

## **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 2021

Responsabile d'impatto: Luciano Marson

*Luciano Marson*  
2021/19

## Premessa

A luglio siamo stati invitati quali ospiti d'onore alla Venice Innovation Design, più brevemente VID che si svolge all'isola di San Servolo in concomitanza con la festa del Redentore. Siamo particolarmente fieri che il nostro Taxi sia stato scelto per omaggiare, in collaborazione con Uno Contract, i circa ottanta imprenditori convenuti e che il nostro Vaporetto in edizione speciale sia da noi stato donato a Marva Griffin per il suo ottantesimo compleanno. Marva è la "Mamma dei giovani Designers", colei che ha inventato trent'anni fa il Salone Satellite, ribalta dei talenti emergenti che ha scoperto e lanciato parecchi "ragazzi" che oggi sono delle vere e proprie Star del Design.

A ottobre 2021 è uscito su 7, l'allegato di Repubblica "Green Heroes" l'articolo di ALESSANDRO GASSMAN che ha consacrato Pieces of Venice fra le aziende eroiche rispettose dell'ambiente.

L'importante attore e regista si è offerto quale "megafono" che diffonde i valori fondanti di Kyoto Club, un'organizzazione non profit costituita da realtà impegnate nel raggiungimento degli obiettivi di riduzione delle emissioni di gas-serra assunti con il Protocollo di Kyoto e che promuove iniziative di sensibilizzazione, informazione e formazione nei campi dell'efficienza energetica, dell'utilizzo delle rinnovabili, della riduzione e corretta gestione dei rifiuti in favore della bioeconomia, l'economia verde e circolare.

Oltre ad Alessandro Gassmann anche Annalisa Corradi, ingegnera responsabile tecnica dell'iniziativa, è a sua volta molto presente nei talk televisivi, radiofonici e media in generale e contribuisce enormemente alla notorietà delle Imprese che Gassman mette settimanalmente in risalto e che verranno riunite in un libro che uscirà nel 2022.

Prof. 219

## **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.

L'azienda 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, nella loro forma e natura originaria ma soprattutto trasformati in oggetti di design ed è nata dalla convergenza di idee e di intenti dei due soci fondatori.

La sede legale si trova al lido di Venezia mentre la sede operativa è ad Oderzo (TV) in Viale Martiri della Libertà, 12/10 privilegiando l'operatività e mantenendo a ZERO i costi di affitti, illuminazione, telefoni e quant'altro.

Come nelle relazioni degli anni precedenti ricordiamo che:

“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.

*Prop. 3/19*  


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.”

Dopo un Quadriennio possiamo confermare di aver tenuto fede agli impegni e di aver proseguito nelle azioni coerenti con le finalità che ci siamo dati aumentando in modo esponenziale la penetrazione nel mercato e la conoscenza in generale del progetto di impresa.

*Prof. 4/19*  


## 2 RENDICONTAZIONE SULLE FINALITA'

“Pieces of Venice” è stata fondata a marzo del 2017 ed è una Benefit Company fin dalla sua origine, continuiamo pertanto a redigere una relazione che valuti, complessivamente, tutti gli obiettivi di beneficio indicati nel punto precedente.

A marzo 2022 Pieces of Venice terminerà lo status di Start-up INNOVATIVA e, al fine di poter essere successivamente inserita nello speciale elenco delle Imprese Innovative, tenuto dalla CCIAA di Venezia, competente per territorio, abbiamo avuto una particolare attenzione nel tenere sotto controllo le spese di Ricerca e Sviluppo affinché fossero congrue, essendo fermamente determinati a continuare il percorso ed evolverci in Impresa Innovativa.

### Comunicazione e promozione

La pandemia Covid 19 ha condizionato anche l'esercizio 2021 che però ci ha visti maggiormente impegnati soprattutto nel settore B2B e questo ci ha permesso di acquisire una importante commessa con Aperol, una con Terrazza Aperol ed altre minori con Santa Margherita; abbiamo anche continuato la collaborazione consolidata con NaturaSì: tutto questo aiuta la ulteriore espansione della conoscenza del progetto Pieces of Venice

Karin ha continuato la sua opera sul fronte digitale e ha seguito con professionalità e costanza la gestione diretta di SITO+MEDIA+SOCIAL+MASS MAILING ottenendo in particolare nel finale dell'anno una frequenza di vendite on-line mai vista prima.

Nell'autunno abbiamo perfezionato un accordo commerciale con l'importante marchio di abbigliamento sostenibile SLOW WEAR che presenterà i nostri Taxi e Vaporetti nei negozi di Venezia, Roma, Milano, Londra, Tokyo, New York, Parigi, Amburgo, Monaco e nell'e-commerce del sito aziendale. Anche questa operazione contribuirà, al pari delle nostre presenze nei Bookshop, alla diffusione del marchio Pieces of Venice.

Nel 2021 gli ordini generati dall'e-commerce hanno avuto un incremento del più del doppio sul 2020.

Siamo stati pubblicati da varie riviste online e off line quali :

Interni, Quifinanza.it, Makingoflight.it, QCTerme, Pianetadesign.it, Matrix4design.it

5/19  


E fatto video interviste quali :

Arte, Cultura e Sostenibilità di Angela Scullica

Stories di successo de Il Sole 24 Ore

anche grazie all'apporto dell'agenzia Ghenos che ci sostiene moltissimo a fronte di un compenso simbolico.

Abbiamo consolidato i rapporti con lo Studio Malisan che ci accompagna fin dalla nascita di Pieces Of Venice.

La pandemia Covid19 ha condizionato negativamente i risultati di vendita dei bookshop museali in quanto alcuni sono rimasti completamente chiusi ed altri hanno aperto a singhiozzo; lo stesso dicasi per i rivenditori nella città di Venezia e gli altri presenti in Italia ed all'estero.

L'autonomia finanziaria risente dell'aumento degli immobilizzi di merci in magazzino dovuto all'inserimento di nuove collezioni ed accaparramento di materie prime che ci preservi da future carenze nel mercato. Abbiamo anche alzato i lotti di produzione per ottenere dei costi inferiori.

Nonostante ciò e grazie all'impulso dato dall'e-commerce e dal comparto B2B siamo riusciti a chiudere l'esercizio 2021 con un incremento del più del triplo 2020.

Abbiamo finalmente portato l'azienda in utile. Evviva!

### **3 IMPATTO SOCIALE OTTENUTO**

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

A fine 2021 la Cooperativa Futura di San Vito al Tagliamento (PN), ha dovuto prendere la dolorosa decisione di chiudere il reparto grafica e stampa in quanto le attrezzature erano obsolete e non avevano risorse finanziarie per poter aggiornare il reparto. Era l'attività che avevano fin dalla fondazione e questo ha portato radicali cambiamenti.

*Rep. 6/19*

Nell'ottica di sostenere la Cooperativa ed il suo fatturato abbiamo preso la decisione, per il 2022 e seguenti, di continuare a far sì che siano loro ad occuparsi del nostro materiale stampato, affidandolo a sub-fornitori esterni.

In ogni caso nel 2021 il nostro fatturato con Cooperativa Sociale Futura è aumentato del 2,64 volte rispetto al 2020.

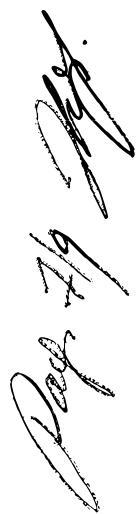
Continua il nostro impegno nei confronti dell'Associazione no profit Masegni e Nizioletti che si occupa del decoro dei beni della città di Venezia laddove la mano pubblica non arriva. Il 2020 e il 2021 abbiamo versato il corrispettivo dei 3€ per ogni oggetto venduto BtoC di valore superiore a 30€ e ci auguriamo di poter contribuire con importi sempre maggiori.

Nonostante il COVID, rispetto agli obiettivi che ci eravamo prefissi nella precedente relazione, abbiamo concretizzato:

- Presentazione nuovi Portafoto di dimensioni più generose e più flessibili negli utilizzi verticale/orizzontale e parete/appoggio;
- Presentato le due collezioni Canal Grande consolidando così la nostra filosofia di promozione turistica di luoghi meno noti quali il ponte degli Scalzi, quello dell'Accademia e quello di "Calatrava"; questi prodotti utilizzano la tecnologia del legno flessibile;
- Presentato il segnalibro San Polo 3052 che si trasforma in portatovagliolo grazie a alla tecnologia del legno flessibile;
- Presentato il set di Sgabelli + Tavolino Campo San Barnaba, a tiratura limitata a 9 esemplari in occasione della VIP LOUNGE DI GENOVA; è un omaggio all'architetto Edoardo Gellner che è stato allievo dello IUAV soggiornando in quel periodo nel Campo San Barnaba.

Questi set hanno accompagnato la nostra presenza alla VIP Lounge del Salone Nautico di Genova svoltosi a settembre. In quell'occasione Luciano e Karin hanno tenuto una speech per illustrare le finalità di Pieces of Venice.

Altra presenza significativa, oltre a VID e Green Heroes citati in premessa, è stata quella di maggio 2021 a Cà Sagredo per la mostra dedicata all'imprenditore e artista pistoiese Andrea Mati; in tale circostanza abbiamo realizzato uno specifico cavalletto "da pittore" che ci riserviamo di presentare in vendita prossimamente.



Abbiamo attivato un importante vetrina a Santiago del Chile nella centralissima via deiove si trovano i migliori negozi di alta gamma; il rivenditore è INTERDESIGN e rapresenta un ulteriore tassello nell'internazionalizzazione del marchio Pieces of Venice. Il negozio rappresenta i migliori marchi del Made in Italy nel segmento Design di Interni ed Illuminazione oltre all'oggettistica settore nel quale ci ha inserito.

Finalmente abbiamo anche concretizzato il rapporto con Cantine Santa Margherita che ci ha scelti come partner per l'evento dedicato ai 60 anni del loro Pinot Grigio che si è svolto a Venezia durante l'estate; per Natale abbiamo invece realizzato progetto e produzione di un particolare oggetto avente funzione di porta cellulare o tablet per videoconferenze, porta biglietti da visita, portapenne e fermacarte. Detta nostra creazione è stata donata a tutti gli azionisti e ai dirigenti dell'azienda.

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

Nell'anno 2021 la crescita è stata più importante di sempre grazie alle commesse ricevute da Aperol ed all'incremento delle vendite on-line; entrambe le attività ci hanno permesso margini tali da portare l'azienda in utile consistente. Le vendite tramite negozi fisici invece contribuiscono alla diffusione del progetto Pieces of Venice, ma sono poco influenti in termine di margine operativo che, in alcuni casi è addirittura molto vicino al pareggio. La strategia futura sarà attenta a favorire, nelle rivendite tradizionali, la proposta di oggetti appositamente studiati al fine di consentirci di marginare anche in questo settore specifico.

Per il 2022 intendiamo spingere con ancora maggiore determinazione sul fronte e-commerce con Karin supportata dall'ingresso di una nuova Agenzia di Comunicazione che stiamo selezionando, e su quello B2B con Luciano.

Riassumiamo qui gli obiettivi per il prossimo esercizio sociale:

- Presentare finalmente la collezione in vetro di Murano in collaborazione con la storica fornace NasonMoretti;
- Presentare un prodotto dedicato all'isola di San Servolo ed un altro dedicato a Murano (oltre ai Vetri);



Handwritten signature and date: Pap. 8/19



- Formalizzare la collaborazione con lo storico, scrittore e giornalista Alberto Toso Fei che diventerà la voce narrante di Pieces of Venice;
- Partecipare a VID, Salone Nautico di Venezia e Genova, alla Glass Week Milano-Venezia.
- Riprendere le trattative che portino alla presenza di Pieces of Venice nelle vetrine di Padova, Mestre, Treviso, Udine, Verona, Venezia San Marco. Contiamo di riprenderla e perfezionarla entro il 2021

Arrivederci nel 2022

Amministratore Unico

Karin Friebe



Responsabile Impatto Sociale

Luciano Marson

