

RELAZIONE DI BILANCIO 2024 PER L'ATTIVITA' BENEFIT, ZOPPIS SRL SB

Zoppis Srl si è costituita SOCIETA' BENEFIT nel 2021 perché abbiamo ritrovato nel concetto di 'beneficio comune' i valori che la nostra azienda da sempre ritiene fondanti nelle scelte aziendali. Muoversi nel mercato avendo come punto di riferimento gli individui e non solo il profitto, l'ambiente globale e non solo casa nostra, il futuro e non solo il presente è il modo consapevole che abbiamo di interpretare il concetto di società benefit.

In una società liquida, per citare il filosofo Bauman, dove i cambiamenti sono così rapidi da scorrere veloci come acqua, e tali per cui spesso non si fa in tempo a trattenere, la nostra azienda non ha paura di rimettersi in gioco a ogni mutamento. E riusciamo a fare questo anche per le nostre radici salde che affondano nel territorio e nella tradizione, mentre le fronde del nostro albero si allungano al cielo in cerca di novità più lontane e quasi irraggiungibili. Siamo consapevoli che per fare un buon lavoro, dobbiamo saper trovare il nuovo, non per farne una moda, bensì per rispondere alle esigenze sempre nuove. In sintesi, siamo consapevoli di dover precorrere i tempi, trovare risposte, ancora prima che il mercato, i clienti, i nostri partner si facciano le domande. Dall'esigenza della nostra società di realizzare cambiamenti continui, si può trarre una visione ottimistica, puntando la concentrazione sul termine di innovazione. I cambiamenti, a nostro avviso, hanno un'importanza strategica per un'azienda, se sono in grado di migliorare la vita degli individui, della società o del pianeta. Non devono essere per forza cambiamenti radicali o rivoluzionari, possono partire anche da dettagli che uniti insieme riescono a rendere nuovo un intero processo. L'innovazione può essere una motrice per lo sviluppo, può condurre una azienda alla sua forma migliore, intesa non solo come produttività ma anche sostenibilità e capacità di durare nel tempo.

Proprio in questo anno appena trascorso, abbiamo avuto modo di confrontarci con soggetti e aziende che sempre più spesso ci chiedevano il perché della nostra scelta benefit: quali i costi maggiori che sosteniamo e quali i benefici di cui riusciamo a godere. E abbiamo capito che come azienda non valutiamo il nostro operato in base a costi e benefici, ma siamo orientati all'accrescimento del benessere. Stare bene, vivere bene, produrre e consumare bene è una forma mentis che rivoluziona l'approccio di un'azienda al mercato. Il benessere è il risultato di un beneficio. Questa parola latina 'beneficium' formata da bene e da fare (fare) intende sia l'azione fatta per fare del bene a qualcuno, che il risultato positivo di tale azione. Una società benefit persegue il BENEFICIO COMUNE, come l'insieme delle opportunità, progetti e azioni concrete da cui tutti possono trarre vantaggio.

Abbiamo voluto fare una sorta di bilancio del cammino fino a qui e, per aiutarci a mantenere la rotta, ci siamo preoccupati di capire quanto le nostre azioni fossero in linea con il progetto mondiale approvato agli stati generali dell'Onu, che è l'AGENDA 2030. Questo perché nel nostro piccolo, anche noi vogliamo contribuire a rendere questi obiettivi non solo perseguibili, ma concreti e realizzabili. Nell'analizzare i 17 punti dell'Agenda, abbiamo avuto un primo momento di sconforto perché ci sembrava di fare troppo poco, ma poi abbiamo capito come ogni nostra più piccola azione, rientra in uno schema più ampio, portando benefici a cascata in diversi ambiti. Per esempio, quando noi sosteniamo un'iniziativa enogastronomica sulle sponde del lago, non realizziamo solo l'obiettivo n. 14 dell'agenda che è lo sviluppo e il sostegno della vita sott'acqua, ma anche la vita sulla terra (15) e salute e benessere (3), comunità sostenibili (11), consumo e produzione responsabili (12), nonché una lotta contro il cambiamento climatico (13). Seguendo questo approccio, nel 2024 abbiamo fatto scelte più consapevoli, finanziando o creando progetti che rispondessero al nostro essere società benefit. Seguire gli obiettivi dell'Agenda 2030, ci ha aiutato a comprendere meglio come tutti noi siamo profondamente interconnessi e, i risultati che riusciamo a ottenere come soggetti singoli, innescano benefici che molto spesso nemmeno immaginiamo.

Il desiderio della Zoppis è di perseguire il suo essere società benefit con un'azione collettiva, nel senso che i progetti che si impegna a realizzare, vengano sostenuti da tutta l'azienda. Ogni collaboratore è coinvolto nella partecipazione e nella promozione delle attività che sono state scelte e, questo contributo da parte di tutti, rende ancora più importante ogni progetto.

Guardando all'agenda 2030, ci siamo chiesti cosa potevamo fare di più. Gli obiettivi da raggiungere sono molti, alcuni quasi impossibili, come sconfiggere la povertà o portare la pace nel mondo. Ma poi abbiamo provato a ragionare come famiglia e non solo come azienda e, abbiamo compreso che non potevamo fare granché per la povertà in luoghi lontani da noi, ma che invece avevamo gli strumenti per diminuire la povertà intorno a noi, o meglio ancora per combatterla. E ancora una volta, siamo diventati consapevoli di quanto fosse importante essere presenti sul nostro territorio, per fare quei piccoli passi che, dapprima sembrano davvero poca cosa, ma che abbiamo scoperto hanno un impatto importante e duraturo.

Essere società benefit per noi vuol anche dire non delegare ad altri la risoluzione dei problemi, ma essere presenti anche nelle piccole cose, perché siamo convinti dell'effetto farfalla, dove un battito d'ali in un emisfero può produrre un uragano nell'altro. Questa metafora, usata per spiegare la teoria del caos, è l'esempio di come un piccolo cambiamento iniziale, potenzialmente possa provocare grandi effetti, a distanza di tempo e di spazio.

Ora vi conduciamo alla scoperta dei nostri progetti attraverso la lente dell'Agenda 2030, fiduciosi che come noi, troverete sorprendente le risoluzioni positive a cascata che si possono ottenere anche da piccole azioni locali.

Vi spieghiamo qui la legenda che abbiamo seguito per attribuire a ogni progetto che andremo a illustrarvi, uno o più obiettivi dell'agenda 2030. Di fianco al titolo di ogni progetto realizzato nel 2024, riporteremo i simboli di uno o più obiettivi dell'agenda 2030 che, secondo la nostra analisi, sono stati perseguiti o sono stati motivo di impegno comune nella realizzazione del progetto.

Le iniziative che andiamo a presentare sono una selezione di quelle che abbiamo sostenuto nel corso dell'anno 2024. Abbiamo scelto i progetti che ci hanno entusiasmato di più o, nei quali abbiamo messo molte energie, o quelli che hanno ricevuto una risposta entusiasta da parte dei fruitori. Alcuni progetti hanno avuto effetti solo per l'anno di riferimento, mentre per altri, i risultati saranno visibili anche negli anni a venire. Questo anche per raccontare che il nostro essere società benefit parte da una visione: essere presenti sul territorio restituendo alla collettività il bene che abbiamo ricevuto, tramutandolo in beneficio comune.

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



Report di RICERCA settore Horeca (4, 5, 8, 9, 10, 11, 12)

La Zoppis ha commissionato nel 2024 un progetto di ricerca sulle esigenze e problematiche del settore Horeca, per mappare e comprendere i bisogni del personale, sia di offerta che della domanda, nell'hotellerie e nella ristorazione. Il report è stato condotto su un campione scelto tra gli esercizi del Lago Maggiore, del Lago d'Orta e delle province di Novara e VCO. Questa ricerca è nata dalla volontà della nostra azienda, ed è stata realizzata in collaborazione con Istituto Maggia e con il sostegno di Global Pesca e Piazza e, con il patrocinio di Confcommercio, Federalberghi, Fipe.

La raccolta dei dati e l'analisi degli stessi è stato condotto da Osservatorio Sonda, che si occupa di strategie e di ricerca di mercato.

Lavorando nel settore Horeca, la Zoppis da anni è a conoscenza delle problematiche dei gestori di ristoranti e hotel, e ha pensato di commissionare una ricerca che mettesse in chiaro le problematiche del personale, sia dalla parte di chi assume, che dalla parte di chi viene assunto. Quando la domanda e l'offerta non si incontrano, è l'intero mercato a soffrirne ma soprattutto, in ottica di migliorare i rapporti lavorativi tra tutte le parti, si è resa necessaria una ricerca su quelli che fossero i problemi reali nel campo HR del settore Horeca.

La ricerca è stata condotta sottoponendo un questionario a diversi gestori e lavoratori del settore e poi, analizzando le risposte da parte di professionisti della ricerca e strategia d'impresa. La collaborazione con l'istituto Maggia ha avuto una duplice veste: gli studenti sono stati infatti sia intervistatori, che intervistati. Dopo un corso per renderli competenti nelle tecniche di intervista, gli studenti hanno svolto il ruolo di intervistatori per hotel, ristoranti, bar e poi a loro volta sono stati soggetto di interviste per conoscere il loro punto di vista, sulle tipologie di lavoro nel settore Horeca e le aspettative di vita e professionali.

I risultati di questa analisi hanno evidenziato una forte attenzione dei giovani al loro work-life-balance. Il lavoro è visto come parte integrante della vita e per questo non può essere solo un sacrificio, è importante trovarsi bene al lavoro e avere la voglia di essere presenti e attivi nella mansione in cui si è impegnati.

Dal lato dell'offerta invece la problematica nasce proprio da una scarsa motivazione e da poche competenze professionali.

I così detti Soft skills sono emersi come molto importanti, ancor più delle competenze tecniche. Per i gestori, le cosiddette competenze trasversali, relazionali ed emotive sono fondamentali in questo ambito: passione, interesse e motivazione, impegno, spinta alla crescita, capacità e volontà di adattamento, apertura mentale e flessibilità, empatia.

Questo progetto è stato fortemente voluto dalla nostra azienda, infatti lavorando nel settore Horeca e con le scuole, abbiamo percepito da anni la problematica in ambito personale, sia dalle aziende che devono assumere, sia dalle persone che cercano un impegno in questo settore. Abbiamo cercato di usare una lente di ingrandimento per mettere a fuoco le diverse problematiche e far in modo che, attraverso una consapevolezza maggiore, si potessero ipotizzare delle soluzioni. Crediamo molto nella ricerca, nell'analisi e nel dialogo: confrontarsi con le persone e i loro problemi è la via che privilegiamo nella nostra filosofia aziendale. Commissionare una ricerca era non solo un modo per aprire un dialogo tra le parti, ma anche per innescare il cambiamento, migliorando un sistema che non funziona attraverso la crescita e l'innovazione.

BAR-IN (3, 4, 5, 10, 11)

BaskIn Ciuff è un'associazione attiva sul territorio che pratica il BaskIn, la cui mission è quella di rendere lo sport un momento di competizione sportiva inclusiva, permettendo a giovani normodotati e a giovani con fragilità, di giocare nella stessa squadra, secondo un regolamento che rispetti i tempi e le possibilità di ognuno.

La nostra azienda sostiene da anni questa associazione e nel 2024 siamo riusciti a dare vita a un'iniziativa di alto valore sociale, con la creazione del progetto denominato Bar-In, un locale aperto al pubblico che funziona come bar e che verrà gestito da ragazzi con fragilità. L'esperienza che abbiamo nel settore verrà messa a disposizione dei ragazzi, fornendo loro un corso di formazione specializzata con professionisti Horeca, dal momento che a servire nel locale, saranno proprio i ragazzi con fragilità, che possono così imparare un mestiere ed essere il motore di tutta la squadra.

Inoltre, siamo partner anche nella costruzione del locale Bar-In, abbiamo infatti voluto contribuire finanziariamente alla ristrutturazione degli spazi che verranno adibiti a locale e, nei nostri progetti futuri, anche della biblioteca adiacente, creando eventi culturali oltre che momenti di aggregazione e scambio.

Sappiamo che la parola più usata in casistiche come questa è: inclusione. Ma noi preferiamo allargare il concetto a: diffusione. Giocare nella stessa squadra, lavorare nello stesso bar, condividere le stesse esperienze non è solo qualcosa che entra nella vita di questi ragazzi, ma è un modo differente di concepire anche la nostra di vita. Per questo la diffusione intesa come diffondere un nuovo stile di vita, diffondere un'energia speciale, diffondere il senso non solo di appartenenza, ma di unicità. Per noi la diffusione è qualcosa che va portata fuori, al di fuori delle nostre solide mura, delle nostre solite convinzioni.

FIERA DEL GIUSTO (1,2,3,4,5,8,9,10,11,12,13,14,15)

La nostra azienda ha sostenuto e promosso il progetto Fiera del Giusto. Per un'intera giornata l'istituto Don Bosco di Borgomanero ha accolto la comunità esponendo oltre 40 associazioni territoriali che operano nel Sociale, promuovono la legalità e si adoperano verso la salvaguardia del territorio e della biodiversità e più di 20 produttori agroalimentari collegati a Slow Food delle Colline Novaresi.

Una giornata in cui scuola, enti, aziende e associazioni sono entrati in relazione con la cittadinanza: l'obiettivo è stato quello di generare opportunità e scambio tra le realtà del territorio su temi come la biodiversità, l'inclusione sociale, l'ecosostenibilità, la legalità e la valorizzazione dei prodotti locali.

Più di 400 studenti dalle scuole medie alle superiori hanno partecipato all'evento, e un'intera comunità si è interessata alle tematiche di sostenibilità e inclusione passando da un Word Café con professionisti che dialogavano sulle tematiche della fiera, allo Slow Fiber per una moda più etica.

La Zoppis è intervenuta a sostegno della fiera, fornendo materiale e supporto economico, ma anche competenze e know how. La relazione tra la nostra azienda e gli studenti della scuola, soprattutto i ragazzi delle quinte superiori che si occupavano di organizzare la fiera, è stata intensa e ha fornito da entrambi le parti un'occasione di crescita. Carlo Zoppis, socio fondatore della Zoppis, ha incontrato gli studenti nel momento di pianificazione del progetto, per raccontare cos'è e quali sono gli obiettivi di una società benefit. Inoltre l'azienda ha messo in connessione la scuola con professionisti del settore per permettere agli studenti di presentare un prodotto professionale durante la fiera.

Il nostro impegno e sostegno in questo progetto è sintomatico di ciò che intendiamo per supporto. Quando accettiamo di seguire un progetto, cerchiamo di farlo in ogni sua parte, cercando di capire come possiamo essere d'aiuto. E la nostra expertise è uno degli aspetti che maggiormente mettiamo a disposizione. Essere presenti non solo come logo, ma soprattutto come persone, dedicare il nostro tempo è il modo migliore che abbiamo per fornire il nostro sostegno.

MAGGIA scuola alberghiera (4, 5, 8, 10, 11, 12)

Essendo coerente con il settore merceologico nel quale la nostra azienda opera, il nostro interesse per la scuola alberghiera è un connubio naturale oltre che prolifico. Nel bacino dei laghi d'Orta e Maggiore abbiamo da anni intrecciato una stretta collaborazione con l'Istituto Maggia, che è una scuola alberghiera di Stresa e che vanta un primato di eccellenza, tra gli istituti di formazione dei futuri lavoratori nel settore Horeca. Il nostro interesse come azienda è rivolto agli studenti che frequentano la scuola, con lo scopo di creare un potenziamento delle attività educative, didattiche, formative e orientative dell'istituto.

Il Maggia, negli anni, ha sviluppato progetti che potessero migliorare il passaggio tra i banchi di scuola e l'attività professionale a cui gli studenti erano orientati. Questo passaggio dovrebbe essere agevolato in tutte le scuole superiori, in previsione dell'attività lavorativa alla quale gli studenti mirano nella loro vita, ma in una scuola che ha come obiettivo, quello di formare all'ospitalità e alle relazioni con il pubblico, questo passaggio è fondamentale fin dai primi anni di formazione.

La collaborazione tra la Zoppis e l'Istituto Maggia è volta a realizzare operazioni e attività di natura promozionale per valorizzare e promuovere la validità del metodo di insegnamento dell'istituto Maggia e migliorare l'efficacia del processo di insegnamento e di apprendimento. In particolare, si cerca di rafforzare la collaborazione, al fine di accrescere la cooperazione tra il sistema dell'istruzione e il mondo delle imprese, per incentivare l'insegnamento in classe dell'auto-imprenditorialità e della cultura d'impresa.

Un esempio tra tutti è il sostegno da parte della Zoppis al ristorante che l'Istituto fa gestire ai ragazzi, impiegando gli studenti nelle diverse mansioni professionali: cuochi, camerieri, comit di sala, accoglienza ecc. Questo progetto, nato come esperimento, permette agli studenti di mettersi in gioco con clienti esterni dalla scuola e, di sperimentare direttamente il servizio in sala o in cucina, ognuno in base alla propria specializzazione.

EDUSPORT (3, 4, 5, 10)

EduSport è un progetto che la Zoppis sostiene fin dalla sua ideazione, perché ha sempre creduto nei valori che lo sport sa diffondere, come l'aggregazione, la salute fisica e mentale, il divertimento e la sana competizione.

Anche nel 2024 non poteva mancare il nostro sostegno all'iniziativa EDUSPORT, che promuove la pratica sportiva nelle scuole primarie. Un progetto di sensibilizzazione allo sport

pensato e realizzato per i bambini che iniziano il processo di scolarizzazione è molto importante, perché proprio in questa fase di apprendimento mentale e di sviluppo fisico, la mente e il corpo hanno bisogno di allenamento e di spazio. Quali sostenitori, nonché ideatori del progetto, cerchiamo di indirizzare i bambini a giocare e a divertirsi in modo sano, attraverso l'allenamento e la pratica, per impegnare il tempo libero in modo salutare e divertente. L'idea di portare lo sport nelle scuole primarie è stata accolta dall'Istituto Comprensivo San Giulio che hanno compreso come una corretta educazione fisica e sportiva fin da piccoli, riesca a garantire una crescita sana ai nostri bambini. Noi come società benefit siamo convinte dell'importanza di mettere in stretta collaborazione le società sportive, gli istituti scolastici e le realtà imprenditoriali del territorio, al fine di garantire un programma che possa strutturarsi negli anni e, seguire i bambini lungo tutto l'arco scolastico.

La CHIAVE della VITA (3, 10)

La nostra azienda sostiene questa associazione da quando è nata, nel 2019. Attiva sul territorio del Vco e del Lago Maggiore, è formata da professionisti e imprenditori che organizzano eventi benefici per la raccolta di fondi atti a finanziare la ricerca in ambito pediatrico. Quando ci siamo costituiti come società benefit abbiamo continuato a sostenere quelle iniziative in cui crediamo e che si sposano perfettamente come la nostra mission, che è da sempre quella di mettere al centro le esigenze degli individui. E quando c'era bisogno di noi per raccogliere fondi per i bambini, ci siamo resi disponibili non solo come sostenitori, ma come parte attiva delle iniziative realizzate sul nostro territorio.

Le STELLE del Lago d'ORTA (1, 3, 10)

Da 17 anni, sulle sponde del lago d'Orta la nostra azienda sostiene un evento che raccoglie fondi per beneficenza, attraverso una cena realizzata da chef stellati presenti sul territorio, e non solo. La mission di questo evento oltre al fundraising è la celebrazione delle eccellenze del territorio in ambito culinario, sia in termini di prodotti che di persone che con la loro passione sono riuscite a distinguersi nella loro professione. Mettere insieme una cucina stellata con associazioni che si occupano dei più bisognosi, permette a noi che sosteniamo l'iniziativa, di comprendere meglio il valore dell'eccellenza e della bellezza, senza darla per scontata. Come azienda, da sempre siamo partner di questa cena che riesce a raccogliere un importante contributo, grazie al richiamo degli chef che si presentano gratuitamente all'evento. La Zoppis non vuole essere solo uno dei main sponsor della serata, ma si mette a disposizione anche per una partecipazione attiva, presenziando all'evento per celebrare queste eccellenze. Ogni anno la raccolta fondi viene destinata a un'associazione differente, e nel 2024 il contributo raccolto è stato devoluto a diverse associazioni no profit che operano sul territorio piemontese, e una parte importante è stata assegnata alla Comunità di Sant'Egidio.

GENTE di LAGO e di FIUME (3, 4, 11, 12, 13, 14, 15)

Come azienda che ha le sue radici in un territorio lacustre, la Zoppis ha a cuore il benessere non solo dalla terra ma anche delle acque che rendono magico questa parte di Italia. Non a caso è chiamato il territorio dei laghi, perché è circondato da numerosi specchi lacustri, uno più incantevole dell'altro. L'associazione Gente di Lago e di Fiume è una comunità fatta da persone che difendono e ridanno dignità a un ecosistema complesso come quello delle acque dolci, le così dette acque interne. Riuniscono cuochi, pescatori, ittiologi ristoratori, aziende e cittadini che si adoperano per tutelare quel bene prezioso che sono le acque dolci, al fine di formare e informare circa il valore inestimabile dell'ecosistema lacustre e fluviale. Quando 7 anni fa è nata questa iniziativa che voleva riunire su più giorni tante persone per raccontare la ricchezza del patrimonio lacustre e dei fiumi, la nostra azienda si è subito sentita parte in causa e ha sposato a pieno l'iniziativa. Distribuite sulle isole del lago

maggiore, un pubblico sempre più numeroso di visitatori può assaggiare le prelibatezze di pesci di acqua dolce, ma anche conoscere, imparare e condividere l'esperienza di tanti cuochi amanti delle materie prime che solo il lago e i fiumi possono offrire.

La manifestazione che si è svolta sul lago Maggiore ha affiancato alle eccellenze culinarie, anche iniziative di promozione e informazione sulle acque dolci, che hanno coinvolto i ragazzi delle scuole in convegni e dibattiti formativi. Coinvolgere i più giovani è un modo per conoscere il proprio territorio, come anche per trovare modi di vivere nel rispetto e nel sostegno dell'ambiente. Ci siamo impegnati per spiegare ai giovani cosa significa crescere nei luoghi che ci appartengono dalla nascita, o che ci accolgono in un momento della nostra vita, con le eccellenze e le fragilità, che acqua e terra insieme portano alla storia di questo angolo di mondo.

Un capitolo a parte dobbiamo aprirlo per i progetti legati alla FORMAZIONE.

Pensare e realizzare progetti legati alla formazione delle nostre persone è per noi un valore aggiunto, nel senso che la consideriamo un tesoretto a cui i nostri collaboratori possono attingere per ampliare le proprie conoscenze e abilità. La Zoppis vuole fornire a tutti i suoi collaboratori gli strumenti migliori per svolgere al meglio la propria professione, ma non solo. Consideriamo importante accrescere la conoscenza e stimolare la curiosità di ognuno, per essere pronti non solo al mercato, ma soprattutto alla vita. Le Educational periodiche suoi prodotti che commercializziamo, o i wine club, non sono i soli momenti di formazione per le nostre persone. Ci adoperiamo per trovare e offrire corsi che possano accrescere l'individuo in termini professionali e personali, di relazioni, di gestione delle risorse e per un buon 'work-life-balance'.

Di seguito abbiamo scelto di includere alcuni esempi di corsi che abbiamo messo a disposizione gratuitamente per i nostri collaboratori: corso di sommelier, corso di lingua inglese, patente C.

- Corso di SOMMELIER Fisar (4, 5, 8, 12)

Nell'offerta formativa che abbiamo creato per i nostri collaboratori, abbiamo inserito anche la possibilità di diventare Sommelier Fisar (federazione italiana sommelier albergatori e ristoratori) attraverso un corso che elargiamo loro, gratuitamente. La Zoppis considera le sue persone come valore, ognuna di loro ha una unicità che va coltivata e protetta, per questo poter disporre di un'eccellenza nella preparazione delle persone sui prodotti che commercializziamo, rende la nostra azienda fortemente professionale. Vorremmo che le persone che lavorano con noi, potessero vantare una preparazione specializzata e di alto livello, certificata da scuole prestigiose nel settore. Questa professionalità che non nasce solo sul campo, ma prima ancora a tavolino, quasi sul banco di scuola, è sintomo di come la nostra azienda dedichi tempo, energie e aspettative alla ricerca, allo studio, alla conoscenza.

- Corso PATENTE C (4, 8)

La nostra azienda desidera fornire alle sue persone non solo tutti gli strumenti per svolgere al meglio il proprio lavoro, ma anche migliorare le proprie competenze e abilità professionali. In quest'ottica la Zoppis mette a disposizione delle sue persone dei fondi per accrescere le competenze e fornire delle specializzazioni, per chi si dimostri interessato. I collaboratori che lavorano nell'azienda e che decidono di prendere la patente C, hanno il corso pagato interamente dall'azienda. Siamo consapevoli che migliorare le capacità professionali e le abilità delle nostre persone sia un vantaggio per noi in primis, ma quello che ci spinge a finanziare questo genere di formazione individuale e specialistica, che poi resta in capo alla persona e non all'azienda, è proprio il grande valore che riconosciamo a ogni nostro collaboratore.

- Corso di LINGUA INGLESE per i dipendenti (4, 5, 8, 9, 10)

La Zoppis ha voluto rinnovare alle sue persone la possibilità di migliorare la pratica della lingua inglese, con insegnanti madrelingua per un totale di 40 ore di conversazione e lezioni individuali. Conversazione in lingua inglese e corso per chi si avvicina allo studio della lingua inglese, sono le due suddivisioni in base alla conoscenza dei singoli, della lingua straniera. Questa competenza non è utile solo in ambito lavorativo, ma accresce in ogni individuo la propria autostima e li aiuta ad essere più sicuri in ogni occasione, sia all'interno dell'azienda che nella loro vita privata. La formazione che la Zoppis vuole fornire alle sue persone non si limita a un ambito professionale, perché la cultura è patrimonio di tutti ed è parte della persona che desidera accrescere il proprio valore. La nostra azienda è composta da persone e migliorare le competenze dei singoli, fa sì che tutta l'azienda progredisca e sviluppi nuove capacità e migliori i propri risultati. Siamo convinti che dare a ognuno dei nostri collaboratori l'opportunità di crescere e di avere una formazione personalizzata, abbia una doppia valenza: personale, in capo all'individuo e collettiva, come membri di un'azienda.

Master FARE IMPRESA (4, 8, 9, 12)

Per l'azienda Zoppis la formazione è fondamentale, non solo nella gestione delle risorse che lavorano direttamente con e nella nostra impresa, ma anche per migliorare il mercato, nel quale tutti gli operatori del settore creano business.

Anche quest'anno abbiamo deciso non solo di sostenere questo Master di formazione online, ma anche di partecipare come relatori, mettendo al servizio la nostra expertise e conoscenza. Ai nostri clienti e partner abbiamo offerto la possibilità di iscriversi gratuitamente al Master, al fine di essere promotori reali di una formazione professionale e di qualità. L'associazione Planet One, specializzata nella formazione del settore Horeca, organizza da anni corsi base e Master, chiamando manager e professionisti del settore. Il nostro apporto è stato formativo e logistico, ma anche di partecipazione e di coinvolgimento dell'audience. La nostra società benefit infatti ha un'attenzione particolare al processo di crescita e di conoscenza, per questo ha voluto regalare a tutti i suoi clienti, la partecipazione a questo Master. Il costo per ogni cliente Zoppis iscritto a Master Fare Impresa, è stato interamente sostenuto dalla nostra azienda, al fine di ampliare e approfondire le conoscenze delle persone che lavorano con noi.

Il territorio e le FESTE LOCALI

Essendo il nostro un territorio turistico, ci sono molti momenti dell'anno che raccolgono feste patronali ed eventi per i residenti, ma anche per i turisti. Queste manifestazioni riuniscono intorno a loro un'energia importante: chi vive sul territorio in modo stabile, può scambiare tradizione e cultura con chi viene in visita per un giorno o due. In questi momenti si crea una base fondamentale per le tradizioni: insegnamo ai nostri figli come proteggere e valorizzare le tradizioni e la storia che ha reso il territorio, quello che conosciamo ora. Quando noi sosteniamo queste feste locali, in realtà sosteniamo l'appartenenza, un dna territoriale che si concretizza non solo in prodotti e luoghi da proteggere, ma anche in tradizioni da tramandare.

È capitato spesso che ci chiedessero perché sosteniamo anche feste così localizzate sul territorio, quale fosse il nostro ritorno. Per noi i numeri non sono sempre importanti, la motivazione invece lo è molto di più. E la parola che ritorna da questi eventi è appartenenza: appartenere a un territorio, a un luogo, fare parte di una storia. Quindi noi non sosteniamo solo una festa patronale, ma aiutiamo una comunità a far sopravvivere le proprie tradizioni e costumi, attraverso l'arte culinaria, le arti in genere e la tradizione orale o scritta. Ma soprattutto permettiamo alle persone di sentirsi parte di una comunità, che ha un'importanza e quindi un valore. Di seguito una selezione delle feste locali che abbiamo sostenuto, con lo spirito di comunità e di aggregazione legata al territorio.

- CLADDAGH Festival Cultura Celtica (11, 12)

Da anni sulle sponde del lago d'Orta, in un paese arroccato tra i pendii e denominato Ameno, viene organizzato un festival che diffonde e promuove la cultura celtica. Sembra un mondo molto lontano dal nostro quello celtico, ma in realtà ad Ameno si sono scoperte delle necropoli della prima età del ferro risalenti alla popolazione celtica tra il IX e il V sec. a.C. Questo legame così profondo con la storia di un territorio, ha spinto gli organizzatori di questo festival a realizzare un evento in puro stile celtico. Sono stati riuniti artisti di strada, musicisti, e artigiani per coinvolgere oltre 12 mila persone in tre giorni di divertimento, cibo, arte e storia. Realizzare un tuffo nel passato, con la realizzazione di un vero villaggio celtico, mercatini di manufatti in stile, di giochi antichi e di letture e musiche proprie della cultura tipica delle zone dove i Celti si sono stabiliti e hanno vissuto, nel nord dell'Europa. Il nostro sostegno è stato improntato all'accoglienza, con un'attenzione all'uso di prodotti riciclabili e a impatto zero sull'ambiente, perché anche in rievocazioni storiche, la nostra azienda desidera arrivare come società benefit, con un riguardo alle persone, ma anche all'ambiente.

- ARONA in ROSA (3, 5, 10)

Per il terzo anno consecutivo la Zoppis sostiene l'iniziativa Arona in Rosa, una manifestazione che si svolge nella città sulle sponde del lago Maggiore e che per quattro giorni veste di rosa i giardini, i locali, le piazze con eventi che parlino delle donne, ma non solo alle donne. Un dialogo diffuso per la città non solo come colore che le rappresenta, ma come attenzione e intenzione. Il nostro impegno come società benefit vuole essere quello di sostenere e incentivare iniziative che restituiscano alle donne valore, spazi e tempo per loro. Non come un'entità privilegiata, ma con il senso di equità e di giustizia a cui tutti gli esseri umani hanno diritto. Quello che la nostra azienda vorrebbe sostenere con il suo contributo a iniziative come Arona in Rosa è un dialogo più ampio e da distribuire lungo tutto l'anno, sulla parità di genere, sul rispetto delle diversità e sull'individuo, mettendolo al centro di ogni scelta.

- LUMINA, spettacolo pirotecnico (11)

Il nostro territorio ha la fortuna di vivere l'estate con tanti turisti, ma anche tanti residenti, perché la vicinanza dei laghi e delle montagne, permette a tutti di sentirsi un po' in vacanza anche rimanendo a casa. Per questo l'estate è un momento molto prolifico per le attività culturali e ricreative. La Zoppis, riceve continuamente richieste di sponsorizzazione per le iniziative più disparate, ed è con grande accortezza che noi scegliamo quelle più in linea con la nostra filosofia aziendale.

Lumina è stato un progetto che ci ha entusiasmato proprio perché ha rievocato il nostro lato infantile, quando si aspettavano le feste per stare alzati fino a tardi e vedere i fuochi d'artificio. In particolare Lumina è nato nella città di Arona, come spettacolo pirotecnico accompagnato dalla musica, il tutto immerso nella cornice del lago Maggiore che fa da specchio per le meraviglie luminose che illuminano il cielo in una sera d'estate. Come azienda siamo felici di poter contribuire alla bellezza e di far sognare tante persone, tenendole con il naso all'insù in una esplosione di luci e colori.

- GRISULANDIA (3, 4, 5, 11, 12)

Alla sua XIII edizione, Grisulandia è un evento organizzato dalla Delegazione di Omegna ANVVFV. La nostra azienda ha voluto sostenere questa iniziativa proprio per i suoi destinatari: i bambini e le persone affette da disabilità. Per un'intera giornata, presso i giardini di Omegna, oltre 500 partecipanti (tra bambini e ragazzi con diverse disabilità), accompagnati dalle proprie famiglie si sono dilettrati in prove di coraggio, simulando le azioni che quotidianamente svolgono i Vigili del Fuoco. grazie alla partecipazione

dell'associazione DOTTOR CLOWN del VCO e al coinvolgimento di colleghi provenienti da tutta la provincia del Vco ma anche dal Torinese, oltre a gruppi di protezione civile, Grisulandi è stata una giornata educativa, divertente, oltre che inclusiva, per tutti i piccoli allievi vigili del fuoco. I ricavi della giornata sono serviti a sostenere i futuri progetti di acquisto di attrezzature/mezzi di soccorso e il mantenimento del Distaccamento dei Vigili del Fuoco Volontari di Omegna.

- DOMOSOFIA Gourmet (1, 9, 10, 11)

Anche quest'anno siamo stati partner nella realizzazione della cena di beneficenza Domosofia Gourmet che ha dato il via alla sesta edizione del Festival delle idee e dei saperi, nella città di Domodossola.

Il Festival in tavola ha proposto una serata all'insegna dell'alta enogastronomia e della solidarietà, con la partecipazione di Chicco Cerea, chef tristellato del ristorante "Da Vittorio" a Bergamo.

A lavorare insieme per la composizione dei piatti, un'affiatata squadra di chefs del territorio, in collaborazione con l'Istituto Alberghiero Mellerio Rosmini di Domodossola e l'Associazione Italiana Sommelier del V.C.O.

L'intero ricavato della cena è stato devoluto al completamento del progetto "Una casa per tutti", finalizzato a realizzare 6 mini appartamenti nell'ex Casa Parrocchiale di Domodossola per le persone in situazione di disagio abitativo, in continuità con quanto fatto l'anno scorso.

COPERTURA ASSICURATIVA per i Dipendenti (3, 5, 8, 10)

La Zoppis è un'azienda che nasce da una tradizione di famiglia. La nostra storia ci insegna che avere cura delle persone, è il modo migliore per costruire una grande azienda. Così quest'anno abbiamo deciso di stipulare una polizza assicurativa per tutti i dipendenti a copertura di spese mediche e dentistiche. Oltre al check up annuo gratuito (cardiovascolare, respiratorio ecc..), questa copertura permette alle nostre persone di effettuare visite specialistiche e diagnostiche presso centri convenzionati, interamente coperte dalla polizza o con il pagamento di una franchigia, in caso di prestazioni particolari. Inoltre, la copertura viene estesa ai familiari dei nostri collaboratori, per garantire anche a loro l'accesso alle migliori prestazioni mediche.

Corso sulla CREATIVITA' e AGENDA 2030 in UNIVERSITA' (4, 5, 8, 9, 11, 12, 13)

La Zoppis sostiene da sempre la formazione delle sue persone come impegno primo verso un'eccellenza personale e professionale di ognuno, ma intende la formazione come cultura a 360 gradi. E dove meglio di un'aula di università si possono trasmettere sapere e conoscenza oltre che valori della società benefit? Nell'anno 2024 la nostra azienda ha finanziato una borsa di studio all'università UPO (Università del Piemonte Orientale) di Vercelli, nel dipartimento di Economia, per il corso di Human Resources, al fine di studiare come la creatività possa essere un valido strumento per risolvere le problematiche ambientali e la sostenibilità a 360 gradi, come la intende l'agenda 2030: ambiente, persone, futuro. La borsa di studio è stata assegnata a un ricercatore che ha implementato un corso di 5 incontri, con tanto di progetto finale per gli studenti, sulla creatività e l'impatto positivo che è innovativo che questa ha nelle problematiche ambientali e relazionali. La novità di questo corso è stato l'approccio multidisciplinare e la tematica innovativa del portare la creatività fuori dagli ambiti strettamente creativi (arte, design, ecc..) per insegnare, anche a futuri manager e direttori del personale, che un approccio creativo è funzionale anche in ambiti considerati a soluzione unica.

ARMADIO delle MERAVIGLIE (3, 4, 11)

Concludiamo la nostra relazione benefit con questo progetto che, oltre ad essere l'ultimo in ordine temporale, è anche quello legato strettamente all'anno 2025.

Il progetto si chiama L'Armadio delle Meraviglie ed è nato con la creazione di una carta regalo che i clienti della Zoppis potevano richiedere nel periodo natalizio per impacchettare i regali. La carta è stata realizzata da un artista che ha messo insieme i disegni dei bambini, figli di dipendenti e amici della Zoppis, in un collage natalizio e divertente. Ogni cliente poteva mettere un contributo per avere il proprio pacchetto incartato con questa speciale carta e la nostra azienda, alla fine della raccolta fondi, ha raddoppiato il contributo raccolto. La carta è stata realizzata dall'azienda Tassotti, leader italiano nella carta da regalo. Questo progetto, semplice e immediato, ha ricevuto tante attenzioni dai nostri clienti e non solo. Una risposta così numerosa, ci ha fatto capire la generosità e il desiderio delle persone di fare del bene e di essere parte del bene comune. Azioni davvero molto piccole come versare 2 euro per impacchettare un regalo, hanno creato in realtà un effetto moltiplicatore, perché ogni persona che riceveva il regalo, veniva a conoscenza della raccolta fondi e si sentiva parte anch'egli del progetto.

I soldi raccolti e raddoppiati dalla Zoppis saranno investiti nella realizzazione dell'Armadio delle Meraviglie, un mobile speciale che raccoglierà libri, giochi e altri oggetti ludici per gli ospiti del reparto di Pediatria dell'ospedale S.s. Trinità di Borgomanero.

Briga Novarese, 30 maggio 2025

Zoppis Carlo

Dichiarazione di conformità dell'atto

La sottoscritta Rag. Rillo Maria Silvana, ai sensi dell'art.31 comma 2-quinquies della Legge 340/2000, dichiara che il presente documento informatico è conforme all'originale depositato presso la società.

Dichiarazione inerente l'imposta di bollo

Imposta di bollo assolta in modo virtuale - Autorizzazione AGEDRPMN n. 75478 del 10/12/2020