

RELAZIONE DI IMPATTO

# LA FORZA DEL MARE

---

Flowe misura annualmente il suo impatto e lo racconta attraverso l'elemento che descrive meglio la Società, quello che è in grado di spostare le montagne e di adattarsi al più piccolo degli spazi. Una sola grande massa, composta da milioni di particelle: l'acqua.



flowe

# Manifesto

---

*La sintesi del credo di Flowe in prosa*

*A te che ogni tanto non sai più cosa fare  
Non mancano le risposte  
ma le domande da fare  
Ti ricordi quando chiedevi  
Da dove viene il mare?  
Inseguivi i fiumi  
di fianco alle sponde,  
controcorrente  
Adesso che sei grande  
Hai già smesso di cercare?  
Noi saremo il tuo specchio  
Per farti guardare dentro  
Ogni volta che ti senti spento  
Il perché delle tue scelte  
Non ce l'hai di fronte  
Come la goccia per il mare  
sei tu,  
La tua unica fonte.*



# Il nostro 2021

*“Non si può raggiungere l'alba  
senza passar dai sentieri della notte”*

*Khalil Gibran*

Nel **2020** siamo stati erranti nella notte, vagavamo seguendo più direzioni, ci siamo orientati camminando con la testa sognante verso le stelle. Il nostro errare ci ha permesso di sperimentare, ma non abbiamo dimenticato mai la meta. Poi è arrivato quel momento tra il buio e la luce del giorno, quando l'aria è frizzante e l'oscurità prende la forma dei fiori e delle piante, delle case e delle montagne.

Con il **2021** abbiamo iniziato a vederci chiaro, la nostra testa non ha più puntato al cielo, ma dritto davanti a noi e alla nostra meta: ridurre la disoccupazione e l'inquinamento.

*“Non siamo soddisfatti di questo mondo, crediamo si possa fare meglio di così, crediamo che ognuno di noi possa essere meglio di così”.*

L'abbiamo scritto l'anno scorso, quando già eravamo partiti per la nostra missione. Ora stiamo accelerando il passo e quest'anno abbiamo anche ricevuto un riconoscimento internazionale per il nostro impegno: Flowe è diventata un'azienda BCorp.

Essere una BCorp significa far parte di un movimento globale, presente in 153 settori e in oltre 77 paesi. Significa avere un unico obiettivo: cercare di diffondere, in maniera concreta e replicabile, un paradigma di business più evoluto rispetto alla logica tradizionale di profitto aziendale.

Significa che Flowe, ora più che mai, appartiene a un mondo di pellegrini, che come noi stanno seguendo il loro cammino per un mondo migliore.

Nel nostro percorso per l'ambiente e la società, quest'anno siamo andati dritti sulle strade che abbiamo visto più illuminate, in particolar modo con due progetti: il primo è Revolution – Un giro intorno alla Terra - che risponde al traguardo di ridurre l'inquinamento. Revolution è il primo progetto anche per la portata che ha avuto nel campo della sostenibilità, è stato lanciato in occasione della Giornata della Terra per un mese intero e ha rivoluzionato il nostro modo di fare attivismo.

Abbiamo imparato ad agire sempre su più canali, contemporaneamente e insieme a tutte le persone e partner che condividono la nostra causa.

Il secondo progetto – parallelo al traguardo del ridurre la disoccupazione giovanile, è di carattere sociale e ambizioso. In Flowe vogliamo educare la Next Gen a costruirsi il proprio futuro, a uscire dallo stato di incertezza e dal senso di impossibilità che attanaglia i giovani d'oggi. Per questo abbiamo ideato Self Made Club (SMC) – School of digital enterprise, una vera e propria Academy. La piattaforma offre corsi di formazione 100% online, dal public speaking alla grafica, dai social all'online marketing, fino al video making e allo storytelling.

Siamo all'alba del nostro cammino, si vede la luce e con sé gli obiettivi di Flowe diventano sempre più concreti. Non è ancora giorno e il sole deve ancora splendere alto nel nostro cielo, ma vogliamo che questa Relazione di Impatto sia un diario di bordo di ciò che abbiamo fatto fino ad oggi, ed una premessa di ciò che faremo domani – come l'insegnamento che ci ha lasciato il nostro Ennio Doris.

*C'è anche domani  
Il team di Flowe*

# Indice

---

01.

**Il DNA di Flowe**

*L'azienda*

03.

**Performance**

*L'impatto*

02.

**Materialità**

*L'analisi*

**Il vento**

*La forza del team*

**La corrente**

*La grandezza  
della comunità*

**Le particelle**

*La potenza  
del singolo*

04.

**Valutazione  
di impatto**

*Gli Standard*

The image features a dark teal background with a glowing blue DNA double helix structure. The letters 'O' and 'T' are prominently displayed in a large, bold, sans-serif font. The 'O' is filled with a dark teal color, while the 'T' is solid black. The DNA helix is composed of numerous small, interconnected nodes and lines, creating a complex, web-like pattern that flows across the scene.

**O**

**T**

**Il DNA  
di Flowe**

# Le basi

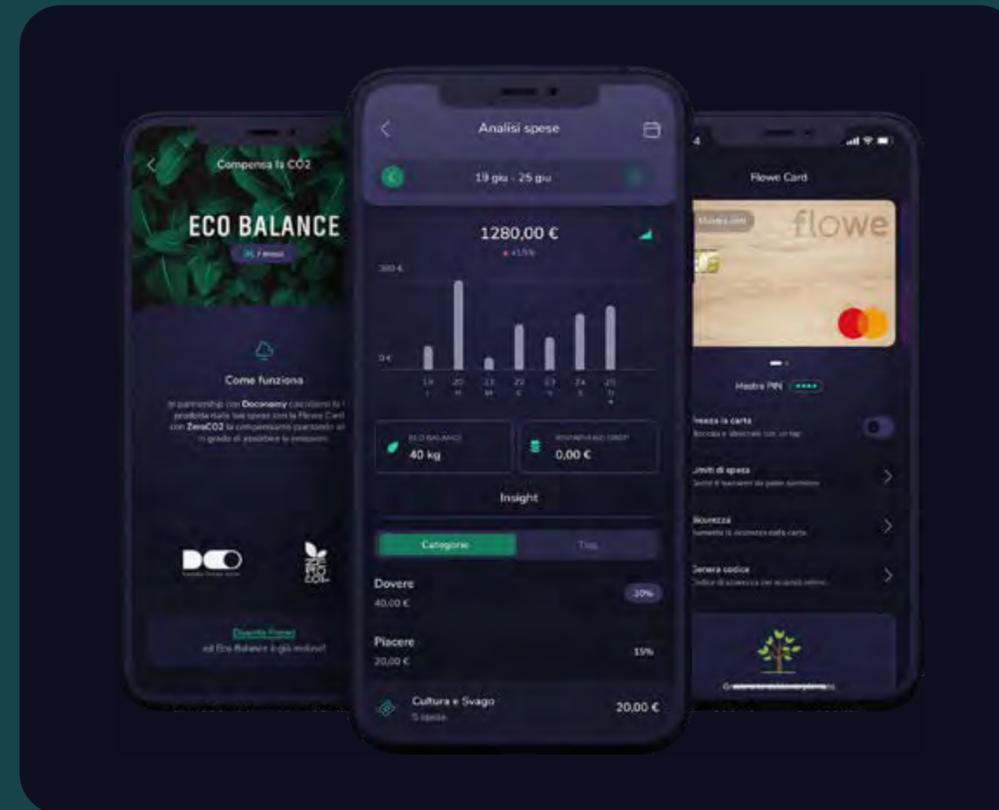
*È necessario rimettere l'essere umano al centro di qualsiasi processo.*

## L'app

Flowe è un conto con IBAN italiano solo per mobile, a cui è collegata una carta di pagamento contactless Mastercard dotata delle più evolute funzionalità di sicurezza. Esistono tre piani tariffari: Fan, completamente gratuito, Friend, a pagamento e con tutti i migliori servizi e Flex, una via di mezzo tra i primi due, anch'esso a pagamento. All'apertura del conto dopo la registrazione si attiva in automatico l'opzione gratuita, per permettere ai Flowe - così chiamiamo i nostri

utenti - di entrare in confidenza con l'app. È possibile provare i piani a pagamento anche solo per un mese, tornando eventualmente sui propri passi al piano Fan, senza vincoli. Di base, con Flowe è possibile inviare soldi ad altri utenti che dispongono di una carta Flowe, oppure effettuando bonifici o ricevendoli da altri conti, grazie alla presenza dell'IBAN. Tra le features aggiuntive dei piani a pagamento c'è una miglior gestione delle proprie spese grazie alla

funzione completa di analisi spese, a un numero maggiore di Drop (i salvadanai digitali) e di Gruppi di spesa. Dal punto di vista green il piano Friend permette di avere un impatto maggiore sul Pianeta, con Eco Balance e la compensazione della CO2 prodotta dalle proprie spese e l'albero dedicato quando si richiede la carta fisica.



## Prodotti e servizi

Oltre all'iconica carta in legno del piano Friend, si può richiedere anche la Flowe Card in PLA con il piano Fan: la varietà di scelta permette all'app di adattarsi alle esigenze di ogni Flowe, anche dei più adulti. In particolare, nel 2021 Flowe ha deciso di andare incontro a questa categoria di target, dedicando a loro e ai loro figli la Flowe Junior. Ogni genitore o tutore dopo

aver aperto il proprio conto, può richiedere questa carta prepagata in PLA dalla sezione carte per il proprio figlio minorenni, inserire i suoi dati e fargli scaricare l'app. La Flowe Junior dà la possibilità al genitore di monitorare tutte le spese del ragazzo, limitare o bloccare la sua carta all'istante e impostare trasferimenti automatici, come per esempio la paghetta.

**Si chiama carta perché è di legno**

Non si chiama "carta" solo sulla carta. La Flowe Card è fatta in legno naturale per rispettare l'ambiente il più possibile. Per ogni Flowe che la chiede, noi piantiamo un albero!

**Flowe Junior, la carta prepagata**

È la carta verde, sicura e green per i ragazzi dai 12 ai 17 anni per ricevere, pagare e provare cose nuove nel mondo. E imparare così a gestire i soldi in autonomia, con il controllo dei genitori.

## Humanovability

L'innovazione fine a se stessa è sterile; per essere davvero innovativa va applicata alla sostenibilità, in quanto la prima esprime la forza, la seconda dà l'orientamento. La sostenibilità incarna i valori, l'innovazione li esprime con potenza ed efficacia. A queste Banca Mediolanum aggiunge una terza direttrice: la human centricity, che prende forma nell'impegno di Flowe con l'obiettivo di migliorare la vita delle persone costruendo un futuro di valore per le stesse.

In una visione di economia sferica, è veramente innovativo solo ciò che è risolutivo rispetto ai problemi a cui rispondono i 17 obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite. Dunque si definisce "humanovable" qualunque manifestazione che produca un impatto su 7 livelli di manifestazione della realtà, 5 dei quali sono stati indicati dalle Nazioni Unite: a questi Banca Mediolanum ha dato un ordine e ne ha aggiunti altri due.

A "People" la comunità, "Partnership" il rapporto tra persone, "Prosperity" la ricchezza in sen-

so condiviso e dinamico, "Planet" nel rispetto della Terra e "Peace" come condizione comune dell'essere, Banca Mediolanum aggiunge "Profit" come il profitto nei rapporti tra persone e cose. Nella vita tutto è importante perché produce un frutto, e se non fosse così si rischierebbe di non arrivare mai a qualcosa di concreto. Tutto inizia e tutto finisce con la persona al centro; per questo la seconda "p" aggiunta riguarda "Person", una sfera più intima e personale di "People" dove la terza persona deresponsabilizza, perché crea un gruppo di appartenenza più grande. La "p" di "Person" è la prima, e quella a cui tutto deve tornare. Perché la vera pace non è quella nel mondo, ma è la sensazione di benessere di ogni persona. Per questo Flowe decide di promuovere la consapevolezza del proprio benessere ed educare le nuove generazioni alla cosiddetta "humanovability" diventando il conto che ti aiuta a sviluppare il tuo potenziale prendendoti cura del Pianeta.



Flowe è una **better being platform**, cioè una piattaforma che punta al costante miglioramento di un servizio bancario innovativo 100% digitale, dedicata a chi ha a cuore la sostenibilità, il benessere individuale e l'evoluzione sociale.

Per questo Flowe poteva essere una società tradizionale con una mission e una vision, ma ha preferito essere Società Benefit e BCorp, con uno Statuto e una purpose da seguire: "Persone migliori creano un mondo migliore".

### Humanovability

- + Innovation
- + Sustainability
- + Human centricity



# L'essenza

*In una goccia c'è tutto l'oceano*

**Flowe è una  
Società Benefit,  
B Corp e  
Carbon Neutral**

## Società Benefit

Essere una Società Benefit significa fare impresa in maniera sostenibile: nell'ambito delle attività benefit, Flowe vuole educare i giovani e le diverse componenti sociali rispetto ai temi legati alla humanability, e promuovere la cultura del benessere sociale ed economico. L'obiettivo è di sensibilizzare le nuove generazioni alla consapevolezza dei propri comportamenti di spesa e quindi all'efficace gestione delle proprie risorse economiche, attraverso materiali informativi, tecnologie digitali e iniziative come convegni e seminari.

## B Corp

Essere una BCorp significa far parte di un movimento globale, presente in 153 settori e in oltre 77 paesi. Significa avere un unico obiettivo: cercare di diffondere, in maniera concreta e replicabile, un paradigma di business più evoluto rispetto alla logica tradizionale di profitto aziendale. Le BCorp infatti, oltre a perseguire il profitto, innovano continuamente per massimizzare il loro impatto positivo verso i dipendenti, le comunità in cui operano, l'ambiente e tutti gli stakeholder. Si diventa BCorp quando B Lab, un ente esterno indipendente no profit, rilascia la certificazione B Corp® all'azienda, che si impegna a rispettare determinati standard misurabili (performance, trasparenza e responsabilità).

## Carbon Neutral

Essere Carbon Neutral significa provare a contrastare la crisi climatica, che è uno dei grandi problemi del nostro secolo. Flowe ha due macro obiettivi: il primo è combattere la disoccupazione giovanile, il secondo l'inquinamento. Rispetto a quest'ultimo, l'azienda cerca di prendersi cura del Pianeta riducendo il proprio impatto sull'ambiente - e quando non riesce, compensa la CO2 residua divenendo Carbon Neutral.

# L'ecosistema

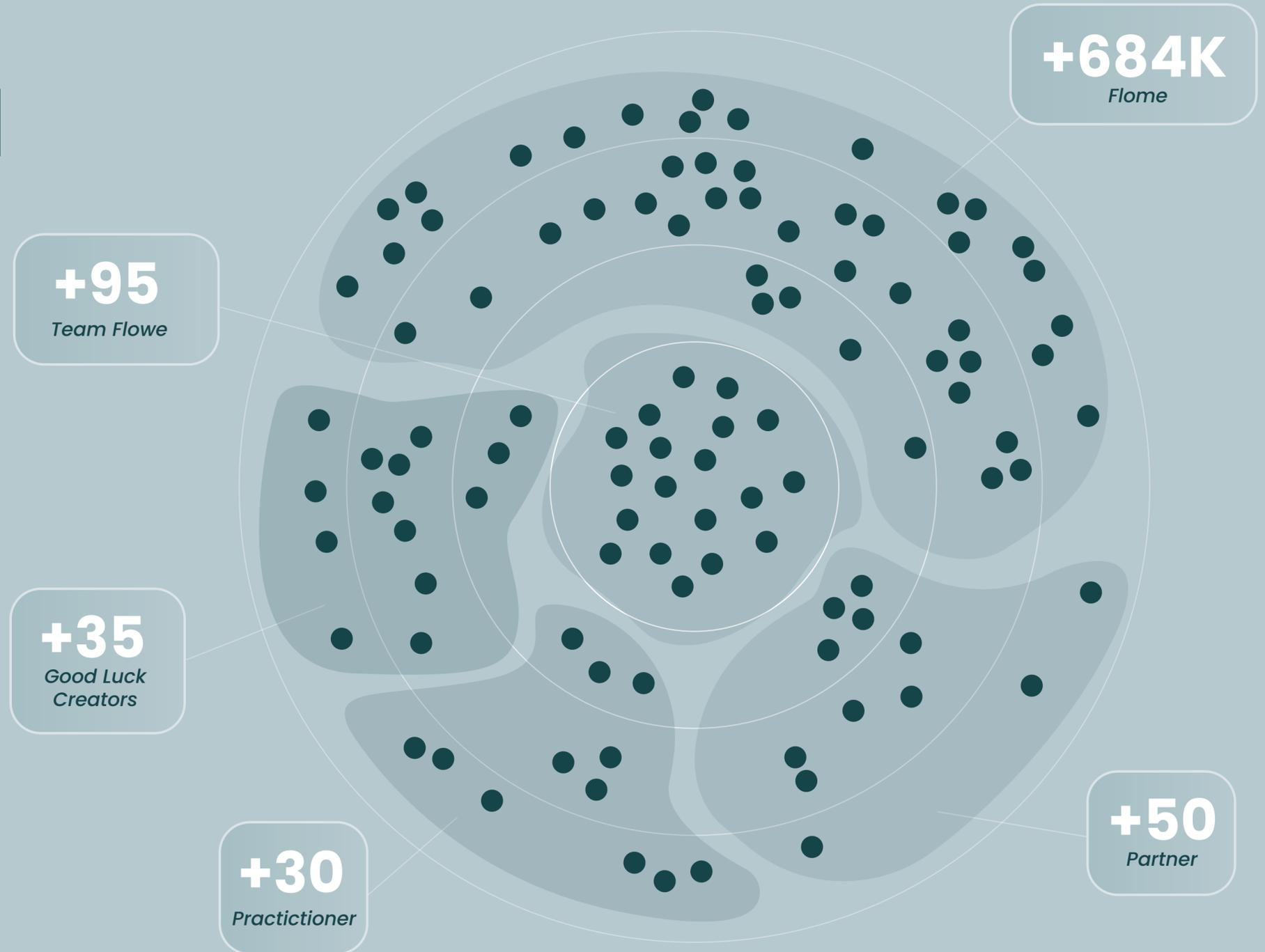
La formula dell'equilibrio

Per stare in equilibrio ci vogliono più forze che agiscono lungo la stessa direzione e in versi opposti.

Per questo Flowe si definisce come un "ecosistema", un insieme composto da fornitori, partner, collaboratori, ma soprattutto da persone, che condividono la stessa visione e gli stessi valori.

**L'equilibrio** come già visto non è una forma statica e passiva, ma una forza attiva e dinamica.

Grazie a tutte le persone che concorrono ad aggiungere la propria forza alla causa di Flowe, si genera un impatto che aumenta l'equilibrio e la sua potenza.



# Gli SDGs

Per non perdere la rotta

*“La natura universale dell’Agenda 2030, adottata dall’assemblea Generale ONU nel 2015 per affrontare povertà, disuguaglianza e altre sfide globali, e il suo impegno a “non lasciare nessuno indietro”, la legano strettamente al sostegno della pace del mondo”.*

Antonio Guterres – Assemblea Generale delle Nazioni Unite



Flowe risponde a gran parte degli SDGs attraverso le proprie iniziative, ma per essere efficaci non basta avere i propri strumenti e mezzi: è necessario collaborare.

Per questo l'azienda si appoggia, come un ecosistema, ai propri partner e al loro fondamentale contributo.

# Finalità di beneficio

*La forza dell'acqua*

Lo Statuto di Flowe incorpora due finalità specifiche di beneficio comune:



## **WE** BetterBeing Movement

**Educare la Next Generation ai temi della Humanovability,**  
*ovvero alle innovazioni funzionali alla sostenibilità e all'essere umano*



## **ME** Individual BetterBeing

**Promuovere l'aumento della consapevolezza**  
*del proprio benessere sociale ed economico*

Le due finalità sono trattate nei seguenti capitoli: la corrente, come rappresentazione del WE e della grandezza della comunità, e le particelle, come metafora del ME e della potenza del singolo individuo nel raggiungimento di obiettivi condivisi.



# **Analisi di materialità**

# Analisi di materialità

Durante il 2021 Flowe ha realizzato un processo di analisi di materialità, così così da dare una metodologia più solida, sostenibile e trasparente alla Relazione di impatto, ampliando la tipologia e la quantità di informazioni riportate. Prima di tutto, l'analisi ha identificato alcuni temi, ritenuti di particolare importanza per il business e l'identità di Flowe, poi su questi ha iniziato un'attività di ascolto di un campione rappresentativo di stakeholder. In questo modo la Società ha potuto ascoltare i principali stakeholder, cogliendo l'importanza di tali tematiche, e stabilendo quindi le priorità strategiche per il futuro. In particolare Flowe ha identificato 11 temi di grande importanza, definiti "temi materiali", riconducibili a quattro ambiti principali.



## Team Flowe e Stakeholders

Sviluppo e tutela del capitale umano

Diversità e inclusione



## Ambiente

Attenzione all'uso delle risorse

Impatti ambientali diretti



## Utenti e Community

Diffondere i principi della sostenibilità

Educare la Next Generation sui temi dello humanovability

Attenzione al benessere degli utenti

Supporto alla comunità

Sviluppo di un movement attivo



## Economia e Business

Business responsabile

Cybersecurity e utilizzo responsabile dei dati

# Mappa degli stakeholder



## Movement

Il movement di Flowe è stato suddiviso in tre categorie principali: Community, Good Luck Creators e Practitioner. In totale sono stati ascoltati 6 membri del movement

## Flome

Sono stati ascoltati circa 200 Flome tramite survey

## Team Flowe

Sono stati ascoltati un totale di 10 dipendenti durante un Focus Group dedicato

## Opinion Leader

Sono stati ascoltati 2 opinion leader tramite interviste One-to-one

## Partner

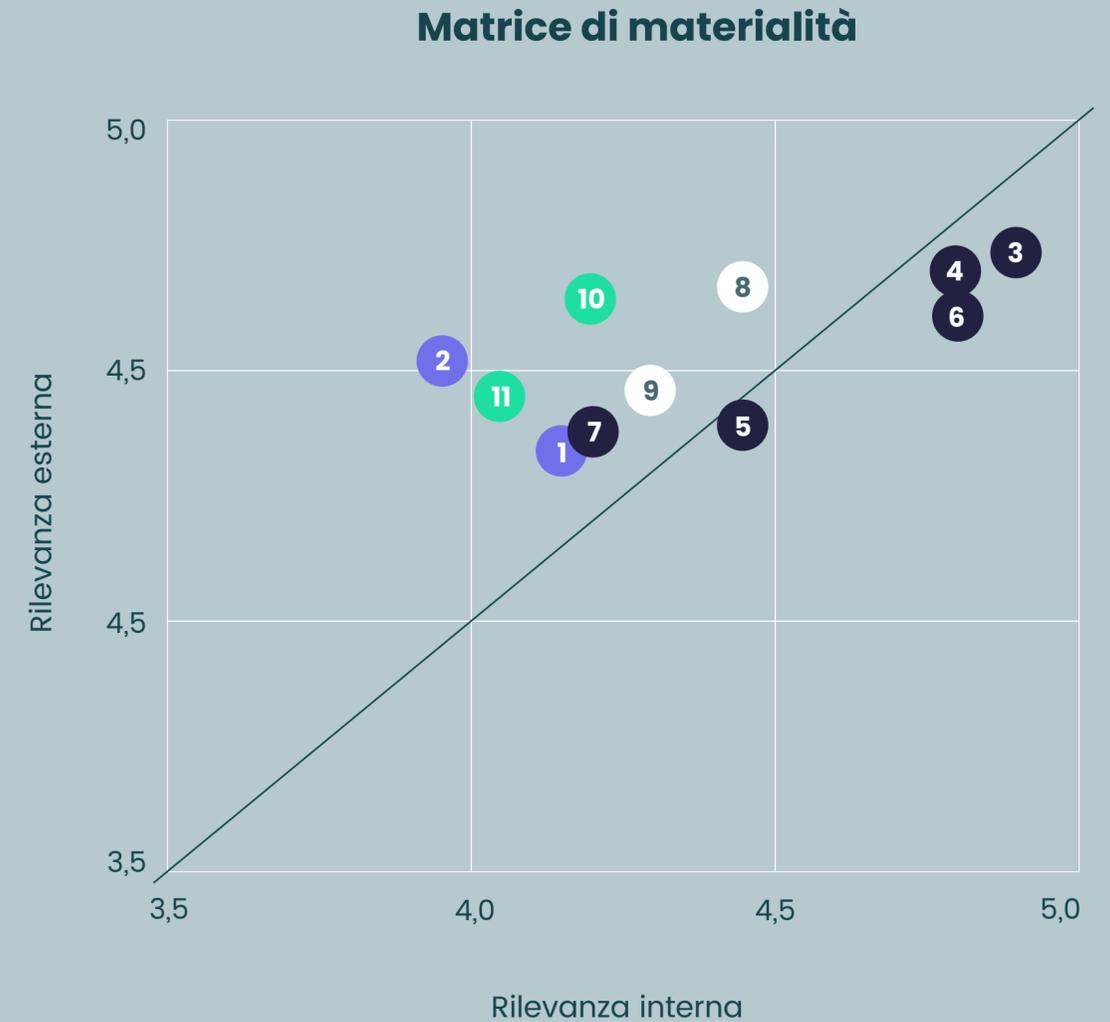
Sono stati ascoltati 3 partner tramite intervista One-to-one

Nell'ambito della prioritizzazione dei temi individuati Flowe ha avviato un processo di ascolto degli stakeholder, selezionando un campione rappresentativo del suo ecosistema. L'ascolto è avvenuto in particolare tramite interviste one-to-one, survey online e focus group.

Con l'aiuto di una società specializzata – scelta per garantire agli stakeholder la massima libertà di espressione - Flowe ha chiesto agli intervistati di esprimere una valutazione quantitativa e un parere qualitativo sui temi materiali identificati.

# La matrice di materialità

- Economia e Business
- Utenti e Community
- Team Flowe e Stakeholders
- Ambiente



Ai diversi soggetti coinvolti è stato chiesto di valutare le tematiche rilevanti in una scala da 1 a 5, dove 1 indica che la tematica non è per niente rilevante mentre 5 che è estremamente rilevante. Incrociando i punteggi espressi dal management (rilevanza interna) con

quelli degli altri soggetti (rilevanza esterna) è stato possibile ricavare la seguente matrice, definita «Matrice di materialità», che ordina i temi in base alla loro importanza. I temi così identificati sono rendicontati nelle seguenti sezioni della relazione d'impatto.

- 1 Business responsabile
- 2 Cybersecurity e utilizzo responsabile dei fatti
- 3 Diffondere i principi della sostenibilità
- 4 Educare la Next Generation sui temi della Humanovability
- 5 Attenzione al benessere degli utenti
- 6 Sviluppare un movement attivo
- 7 Supporto alla comunità (partecipare attivamente a progetti sostenibili)
- 8 Sviluppo e tutela del capitale umano
- 9 Diversità e inclusione
- 10 Attenzione all'uso delle risorse
- 11 Impatti ambientali diretti

# La voce degli stakeholder

Dal punto di vista della rilevanza sia interna che esterna c'è un generale allineamento, in particolare sui temi "Diffondere i principi della sostenibilità" ed "Educare la Next Generation sui temi della Humanovability" che risultano essere i più importanti e prioritari per la crescita dei prossimi anni. Inoltre sono emersi come estremamente importanti anche rispetto all'allineamento «valoriale» tra Flowe, partner e componenti del Movement.

Sui temi "Sviluppo di un movement attivo", "Sviluppo del capitale umano" e "Diversità e inclusione" secondo gli stakeholder c'è margine di miglioramento.

Di seguito i principali concetti chiave che accomunano gli stakeholder intervistati:

*La nostra azienda è per natura votata alla sostenibilità,*

*ma "ci sono delle buone pratiche che Flowe ha cercato di valorizzare anche in noi"*

*e che hanno accelerato il nostro percorso nella sostenibilità.*

**Partner**

*"Sono pronto a fare di più con Flowe",*

*perché Flowe è in grado di "scendere in campo – letteralmente – e organizzare tante attività ed eventi" che "mi spingono ad attivarmi".*

**Movement**

*"È l'atteggiamento delle persone che lavorano in Flowe,*

*sempre attento ed inclusivo, che li distingue dagli altri e che ti spinge a comportarti come loro".*

**Partner**

*Non avrei fatto molte cose senza Flowe" ...*

*"mi hanno supportato in progetti dove per loro il ritorno era quasi nullo, e questo perché credono negli stessi valori in cui credo io".*

**Movement**

*Flowe è un "esempio da seguire" perché "sta rivoluzionando il modo di fare imprenditoria da zero", spingendo i giovani imprenditori a "pensare da subito alla sostenibilità".*

*"Ci stanno provando in maniera concreta e sono un'ispirazione anche per noi".*

**Partner**

# La nostra performance



# La forza dell'acqua

Un metaracconto fatto di dati, storie e analisi, dalla Società alla comunità, fino al singolo individuo.

Flowe è quella forza che genera un movimento composto da tanti piccoli elementi; è come il vento che soffiando produce la corrente, all'interno della quale ci sono tantissime particelle – le persone pronte a fare la differenza insieme.

Per questo il capitolo è diviso in:

- **Il vento:** la forza del team Flowe
- **La corrente:** la grandezza della comunità
- **Le particelle:** il potere del singolo

## Il vento

La forza del team Flowe

Le nostre persone e il nostro impegno per l'ambiente. Investiamo sulle nostre persone e ci impegniamo per l'ambiente.



### Temi materiali:

Business responsabile, Cybersecurity e utilizzo responsabile dei dati, Sviluppo e tutela del capitale umano, Diversità e inclusione, Impatti ambientali diretti

## La corrente

La grandezza della comunità

Educare la Next Generation ai temi dell'innovability, ovvero alle innovazioni funzionali alla sostenibilità.



### Temi materiali:

Diffondere i principi della sostenibilità, Educare la Next Generation sui temi dello humanovability, Sviluppare un movement attivo, Attenzione all'uso delle risorse

## Le particelle

Il potere del singolo

Promuovere l'aumento della consapevolezza del proprio benessere sociale ed economico.



### Temi materiali:

Attenzione al benessere degli utenti, Supporto alla comunità

# Il vento

## La forza del team Flowe

Al di sopra della corrente e delle particelle, c'è un'energia capace di spostare perfino gli oceani, creare onde giganti e muovere le acque. Si tratta del vento.

Flowe identifica le proprie performance in questo capitolo, analizzando l'impatto diretto dell'azienda sulla società e sul Pianeta – senza quindi passare attraverso la comunità o il potere del singolo.

La sezione si apre con la presentazione del Team di Flowe, diviso in cinque gruppi chiamati perspective, ognuna con una propria purpose e leader diverso. Il team condivide per primo i valori di Flowe che vengono raccontati attraverso esempi e fatti successi durante il 2021. A seguire è riportato l'impegno del team verso l'ambiente e verso lo sviluppo del proprio potenziale.

# La corrente

## La grandezza nella comunità

Il movimento di Flowe non è composto solo dai membri dello staff e dai Flome, ma anche da diverse figure che tramite il proprio contributo ispirano i giovani sui temi della sostenibilità, dell'innovazione e dello spirito imprenditoriale. Sono fondamentali per lo sviluppo della community le iniziative di educazione promosse nelle scuole e nelle università. Flowe si impegna attivamente non solo in eventi e progetti dedicati alla sostenibilità, ma anche in progetti per lo sviluppo dello spirito imprenditoriale. Innovazione e sostenibilità, nonché gli interventi, le interviste ai partner e il sostegno di diverse associazioni benefiche, vengono promossi in modo attivo da Flowe tramite i propri canali social di Instagram, Facebook e LinkedIn.

**Educare la Next Generation ai temi della humanovability,**  
ovvero alle innovazioni funzionali alla sostenibilità e all'essere umano

(**WE** - BetterBeing Movement)

# Le particelle

## Il potere del singolo

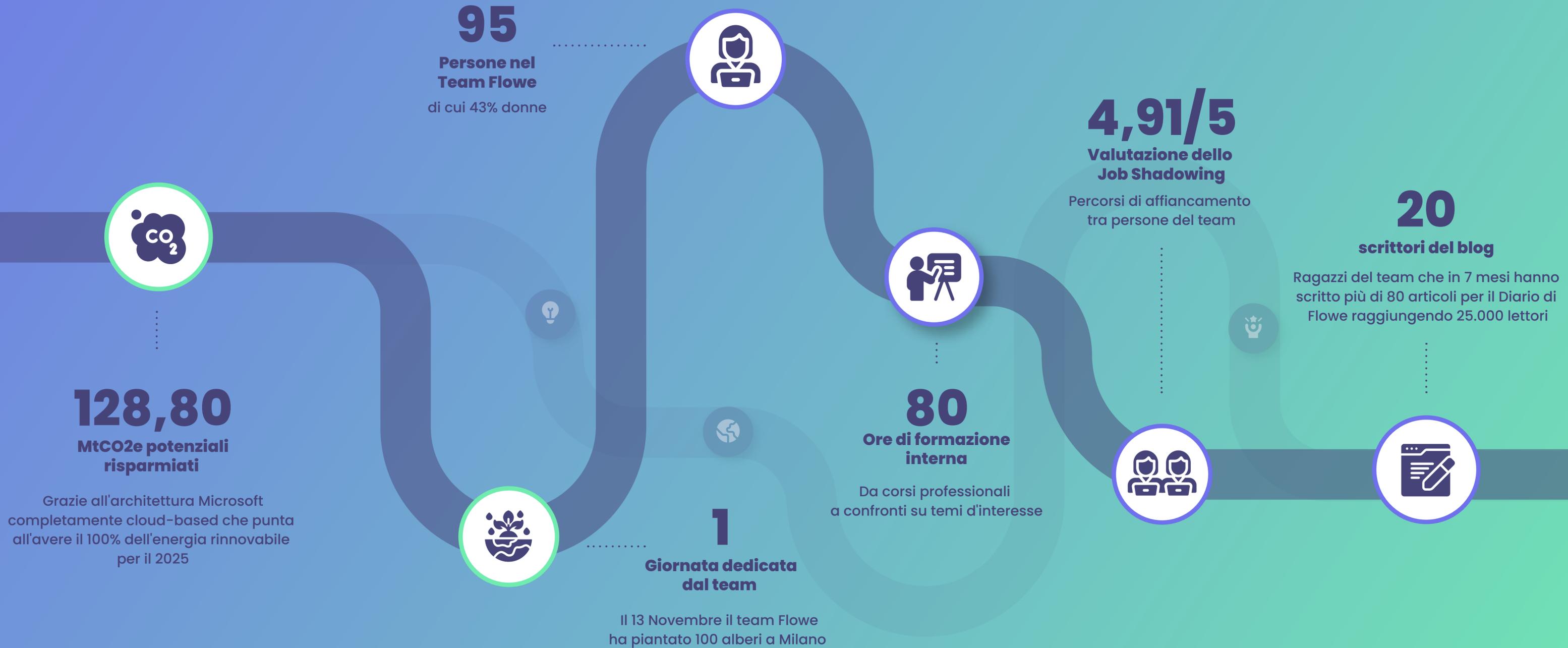
L'aumento della consapevolezza e lo stimolo al miglioramento del proprio essere, avvengono tramite materiali informativi, l'utilizzo delle tecnologie digitali, e iniziative come convegni e seminari. La partnership con Doconomy, startup che combatte il cambiamento climatico, è fondamentale per l'obiettivo di Flowe. Doconomy, infatti, permette di quantificare l'impatto di CO2 delle spese degli utenti.

Anche l'app è utile per l'obiettivo, con il partner Healthy Virtuoso che traccia i passi totali fatti in un giorno ed i minuti di workout. Nella sezione Focus si trovano video, corsi e minipillole sui temi della BetterBeing Economy e della crescita personale e professionale. Infine Arcadia, il favoloso mondo parallelo interno a Flowe, è la sezione pensata per stimolare i Flome a migliorarsi attraverso una logica di gamification con reward quali badge, crescita di livello del proprio profilo e guadagno delle gemme – la moneta virtuale

dell'app spendibile nel Bazar per sconti e offerte. Anche con la carta di debito in legno Flowe punta alla consapevolezza: infatti, avere la carta fisica non è obbligatorio dal momento che in onboarding l'utente viene fornito di una carta di debito virtuale. Per chi richiede quella fisica si riduce la produzione di CO2 e quindi l'impatto sul Pianeta piantando un albero in Guatemala con zeroCO2. L'albero viene dedicato all'utente che può seguirne la crescita e capirne l'impatto nel tempo, e dà modo alle famiglie locali di trarne sostentamento alimentare ed economico.

**Promuovere l'aumento della consapevolezza del proprio benessere sociale ed economico**

(**ME** - Individual BetterBeing)



# Il vento in sintesi

# Il team di Flowe

*Le perspective sono dei punti di riferimento, ognuna con un proprio leader e in viaggio verso un obiettivo comune. Come le stelle, sono i valori dell'azienda a indicare la via*

Sono quasi 100 i dipendenti di Flowe, divisi in 5 "Perspective" ognuna delle quali guidata da un leader facente capo direttamente al CEO dell'azienda.

Le perspective sono i team di lavoro di Flowe, ciascuno con uno specifico obiettivo interno e un leader di riferimento. Non sono compartimenti stagni: la struttura aziendale è molto fluida, e in questo mare magno le perspective sono un punto di riferimento interno.

## Culture Studios

Il team che racconta la cultura aziendale attraverso varie declinazioni creative (social, website, spot).

## Value Ecosystem

Il team che fonde il marketing e il finance a 360 gradi, dedicato alla ricerca costante di nuovi progetti e partnership con cui accrescere l'ecosistema di Flowe.

## Augmented Intelligence

Il team che si serve della tecnologia per "aumentare" l'intelligenza di Flowe, il più "analitico", che studia dati, numeri e trend.

## Experience Design

Il team di progettazione dell'app dalla ricerca alla grafica, e dell'esperienza che si vive navigandola.

## Happiness & Service

Il team che fonde il caring, per le persone, e il service, come un servizio di wellbeing.

Ogni giorno il team di Flowe si mette in moto per attivare e promuovere comportamenti che siano in linea con il movimento, anche partecipando attivamente ad eventi sostenibili.

Età media  
**circa 35 anni**

**43%**  
donne

# I valori di Flowe

*Come se fossero le stelle della Società, i valori di Flowe sono dei punti fissi che brillano di luce propria e influenzano tutto ciò che facciamo.*

*Come la stella più grande di tutte, il Sole, anche i nostri valori riescono a trasmettere tutta l'energia necessaria per metterci in moto.*

*Sono vivi, e per questo non vengono raccontati per quello che sono, ma per quello che facciamo attraverso loro.*

## We love helping people thrive

*“Crediamo che le persone fioriscano quando si sentono libere di essere loro stesse, cercando sempre di migliorarsi. Noi coltiviamo senso di appartenenza, di aiuto reciproco. [...]”*

Un esempio di questo primo valore agito è accaduto a marzo 2021, quando i ragazzi della perspective di Happiness and Caring hanno deciso di ricoprire a turni il lavoro di un partner con problemi di salute per 26 giorni lavorativi, 8 ore al giorno, per assicurare alla figura a loro supporto di riottenere lo stesso ruolo al suo ritorno.

## We love saying what we think and doing what we say

*“Crediamo che un dialogo aperto, onesto e il libero accesso alle informazioni siano strumenti essenziali per mettere in pratica ciò che pensiamo e costruire un rapporto di fiducia [...]”.*

Per questo all'interno di ogni team esiste un momento prezioso chiamato “retrospective”, che in ottica agile crea un confronto costruttivo tra persone, per cercare di migliorare il proprio approccio verso i colleghi e verso l'esterno dell'azienda.

## We love to listen to diverse voices

*“Crediamo che persone diverse con idee differenti arricchiscano la nostra prospettiva attraverso una visione olistica. Valorizziamo ogni tipo di contributo al di là di regole e strutture [...]”.*

Per questo motivo Flowe ha creato un sistema in grado di cambiare, adattarsi e trovare soluzioni grazie allo spirito Anti-fragile delle persone che lo compongono. In particolare, un membro del team di sviluppo iOS si è offerto, pur non essendo il suo campo di specializzazione, di passare al team Android per sopperire ad un'improvvisa mancanza di risorse. Il trasferimento interno rispetto ad un'alternativa di assunzione esterna ha permesso al team di accrescere le competenze interne e soprattutto creare un ruolo flessibile e resiliente, pronto ad adattarsi al cambiamento. Le soluzioni spesso sono a portata di mano, sta a noi decidere se coglierle.

## We love exploring the unknown

*“Crediamo che la conoscenza conferisca significato all'esistenza umana. Crediamo nella conoscenza e in una mentalità aperta. Affrontiamo ogni sfida con curiosità, anche quando una situazione ci sembra familiare. Ci prendiamo del tempo per esplorare e conoscere cose nuove [...]”.*

Non sempre la spinta verso l'esplorazione nasce da un desiderio interiore a volte nasce da una necessità. Come quando cinque persone del team Flowe si sono dovute organizzare per suddividersi il lavoro di un collega che per gravi problemi di salute è stato assente due mesi. Questo ha generato un cambio di prospettiva, tutti i colleghi sono diventati molto più consapevoli delle responsabilità altrui- da un momento di difficoltà ne è nato uno di crescita interiore.

## We love being game changers

*“A noi piace immaginare cose che ancora non esistono, perseguendo obiettivi ambiziosi. Cerchiamo sempre di espandere i nostri confini, ridefinendo le regole del gioco [...]”.*

Non solo Flowe ha l'ambizione di essere game changer, ma anche i partner che ci supportano lo sono. In particolare due fornitori del team di Experience Design si sono accorti che un'attività rallentava la loro performance e di conseguenza anche quella di Flowe: hanno deciso di automatizzarla, così da potersi concentrare su attività di valore aggiunto. Questa scelta ha portato un gran vantaggio anche per Flowe: è stato raggiunto il 35% dell'automatizzazione dell'attività di “regression testing”, ovvero l'attività volta a controllare che i nuovi rilasci dell'app non causino malfunzionamenti a funzionalità sviluppate in precedenza.

## We love making a difference

*“Crediamo che attraverso la collaborazione si possa dar vita a un movimento di persone ispirate ad un sentimento di positività, facendo leva sullo sviluppo personale per la società e per il Pianeta”.*

In tanti paesi poveri del mondo lo studio non è accessibile alla maggior parte dei giovani. Un team interno di Flowe ha deciso per Natale di fare una raccolta fondi e destinarla alla Fondazione Francesca Rava N.P.H. Italia Onlus, che aiuta i bambini in condizioni di disagio in tutto il mondo tramite progetti e attività di sensibilizzazione. I soldi raccolti hanno permesso di pagare una borsa di studio ad una ragazza.

# L'impegno del team per l'ambiente

Se in Flowe uno dei valori è “facciamo quello che diciamo” e se si dice di voler fare la differenza per il mondo, è necessario come team essere impegnati nel partecipare agli eventi che l'azienda stessa crea.

Come per l'iniziativa “Un Po prima del mare”, dove tutto il team di Flowe ha preso parte alla raccolta della plastica a Cremona, accumulando circa 3700 kg di plastica con circa 400 persone.

In aggiunta quest'anno - dato che la Società è cresciuta molto e si è ampliata - Flowe ha creato un evento dedicato al team esteso in partnership con zeroCO2 e chiamato “2021 alberi nel 2021”.

13 CLIMATE ACTION	14 LIFE BELOW WATER	15 LIFE ON LAND
----------------------	------------------------	--------------------

## Il team in campo

Il 13 novembre tutto il team Flowe è sceso in campo in particolare a Milano, per piantare 100 alberi. L'iniziativa fa parte del progetto “2021 alberi nel 2021” ed ha avuto l'obiettivo di promuovere una sostenibilità ambientale difendendo la biodiversità. La sostenibilità viene declinata anche in ambito sociale: gli alberi infatti vengono donati alle cooperative agricole.



## L'impatto dei sistemi di Flowe

Flowe riduce la potenziale CO2 emessa, dal momento che il proprio servizio si regge su un'architettura completamente cloud based, che inoltre garantisce un livello di servizio e di flessibilità maggiore. Si stima che Flowe abbia risparmiato un potenziale di 128,80 Mt-CO2e, con un miglioramento del

21% rispetto al 2020, grazie alla tecnologia fully cloud che, rispetto alle alternative presenti sul mercato, impatta meno sulle risorse ambientali e che ha come obiettivo per il 2025 raggiungere il 100% energia rinnovabile. Come team, Flowe ha lavorato per metà del 2021 in fully smartworking, e solo negli

ultimi mesi del 2021 il 30% dei dipendenti è tornato in presenza. La scelta è stata legata non solo alla sicurezza sanitaria, ma anche alla decisione di ridurre al minimo l'impatto sul Pianeta, limitando i viaggi casa-lavoro, redistribuendo l'uso degli spazi come gruppo, e riducendo i consumi.

9  
INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

# L'impegno del team per se stessi: consapevolezza

Per la cultura aziendale di Flowe è fondamentale lavorare sullo sviluppo delle persone interne al team. Questo perché per parlare di "persone migliori creano un mondo migliori", bisogna prima partire da se stessi, e in più, "aiutare le persone a fiorire" è uno dei nostri valori agiti. Tra le varie manovre adottate dalla Società per rispondere alla propria purpose, è stato adottato il Key Result, uno strumento che serve sia come sistema di autovalutazione in-

dividuale, sia come definizione degli obiettivi di team a livello aziendale. Questo aiuta a mantenere la rotta verso un obiettivo comune, focalizzandoci su un percorso di crescita e di sviluppo. Lavorare sulla consapevolezza della propria rotta e direzione è molto complesso, quindi sono state sviluppate anche altre iniziative specifiche, per aiutare ogni dipendente a trovare la propria via.



## La community dei Coach

In uno scenario competitivo e mutevole, avere la chiave per accedere alla massima prestazione diventa determinante. Flowe risponde a quest'esigenza agendo sul valore "aiutare le persone a fiorire" per il proprio team interno: 18 membri del team hanno intrapreso un percorso di 8 incontri da 3 ore ciascuno con la dott.ssa Alessia Maglietto, psicologa del lavoro, sport, life and

business coach. Le lezioni studiano i principi del coaching secondo la Psicologia della Prestazione Umana e la maturazione del giusto mindset per diventare un coach, con modelli che ottimizzano la propria prestazione e quella degli altri. Così si crea anche una community: scambio, condivisione e confronto aiutano a crescere in autonomia anche al termine della formazione.

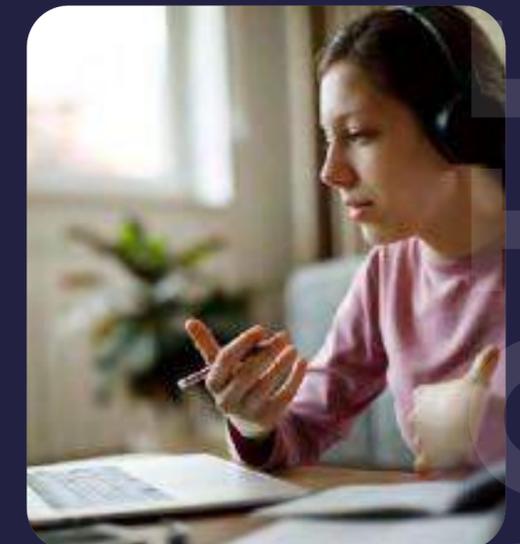


La prospettiva futura è quella di aprire il corso a tutti i membri di Flowe, così da poter garantire l'esperienza a chiunque sia interessato.

## Job shadowing

In un mondo dove le persone cambiano lavoro frequentemente e bisogna rimanere sempre aggiornati in modo da crearsi un percorso di successo, l'iniziativa di job shadowing dà la possibilità alle persone di vedere altri lavori "innovativi" realizzati all'interno dei confini di Flowe. Il percorso, lanciato nella sua prima edizione a marzo, ha interessato più del 35% del team e ha portato risultati molto positivi. Il questionario di raccolta feedback finale evi-

denzia un livello di soddisfazione di 4,27/ 5 media, e una percezione di utilità del percorso del 4,91/5.



# L'impegno del team per se stessi: competenze e mindset

Una volta definita la direzione e con in mano gli strumenti giusti per non perderla, diventa fondamentale costruire le competenze per arrivare dritti all'obiettivo. Per farlo, Flowe supporta la formazione come costante nella vita lavorativa delle persone. Per questo, ogni due settimane si tiene il Learn and Grow: è un momento di formazione fatto dai dipendenti per i dipendenti, che consiste ogni volta in lezioni diverse su metodologie e tematiche chiave.



## Learn & Grow

Nel percorso di crescita di un individuo è importante essere contaminati da conoscenze e informazioni molto ampie. La logica del Learn and Grow si basa proprio su questo. Durante l'anno sono state tenute 21 incontri per un totale di più di 60 ore di formazione dedicate agli interni di Flowe, con una partecipazione media di 45 persone e soddisfazione media di 4,1/5. Oltre alla creazione di competenze e alla contaminazione del team su nuove tematiche, quest'anno questi i mo-



menti, grazie alla partecipazione in prima persona di 23 dipendenti che hanno deciso di mettersi in gioco e di dedicare il proprio tempo ed esperienza, hanno anche una rilevanza maggiore: questi momenti hanno contribuito a fornire una

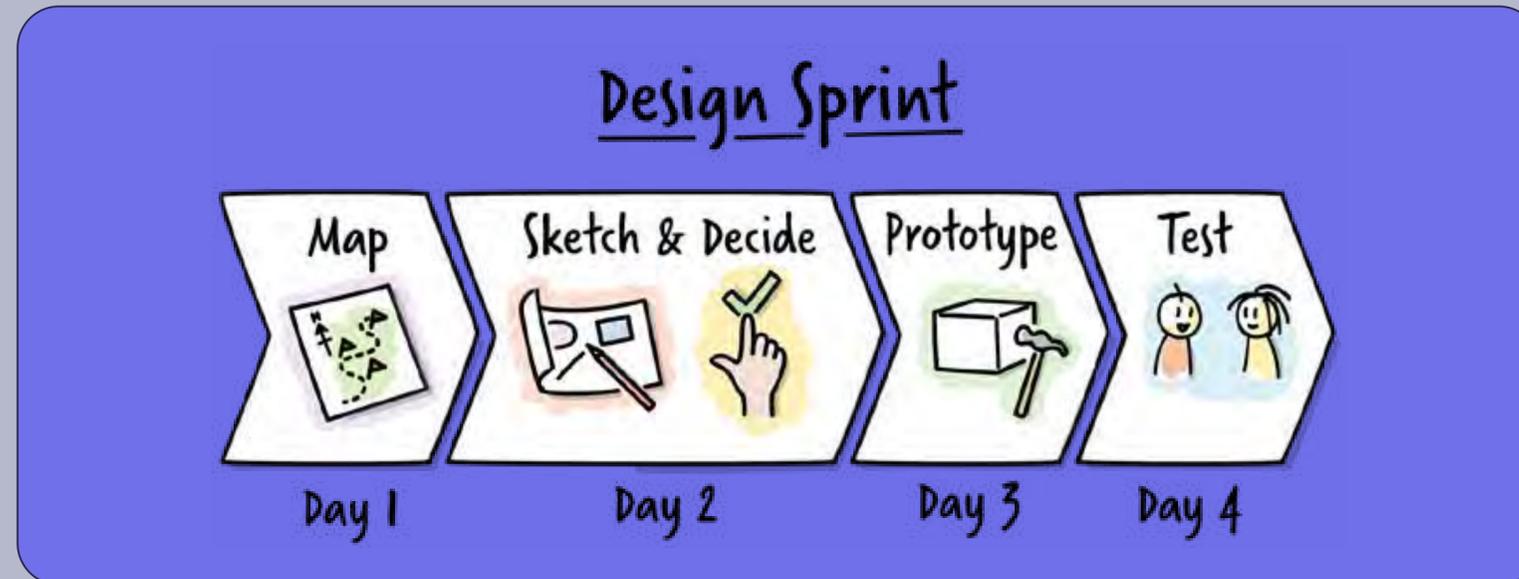
visibilità a competenze interne e le relative persone ed ad instaurare un dialogo e un confronto tra persone di diversi team. I temi come l'anno precedente sono di natura molto differente e nelle ultime edizioni di fine anno sono stati trattati temi come: "Come godersi il Natale facendo scelte consapevoli", "Il foraging conservativo: come raccogliere spunti e specie per un presente sostenibile", "Storytelling & SEO" e "Bitcoin: once in a lifetime opportunity".

## Corsi interni per nuove skill

A marzo 2021 è stato organizzato un corso su SQL e kusto per 7 partecipanti di 4 perspective: l'idea era di poterli rendere più autonomi

e di riferimento per persone di altri team in merito all'esplorazione dei dati. Il corso, tenuto da due colleghi, è durato 5 mezza giornate per un mese. Il suo successo è dimostrato dai partecipanti stessi, i quali sono diventati effettivamente un punto di riferimento all'interno delle loro perspective o di team più ristretti, e alcuni di essi hanno fatto un report in autonomia per raccontare il loro apprezzamento.





## Masterclass sul design sprint

Il corso è stato creato per l'intero team di design (Service, UX, UI, Game, Product Owner) ed è durato tre lezioni, 10 ore in totale. L'obiettivo è di imparare a organizzare e condurre i Design Sprint, metodologia di design nata nell'ambito dei team di innovazione di Google -una full immersion di 5 giorni in cui un team multidisciplinare parte da un problema di business, lo traduce in un concept di design, lo prototipa e lo testa. Per Flowe è stato un momento prezioso perché ha permesso ai dipendenti di ideare rapidamente soluzioni e validarle.

## Documentario: oltre i limiti

Sviluppare il proprio mindset tante volte coincide con il superamento dei propri limiti: per questo Flowe si è schierata dalla parte di alcuni ambassador, quando hanno dichiarato di voler superare alcune delle loro paure. Cinque membri del team di Flowe hanno accompagnato Klaus, progetto Happiness ed Emalloru in tre sfide

in tre ambienti totalmente diversi: una scalata del Monte Bianco, un'immersione in mare aperto e un lancio col paracadute. Questo perché in Flowe i limiti fisici e mentali sono come dei confini da superare – perché la conoscenza apre sempre nuove strade e anche la mente.



Un esempio di risultato:  
**Il diario di Flowe**

*“Scrivere non è mai stato qualcosa in cui avrei pensato di essere brava, ma grazie al blog sono riuscita a mettere nero su bianco pensieri e passioni nella mia mente che incuriosissero altre persone. Con l’entusiasmo e la guida di Anna è stata una bellissima scoperta di una nuova parte di me che continuerò sicuramente a coltivare”.*

Giorgia Riganti - Social Caring Specialist & Communication Analysis Enthusiast



Ad aprile 2021 il filone editoriale, nato nel 2020 come una piccola pagina Instagram allora chiamata WeMe, ha preso vita sul sito sottoforma di blog, chiamato Diario. L’obiettivo è di dar voce a chi desidera raccontare una storia, e per questo Flowe è partita in primis dai racconti di più di 20 ragazzi e ragazze delle varie perspectives, che hanno deciso di condividere le loro passioni, interessi e curiosità dedicando parte del proprio tempo libero ad arricchire il blog. Questo percorso non solo ha dato la libertà di mettere a frutto talenti parzialmente inespresi nei loro

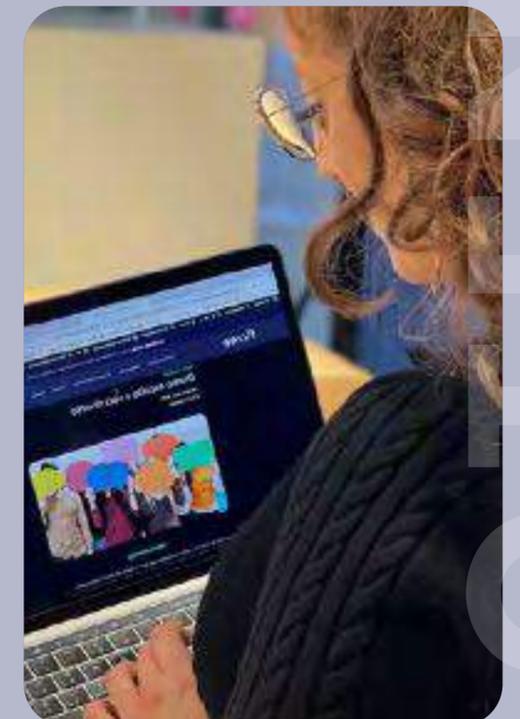


- + 25K lettori
- + 80 articoli
- + 20 persone coinvolte

task quotidiani, ma ha dato anche la possibilità di migliorarli, entrando a far parte di una piccola squadra multidisciplinare dal comune obiettivo: supportare Flowe attraverso le proprie passioni. In 7 mesi sono stati raccolti più di 25000 lettori e scritti 80 articoli suddivisi in 3 categorie: Green, Finance e Cultura. Si raccontano storie di sostenibilità a 360°, di crescita personale e professionale, di psicologia, mindset, crypto, non fungible tokens, benessere, finanza e molto altro. La strada è ancora lunga ma già si vedono i primi risultati, con a dicembre

3000 keyword posizionate in prima pagina. Questi risultati aiutano Flowe a farsi conoscere organicamente online grazie alla rilevanza dei temi affrontati.

**We love helping people thrive: il team Flowe cresce ogni volta che si mette in gioco**



# Il vento

## La forza del team Flowe

Al di sopra della corrente e delle particelle, c'è un'energia capace di spostare perfino gli oceani, creare onde giganti e muovere le acque. Si tratta del vento.

Flowe identifica le proprie performance in questo capitolo, analizzando l'impatto diretto dell'azienda sulla società e sul Pianeta – senza quindi passare attraverso la comunità o il potere del singolo.

La sezione si apre con la presentazione del Team di Flowe, diviso in cinque gruppi chiamati perspective, ognuna con una propria purpose e leader diverso. Il team condivide per primo i valori di Flowe che vengono raccontati attraverso esempi e fatti successi durante il 2021. A seguire è riportato l'impegno del team verso l'ambiente e verso lo sviluppo del proprio potenziale.

# La corrente

## La grandezza nella comunità

Il movimento di Flowe non è composto solo dai membri dello staff e dai Flome, ma anche da diverse figure che tramite il proprio contributo ispirano i giovani sui temi della sostenibilità, dell'innovazione e dello spirito imprenditoriale. Sono fondamentali per lo sviluppo della community le iniziative di educazione promosse nelle scuole e nelle università. Flowe si impegna attivamente non solo in eventi e progetti dedicati alla sostenibilità, ma anche in progetti per lo sviluppo dello spirito imprenditoriale. Innovazione e sostenibilità, nonché gli interventi, le interviste ai partner e il sostegno di diverse associazioni benefiche, vengono promossi in modo attivo da Flowe tramite i propri canali social di Instagram, Facebook e LinkedIn.

**Educare la Next Generation ai temi della humanovability,**  
ovvero alle innovazioni funzionali alla sostenibilità e all'essere umano

**(WE – BetterBeing Movement)**

# Le particelle

## Il potere del singolo

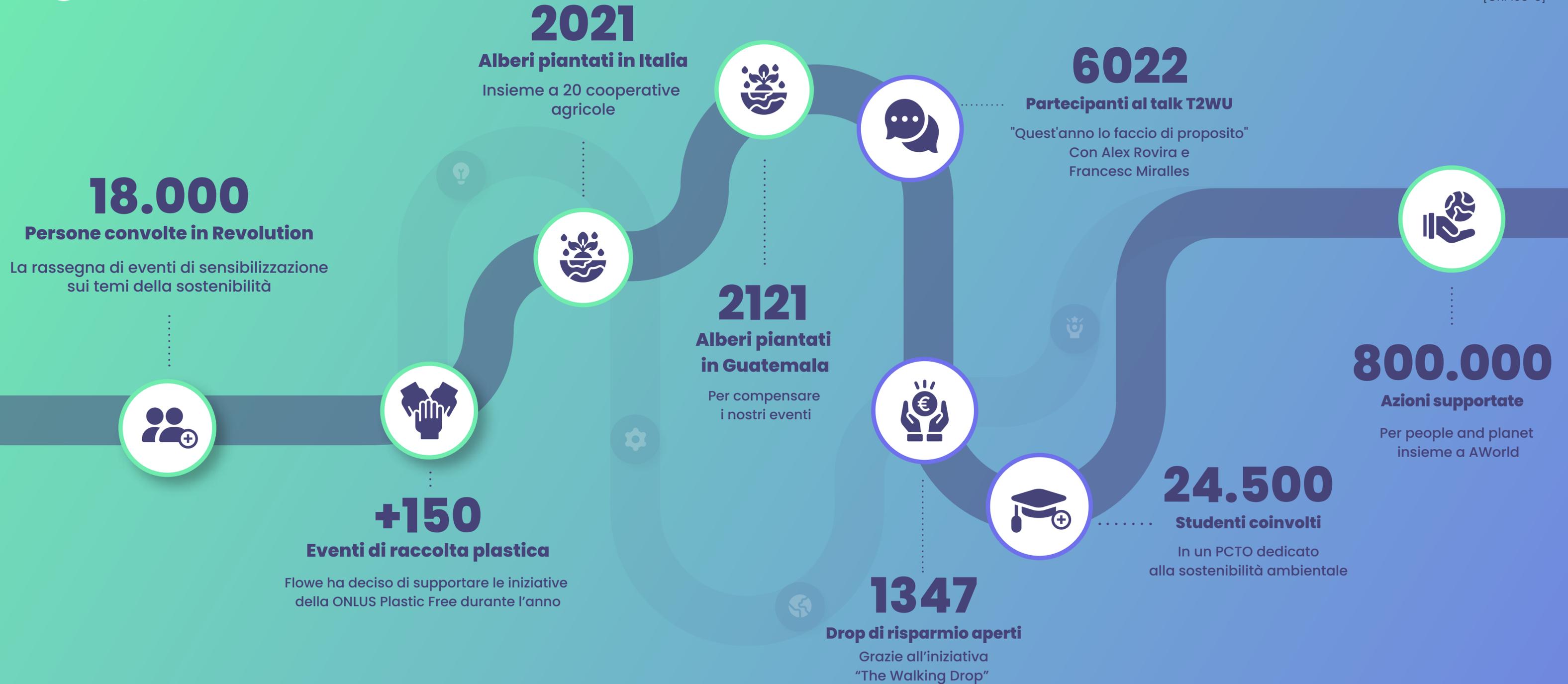
L'aumento della consapevolezza e lo stimolo al miglioramento del proprio essere, avvengono tramite materiali informativi, l'utilizzo delle tecnologie digitali, e iniziative come convegni e seminari. La partnership con Doconomy, startup che combatte il cambiamento climatico, è fondamentale per l'obiettivo di Flowe. Doconomy, infatti, permette di quantificare l'impatto di CO2 delle spese degli utenti.

Anche l'app è utile per l'obiettivo, con il partner Healthy Virtuoso che traccia i passi totali fatti in un giorno ed i minuti di workout. Nella sezione Focus si trovano video, corsi e minipillole sui temi della BetterBeing Economy e della crescita personale e professionale. Infine Arcadia, il favoloso mondo parallelo interno a Flowe, è la sezione pensata per stimolare i Flome a migliorarsi attraverso una logica di gamification con reward quali badge, crescita di livello del proprio profilo e guadagno delle gemme – la moneta virtuale

dell'app spendibile nel Bazar per sconti e offerte. Anche con la carta di debito in legno Flowe punta alla consapevolezza: infatti, avere la carta fisica non è obbligatorio dal momento che in onboarding l'utente viene fornito di una carta di debito virtuale. Per chi richiede quella fisica si riduce la produzione di CO2 e quindi l'impatto sul Pianeta piantando un albero in Guatemala con zeroCO2. L'albero viene dedicato all'utente che può seguirne la crescita e capirne l'impatto nel tempo, e dà modo alle famiglie locali di trarne sostentamento alimentare ed economico.

**Promuovere l'aumento della consapevolezza del proprio benessere sociale ed economico**

**(ME – Individual BetterBeing)**



# La corrente in sintesi

# Revolution

## Un giro intorno alla Terra

**La serie di eventi Revolution sia stata una vera e propria azione rivoluzionaria sostenibile**



*Una serie di eventi ispirati al moto di rivoluzione del nostro Pianeta intorno al Sole*

Per celebrare la Giornata della Terra (22/04/2021) Flowe insieme a ZeroCO2 ha trasformato aprile in un vero e proprio Mese del Pianeta, con attività che hanno coinvolto influencer e personaggi noti, esperti di sostenibilità, imprenditori e professori, ma anche scuole, cooperative e tanti cittadini sensibili alle tematiche green.



In contemporanea alle attività online Flowe ha agito anche fisicamente su tutto il territorio italiano sponsorizzando la Giornata nazionale di raccolta della plastica di Plastic Free del 18 aprile.

Flowe da tutta l'Italia si sono mossi per unirsi all'iniziativa di Plastic Free in 140 località, percorrendo oltre 500 km di strade e spiagge e raccogliendo 170.508 kg di plastica.

Durante tutto il mese di aprile la rassegna di eventi social e il webinar "Pillole di sostenibilità" hanno coinvolto oltre 18.000 Flowe e originato più di 15 ore di formazione sui temi della sostenibilità. Questo è stato reso possibile grazie al coinvolgimento di influencer come Hemerald, Emalloru e i the Show, ed esperti di sostenibilità come Andrea Bellati, Mariasole Bianco, Susanna Martucci e molti altri.

Visto che persone migliori creano un modo migliore, Flowe ha dato la possibilità a tutti i registrati agli eventi di contribuire alla piantumazione piantando 1 albero ogni 10 utenti al sito dedicato [flowe.com/revolution](https://flowe.com/revolution).



<b>1</b> NO POVERTY	<b>2</b> ZERO HUNGER	<b>4</b> QUALITY EDUCATION
<b>10</b> REDUCED INEQUALITIES	<b>13</b> CLIMATE ACTION	<b>15</b> LIFE ON LAND

# 2021 alberi nel 2021

*Mani nella terra per aiutare il nostro Pianeta*



Per poter salvaguardare il Pianeta mettendosi in gioco concretamente, Flowe insieme a zeroCO2 ha portato avanti il progetto “2021 alberi in Italia nel 2021”.

L'obiettivo era piantare 2021 alberi sul territorio italiano nel corso dell'anno e per questo, il 13 novembre, tutto il team Flowe è sceso in campo mettendo radici nella nostra terra, in particolare a Milano, dove sono stati piantati 100 alberi. La natura italiana, nonostante



sia tra le più floride d'Europa, è severamente minacciata dalla crisi climatica, così come è in pericolo la biodiversità che caratterizza il Bel Paese.

L'obiettivo del progetto è proprio quello di promuovere una sostenibilità ambientale difendendo la biodiversità, ma non solo. Tale sostenibilità viene declinata anche in ambito sociale: gli alberi vengono donati alle cooperative agricole-sociali, generando valore

**“Si mira a un impatto positivo sia sull'ambiente, sia sulla società”.**

per le comunità territoriali e per tutto il tessuto sociale italiano. Alcuni dei progetti nascono con l'intento di riqualificare intere aree, in quanto si sviluppano su terreni confiscati alla criminalità organizzata.

**L'impatto sociale risulta quindi estremamente rilevante.** Per riassumere tutto il lavoro svolto in due parole, possiamo definirlo un progetto di agricoltura sociale, che mette in atto pratiche agronomiche a basso impatto ambientale e ad alto valore sociale.

13  
CLIMATE ACTION

15  
LIFE ON LAND

# Un Po prima del mare

La più grande bonifica del fiume Po



**40 raccolte  
in 4 regioni  
italiane**



<b>1</b> NO POVERTY	<b>2</b> ZERO HUNGER	<b>4</b> QUALITY EDUCATION
<b>10</b> REDUCED INEQUALITIES	<b>14</b> LIFE BELOW WATER	<b>15</b> LIFE ON LAND

**Flowe ha supportato Plastic Free in +150 eventi nel 2021**

Sempre navigando nelle acque italiane, il partner Plastic Free con il supporto di Flowe, Regina (Gruppo Sofidel) e Roberto Collina, ha realizzato la più grande bonifica del fiume Po, dal Piemonte al Veneto. Il 23 maggio si sono tenuti oltre 40 appuntamenti di pulizia in contemporanea in 4 regioni: Piemonte, Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto, coinvolgendo 50 città.



All'evento hanno partecipato oltre 5.000 volontari sotto le bandiere blu di Plastic Free. Dopo il grande successo dello scorso aprile, durante la data nazionale, l'obiettivo era quello di rimuovere oltre 50.000 kg di rifiuti dall'ambiente. Anche il team di Flowe ha preso parte alla raccolta della plastica di Cremona insieme ad alcuni suoi ambassador come Klaus, Emalloru,

Giuseppe di progetto Happiness e Andrea Pirillo. Gli influencer e i partecipanti si sono divisi in due squadre per sfidarsi a chi raccogliesse più plastica. In totale i due team hanno raccolto circa 3700 kg di plastica con circa 400 persone.

# T2WU

La crisi climatica non è un'opinione



ideato una serie di 5 talk in cui imprenditori, esperti, cariche istituzionali, ricercatori, sportivi e content creator fanno luce sulle conseguenze della crisi climatica, condividendo le loro esperienze e proponendo soluzioni. Tra gli speaker vi sono: Vincenzo Torti, Presidente Gener-

ale del Club Alpino Italiano; Matteo Fiocco, agricoltore e youtuber; Marco Spinelli, videomaker e documentarista subacqueo; Elisabetta Parravicini, Ex Presidente ARPA e ERSAF ed esperta di biodiversità marina; Alessandro Gogna, alpinista, guida alpina e storico dell'alpin-

**È ora di aprire gli occhi, di risvegliare le nostre coscienze:**

*it's time to wake up!*

Dal forte legame con Valeria Margherita Mosca, divulgatrice scientifica e founder di Wooding Wild Food Lab, nasce la seconda edizione del 2021 di Time To Wake Up.

Il tema questa volta risponde al mostro della crisi climatica: incendi, fusione dei ghiacciai, inondazioni, desertificazioni sono solo alcuni effetti visibili di un clima che continua a cambiare. È ora di aprire gli occhi, di risvegliare le nostre coscienze: **it's time to wake up.**

Per questo Wooding e Flowe hanno



**+ 15**  
speaker coinvolti

**1 albero ogni 500**  
visualizzazioni

*fino a un massimo di 100 alberi*

ismo; Ivan Mazzoleni, CEO di Flowe e Hervè Barmasse, alpinista, guida alpina, regista e autore e molti altri.



# One Million Actions

*Una sfida per generare 1 milione di azioni per le persone e il Pianeta*

Flowe ha deciso di supportare AWorld nella challenge “One Million Actions for People and Planet” creando un percorso formativo di 9 episodi presente in app intitolato “For the World”.



Il percorso racconta la storia di 9 GoodLuck Creator che hanno deciso di intraprendere un percorso professionale e di vita non solo innovativo ma anche sostenibile. Il percorso è accessibile tramite l'adesione al gruppo Flowe all'interno dell'app AWorld e grazie a questo percorso Flowe ha potuto contribuire a realizzare più di 1600 action for People and Planet. AWorld ha un particolare focus sull'Obiettivo di Sviluppo Sostenibile 17 “Partnership for the goals”, e per questo motivo, supportata

dalle Nazioni Unite, ha deciso di creare un unico ecosistema di realtà di fiducia che hanno contribuito a ideare, realizzare e raggiungere 1 milione di azioni per la sostenibilità e la promozione dell'Agenda 2030.



*“Perdere la fiducia è un lusso che non possiamo permetterci. Questa è una sfida che dobbiamo affrontare e vincere. Il successo nell'arrestare il cambiamento climatico è l'unica opzione che abbiamo. E il successo inizia sempre con l'ottimismo”.*

Christiana Figueres - ex Segretario esecutivo UNFCCC

**800.000 azioni supportate per People and Planet**



# Raccontare la sostenibilità

*L'edutainment come risposta ai macro obiettivi*

Per Flowe l'educazione è uno dei temi fondamentali in risposta ai suoi due macro obiettivi, ma le lezioni ex-cathedra oltre ad essere noiose, spesso sono anche poco efficaci.

Per questo il punto di vista educativo è trattato in ottica edutainment, che unisce l'istruzione all'apprendimento (*education + entertainment*).

Sono stati realizzati una serie di progetti, alcuni ancora in fase di evoluzione, per sensibilizzare ragazzi di tutta Italia - ma anche persone più adulte in tutto il mondo - in merito ai temi della sostenibilità, della pulizia dei mari e delle battaglie future per il Pianeta.

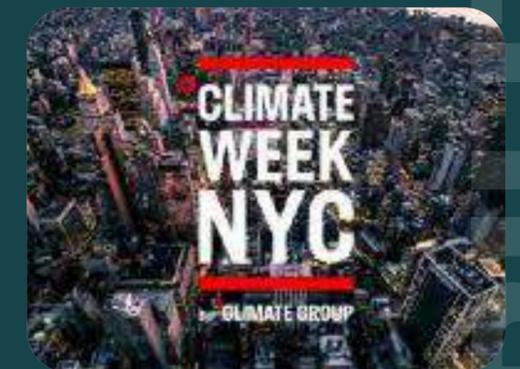


## Climate Week

*Con Doconomy*

Flowe sostiene i propri partner e li affianca nelle loro battaglie: proprio come è successo con Doconomy. Durante lo svolgimento della **Climate Week di New York in versione digitale**, Flowe ha supportato Doconomy - il quale aveva a disposizione due panel durante l'evento - presentando la propria strategia

per avere un impatto positivo rispetto al personale carbon footprint. L'obiettivo del panel è stato sensibilizzare le persone in merito al tema e pubblicare in rete approcci diversi - talvolta anche distanti - per trovare più soluzioni a livello mondiale.



## Sentieri sostenibili

*Flowe come best practice di Mediolanum per la sostenibilità*



Grazie al progetto **Sentieri sostenibili** di Achab Group Flowe ha avuto la possibilità di raccontare la propria visione di sostenibilità a studenti di tutta Italia. L'obiettivo del progetto è realizzare dei prodotti per la formazione e l'educazione civica dei ragazzi delle scuole superiori, supportandoli nella conoscenza del mondo dell'impresa e del lavoro. Il tema conduttore dei video reportage è quello dell'innovazione orientata alla sostenibilità e i

contenuti sono accessibili ai ragazzi delle scuole superiori tramite il portale ScuolaPark.it





+ **24.500**  
studenti

+ **25 ore**  
di lezione

+ **3.400**  
project work

## Gocce di sostenibilità

*Il progetto edu per i ragazzi di tutta Italia*

Tra i programmi previsti per responsabilizzare sul green, c'è anche il progetto educational "Gocce di Sostenibilità" per i ragazzi delle scuole secondarie di tutta Italia. Challenge social, contenuti creati ad hoc e momenti di approfondimento e dibattito: tutto su "Educazione digitale" – la piattaforma

riconosciuta dal Ministero dell'istruzione – all'interno di un PCTO dedicato (percorso per le competenze trasversali ed orientamento). Nei primi 6 mesi di lancio del progetto si sono registrati più di 24.500 studenti e 1000 insegnanti, per seguire il percorso di 25 ore di formazione.

Più di 3400 degli studenti iscritti hanno completato il project work finale, producendo un video di 1 minuto che stimolasse una riflessione sulle conoscenze apprese nel percorso e sensibilizzasse riguardo alla crisi climatica. E questo è solo l'inizio: il percorso durerà fino al 2023.

## A bordo con Thetys

*Superare i propri limiti*

Sviluppare il proprio mindset tante volte coincide con il superamento dei propri limiti: per questo Flowe si è schierata dalla parte di alcuni ambassador, quando hanno dichiarato di voler superare alcune delle loro paure. Cinque membri del team di Flowe hanno accompagnato Klaus, progetto Happiness ed Emalloru in tre sfide in tre ambienti totalmente

diversi: una scalata del Monte Bianco, un'immersione in mare aperto e un lancio col paracadute. Questo perché in Flowe i limiti fisici e mentali sono come dei confini da superare – perché la conoscenza apre sempre nuove strade e anche la mente.



# Giornate mondiali

*Le giornate internazionali sono un'occasione per informare le persone, per mobilitare le istituzioni e per festeggiare i successi dell'umanità.*

*In Flowe si colgono tutti i momenti possibili per parlare degli argomenti che stanno più a cuore alla Società Benefit.*



## Giornata mondiale delle api

*Dove inizia l'educazione ambientale*

Per gli apicoltori aprile e maggio sono stati dei mesi difficili perché i cali improvvisi di temperatura hanno fatto morire molte api.

Per questo in occasione della giornata mondiale delle api Flowe ha voluto sensibilizzare le persone con dei contenuti ad hoc – alcuni insieme a Matt the Farmer - un webinar e una serie in app con Giuseppe Manno fondatore di apicolturaurbana.it.

Grazie alle attività svolte insieme, Matt the Farmer ha ampliato il suo apiario con 6 nuove arnie, così da poter continuare a condividere l'importanza delle api insieme ai propri follower e ad aspiranti agricoltori.

4 QUALITY EDUCATION	13 CLIMATE ACTION	15 LIFE ON LAND
---------------------------	-------------------------	-----------------------

## Giornata mondiale degli oceani

*Tra passato e futuro, verso la generazione oceano*

4 QUALITY EDUCATION	14 LIFE BELOW WATER
---------------------------	---------------------------

In occasione della Giornata Mondiale dell'oceano dell'8 giugno, l'UNESCO con il Decennio del mare hanno dato il via - dall'isola della Maddalena in Sardegna - all'evento "Tra passato e futuro, verso la generazione oceano".

L'evento presentava dieci progetti con un obiettivo: educare e coinvolgere comunità scientifica, governi, settore privato e società civile sull'importanza dell'oceano per il nostro Pianeta, la nostra salute e il nostro futuro.

Flowe ha preso parte all'evento come partner, e Oscar di Montigny – presidente della Società – ha partecipato insieme a Edoardo di Lella CEO di Starting Finance al panel Finanza Blu, Startup e innovazione.



C'erano molti altri personaggi presenti quali Vladimir Ryabinin, Segretario Esecutivo della Commissione Oceanografica Intergovernativa e Direttore Generale Aggiunto dell'UNESCO; Roberto Cingolani, Ministro della Transizione Ecologica, ma anche artisti come Andy (Bluvertigo), Pamela Camassa e Rosita Celentano.

# T2WU

## Quest'anno lo faccio di proposito

Come trasformare i buoni propositi in obiettivi raggiunti?

Il talk organizzato da Flowe ha cercato di rispondere a questa domanda il 25 febbraio, sul proprio canale YouTube raggiungendo 6022 persone. Presentato dallo youtuber e idolo dei ragazzi Luis Sal e dall'attrice Margot Sikabony, l'evento è consistito in una video-intervista a due scrittori spagnoli, Francesc Miralles e Álex Rovira, entrambi affascinati dai temi dell'autorealizzazione e del successo.

In particolare, Alex Rovira, autore di "Fortunati si diventa", ha approfondito e dato risposta ad alcuni degli interrogativi più frequenti tra i giovani: come fare a creare le giuste circostanze dentro cui poter sperimentare le proprie abilità e creare la propria fortuna? Cosa distingue la fortuna dal caso e come costruire il proprio percorso di vita?

Francesc Miralles invece, autore del libro "Il metodo Ikigai. I segreti della filosofia giapponese per una vita lunga e felice", ha raccontato al pubblico il concetto di Ikigai. Termine giapponese difficile da tradurre nelle lingue occidentali, indica "una vita che vale la pena di essere vissuta", una ragion d'essere che combina in

un giusto equilibrio passione, vocazione e missione.

Sono molti i valori di Flowe contenuti in questo evento: Secondo la logica dell'edutainment infatti, il talk non voleva essere una lezione ex-cathedra, ma un incontro in grado di fornire metodi pratici per concretizzare i propri progetti. Rispetto alla cura del Pianeta e delle persone, T2WU è stato realizzato in modo da essere carbon negative: insieme a ZeroCO2, Flowe ha scelto di piantare un albero ogni 100 views ottenute sul video nel primo mese, fino a un massimo di 2.000 alberi.

E per un beneficio verso tutti, anche verso le comunità più deboli, Flowe ha donato dei fondi a Fight the Stroke - fondazione che aiuta i giovani sopravvissuti all'ictus e con Paralisi Cerebrale Infantile - per sostenere la Palestra dei Fighters, spazio online dedicato ad allenare le abilità motorie di questi bambini e ragazzi.

Ivan Mazzoleni,  
CEO di Flowe



**“Time to wake up altro non è che il primo appuntamento di una nuova rubrica che, in ottica di Brand Activism, vuole andare a combattere con iniziative e azioni concrete due mostri: la disoccupazione e la crisi climatica”.**

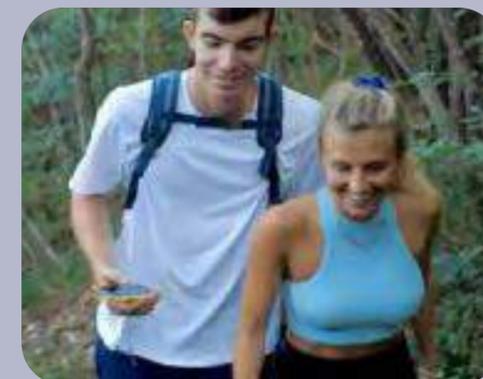
# The Walking Drop



*Risparmiare è una passeggiata*

L'iniziativa è stata lanciata da Flowe durante i mesi estivi, quando le giornate sono più lunghe e si ha più tempo da dedicare a se stessi e al proprio benessere fisico. Infatti, grazie al metodo di risparmio passi, ogni Flome ha avuto la possibilità di mettere da parte dei soldi camminando. In più, una volta raggiunto un minimo di 50 € da parte, si otteneva un buono sconto Adidas del 25%.

Pirillo e Martina Domenicali, che durante le loro camminate hanno lasciato dei "seed egg" (piccoli sacchetti di semi) lungo il percorso, come segno della propria impronta ecologica.



**Grazie a The Walking Drop sono stati aperti ben 1347 Drop dai Flowe, di cui 716 erano i primi Drop**

L'iniziativa - durata fino al 31 agosto 2021- ha coinvolto anche dei talent quali Valeria Mosca, Giuseppe di Progetto Happiness, Klaus, Andrea

# Skillando Tour

Da Milano a Palermo per l'evoluzione digitale

**“La cosa più naturale è essere sostenibili, e la finanza è l'industria-guida dell'intero Pianeta”.**

Oscar di Montigny, Presidente di Flowe



Dei giovani volontari hanno fatto un viaggio in bici e in treno per 6 settimane, da Milano a Palermo, per abilitare la trasformazione digitale del Terzo Settore Italiano.

Flowe ha sostenuto la tappa di Forlì con i due giovani creator Alessandro Scinelli e Lorenzo Lenti, che hanno messo a servizio della comunità locale le loro competenze da youtuber, per migliorare la comunicazione delle associazioni del Terzo Settore.



# Il vento

## La forza del team Flowe

Al di sopra della corrente e delle particelle, c'è un'energia capace di spostare perfino gli oceani, creare onde giganti e muovere le acque. Si tratta del vento.

Flowe identifica le proprie performance in questo capitolo, analizzando l'impatto diretto dell'azienda sulla società e sul Pianeta – senza quindi passare attraverso la comunità o il potere del singolo.

La sezione si apre con la presentazione del Team di Flowe, diviso in cinque gruppi chiamati perspective, ognuna con una propria purpose e leader diverso. Il team condivide per primo i valori di Flowe che vengono raccontati attraverso esempi e fatti successi durante il 2021. A seguire è riportato l'impegno del team verso l'ambiente e verso lo sviluppo del proprio potenziale.

# La corrente

## La grandezza nella comunità

Il movimento di Flowe non è composto solo dai membri dello staff e dai Flome, ma anche da diverse figure che tramite il proprio contributo ispirano i giovani sui temi della sostenibilità, dell'innovazione e dello spirito imprenditoriale. Sono fondamentali per lo sviluppo della community le iniziative di educazione promosse nelle scuole e nelle università. Flowe si impegna attivamente non solo in eventi e progetti dedicati alla sostenibilità, ma anche in progetti per lo sviluppo dello spirito imprenditoriale. Innovazione e sostenibilità, nonché gli interventi, le interviste ai partner e il sostegno di diverse associazioni benefiche, vengono promossi in modo attivo da Flowe tramite i propri canali social di Instagram, Facebook e LinkedIn.

**Educare la Next Generation ai temi della humanovability,**  
*ovvero alle innovazioni funzionali alla sostenibilità e all'essere umano*

**(WE – BetterBeing Movement)**

# Le particelle

## Il potere del singolo

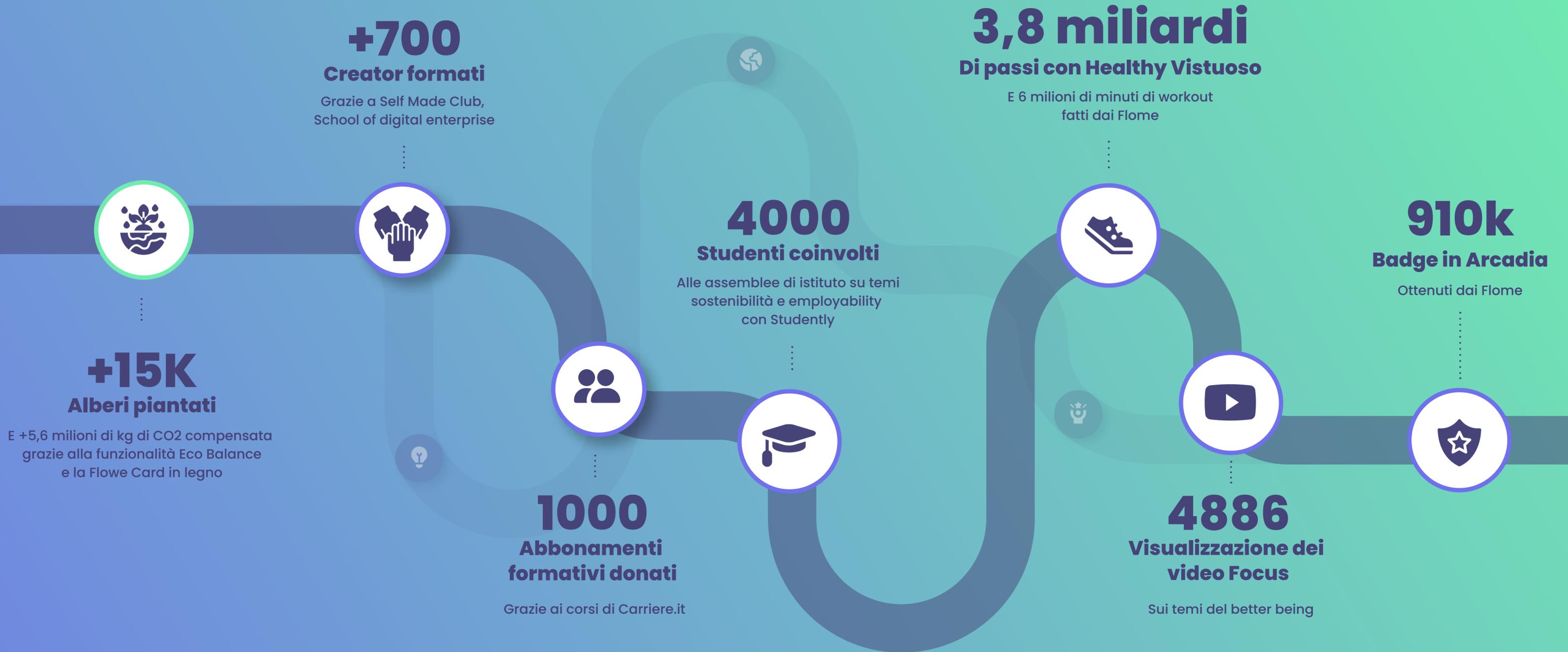
L'aumento della consapevolezza e lo stimolo al miglioramento del proprio essere, avvengono tramite materiali informativi, l'utilizzo delle tecnologie digitali, e iniziative come convegni e seminari. La partnership con Doconomy, startup che combatte il cambiamento climatico, è fondamentale per l'obiettivo di Flowe. Doconomy, infatti, permette di quantificare l'impatto di CO2 delle spese degli utenti.

Anche l'app è utile per l'obiettivo, con il partner Healthy Virtuoso che traccia i passi totali fatti in un giorno ed i minuti di workout. Nella sezione Focus si trovano video, corsi e minipillolesuitemidellaBetterBeingEconomy e della crescita personale e professionale. Infine Arcadia, il favoloso mondo parallelo interno a Flowe, è la sezione pensata per stimolare i Flome a migliorarsi attraverso una logica di gamification con reward quali badge, crescita di livello del proprio profilo e guadagno delle gemme – la moneta virtuale

dell'app spendibile nel Bazar per sconti e offerte. Anche con la carta di debito in legno Flowe punta alla consapevolezza: infatti, avere la carta fisica non è obbligatorio dal momento che in onboarding l'utente viene fornito di una carta di debito virtuale. Per chi richiede quella fisica si riduce la produzione di CO2 e quindi l'impatto sul Pianeta piantando un albero in Guatemala con zeroCO2. L'albero viene dedicato all'utente che può seguirne la crescita e capirne l'impatto nel tempo, e dà modo alle famiglie locali di trarne sostentamento alimentare ed economico.

**Promuovere l'aumento della consapevolezza del proprio benessere sociale ed economico**

**(ME – Individual BetterBeing)**



# Le particelle in sintesi

# L'app per il sostenibile



## Flowe Card

Si chiama carta perché è in legno

In legno e con un sottile strato interno in PLA. Se richiesta, viene inviata a casa con busta e lettera in carta riciclata. A compensare la CO2 della creazione e spedizione della carta viene piantato un albero in Guatemala e dedicato all'utente che ne può seguire la crescita e la compensazione nel tempo.

L'albero viene gestito dalle famiglie locali con l'aiuto di zeroCO2 per un impatto sociale ed economico. Fino ad oggi sono stati piantati 28.900 alberi da frutto (di cui 12.407 nel 2021) per compensare le richieste delle carte di legno, sostenendo quasi 900 famiglie per un totale di 16 milioni di kg di CO2 compensata.

L'app di Flowe non è mai stata un semplice conto di pagamento: l'obiettivo sin da subito è stato renderla un "compagno di viaggio", uno strumento capace di aiutare i giovani nella gestione dei propri soldi.

A questo, nel 2021 si è voluto implementare il tema della sostenibilità: per incentivare i ragazzi ad avere comportamenti virtuosi, Flowe ha rafforzato la gamification così da coinvolgerli, facendoli divertire. Anche le donazioni sono state una novità del 2021: in questo caso si è puntato sulla semplicità e velocità

del gesto – un tap – con cui si possono sostenere le cause che più si hanno a cuore. Doconomy permette agli utenti Flowe di quantificare l'impatto generato per ogni spesa effettuata, che può poi essere compensato tramite la piantumazione di alberi da parte di zeroCO2.

## Eco Balance

Dove inizia l'educazione ambientale

La trasformazione delle spese in CO2 è un passaggio fondamentale per aiutare le persone a diventare più consapevoli del proprio impatto sul Pianeta e per migliorare i propri comportamenti rendendoli sempre più sostenibili.

Doconomy permette agli utenti Flowe di quantificare l'impatto generato per ogni spesa effettuata, che può poi essere compensato tramite la piantumazione di alberi da parte di zeroCO2.

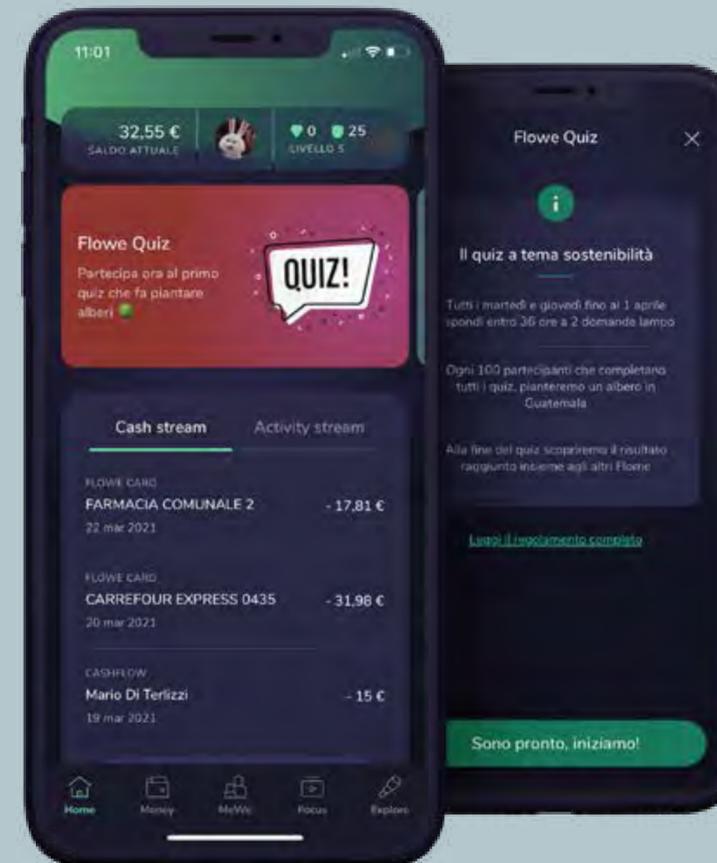
Fino ad ora sono stati piantati più di 4800 alberi che hanno portato alla compensazione di 3 milioni Kg di CO2. Di questi 4800, 3457 sono stati piantati nel 2021.





Le attività di gamification non si limitano però soltanto ad Arcadia. In prossimità della Giornata Mondiale della Terra e del lancio del progetto Revolution, sono stati testati per un mese 7 quiz in app, come nuova modalità di ingaggio per creare consapevolezza sulla sostenibilità e la crescita personale.

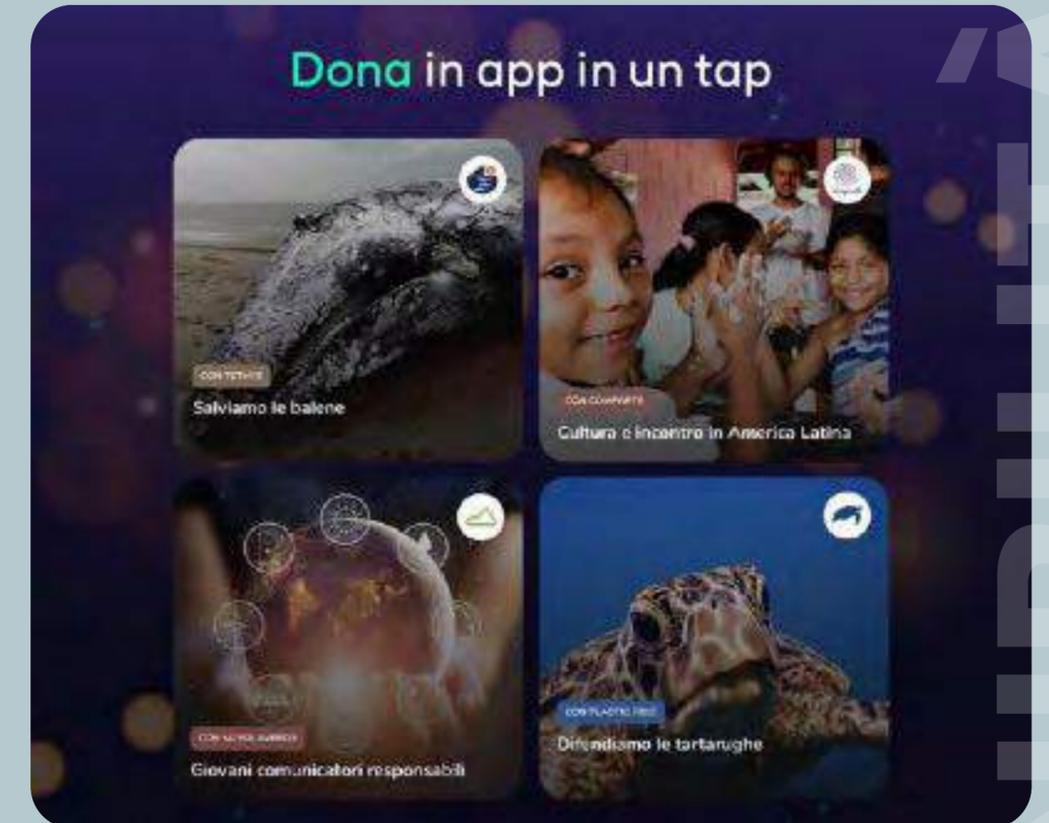
Inoltre durante Revolution Flowe è atterrato anche su Twitch: nelle dirette con Hemerald i quasi 1.000 ragazzi collegati in live hanno giocato con dei quiz sulla sostenibilità e piantato alberi virtualmente all'interno di Minecraft. Questa combinazione tra formazione e gaming – che in Flowe chiamiamo edutainment - ha riscontrato grande successo, con un coinvolgimento più alto rispetto alla media.



## Gamification

*Il magico mondo di Arcadia*

Nel 2021 Flowe ha interpretato molti dei suoi progetti attraverso il gaming. Tra tutti, Arcadia è quello che contraddistingue l'app da tante altre sul mercato: la sezione che stimola i Flome ad adottare comportamenti virtuosi. Grazie ad Arcadia i Flome mentre usano l'app possono vincere punti e gemme associati ad azioni positive, e salire di livello. Poi ci sono i badge, che premiano gli obiettivi raggiunti nel campo della sostenibilità, della competenza nell'uso dell'app, della fruizione di contenuti educativi e del miglioramento personale. Nel 2021 sono stati distribuiti 910k badge.



## Donazioni

*Per le cause che si hanno a cuore*

Integrata in app nel 2021, è la sezione dedicata a tutti i Flome che vogliono contribuire con le loro singole azioni a creare un cambiamento per la collettività. Per questo motivo nella sezione MeWe dell'app gli utenti possono donare ad Onlus selezionate da Flowe tra cui Comparte, Nuvola Verde, Tethys e Plastic Free. In più Flowe raddoppia ogni donazione, fino ad un massimo di 5.000 € per Onlus e 10 € per singola donazione.

Nel 2021 359 Flome hanno deciso di sostenere una di queste cause, supportandole per un totale di 1.450 €.

# L'app per il potenziale

Il proprio better being riguarda sia il benessere fisico che quello mentale, ma anche la propria crescita personale in diversi ambiti. Nel 2020 sono state integrate in app tre sezioni ad hoc:

il benessere fisico con Healthy Virtuoso, il benessere mentale con Focus e Arcadia che stimola i comportamenti virtuosi in ottica edutainment.



## Healthy Virtuoso

Permette di tracciare i passi totali fatti in un giorno ed i minuti di workout. Nel 2021 i Flome hanno fatto un totale di 3,8 miliardi di passi e più di 6 milioni di minuti di workout.



## Focus

Video, corsi e minipillole per il proprio percorso di crescita personale e professionale. Questa sezione si ispira alla filosofia giapponese dell'ikigai e al modello SPIRE, secondo cui è necessario migliorarsi su cinque direttrici per poter essere felici: BODY, MIND, SOUL, WORLD, RESOURCES.

Su queste direttrici sono state sviluppate le Serie e le Storie: le prime per sviluppare il proprio potenziale con i consigli di Practitioner, le seconde sono invece racconti di persone comuni che hanno deciso di prendere in mano le proprie scelte e di rendere straordinario il proprio percorso. Nei nuovi contenuti del 2021 sono stati coinvolti 16 esperti.

# Self Made Club

School of digital enterprise powered by Flowe



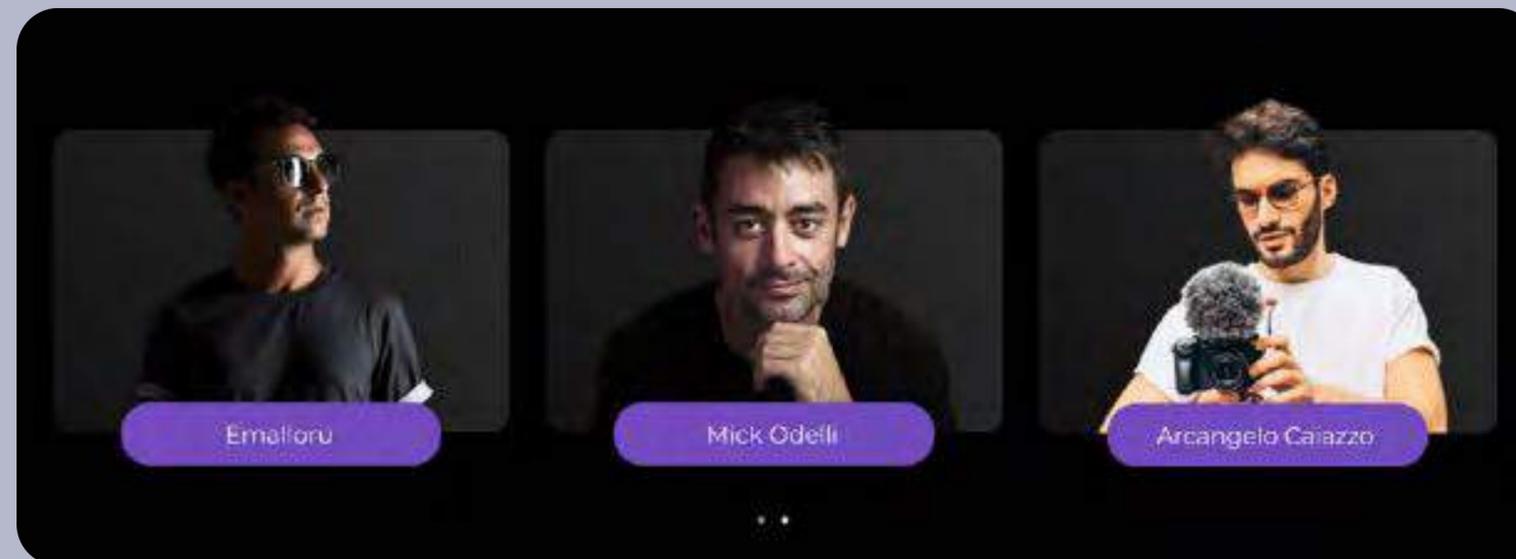
Il futuro del lavoro è digitale e per questo l'academy Self Made Club - powered by Flowe - offre corsi di formazione 100% online, dal public speaking alla grafica, dai social all'online marketing, fino al video making e allo storytelling.



Le lezioni sono tenute da professionisti del settore, che danno ai ragazzi gli strumenti per

“lavorare presso se stessi”. Inoltre la piattaforma dà accesso al proprio network di professionisti, grazie agli incontri live con i creator.

In queste occasioni i ragazzi possono dar vita a nuove collaborazioni, trovare opportunità di lavoro e co-founder per i propri progetti. Ad oggi i corsi sono stati fruiti da più di 700 utenti.



# L'Ebook: educazione finanziaria

Per l'educazione finanziaria dei propri figli



Flowe ha realizzato internamente un mini ebook di 20 pagine, sviluppato in 5 sezioni, sull'educazione finanziaria dei ragazzi, con l'obiettivo di raccontare in maniera leggera e in ottica di edutainment alcuni ragionamenti basilari dell'intelligenza finanziaria.

L'ebook è destinato ai genitori che vogliono raccontare con parole semplici la gestione del denaro ai propri figli, così da renderli partecipi fin da piccoli dell'economia domestica e delle logiche di investimento.

L'ebook sarà veicolato in maniera gratuita a tutti i genitori nei primi mesi del 2022



# A scuola con Flowe

*“Con Giulia Lapertosa abbiamo fondato Carriere.it, progetto in cui credo così tanto da aver fatto diventare Benefit tutta la mia società di consulenza e formazione, Social & Impact.*

*Siamo molto grati a Flowe, che ci permette di amplificare su larga scala il nostro progetto”.*

## Carriere.it Formazione per tutti

Un'offerta formativa al passo con l'evoluzione del mercato del lavoro, per rispondere alle nuove competenze richieste e garantire la preparazione individuale in diversi settori. Sono partiti a fine gennaio i corsi di Carriere.it, la nuova piattaforma di formazione online, nata da un'idea di Luca La Mesa, esperto di innovazione e social media marketing e Giulia Lapertosa, ex docente di marketing e comunicazione presso La Sapienza di Roma. Il progetto è realizzato in partnership con Flowe, che fin dalla sua nascita ha investito sulla formazione per cambiare la mentalità e l'attitudine delle nuove generazioni. Sono stati proprio i valori a far incontrare Flowe e Carriere.it: se il primo, infatti, cerca di combattere l'inquinamento e la disoccupazione, il secondo prova a contrastare le difficoltà lavorative dei più giovani aiutandoli a maturare la propria imprenditorialità.

Luca La Mesa  
Co-Founder di Carriere.it



## Westudents Il network degli appassionati

Quando è possibile, Flowe cerca di sostenere e incoraggiare anche gli studenti delle scuole italiane. Per questo, in collaborazione con WeStudents, è nata un'iniziativa di rewarding per i ragazzi più studiosi: durante cinque mesi, i 3 studenti di WeStudents con i voti migliori a livello nazionale hanno ricevuto dei buoni Amazon da 500 €, 200 € e 100 €.

In totale sono stati regalati 4000 € di buoni Amazon: una bella cifra per dei giovani studiosi.



# A scuola con Flowe

## Studently

*Il network degli appassionati*

Studently è un network di studenti nato per mettere in contatto ragazzi e ragazze delle scuole italiane che condividono una passione comune. Con Studently i giovani hanno modo di formarsi sulle tematiche che più li appassionano iscrivendosi a gruppi online dove potersi confrontare con altri. Le aree coperte da Studently al momento sono quattro: startup e imprenditorialità, gaming e nuovi trend, marketing e comunicazione, benessere e sostenibilità.

Grazie al supporto di Flowe Studently ha già raggiunto 4.000 studenti attraverso 5 assemblee di istituto e oltre 250 ragazzi hanno provato il servizio gratis.



Studently

## Fincons Academy

*Il talent incubator per il settore finanziario*

La Digital Academy di Fincons Group, in collaborazione con Flowe da due anni con i servizi di IT consulting e testing factory, ha presentato il Talent Incubator for Financial Services, una nuova edizione digitale della Fincons Group Academy dedicata a laureandi e neolaureati che vogliono lavorare nel settore IT bancario e assicurativo. Il corso è iniziato il 3 giugno 2021, e ha interessato 50 giovani delle università di Milano, Trento e Verona. Al termine delle cinque settimane di formazione una parte dei ragazzi ha iniziato a lavorare direttamente su dei progetti di Flowe, mentre un'altra parte è



stata inserita in altri progetti in ambito financial services. Tutte le perspective di Flowe hanno inoltre tenuto delle lezioni all'interno dell'Academy, compresi il CEO Ivan Mazzoleni e il Presidente Oscar Di Montigny.

# L'università con Flowe

## L'Università di Stoccolma

*Una collaborazione a lungo termine*

Flowe cerca sempre di collaborare con scuole e università in quanto sono alcuni tra gli ambienti più formativi e dinamici per i ragazzi. Per questo, insieme all'Università di Stoccolma è nato un esperimento con la prospettiva di continuare a lungo termine: dal 15 luglio al 30 agosto 2021 cento utenti hanno preso parte a un progetto pilota, che li ha promossi in automatico dal profilo Fan, ovvero il profilo base, a Friend, il profilo completo. L'obiettivo era mostrare loro come



funziona la feature di Eco Balance per la compensazione della CO2. I dati raccolti dall'esperienza dei cento Flowe sono stati girati ai docenti dell'Università di Economia di Stoccolma, i quali li stanno analizzando con le proprie classi e nel breve porteranno a Flowe feedback e consigli utili in merito alla percezione del servizio e all'esperienza che propone il profilo Friend.

## JEDI + MID

*La redazione di universitari che creano formazione*

Flowe ha supportato la redazione Jedi nella realizzazione di tre interviste. Il gruppo infatti, composto da studenti universitari, laureati e masteristi, crea interviste multimediali (webinar, scritte, video, podcast e social) sui temi dell'innovazione e della sostenibilità. L'obiettivo per l'azienda è stato confrontarsi con giovani appassionati di materie scientifiche che hanno reso la loro passione un lavoro e che vogliono aiutare altri giovani studenti a scoprire questo mondo. Flowe ha an-

che avuto modo di seguire un master in Mixed Information Design (MID), primo Mentoring program di Nuvolaverde Institute. Questo percorso, in particolare focalizzato sull'evoluzione del digitale e della comunicazione, ci permette di migliorare e accrescere le nostre competenze in ambito tecnologico, umanistico e sociale. Attraverso un approccio multidisciplinare, il MID esalta il valore dell'innovazione digitale e sostenibile, rendendoci consapevoli della transizione mediatica in atto. Il master in Mixed Information Design, ideato da Enzo Argante, Responsibility Specialist BFC Media - Forbes Italia, è stato strutturato e realizzato insieme a Ivan Mazzoleni, CEO di Flowe, che durante il master detiene 5 ore di corso incentrate sulla Better Being Economy e sul caso studio di Flowe, come un esempio di successo.

The background features a network of white nodes connected by thin lines, set against a dark blue gradient. A large, semi-transparent graphic of the number '04' is overlaid on the network. The '0' is a solid dark blue circle, and the '4' is a dark blue shape with a white triangular cutout at its top. In the bottom left corner, the text 'Valutazione di impatto' is written in a bold, white, sans-serif font.

# Valutazione di impatto

# Gli Standard di Flowe

*GRI e BIA per essere più efficaci*

Nel 2021, al fine di rafforzare l'efficacia della propria rendicontazione, Flowe ha deciso di sviluppare una Relazione d'Impatto allineata ai due standard: il GRI Standard e il BIA. Gli Standard GRI sono molto diffusi tra le imprese corporate di grandi dimensioni, mentre il B Impact Assessment è lo standard di valutazione più utilizzato dalle Benefit Corporation. Utilizzare in maniera sinergica e complementare gli Standard GRI e il B Impact Assessment rende la Relazione d'Impatto di Flowe del 2021 un raro esempio di impegno nella divulgazione di informazioni di sostenibilità.



## GRI

La *Global Reporting Initiative (GRI)* ha definito degli standard di divulgazione della sostenibilità, in grado di valutare la performance sostenibile di ogni impresa, grande o piccola, a livello mondiale. Gli "Standard GRI" indagano quindi la sostenibilità economica, ambientale e sociale delle imprese. Attraverso la rendicontazione di 33 indicatori GRI General e 12 indicatori specifici, Flowe utilizza il GRI secondo l'opzione Core - in linea con le best practice di settore.



## BIA

Il *Benefit Impact Assessment (BIA)* è lo strumento più utilizzato al mondo per la misurazione degli impatti ambientali e sociali di un'azienda. Lo strumento di valutazione è su una piattaforma online e gratuita che, al termine della misurazione, restituisce un punteggio tra 0 e 200 punti. Se si raggiunge la soglia di 80 punti su 200, si può sottomettere l'assessment a B Lab che contatta l'azienda per verificare validare le risposte attraverso l'analisi documentale e una visita diretta presso

la Società. Se alla fine di questo processo vengono mantenuti almeno 80 punti su 200, si ottiene la certificazione denominata "B Corp Certification".



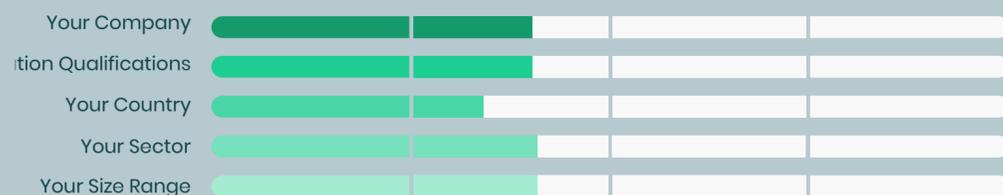
# B-Impact Assessment

Flowe misura il proprio impatto attraverso il B-Impact Assessment, una piattaforma gratuita online e già adottata da oltre 100.000 aziende nel mondo, che fornisce un giudizio e una misura dell'impatto sociale, economico e ambientale di un'azienda. Quest'anno ha ottenu-

to la certificazione B Corp da parte dell'ente non profit B-Lab con un punteggio finale di 80.7, posizionandosi in linea le altre aziende certificate e sopra media aziende italiane che misurano l'impatto attraverso il B-Impact Assessment

## Flowe S.p.a. SB

For Fiscal Year End Date: Dicembre 31st, 2020



80.7

## L'analisi

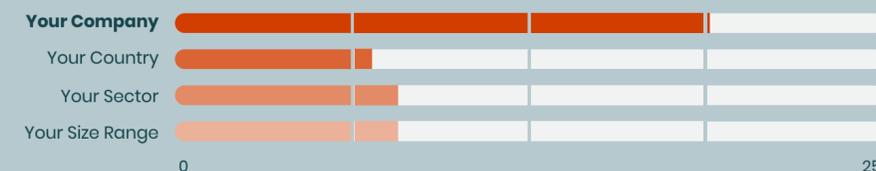
Guardando le diverse aree di azione, in Flowe risulta particolarmente rilevante l'impatto generato sull'area "governance" – la missione generale dell'azienda, etica, responsabilità e trasparenza –, "workers" -benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei lavoratori- e "customer" – valore generato per i propri clienti diretti.

L'analisi conferma l'attenzione di Flowe verso le persone sia interne che esterne e la forza della sua purpose e dei suoi valori (descritti in capitolo 1). Risulta invece meno importante l'impatto generato dal punto di vista dell'ambiente e delle comunità locali.

La spiegazione è da ricercare nella natura di Flowe che essendo completamente digitale ha un impatto relativo su queste due grandezze e di conseguenza, l'impegno su queste aree risulta minore. Questa considerazione è confermata dal fatto che i risultati, per quanto minori rispetto alle tre aree precedenti, risultano perfettamente allineati al mercato in cui Flowe opera.

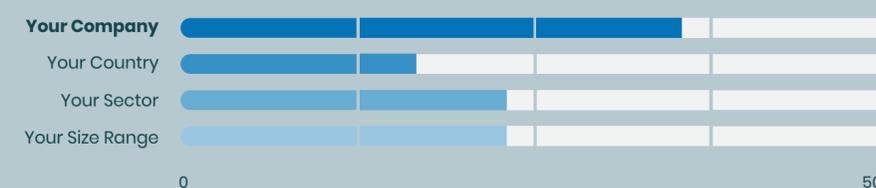
### Governance

QUESTION ANSWERED 26/26 OVERALL SCORE 19.0



### Workers

QUESTION ANSWERED 47/47 OVERALL SCORE 35.1



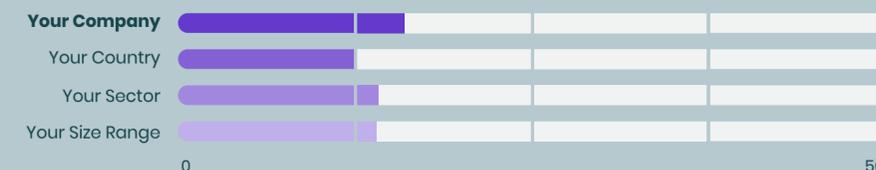
### Customers

QUESTION ANSWERED 5/5 OVERALL SCORE 4.5



### Community

QUESTION ANSWERED 33/33 OVERALL SCORE 16.9



### Environment

QUESTION ANSWERED 25/25 OVERALL SCORE 4.9





# Verso il 2022

---

*“Nulla impedirà al sole  
di sorgere ancora [...]”.*

*Khalil Gibran*

Il **presente** non è altro che un attimo fuggente; stiamo scrivendo ora e, tempo di rileggere, è già passato. Per questo siamo sempre orientati al domani e in costante cammino verso le prossime tappe del nostro pellegrinare: i temi materiali descritti in matrice. Tuttavia, il rischio di avere un viaggio così lungo da fare è quello di viverlo troppo intensamente dall'interno, dimenticando che le persone intorno a noi possono percepirlo diversamente. Dunque, per gli obiettivi del 2022 abbiamo cercato di uscire dal nostro punto di vista per abbracciare quello dei nostri stakeholders, scoprendo che:

**- Il movimento di Flowe non è ancora molto riconosciuto.**

Questo è comprensibile, dal momento che non si tratta di creare una semplice community di persone che hanno interessi in comune o un club esclusivo di Flowe. Noi vogliamo che il nostro movement accomuni la gente per i propri valori, espressi in azioni concrete. Vista l'entità dell'obiettivo sappiamo che dobbiamo darci tempo e nel 2022 concentreremo le energie su eventi ed iniziative sempre più coinvolgenti dal punto di vista ambientale e sociale, secondo i nostri valori “We love being game changers”, “We love making a difference” e “We love saying what we think and doing what we say”.

**- Il capitale umano va messo in luce ancora di più.**

Siamo un'azienda che cresce con tanto entusiasmo e dobbiamo imparare a restituire in ugual misura tutto il valore che le persone del team impiegano quotidianamente. Questo obiettivo è in linea anche con il nostro valore “We love helping people thrive”, e per raggiungerlo lavoreremo in particolare sul miglioramento dell'equilibrio vita-lavoro – il worklife balance – dei nostri dipendenti.

**- La diversità e l'inclusione devono diventare focali.**

Fino ad ora siamo stati molto concentrati su noi stessi, sul nostro errare al buio e alle prime luci del giorno. Per il 2022 vogliamo essere meno autoreferenziali, includendo nuove prospettive nel nostro lavoro anche a livello internazionale, ascoltando e valorizzando le voci esterne dai nostri processi di crescita. Dobbiamo uscire dal nostro punto di vista e dalla sovrastruttura culturale che ci ingabbia, perché “multietnico” è sempre sinonimo di “arricchimento” - e per questo tradurremo tutto il nostro mondo in inglese. L'obiettivo è in linea con i valori “We love to listen to diverse voices” e “We love exploring the unknown”.

*“Non camminare davanti a me, potrei seguirti. Non camminare dietro di me, potrei non esserti guida. Cammina al mio fianco, ed insieme troveremo la via”.*

*Albert Camus*

Per il domani vogliamo camminare insieme a te, ognuno al proprio passo con la sua andatura. Ti lasceremo spazio quando vorrai stare in solitudine, e tempo quando vorrai prenderti le tue pause. L'alba sta sfumando nel cielo azzurro e noi vogliamo andare avanti sotto la luce del sole cocente. Non sarà facile, ma siamo in tanti e ci sosterremo a vicenda, così che anche se dovessimo finire l'acqua o il cibo, ci sarà qualcuno tra noi pronto a condividere la sua borraccia e i suoi viveri.

Perché per il 2022 vogliamo che il nostro viaggio, sia anche il tuo.

*E tu, sei dei nostri?*

*Il team di Flowe*



# Nota metodologica

---

Per soddisfare i requisiti di trasparenza della legislazione (L. 28-12-2015 n. 208, Commi 383-384), le Società Benefit sono tenute a redigere una relazione in merito al perseguimento del beneficio comune, da allegare al bilancio societario. Per essere correttamente redatta la relazione di impatto deve includere:

- la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;
- la valutazione dell'impatto generato utilizzando lo standard di valutazione esterno con caratteristiche descritte nell'allegato 4\* annesso alla presente legge e che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5\* annesso alla presente legge;
- una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

Flowe nel corso del 2020, ha utilizzato come standard di valutazione di impatto esterno il **B Impact Assessment (BIA)**, sviluppato a partire dal 2006 dallo Standards Advisory Council dell'ente non-profit "B Lab". Nel corso del 2021, al fine di rafforzare l'efficacia della propria rendicontazione e di sottoporre il documento a processo di assurance, Flowe ha deciso di sviluppare una Relazione d'Impatto allineata ad un ulteriore protocollo di rendicontazione di sostenibilità, il più diffuso in Italia ed in Europa: il **GRI Standard**.

\*Per approfondimenti:

<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2015/12/30/15G00222/sg>

# Appendice

Indicatore	Descrizione	unità di misura	2021	2020
<b>INFORMATIVE GENERALI</b>				
<b>102-7</b>	<b>Numero totale dei dipendenti</b>	<b>N.</b>	<b>95</b>	<b>41</b>
<b>102-8</b>	<b>Dipendenti per tipologia di contratto: a tempo indeterminato</b>	<b>N.</b>	<b>94</b>	<b>40</b>
102-8	Uomini	N.	53	24
102-8	Donne	N.	41	16
<b>102-8</b>	<b>Dipendenti per tipologia di contratto: a tempo determinato</b>	<b>N.</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
102-8	Uomini	N.	1	-
102-8	Donne	N.	-	1
<b>102-8</b>	<b>Dipendenti a tempo pieno</b>	<b>N.</b>	<b>95</b>	<b>41</b>
102-8	Uomini	N.	54	24
102-8	Donne	N.	41	17
<b>102-8</b>	<b>Dipendenti a tempo parziale</b>	<b>N.</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
102-8	Uomini	N.	0	0
102-8	Donne	N.	0	0
Note	Il 2020 è stato l'anno di costituzione della società. Il 2021 ha visto un notevole incremento dell'organico in coerenza con l'evoluzione e lo sviluppo delle nuove iniziative di business.			
<b>OCCUPAZIONE</b>				
<b>401-1</b>	<b>Nuovi ingressi per genere e per fasce d'età</b>	<b>N.</b>	<b>53</b>	<b>41</b>
401-1	Uomini	N.	31	24
401-1	Donne	N.	22	17
401-1	Under 30	N.	36	20
401-1	Tra 30 e 50	N.	17	20
401-1	Over 50	N.	0	1
<b>401-1</b>	<b>Cessazioni per genere e fasce d'età</b>	<b>N.</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
401-1	Uomini	N.	2	0
401-1	Donne	N.	1	0
401-1	Under 30	N.	2	0
401-1	Tra 30 e 50	N.	1	0
401-1	Over 50	N.	0	0

401-1	<b>Turnover dei dipendenti: tasso di assunzioni</b>	<b>%</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>
401-1	Uomini	%	57%	100%
401-1	Donne	%	54%	100%
401-1	Under 30	%	68%	100%
401-1	Tra 30 e 50	%	43%	100%
401-1	Over 50	%	0%	100%
401-1	<b>Turnover dei dipendenti: tasso di cessazioni</b>	<b>%</b>	<b>3%</b>	<b>0%</b>
401-1	Uomini	%	4%	0%
401-1	Donne	%	2%	0%
401-1	Under 30	%	4%	0%
401-1	Tra 30 e 50	%	3%	0%
401-1	Over 50	%	0%	0%

**FORMAZIONE**

<b>404-1</b>	<b>Ore medie di formazione erogate per dipendente, per genere e categoria di inquadramento</b>	<b>N.</b>	<b>28</b>	<b>17</b>
404-1	Uomini	N.	24	11
404-1	Donne	N.	33	25
404-1	Dirigenti	N.	23	7
404-1	Quadri	N.	21	10
404-1	Impiegati	N.	29	21
<b>404-3</b>	<b>Percentuale di dipendenti che ricevono revisione periodica sulle performance e sullo sviluppo di carriera</b>	<b>%</b>	<b>91%</b>	<b>66%</b>
404-3	Uomini	%	89%	71%
404-3	Donne	%	93%	59%
404-3	Dirigenti	%	100%	60%
404-3	Quadri	%	85%	67%
404-3	Impiegati	%	91%	67%

Note

Per Flowe, anche in coerenza che le prassi di Gruppo, è previsto un processo con ciclicità annuale di valutazione e di autovalutazione della performance. La prima fase prevede la definizione di obiettivi di business, di team e di sviluppo individuale supportati da specifiche linee guida che hanno la finalità di orientare maggiormente i collaboratori verso gli obiettivi strategici aziendali e di supportarli in un momento di continua incertezza esogena; la fase finale del processo prevede oltre che la valutazione dei sopracitati obiettivi anche di una parte dedicata ai comportamenti in coerenza con i valori della cultura aziendale (virtues).

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ				
405-1	Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per genere e fasce d'età			
405-1	Uomini	%	57,00%	57,00%
405-1	Donne	%	43,00%	43,00%
405-1	Under 30	%	0,00%	0,00%
405-1	Tra 30 e 50	%	57,00%	57,00%
405-1	Over 50	%	43,00%	43,00%
405-1	Percentuale di dipendenti per categoria di inquadramento e genere - Dirigenti			
405-1	Uomini	%	80,00%	80,00%
405-1	Donne	%	20,00%	20,00%
405-1	Percentuale di dipendenti per categoria di inquadramento e genere - Quadri			
405-1	Uomini	%	85,00%	67,00%
405-1	Donne	%	15,00%	33,00%
405-1	Percentuale di dipendenti per categoria di inquadramento e genere - Impiegati			
405-1	Uomini	%	51,00%	52,00%
405-1	Donne	%	49,00%	48,00%
405-1	Percentuale di dipendenti per categoria di inquadramento e fasce d'età - Dirigenti			
405-1	Under 30	%	0,00%	0,00%
405-1	Tra 30 e 50	%	60,00%	80,00%
405-1	Over 50	%	40,00%	20,00%
405-1	Percentuale di dipendenti per categoria di inquadramento e fasce d'età - Quadri			
405-1	Under 30	%	0,00%	0,00%
405-1	Tra 30 e 50	%	100,00%	100,00%
405-1	Over 50	%	0,00%	0,00%
405-1	Percentuale di dipendenti per categoria di inquadramento e fasce d'età - Impiegati			
405-1	Under 30	%	69,00%	74,00%
405-1	Tra 30 e 50	%	31,00%	26,00%
405-1	Over 50	%	0,00%	0,00%

<b>ENERGIA</b>				
<b>302-1</b>	<b>Consumo totale di energia all'interno dell'organizzazione</b>	<b>GJ</b>	<b>1.068</b>	<b>969</b>
302-1	Consumi di Gas naturale	GJ	719	767
302-1	Consumi per flotte auto (benzina)	GJ	210	99
302-1	Consumi per flotte auto (diesel)	GJ	51	11
302-1	Consumo energia elettrica acquistata	GJ	88	92
Note	<p>I consumi di Gas naturale sono esclusivamente inerenti la produzione di energia elettrica da cui si genera anche riscaldamento e raffreddamento. I consumi in Mc di Gas per la produzione di Energia Elettrica sono calcolati sulla base del totale M2 del Palazzo diviso per i m2 occupati come da Flowe come da contratto di locazione.</p> <p>I consumi di energia elettrica sono calcolati sulla base del totale Kwh del Palazzo diviso per i m2 occupati come da contratto di locazione.</p> <p>Da valutare se specificare numero auto elettriche/Ibride sul totale della flotta</p> <p>La fonte dei fattori di conversione ed emissione sono le "Linee Guida ABI Lab sull'applicazione in banca degli Indicatori Ambiente del GRI (Global Reporting Initiative) versione dicembre 2020.</p>			
<b>EMISSIONI</b>				
<b>305-1</b>	<b>Emissioni di gas serra dirette (Scope 1)</b>	tCO2e	61	52,5
<b>305-2</b>	<b>Emissioni di gas serra indirette generate da consumi energetici (Scope 2 – Location based)</b>	tCO2e	7	7,6
<b>305-3</b>	<b>Altre emissioni indirette di gas serra (Scope 3) – Telelavoro</b>	tCO2e	229	n.d.
<b>305-3</b>	<b>Altre emissioni indirette di gas serra (Scope 3) – Data Center</b>	MtCO2e	35	29
Note	<p>La fonte dei fattori di conversione ed emissione (scope 1 e 2) sono le "Linee Guida ABI Lab sull'applicazione in banca degli Indicatori Ambiente del GRI (Global Reporting Initiative) versione dicembre 2021.</p> <p>Le emissioni da telelavoro sono state calcolate secondo la metodologia descritta da "Homeworking emissions whitepaper" redatto a novembre 2020 da EcoAct, Lloyds Banking Group e NatWest Group. Infine, per quanto riguarda le emissioni da data center è stata utilizzata la metodologia condivisa per l'utilizzo del cloud computing Microsoft Azure.</p>			

# GRI Content Index

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	CAPITOLO / RIFERIMENTO DIRETTO	OMISSIONI
<b>INFORMATIVA GENERALE</b>			
<b>Profilo dell'organizzazione</b>			
	102-1 Nome dell'organizzazione	Flowe S.p.A. Società Benefit	
	102-2 Attività, marchi, prodotti e servizi	01 Il DNA di Flowe – Le basi (pag.1)	
	102-3 Luogo della sede principale	Palazzo Meucci, via Francesco Sforza, Milano 3 20080, Basiglio (MI)	
	102-4 Luogo delle attività	Flowe opera in Italia	
	102-5 Proprietà e forma giuridica	Flowe S.p.A. Società Benefit è appartenente al Gruppo Banca Mediolanum S.p.A.	
	102-6 Mercati serviti	01 Il DNA di Flowe – Le basi (pag. 1)	
	102-7 Dimensione dell'organizzazione	Ricavi netti: 0 Capitalizzazione totale: 48.287.372 €  - Di cui debiti: 24.855.951 € - Di cui capitale azionario: 10.000.000 € - Prodotto fisico: carte di legno emesse: +9.900 - N. di nuovi clienti: +62.000 Per ulteriori dati non finanziari: 01 Il DNA di Flowe  - L'ecosistema (per ulteriori dati non finanziari: pag. 4; 53)	
	102-8 Informazioni su dipendenti e gli altri lavoratori	Appendice GRI (pag. 53)	

102-9 Catena di fornitura	Per i dettagli circa la catena di fornitura di Flowe si rimanda alla Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario del Gruppo Banca Mediolanum (Link alla Dichiarazione 2020)	
102-10 Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	Non si evidenziano modifiche significative all'organizzazione o alla sua catena di fornitura per l'anno di riferimento	
102-11 Principio di precauzione	Flowe adotta l'approccio prudentiale in linea con la Capogruppo. Per maggiori approfondimenti si rimanda alla Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario del Gruppo Banca Mediolanum (Link alla Dichiarazione 2020)	
102-12 Iniziative esterne	01 II DNA di Flowe – L'essenza (pag. 3)	
	01 II DNA di Flowe – Gli SDGs (pag. 5)	
102-13 Adesione ad associazioni	<p>Attraverso la Capogruppo, Flowe aderisce anche alle seguenti associazioni di categoria.</p> <p>Associazioni di categoria Italia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ABI - Associazione Bancaria Italiana;</li> <li>- Ania - Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici;</li> <li>- Pri. Banks - Associazione Nazionale Banche Private;</li> <li>- ASSBB - Associazione per lo sviluppo degli studi di Banca e Borsa;</li> <li>- Assogestioni - Associazione del Risparmio Gestito;</li> <li>- Assofin - Associazione italiana del credito al consumo e immobiliare;</li> </ul>	

GRI 102: Informativa generale (versione 2016)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assoreti - Associazione Nazionale delle Società di Collocamento di Prodotti Finanziari e di Servizi di Investimento;</li> <li>- AIPB - Associazione Italiana Private Banking;</li> <li>- AIFI - Associazione italiana del Private Equity Venture Capital Private Debt;</li> <li>- Assonime - Associazione fra le Società Italiane per Azioni;</li> <li>- The Procurement - Associazione di riferimento per il settore degli acquisti e degli approvvigionamenti.</li> </ul> <p>Associazioni di categoria - Spagna:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- AEB - Associazione bancaria spagnola;</li> <li>- ICC - Centro interbancario di cooperazione;</li> <li>- INVERCO - Associazione degli istituti di investimento collettivo e dei fondi pensione.</li> </ul>	
	102-14 Dichiarazione di un alto dirigente	Il nostro 2021	
	102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento	03 La nostra performance - I valori di Flowe (pag. 17, 18)	
	102-18 Struttura della governance	03 La nostra performance - Il team di Flowe (pag. 16)	
	102-40 Elenco dei gruppi di stakeholder	02 Analisi di materialità - Mappa degli stakeholder (pag. 9)	
	102-41 Accordi di contrattazione collettiva	Il 100% dei dipendenti e di Flowe è coperto da accordi di contrattazione collettiva	

102-42 Individuazione e selezione degli stakeholder	02 Analisi di materialità – Mappa degli stakeholder (pag. 9)	
102-43 Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	02 Analisi di materialità – Mappa degli stakeholder (pag. 9)	
102-44 Temi e criticità chiave sollevati	02 Analisi di materialità – La voce degli stakeholder (pag. 11)	
102-45 Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	<a href="#">Per approfondimenti circa i soggetti inclusi nel bilancio consolidato si rimanda alla Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario del Gruppo Banca Mediolanum (Link alla Dichiarazione 2020)</a>	
102-46 Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	02 Analisi di materialità – Mappa degli stakeholder 02 Analisi di materialità – La matrice di materialità (pag. 9, 10)	
102-47 Elenco dei temi materiali	02 Analisi di materialità – La matrice di materialità (pag. 10)	
102-48 Revisione delle informazioni	Rispetto il report precedente la società ha affiancato allo standard di valutazione BIA lo standard di rendicontazione GRI per maggior trasparenza delle informazioni	
102-49 Modifiche della rendicontazione	Flowe ha realizzato per la prima volta nel 2021 l'analisi di materialità	
102-50 Periodo di rendicontazione	1 gennaio 2021 – 31 dicembre 2021	
102-51 Data del report più recente	Febbraio 2021	
102-52 Periodicità della rendicontazione	Il report viene redatto con periodicità annuale	
102-53 Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	Info@flowe.com	

	102-54 Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	04 Valutazione d'impatto – Gli standard di Flowe (pag. 48)	
	102-55 Indice dei contenuti GRI	Appendice (pag. 57)	
	102-56 Assurance esterna	Questa Relazione è stata verificata dalla società di revisione indipendente PwC. La Relazione è stata sottoposta all'approvazione del Consiglio di Amministrazione nella seduta del 22 febbraio 2022	
<b>GRI 200: PERFORMANCE ECONOMICA</b>			
Tema materiale: Business Responsabile			
Informative specifiche GRI: Anticorruzione			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	L'approccio di Flowe in materia di Business Responsabile è in linea con l'approccio della Capogruppo. Per approfondimenti si rimanda al sito web di Flowe (Link al sito Flowe) e alla Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario del Gruppo Banca Mediolanum (Link alla Dichiarazione 2020)	
GRI 205: Anticorruzione (versione 2016)	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Non si registrano episodi accertati di corruzione	

Tema materiale: Impatti ambientali diretti			
Informative specifiche GRI: Energia			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	GRI 103-1 e 103-2: 03 La nostra performance – L'impegno del team per l'ambiente (pag. 10, 19) GRI 103-3: Appendice GRI (pag. 15)	
GRI 302: Energia (versione 2016)	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Appendice GRI (pag. 56)	
Informative specifiche GRI: Emissioni			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	GRI 103-1 e 103-2: 03 La nostra performance – L'impegno del team per l'ambiente (pag. 10, 19) GRI 103-3: Appendice GRI (pag. 15)	
GRI 305: Emissioni (versione 2016)	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Appendice GRI (pag. 56)	
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Appendice GRI (pag. 56)	
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	Appendice GRI (pag. 56)	
<b>GRI 400: PERFORMANCE SOCIALE</b>			
Tema materiale: Sviluppo e tutela del capitale umano			
Informative specifiche GRI: Occupazione			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	GRI 103-1 e 103-2: 03 La nostra performance – L'impegno del team per sé stessi (pag. 10, 20-22) GRI 103-3: Appendice GRI (pag. 53)	

GRI 401: Occupazione (versione 2016)	401-1 Nuove assunzioni e turnover  401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	Con riferimento al personale part-time (attualmente non presente in azienda) non è prevista alcuna differenza in termini di benefit riconosciuti rispetto ai dipendenti a tempo pieno. Per ulteriori dettagli in materia di welfare si rimanda alla Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario del Gruppo Banca Mediolanum (Link alla Dichiarazione 2020) (pag. 53, 54)	
Informative specifiche GRI: Formazione e istruzione			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	GRI 103-1 e 103-2: 03 La nostra performance – L'impegno del team per sé stessi (pag. 10, 20-22) GRI 103-3: Appendice GRI (pag. 15)	
GRI 404: Formazione e istruzione (versione 2016)	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Appendice GRI (pag. 54)	
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Appendice GRI (pag. 54)	
Tema materiale: Diversità e inclusione			
Informative specifiche GRI: Diversità e pari opportunità			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	GRI 103-1 e 103-2: 03 La nostra performance – I valori di Flowe (pag. 10, 17, 18) GRI 103-3: Appendice GRI (pag. 15)	
GRI 405: Diversità e pari opportunità (versione 2016)	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Appendice GRI (pag. 55)	

Tema materiale: Cybersecurity e utilizzo responsabile dei dati			
Informative specifiche GRI: Privacy dei clienti			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	<a href="#">La gestione della tematica da parte di Flowe è in linea con gli indirizzi espressi dalla Capogruppo. Per maggiori informazioni si rimanda alla Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario del Gruppo Banca Mediolanum (Link alla Dichiarazione 2020).</a>	
GRI 418: Privacy dei clienti (versione 2016)	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	L'organizzazione non ha rilevato denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti né fughe, furti o perdite di dati dei clienti	
Tema materiale: Diffondere i principi della sostenibilità			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	GRI 103-1 e 103-2: 03 La nostra performance – La corrente (pag. 10, 29-31; 33-34) GRI 103-3: 03 La nostra performance – La corrente (pag. 25)	
Tema materiale: Educare la Next Generation sui temi dello humanovability			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	GRI 103-1 e 103-2: 03 La nostra performance La corrente   Highlights (pag. 10, 31-32, 34) GRI 103-3: 03 La nostra performance – La corrente   Highlights (pag. 25)	
Tema materiale: Attenzione al benessere degli utenti			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	GRI 103-1 e 103-2: 03 La nostra performance – L'app per il potenziale (pag. 10, 35, 41) GRI 103-3: 03 La nostra performance – Le particelle   Highlights (pag. 38)	

Tema materiale: Sviluppare un movement attivo			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	GRI 103-1 e 103-2: 03 La nostra performance - La corrente (pag. 10, 26) GRI 103-3: 01 Il DNA di Flowe - L'ecosistema (pag. 25)	
Tema materiale: Supporto alla comunità			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	GRI 103-1 e 103-2: 03 La nostra performance - La corrente (pag. 10, 28) GRI 103-3: - 03 La nostra performance - L'impegno del team per l'ambiente (pag. 25) GRI 103-3: - 03 La nostra performance - Un Po prima del mare (pag. 25)	
Tema materiale: Attenzione all'uso delle risorse			
GRI 103: Modalità di gestione (versione 2016)	103-1, 103-2, 103-3 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro, modalità di gestione delle sue componenti e relativa valutazione	GRI 103-1 e 103-2: 03 La nostra performance - L'app per il sostenibile (pag. 10, 39) GRI 103-3: - 03 La nostra performance - Le particelle   Highlights (pag. 38) - 03 La nostra performance - L'app per il sostenibile (pag. 38)	

