



# **PIECES OF VENICE S.R.L. Società Benefit**

Relazione annuale sul perseguimento del beneficio comune  
della Società Benefit  
ex art. 1 c.382 L.208/2015

Esercizio sociale 2017

Responsabile d'impatto: Marco Fiini

## **1.OBIETTIVI SPECIFICI, MODALITA' E AZIONI PER IL PERSEGUIMENTO DEL BENEFICIO COMUNE**

“Pieces Of Venice” è una società a responsabilità limitata costituita il 28 marzo 2017 con sede al Lido di Venezia.

La società ha per oggetto il recupero di materiali riciclabili nell'ambito del territorio di Venezia e della sua laguna per metterli a disposizione di un ampio pubblico, sia nella loro forma e natura originaria che trasformati in oggetti di design ed è nata dalla convergenza di idee e di intenti dei due soci fondatori Luciano Marson e Luca Cerchier.

Luciano Marson ama definirsi “amministrativo per studi, commerciale per vocazione, imprenditore per maturità e designer strada facendo”. Il suo legame con Venezia è tuttora forte visto che è nato nelle vicinanze e vi risiede. Dagli inizi come contabile e poi sales account di prodotti di arredo via via sviluppa l'amore per il design collaborando con Ciatti, Elam, Pallucco, Triangolo, De Padova e lavorando a stretto contatto con progettisti di riferimento quali Vico Magistretti e Achille Castiglioni; in quegli anni matura e affina il suo gusto estetico. Dal 1987 al 1996 fonda e gestisce a Milano una agenzia di relazioni pubbliche che ha avuto come clienti Bulthaup Italia, Horm, Montis, Palazzetti e Valcucine.

Con l'inizio del nuovo millennio intensifica le collaborazioni con grandi architetti e designer quali Alvaro Siza, Mario Botta, Toyo Ito, Steven Holl, Karim Rashid, D'urbino Lomazzi, Mario Bellini, Toshiyuki Kita, SANAA, Kengo Kuma. Nel 1998 gli è stato assegnato il Compasso d'Oro per la grafica, premio che riceverà alte due volte, quale CEO di Horm srl, nel 2004 con Ripples e nel 2008 con lo stand del Salone del Mobile realizzato nel 2005. Dal 2010 al 2012 è consulente di Direzione Generale di Albini e Fontanot spa. Attualmente è consulente di Bross nonché Creative Director di LightsOn.

Luca Cerchier è un imprenditore eclettico che si è confrontato con settori diversi ma che negli ultimi anni ha perseguito la ricerca del bello abbinata al recupero di attività che avessero un legame con il territorio; insieme a Luciano Marson, condivide un'altra società che produce complementi d'

arredo che fa della ricerca del bello e del gusto estetico una componente predominante della visione aziendale; anche questa società è una Benefit Company.

Il percorso e la visione che hanno unito Luciano e Luca si sono concretizzati in “Pieces Of Venice Benefit Company” che recupera nel territorio di Venezia e della sua laguna materiali riciclabili e li trasforma in oggetti di design destinati prevalentemente a due fasce di età: anziani e bimbi.

Il riciclo dei materiali significa, per esempio, utilizzare le catene di navi, i pontili e le passerelle della città di Venezia, le ancore e le vecchie briccole di segnalazione dei canali della Laguna Veneta, per dar loro nuova vita e funzione e trasformarle in altalene, cavalli a dondolo, bastoni da passeggio, calzascarpe dai lunghi manici in una ideale e forte funzione sociale nel ricostruire l'integrazione e lo scambio culturale tra giovani ed anziani, due fasce sociali molto distanti tra loro.

I materiali a cui ricorre “Pieces Of Venice” trasmettono quindi un grande senso di appartenenza ai luoghi di derivazione ed in loro sono ancora vivi il ricordo e i profumi della Laguna e della città di Venezia. Il cliente che acquisterà un prodotto “Pieces Of Venice” avrà la possibilità di salvare un vero e proprio pezzo di Venezia, città unica al mondo per bellezza, cultura e storia.

“Pieces Of Venice”, nella sua natura di Benefit Company, ha grande sensibilità e consapevolezza sociale e affida prevalentemente le lavorazioni e trasformazioni dei materiali ad aziende con finalità di riscatto e riabilitazione sociale. Nel proporre i prodotti sul mercato, Pieces of Venice si orienta ad un pubblico non solo attento alla qualità degli oggetti, ma anche consapevole di destinare a fini benefici parte del valore del prodotto acquistato.

Le finalità specifiche di beneficio comune che la società intende perseguire sono esposte nell'articolo 3 dello Statuto al punto B che viene qui riportato:

- La valorizzazione e la promozione della città di Venezia, della sua laguna e della sua storia
- L'inclusione della città di Venezia nella ideazione del prodotto
- Educare ad un acquisto più consapevole e meno consumistico

- L'inclusione nel processo produttivo anche di categorie svantaggiate affidando la realizzazione del lavoro anche ad aziende con finalità di riscatto e recupero sociale
- La devoluzione in beneficenza del valore aggiunto ricavato dalla vendita di pezzi unici

## **2 RENDICONTAZIONE SULLE FINALITA'**

“Pieces of Venice” è stata fondata a marzo del 2017 quindi, essendo una start up, si è scelto di redigere una relazione che valutasse, complessivamente, tutti gli obiettivi di beneficio indicati nel punto precedente.

I primari obiettivi del 2017 sono stati di strutturare adeguatamente la società, di promuoverla dandole una identità ed una visibilità e far partire le prime collaborazioni.

Si può ritenere con soddisfazione di aver raggiunto gli obiettivi come possiamo esporre nei punti successivi.

### Struttura della società

I due soci si occupano ad oggi di tutte le pratiche societarie a partire dalla gestione contabile sino alla promozione commerciale, passando attraverso le fasi di ricerca dei materiali ed ideazione dei prodotti.

La sede è fissata al lido di Venezia ma per poter operare in termini logistici è stata fissata anche una sede operativa e show room a Prata di Pordenone (PN).

### Comunicazione e promozione

E' stato realizzato il sito web, [www.piecesofvenice.com](http://www.piecesofvenice.com), suddiviso in quattro sezioni che espongono, rispettivamente, gli oggetti per i bambini, gli oggetti per i “nuovamente bambini”, le aste e i materiali.

La ideazione dei prodotti ha visto la partecipazione di vari designers che raccontano il prodotto con la loro emozione e la loro visione.

Il primo prodotto realizzato è stato il bastone da passeggio Castello 3968 progettato da Giulio Iacchetti, cui sono seguiti:

- *Il Calzascarpe – Castello 3829* di **Giulio Iacchetti**;
- *la Raganella – Sant’Erasmus* di **Lorenzo Palmeri**;
- *la Macchinina – Lido* di **Matteo Ragni**;
- *il Taxi – San Pietro di Castello 364* di **Marco Zito**

Va sottolineato come il nome dell’articolo coincida con un luogo (indirizzo civico) che può rappresentare o il luogo di provenienza del materiale o un numero civico dove veniva svolta una attività storica di Venezia. Sant’Erasmus è un’isola della laguna, San Pietro di Castello si trova a est dell’Arsenale e Castello 3829 è vicino a Riva dei Schiavoni tra Calle dei Preti e Calle del Pestrin.

Lo stesso nome della Società è un inequivocabile richiamo alla città di Venezia.

Tutti gli sforzi prodotti nel corso del 2017 si sono concretizzeranno con il debutto della società alla Triennale di Milano nella cornice del Teatro dell’Agorà a gennaio 2018, a cui vari siti, agenzie e testate di stampa hanno dato ampio risalto.

### **3 IMPATTO SOCIALE OTTENUTO**

“Pieces of Venice” è una benefit company e riteniamo che agli obiettivi sociali debba essere dedicata una specifica valutazione.

Nel corso del 2017 la società ha cercato interlocutori da poter coinvolgere nel progetto, che fossero parte del raggiungimento dell’obiettivo sociale in modo continuativo e costruttivo, è partita quindi la collaborazione con la Cooperativa Futura di San Vito al Tagliamento (PN) a cui sono state affidate le attività di foratura, levigatura, assemblaggio, confezione, stampa di etichette, fasce e materiale pubblicitario, oltre alla logistica degli attuali articoli in collezione.

Futura è una cooperativa sociale di lavoro e servizi per e con disabili e persone svantaggiate, il suo obiettivo è l'integrazione sociale attraverso il diritto al lavoro e la costruzione di un sistema condiviso e rispettato di benessere sociale del territorio. Attualmente occupa circa sessanta persone.

#### **4. NUOVI OBIETTIVI CHE SI INTENDONO PERSEGUIRE NELL'ESERCIZIO SUCCESSIVO**

Se il 2017 è l'anno in cui il progetto è iniziato, il secondo esercizio si identificherà con il consolidamento e lo sviluppo seguendo queste direttrici:

- ampliamento dei prodotti per averne a catalogo almeno 20. Ci sarà ancora, in questa fase, una netta prevalenza del legno;
- iniziative di promozione che diano continuità e visibilità alla Società come, per esempio la vendita dei prodotti nei bookshop della Biennale di Venezia ai Giardini e all'Arsenale; Punta della Dogana e Tre Oci rientrano altrettanto fra gli obiettivi di presenza merceologica che hanno come ambizione massima la presenza al Fondaco dei Tedeschi;
- è allo studio un progetto di aste benefiche di oggetti di dimensioni ragguardevoli come possono essere ancora, gondole il cui ricavato sia destinato ad organizzazioni no-profit che si occupano della tutela ambientale di Venezia; contiamo di poter concretizzare le aste nel corso del 2019 o più probabilmente nel 2020;
- ampliamento dei materiali recuperabili dagli scarti delle lavorazioni di vetro.

Dal punto di vista dell'obiettivo sociale è evidente che più aumentano i volumi e la varietà di articoli più si consoliderà il rapporto della Coop sociale Futura e il beneficio economico e sociale della stessa cui verrà data ampia visibilità tramite comunicati e conferenze stampa oltre che nel nostro sito web. Le iniziative delle aste potranno avere le ricadute ipotizzate come distribuzione del risultato ad altri soggetti che sono impegnati nel sociale del territorio; eventi ripetibili come appuntamento fisso con una periodicità da definire.

Una sorta di cerchio in cui i materiali recuperati riportano, sotto forma diversa, un risultato allo stesso territorio da cui sono partiti.

Il Presidente

Luca Cerchier