazione:

- a. analisi impatto ambientale;
- b. innovazione dei processi e dei servizi erogati;
- c. sviluppo delle competenze e formazione del personale.

3. Uso e funzione degli spazi:

- a. utilizzo di spazi flessibili e smart working.

4. Visione culturale del lavoro:

- a. rafforzamento dell'identità aziendale e valorizzazione del work life balance.

5. Coinvolgimento degli stakeholder:

- a. benessere dei lavoratori;

- b. comunicazione e dialogo con i vari stakeholder;
- c. coinvolgimento dei clienti.

6. Gestione economica:

- a. controllo di gestione ed analisi dei rischi.

5.6.1. LA RELAZIONE D'IMPATTO

Si riportano gli ambiti di interesse per i quali FourStars ha individuato obiettivi e KPI, indicatori chiave per misurare la prestazione aziendale.

1. Etica e valori

L'etica, intesa come senso di responsabilità verso sé stessi e verso la società, unita ai valori fondanti che hanno caratterizzato FourStars nei suoi oltre 25 anni di attività, sono posti alla base di ogni percorso, campagna di comunicazione, progetto ed azione. In questo ambito principi come lealtà e correttezza promossi della governance aziendale, impegnano tutto il team a rispettare norme e regolamenti, con particolare attenzione ai temi sociali e ambientali.

Per il 2025 sono stati prefissati i seguenti obiettivi:

- a. continuare a promuovere e far conoscere agli stakeholder l'impegno di FourStars e i valori sociali che la caratterizzano, attraverso campagne di comunicazione dedicate, cercando di costruire relazioni sempre più forti con soggetti sensibili a questi temi (KPI 1.1 e 1.2).
- b. coinvolgere gli stakeholder interni investendo ore di lavoro su temi etici e valoriali (KPI 1.3).

| KPI | Descrizione | Obiettivo 2025 | Dato 2025 | Obiettivo 2026 |
|---------|--|----------------|-----------|----------------|
| KPI 1.1 | Percentuale delle aziende clienti intervistate che apprezza l'impegno di FourStars per la sostenibilità e il sociale | 90% | 90,9% | 90% |
| KPI 1.2 | Contenuti social con temi etici e valoriali | 140 | 145 | 140 |
| KPI 1.3 | Ore di lavoro dedicate a temi etici e valoriali | 34 | 24 | 25 |

Per il 2026 si ritiene opportuno:

- a. diffondere agli stakeholder l'impegno di FourStars e i valori sociali che la caratterizzano, attraverso campagne di comunicazione dedicate, cercando di costruire relazioni sempre più forti con soggetti sensibili a questi temi (KPI 1.1, 1.2);
- b. coinvolgere gli stakeholder interni investendo ore di lavoro su temi etici e valoriali (KPI 1.3).

2. Modello di funzionamento, organizzazione ed innovazione

Innovazione, competenze e formazione del personale rappresentano elementi fondamentali per un'azienda ed un concreto processo di crescita per i dipendenti (stakeholder per eccellenza in un'impresa sociale). In tal senso, la formazione e l'utilizzo di strumenti digitali sempre nuovi non creano solo aumenti di produttività, ma determinano una crescita culturale, personale, professionale, della qualità dei servizi, che vanno oltre la semplice sfera lavorativa ma intaccano concretamente la persona nel suo percorso di vita.

Per il 2025 sono stati prefissati i seguenti obiettivi:

- diminuzione dell'impatto ambientale (KPI 2.1);
- sviluppo di competenze tecniche e soft skills del personale attraverso corsi di aggiornamento del piano formativo del team (KPI 2.2)
- apprezzamento in merito alla qualità della piattaforma digitale per le aziende clienti intervistate (KPI 2.3).

| KPI | Descrizione | Obiettivo 2025 | Dato 2025 | Obiettivo 2026 |
|---------|--|--|---|---|
| KPI 2.1 | Controllo dei consumi | Consumo complessivo [GJ]: 111 Emissioni Scope 1 e 2 [tCO2]: 8,2 | Consumo complessivo [GJ]: 147* Emissioni Scope 1 e 2 [tCO2]: 10* | Consumo complessivo [GJ]: 145 Emissioni Scope 1 e 2 [tCO2]: 10 |
| KPI 2.2 | Ore dedicate alla formazione del personale | 100 | 50 | 50 |
| KPI 2.3 | Percentuale delle aziende clienti intervistate che apprezza la qualità (voto 8/9/10) della nostra piattaforma digitale | 90% | 90,9% | 90% |

*dato aggiornato per variazione unità di misura 2024/2025

Per il 2026 si ritiene opportuno:

- controllo dei consumi energetici rispetto all'impatto ambientale (KPI 2.1);
- sviluppo di competenze tecniche e soft skills del personale attraverso corsi di formazione e aggiornamento (KPI 2.2);
- apprezzamento degli stakeholder in merito all'innovazione e alla digitalizzazione dei servizi (KPI 2.3).

3. Uso e funzione degli spazi

La sede fisica di lavoro ha ampliato i suoi confini geografici, non più solo uffici, ma anche case e coworking. Grazie ad una connessione internet ed un pc, si può lavorare veramente ovunque. Non solo, con le innumerevoli piattaforme digitali, riunioni ed appuntamenti sbarcano a tutti gli effetti nel mondo virtuale attraverso call conference e meeting on line. Una vera e propria svolta culturale che ha prodotto un profondo ripensamento alla concezione concreta del mondo del lavoro. Oggi, infatti, temi come smart working e

flessibilità sono entrati nel linguaggio comune trasformandosi da strumento facoltativo ad elemento essenziale nella vita quotidiana, indice di benessere.

Per il 2025 sono stati prefissati i seguenti obiettivi:

- a. utilizzo costante dello smart working come strumento di flessibilità e work life balance (KPI 3.1).

| KPI | Descrizione | Obiettivo 2025 | Dato 2025 | Obiettivo 2026 |
|---------|---|----------------|-----------|----------------|
| KPI 3.1 | Numero giornate Smart working/settimana | 2 | 2 | 2 |

Per il 2026 si ritiene opportuno:

- a. utilizzo costante dello smart working come strumento di flessibilità e work life balance (KPI 3.1).

4. Visione culturale del lavoro

Numerosi studi accademici confermano che i lavoratori attribuiscono grande valore alla possibilità di conciliare il lavoro con la propria vita privata e il tempo libero. Di conseguenza sempre più imprese investono tempo e risorse per garantire **benessere** e **work-life balance** ai propri dipendenti, sia per attrarre talenti che per ottenere effetti positivi sulla produttività.

Per definizione, il **benessere aziendale** (o benessere organizzativo) è la **capacità di un'azienda di incentivare e preservare il benessere fisico, psicologico e sociale dei propri lavoratori**, a prescindere dal livello e dalla posizione che ricoprono all'interno dell'organizzazione. Il benessere in azienda è quindi in sostanza uno dei traguardi che tutte le imprese dovrebbero porre tra i propri obiettivi: **vivere meglio le giornate in azienda aiuta a lavorare meglio, quindi incide sulla produttività** e sulla qualità dei servizi offerti.

FourStars ha scelto di attuare alcune **azioni che rispecchiano i propri valori**, in linea con la **vocazione di impresa sociale** e con il percorso che ha avviato per misurare e ricertificare il proprio impatto socio-ambientale e diventare B Corp.

Per il 2025 sono stati prefissati i seguenti obiettivi:

- a. continuare a diffondere la cultura del work-life balance ed il benessere in azienda attraverso contenuti pubblicati sui canali social (KPI 4.1).
- b. consolidamento dell'identità aziendale attraverso momenti di condivisione (KPI 4.2).
- c. aumento della soddisfazione dei dipendenti in merito alle iniziative aziendali legate al benessere e al welfare (KPI 4.3)

| KPI | Descrizione | Obiettivo 2025 | Dato 2025 | Obiettivo 2026 |
|---------|---|--|---|---|
| KPI 4.1 | Numero di articoli/post pubblicati sul tema del work life balance e benessere in azienda | 100 | 102 | 100 |
| KPI 4.2 | Ore di team building/anno | 12 | 12 | 12 |
| KPI 4.3 | Soddisfazione dei dipendenti in merito alle iniziative aziendali legate al benessere e al welfare | 95% dip. soddisfatto di cui il 65% molto soddisfatto | 100% dip. soddisfatto di cui il 12,5% molto soddisfatto | 100% dip. soddisfatto di cui il 15% molto soddisfatto |

Per il 2026 si ritiene opportuno:

- continuare a diffondere la cultura del work-life balance ed il benessere in azienda attraverso contenuti pubblicati sui canali social (KPI 4.1).
- consolidamento dell'identità aziendale attraverso momenti di condivisione (KPI 4.2);
- aumento della soddisfazione dei dipendenti in merito alle iniziative aziendali legate al benessere e al welfare (KPI 4.3)

5. Coinvolgimento degli stakeholder

Gli stakeholder giocano un ruolo fondamentale in ogni azienda, ma non solo, essi rappresentano i protagonisti che si muovono all'interno della società determinandone il suo sviluppo. In questo capitolo ci si concentra particolarmente sulla categoria dei portatori di interesse esterni per andare ad indagare la capacità di FourStars di essere soggetto attrattivo di servizi ed hub sociale. Occupandosi, infatti, di inserimento lavorativo delle fasce più giovani, si è capaci di analizzare concretamente i modelli sociali ed economici che si stanno sviluppando nel presente e prenderanno piede nell'immediato futuro. Comprendere, studiare ed analizzare i trend di mercato, i profili lavorativi richiesti dalle aziende, i curricula dei ragazzi che escono dal mondo scolastico, rappresenta una possibilità enorme di "lettura della realtà". Attraverso un capillare e costante lavoro, si possono introdurre modelli rigenerativi e soprattutto sostenibili capaci di indirizzare la società verso i valori sin qui descritti. La sfida sembra essere impegnativa, ma se i bilanci sono i termometri dello stato patrimoniale ed economico di un'azienda, la qualità dell'ambiente di lavoro e l'engagement dei dipendenti, le carriere, le offerte di impiego rappresentano il termometro sociale. Proprio per questo, ogni campagna promossa da FourStars parte dall'analisi di questi dati e soprattutto si interroga su come si possano costruire modelli rigenerativi nella società prima che generare un profitto. Anche con gli stakeholder istituzionali è stato intrapreso un percorso di collaborazione volto al recepimento delle normative in tema di trasparenza e rendicontazione delle attività sociali come voluto dai vari decreti attuativi della riforma del terzo settore, nonché le linee guida per la redazione del documento del Bilancio Sociale. Inoltre, FourStars nel recepire i dettami normativi ha assunto un approccio positivo raccogliendo tutte le istanze del legislatore e le ha trasformate in opportunità capaci di stimolare il team di lavoro a produrre una serie di azioni volte a testimoniare la passione per l'impegno sociale. Infatti, gli adempimenti normativi non sono stati recepiti come mere azioni burocratiche, ma strumenti per valutare e raccontare professionalmente tutto lo

sforzo compiuto in questi anni, testimoniando che si può lavorare nel sociale con un atteggiamento imprenditoriale e soprattutto che si può veramente avere un obiettivo comune che non sia unicamente l'utile di bilancio.

Per il 2025 sono stati prefissati i seguenti obiettivi:

- a. accrescere il livello di soddisfazione dei dipendenti in azienda (KPI 5.1);
- b. accrescere il livello di soddisfazione dei clienti (KPI 5.2);
- c. aumentare il coinvolgimento degli stakeholder attraverso la somministrazione di questionari e sondaggi (KPI 5.2; KPI 5.3);
- d. comunicare e dialogare con i vari stakeholder attraverso la condivisione di contenuti on line (KPI 5.2 e 5.3).

| KPI | Descrizione | Obiettivo 2025 | Dato 2025 | Obiettivo 2026 |
|----------------|---|---|---|---|
| KPI 5.1 | Soddisfazione dei dipendenti in azienda | 100% soddisfazione di cui 55% molto soddisfatto | 100% soddisfazione di cui 25% molto soddisfatto | 100% soddisfazione di cui 25% molto soddisfatto |
| KPI 5.2 | Soddisfazione dei clienti | 95% soddisfazione di cui 55% molto soddisfatto | 100% soddisfazione di cui 81,3% molto soddisfatto (voto 8/9/10) | 95% soddisfazione di cui 55% molto soddisfatto |
| KPI 5.3 | N° di Follower Social media: LinkedIn Facebook Instagram | 18.000 10.300 2.900 | 18.624 9.973 2.827 | 20.000 9.900 2.900 |

Per il 2026 si ritiene opportuno:

- a. mantenere alto il livello di soddisfazione dei dipendenti in azienda (KPI 5.1);
- b. mantenere alto il livello di soddisfazione degli stakeholder (KPI 5.2);
- c. comunicare e coinvolgere gli stakeholder attraverso la condivisione di contenuti sui social media e la somministrazione di questionari e/o sondaggi (KPI 5.3).

6. Gestione economica

Ogni impresa almeno una volta l'anno deve "fare i conti" e misurare la propria performance con i dati economici di bilancio.

Nel 2025 sono stati prefissati i seguenti obiettivi:

- a. consolidamento del patrimonio (KPI 6.1) con un incremento almeno dell'1%;
- b. conservazione bassa esposizione debitoria verso i fornitori (KPI 6.2) < 3% rispetto al totale dei costi della produzione.

| KPI | Descrizione | Obiettivo 2025 | Dato 2025 | Obiettivo 2026 |
|----------------|---|----------------|-----------|----------------|
| KPI 6.1 | Consolidamento del patrimonio | 1% | 9% | 1% |
| KPI 6.2 | Conservazione bassa esposizione debitoria verso i fornitori | <3% | 2% | <3% |

Per il 2026 si ritiene opportuno migliorare gli indici di bilancio:

- c. consolidamento del patrimonio (KPI 6.1) con un incremento almeno dell'1%;
- d. conservazione bassa esposizione debitoria verso i fornitori (KPI 6.2) < 3% rispetto al totale dei costi della produzione.

5.7 PROPOSTA CULTURALE ED ANALISI DELL'OUTCOME

Ultimo livello di analisi dell'impatto sociale è la rendicontazione degli outcome, ossia la verifica del grado di raggiungimento degli obiettivi dichiarati. Questo aspetto rappresenta una delle dimensioni più complesse della valutazione, poiché risulta difficile misurare in modo pienamente oggettivo la quantità e la qualità dei cambiamenti sociali generati.

Dall'analisi dei KPI esaminati nel capitolo precedente emerge una generale conferma degli obiettivi fissati per il 2025. I risultati ottenuti testimoniano il consolidamento dell'identità di FourStars nel mercato e, al tempo stesso, una particolare attenzione verso gli stakeholder, come dimostrato dall'elevato grado di soddisfazione espresso.

Per il 2026, FourStars intende proseguire nell'aggiornamento della matrice di materialità, aggiornando alcuni KPI con obiettivi ritenuti maggiormente strategici rispetto al contesto storico attuale. Avendo raggiunto livelli significativi in termini di soddisfazione ed efficienza, il traguardo sarà quello di mantenere tali standard, rafforzando al contempo nuove direttrici di sviluppo coerenti con l'evoluzione del mercato, dei bisogni sociali e delle aspettative degli stakeholder.

Il biennio 2025/2026 può essere considerato un periodo di continuo rinnovamento, nel quale clienti, persone e stakeholder vengono posti al centro dell'interesse di FourStars. Il principio cardine che guida questa scelta è quello di generare valore per la società: lavorare per fare del bene alle persone e al pianeta.

La governance punta alla sensibilizzazione di tutti gli attori coinvolti, promuovendo un impegno comune e una condivisione autentica di valori. Asse portante di questo percorso sarà sempre l'impegno nella lotta contro la disoccupazione giovanile, favorendo l'inserimento lavorativo dei giovani. A tale obiettivo si affiancherà una crescente attenzione alle nuove tecnologie e alla sostenibilità, attraverso la promozione di progetti rivolti al benessere della comunità e alla costruzione di un modello di impresa più inclusivo, responsabile e orientato all'impatto sociale.

In conclusione, si ritiene che tutto il percorso sin qui compiuto manifesta la volontà di FourStars di essere soggetto attivo e protagonista di un cambiamento generazionale della visione imprenditoriale del “fare impresa”, in un’ottica dove non c’è più una competizione frenetica a diventare l’azienda migliore al mondo quanto piuttosto ad essere l’azienda migliore per il mondo. Prende forma il pensiero di Buckminster Fuller: *“You never change things by fighting the existing reality. To change something, build a new model that makes the existing model obsolete”*. Il percorso sin qui compiuto vuole essere il concreto tentativo di creare un nuovo modello capace di cambiare realmente il futuro.

6. Situazione economico finanziaria

L'azienda genera valore economico attraverso l'erogazione di servizi di Ente Promotore e Selezione per imprese, con l'obiettivo di coniugare crescita economica e impatto positivo sugli stakeholder.

Il presente documento fa riferimento all'esercizio 2025 ed è stato redatto utilizzando i dati derivanti dal bilancio civilistico e dalla contabilità gestionale interna.

FourStars Social I.S. S.r.l. ha chiuso l'esercizio 2025 con risultati di assoluta eccellenza, continuando a conseguire un utile e confermando il trend positivo degli ultimi anni, dimostrando di essere solida dal punto di vista economico-patrimoniale, anche in seguito alla trasformazione societaria.

6.1 PERFORMANCE ECONOMICA

L'ente ha registrato ricavi più che soddisfacenti e la composizione delle entrate evidenzia una prevalenza di risorse coerenti con la missione istituzionale.

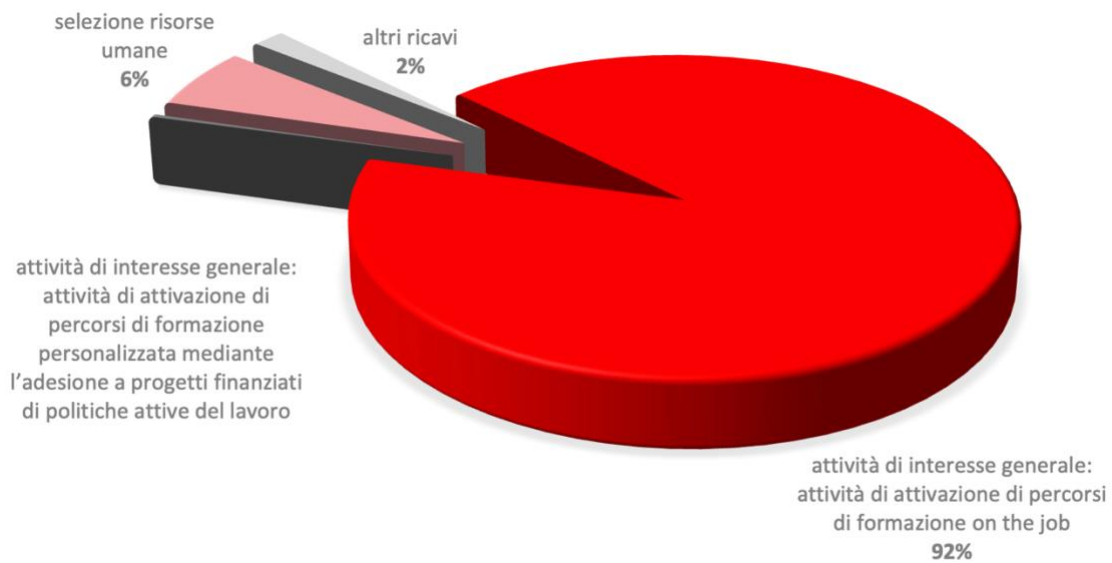
Premesso che, ai sensi del D.Lgs 112/2017, art. 2, comma 1, *“L'impresa sociale esercita in via stabile e principale una o più attività d'impresa di interesse generale per il perseguimento di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale” e che, ai sensi del comma 3 “si intende svolta in via principale l'attività per la quale i relativi ricavi siano superiori al settanta per cento dei ricavi complessivi dell'impresa sociale”,* si specifica che le **attività di interesse generale** effettivamente svolte da FourStars Social I.S. S.r.l. durante l'anno 2025 sono attivazione di percorsi di formazione on the job (nella forma del tirocinio extracurricolare) (di cui alla lettera a) dello Statuto, corrispondente a lettera l) dell'art. 2, comma 2, del D.lgs 112/2017), che rappresenta il 92% dei ricavi totali.

Nel 2025 sono state svolte in via residuale anche attività di attivazione di percorsi di formazione personalizzata (orientamento, attivazione tirocini extracurricolari, ecc.) mediante l'adesione a progetti finanziati di politiche attive del lavoro (di cui alla lettera a) dello Statuto, corrispondente a lettera l) dell'art. 2, comma 2, del D.lgs 112/2017).

L'Impresa Sociale esercita anche altre attività, non di interesse generale quali:

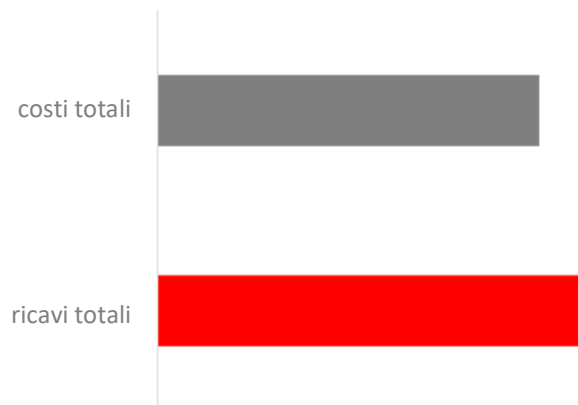
- a) la selezione di risorse umane, che rappresenta il 6% dei ricavi totali. Si specifica che la maggior parte delle selezioni sono strumentali all'attivazione del percorso di formazione on the job;
- b) altri ricavi, che rappresenta l'2% dei ricavi totali.

FATTURATO



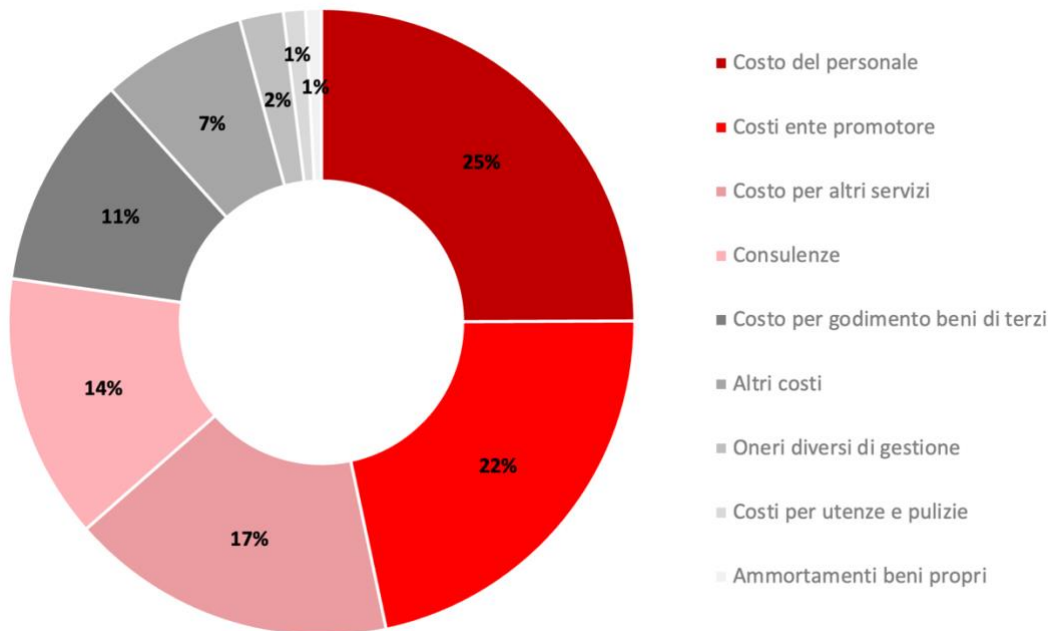
Il livello dei ricavi ha consentito la copertura integrale dei costi operativi, garantendo un equilibrio economico e proseguendo nell'adozione di basi solide per la sostenibilità futura.

EQUILIBRIO ECONOMICO



Un'ulteriore rilevante voce economico-finanziaria e contropartita alle entrate è rappresentata ovviamente dai **costi della produzione**, di cui il 25% sono rappresentati da costi del personale dipendente, mentre il peso percentuale complessivo del costo del personale dipendente e collaboratore/professionista sul totale dei costi è il 35%.

COSTO DELLA PRODUZIONE

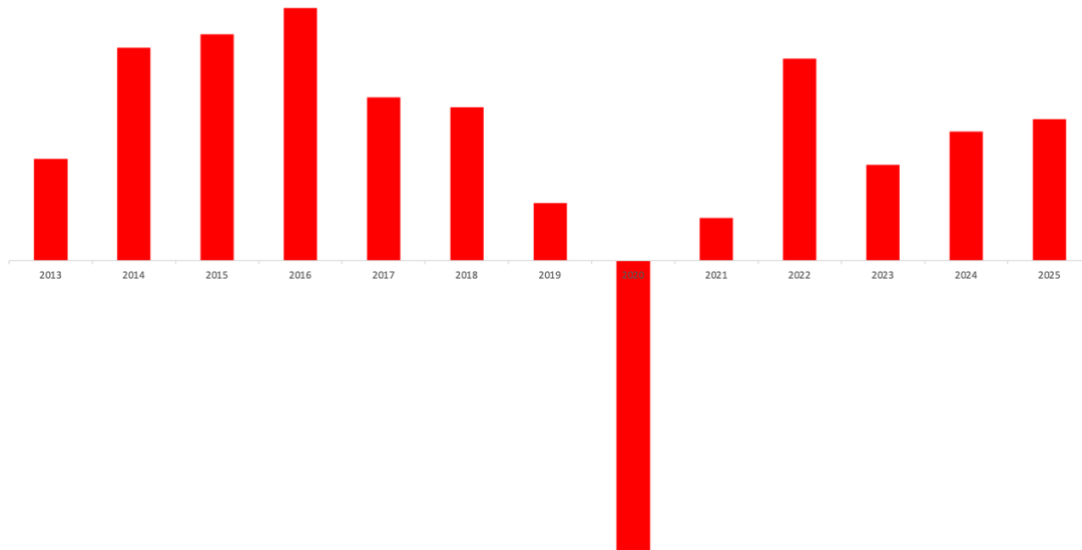


Nel corso del 2025, si è cercato di mantenere una congrua contrazione di quasi tutte le voci di costo che, ha permesso di abbassare di qualche punto percentuale, l'incidenza dei costi della produzione sul valore della produzione, passando da un 92% nel 2024 ad un 91% nel 2025.

Tra la voce altri costi dobbiamo tenere presente che FourStars Social I.S. S.r.l. collabora con il territorio locale in cui opera e per questo motivo ha deciso di **devolvere fondi** all'Associazione Italiana per la Ricerca contro il Cancro, all'Associazione Italiana Sclerosi Multipla, all'Associazione Luca Coscioni per la Libertà di Ricerca Scientifica, alla Fondazione per la Ricerca Biomedica e alla Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori, come precedentemente indicato.

Dal punto di vista del risultato di esercizio, il bilancio 2025 ha chiuso in **utile**. Pur non trattandosi di un dato cruciale data la natura di ente senza scopo di lucro della nostra impresa sociale, esso dimostra comunque una situazione complessivamente positiva ed efficiente in termini di gestione delle nostre risorse e soprattutto il dato va considerato in termini di generazione di valore sociale per il territorio e come fonte di solidità per l'organizzazione (dato che la totalità degli utili viene destinata a patrimonio indivisibile dell'impresa sociale).

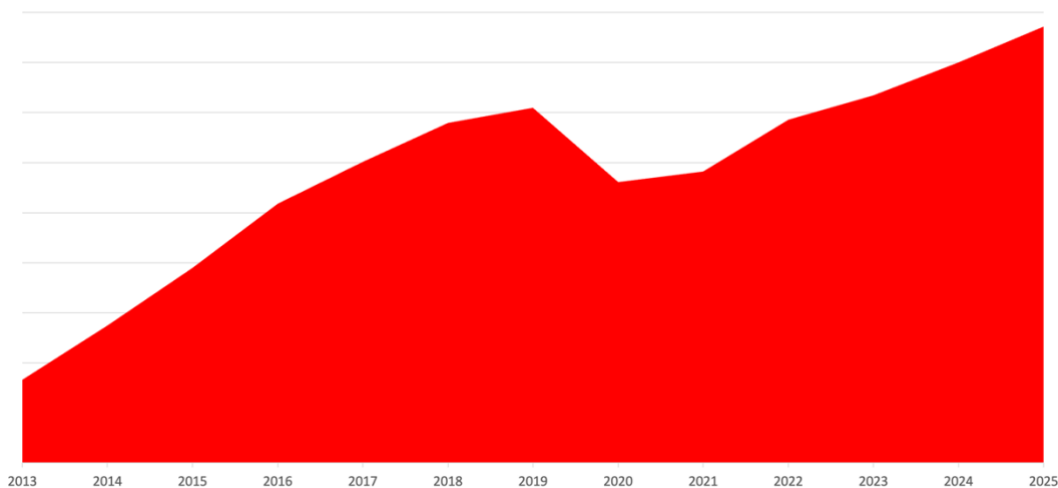
RISULTATO ECONOMICO



6.2 SITUAZIONE PATRIMONIALE

Accanto a tali principali voci del conto economico è interessante osservare alcune dimensioni rispetto alla situazione patrimoniale dell'impresa sociale. Il **patrimonio netto** posiziona la nostra impresa sociale sopra la media del patrimonio netto registrato tra le imprese sociali italiane. Fino all'anno 2020, il patrimonio netto della nostra impresa sociale non è mai stato intaccato da perdite di gestione e quindi il suo valore si è incrementato di anno in anno; questo ha permesso di coprire completamente la perdita di gestione dovuta alla pandemia e di consentire a FourStars Social I.S. S.r.l. di continuare a generare valore aggiunto per l'ambiente sociale circostante. Il patrimonio è più nello specifico composto per il 2% dalle quote versate dai soci, vale a dire dal capitale sociale, e per la percentuale restante da utili accumulati a riserve negli anni.

PATRIMONIO NETTO



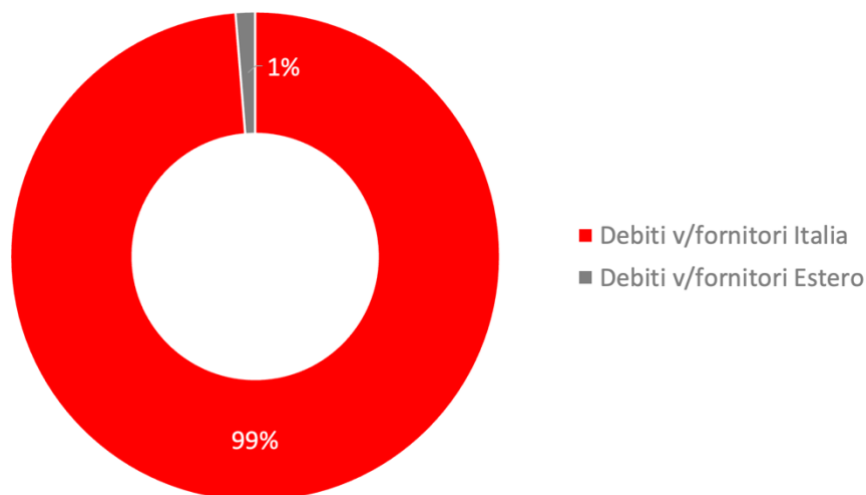
FourStars Social I.S. S.r.l.

Via M. Buonarroti, 18 - 20145 Milano - T +39 02 80898141 - info@4stars-social.it - www.4stars-social.it

P. Iva e C.F. 06416080965 - REA n. MI 1892069 - Capitale sociale Euro 26.000,00 i.v.

L'azienda privilegia fornitori locali, contribuendo all'economia del territorio, infatti questi rappresentano il 99% del totale dei fornitori. I tempi di pagamento risultano in linea con le pratiche di mercato.

TIPOLOGIA DI FORNITORI



6.3 VALORE AGGIUNTIVO

A conclusione di questa illustrazione di voci principali del nostro bilancio per l'esercizio 2025, si può osservare che il coefficiente di valore aggiunto (espresso dal rapporto tra valore aggiunto e valore della produzione) corrisponde al 36,17%, ad indicare un buon peso della gestione ordinaria dell'impresa sociale sulla creazione di valore economico.

VALORE AGGIUNTIVO



Si rimanda al Bilancio d'Esercizio di FourStars Social I.S. S.r.l. per una più dettagliata informativa dei risultati economico-finanziari.

Il coefficiente di distribuzione del reddito al lavoro risulta quasi totalizzante, tale per cui è possibile affermare nuovamente la distribuzione a favore esclusivo dei propri lavoratori. Nell'analisi effettuata viene indicata inoltre la differenza che viene destinata esclusivamente a patrimonio netto. Quindi, come anticipato

precedentemente, è da rilevare, che una quota considerevole del valore aggiunto prodotto viene reinvestito in azienda, sotto forma di utile capitalizzato.

| Distribuzione del valore aggiunto | 2025 | 2024 |
|-----------------------------------|------|------|
| Valore aggiunto globale lordo | 100% | 100% |
| Dipendenti | 62% | 79% |
| Capitalizzato | 38% | 21% |

6.4 RISORSE FINANZIARIE E FISICHE IMPIEGATE

Se il bilancio d'esercizio dà illustrazione della dimensione economico-finanziaria dell'impresa sociale e del valore economico generato, per comprendere in modo preciso quali sono le risorse immesse nella realizzazione dei servizi e per interpretare qualitativamente queste risorse, è opportuno analizzarne origine e caratteristiche.

Il valore della produzione della nostra impresa sociale è rappresentato quasi al 100% da ricavi di vendita di servizi, confermando la capacità dell'impresa di mantenere stabili le entrate ed i rapporti con i clienti.

L'analisi per **fonti delle entrate pubbliche e private** rileva una bassa dipendenza dell'impresa da entrate di fonte pubblica e, nello specifico, un importo minimale del valore della produzione è generato dalla vendita di servizi ad enti pubblici. Tali dati posizionano FourStars Social I.S. S.r.l. tra le imprese sociali che presentano alti livelli di apertura al mercato privato e pochi legami con le pubbliche amministrazioni.

6.5 MODELLI SPERIMENTALI

FourStars Social I.S. S.r.l. conferma la sua volontà di consolidare con i propri clienti un rapporto di lungo periodo basato su fiducia e condivisione di valori e costantemente svolge attività di assessment. Questo ha portato alla generazione di valore grazie all'instaurazione di rapporti di reciproca soddisfazione. Ne consegue una forte attenzione, affinché i servizi offerti siano in linea con le esigenze del cliente.

L'obiettivo strategico consiste nell'intensificare la propria presenza sul mercato, presentando un'offerta che possa differenziarsi dalla concorrenza e attrarre sempre più clienti.

Inoltre, nel 2025 l'azienda ha consolidato la propria crescita economica, mantenendo un equilibrio tra redditività e distribuzione del valore agli stakeholder. La strategia futura sarà orientata al rafforzamento degli investimenti in innovazione e sostenibilità, con l'obiettivo di garantire una crescita duratura e responsabile.

7. Altre info

7.1 DONAZIONI E IMPEGNO SOCIALE

FourStars, in qualità di impresa sociale, da sempre rivolta alla comunità, si impegna ad avviare azioni concrete per supportare chiunque abbia bisogno.

FourStars da anni sostiene la ricerca versando una libera offerta a favore della **Fondazione AIRC** per la ricerca sul cancro, per rendere questo male sempre più curabile.



FourStars ha scelto di sostenere la Fondazione **FISM** (Fondazione Italiana Sclerosi Multipla), che promuove e sostiene la ricerca scientifica di eccellenza per migliorare la qualità della vita di chi è soggetto a SM e delle terapie, con l'obiettivo di individuare una cura risolutiva per la sclerosi multipla.



L'impresa sociale ha, inoltre, donato un contributo per la ricerca scientifica sui benefici della vitamina D in relazione alla sclerosi multipla a **FORB, Fondazione per la Ricerca Biomedica**, che mira a promuovere e sovvenzionare tutte le iniziative per **sviluppare la ricerca scientifica**, specie in ambito biomedico.



FourStars ha nuovamente scelto di sostenere **LILT** (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori), da più di 75 anni riferimento per la prevenzione oncologica in Italia, attraverso una donazione che si traduce in un aiuto concreto per essere al fianco di chi soffre e di portare avanti le attività dell'associazione anche nel campo della prevenzione, della diagnosi e della ricerca medica.



Infine, nel corso del 2025, l'impresa ha scelto di offrire un contributo anche all' **Associazione Luca Coscioni per la libertà di ricerca scientifica APS**: associazione no profit di promozione sociale che difende il diritto alla scienza, alla cura e alla libertà di scelta.



Le iniziative di FourStars non finiscono qui.

7.2 ATTIVITÀ DI BRANDING E COMUNICAZIONE

La strategia di branding e comunicazione online di FourStars è un insieme di attività e tecniche diverse, che mira a creare e diffondere l'identità aziendale e i suoi servizi, trasmettendo al contempo i propri valori e la mission.

Comunicazione & Branding

Sito web

- informativo/promozionale
- navigazione chiara e intuitiva
- sezioni diversificate per utenza
- contenuti sempre aggiornati
- responsive
- bilingue

Newsletter

- servizio facoltativo di informazione via mail
- diversificato per categoria
- con nuovi contenuti ogni mese

Social media marketing

- tre canali:
 - + di 19.330 follower
 - + di 2.888 follower
 - + di 9.958 follower
- obiettivi: aumentare la visibilità del brand e creare fedeltà
- contenuti: video, sondaggi, articoli e attività di customer care

8. Monitoraggio organo di controllo

8.1 RELAZIONE DI CONFORMITA' DEL BILANCIO SOCIALE EX ART. 10, III CO., D.LGS. 112/2017

Signori Soci,

nella mia qualità di Sindaco Unico ho svolto, nel corso dell'esercizio 2025, il monitoraggio dell'osservanza delle finalità sociali da parte dell'impresa avuto particolare riguardo alle disposizioni di cui agli artt. 2, 3, 4, 11 e 13 D.Lgs. 112/2017 e ho svolto le verifiche di conformità ed analisi sul bilancio sociale al 31 dicembre 2025 di seguito descritte.

Le procedure di verifica sono state svolte al fine di valutare se il bilancio sociale al 31 dicembre 2025 della Società è stato predisposto facendo riferimento alle linee guida di cui all'art. 9, co. II, D.Lgs. 112/2017 e D.M. del 4 luglio 2019.

La responsabilità della predisposizione del bilancio sociale in accordo con i menzionati principi compete agli Amministratori della Società.

Ho svolto le seguenti procedure di verifica:

- verifica della rispondenza dei dati di carattere economico-patrimoniale alle informazioni riportate nel bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2025, approvato dall'organo amministrativo, sul quale ho emesso la relazione ex art. 2429 cod.civ. in qualità di Sindaco Unico;
- confronti e discussioni con i membri del Consiglio di Amministrazione al fine di ottenere una generale comprensione dell'attività della Società e di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting alla base della predisposizione del bilancio sociale;
- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del bilancio sociale al fine di ottenere una conferma dell'attendibilità delle informazioni acquisite attraverso gli incontri con gli Amministratori;
- analisi della congruenza interna delle informazioni qualitative riportate nel bilancio sociale.

Sulla base del lavoro svolto ritengo che il bilancio sociale 2025 sia redatto facendo riferimento alle linee guida di cui all'art. 9, co. II, D.Lgs. 112/2017 e D.M. del 4 luglio 2019, e fornisce un quadro complessivo delle performance della Società fornendo informazioni sulla qualità dell'attività aziendale anche sotto il profilo sociale.

Milano, 10 aprile 2026

Il Sindaco Unico

