Relazione d’impatto 2025

/ They Complain
/ We Sustain

Indice

/ Lettera degli Amministratori

/ Our Footprint

/ Introduzione alla Relazione

/ Essere società Benefit

/ Analisi Aree di Impatto

- Governance
- Etica & Trasparenza
- Lavoratori
- Comunità
- Ambiente
- Clienti

/ Obiettivi 2026

/ Conclusioni

Lettera degli amministratori

Siamo una società benefit ed una B Corp certificata (e ricertificata) nata per proporre un modello di business a ridotto impatto ambientale. Prodotti realizzati principalmente in Italia utilizzando materiali certificati riciclati e/o organici, un packaging compostabile ed organico certificato TUV Austria nonché l'adozione del Modello Re3 ossia il nostro modello circolare ideato per estendere il ciclo di vita degli indumenti usati già in circolazione. La visione alla base di questo importante progetto è quella di non mirare solamente ad un modello di business che minimizzi l'impatto ambientale ma la volontà che ciascuno di noi si faccia portatore in prima persona del buon esempio all'interno della nostra comunità. Un modello di impresa 4.0 in grado di coniugare al tempo stesso digitalizzazione, ridotto impatto ambientale nonché uno stile di vita sano e all'aria aperta condiviso con le persone alle quali teniamo maggiormente.

Per riassumere la visione del nostro brand facciamo ricorso ad una delle citazioni che più ci ispirano nel quotidiano. «Perché lo stai facendo? Per poter pensare al futuro senza essere triste» E.M.

Lettera degli amministratori

Il 2025 ha portato in dono molteplici sfide, economiche e sociali in primis. Il mondo è scosso da eventi internazionali che riducono la fiducia dei clienti al consumo e accelerano il percorso di rivoluzione all'interno del settore del tessile-abbigliamento. Le logiche che hanno dominato lo sviluppo del business in tale settore per decenni sono cambiate con una velocità a tratti inaspettata. La complessità nel tener testa a tali cambiamenti si sta rivelando una sfida titanica con un impatto molto importante sulla maggior parte delle società di lungo corso che fatturano decine di milioni di euro. All'interno di tale contesto abbiamo portato avanti lo sviluppo del nostro business che sicuramente non può contare su fatturati rilevanti o reti di sicurezza che permettono di gestire situazioni emergenziati entratre ormai a far parte del quotidiano.

All'interno di tale scenario abbiamo tenuto la barra a dritta continuando a supportare cause ambientali, atleti di sport minori legati al mondo dell'acqua e facendo del nostro meglio per ridurre l'impatto ambientale del nostro business.

Ogni anno terminiamo l'introduzione con la consapevolezza di quante sfide ci attendono: sfide organizzative, burocratiche, tecnologiche, umane e, soprattutto, finanziarie. Sviluppare una PMI nei primi anno di vita è quanto di più difficile si possa fare e decidere di dare vita ad un nuovo business nel campo del tessile è una decisione completamente irrazionale. Secondo la teoria sociologica della *scelta razionale* l'individuo pondera le proprie scelte in base ad un computo autonomo tra costi e profitti delle conseguenze di tale scelta. Per fortuna molti critici si sono soffermati sul fatto che la scelta razionale sia limitata al valore dei beni materiali e che non consideri quelli morali. Siamo consapevoli che molto di quello che stiamo cercando di fare ha più implicazioni morali che razionali e/o economiche. Ed è grazie a questa propulsione che ci auguriamo di poterci dare appuntamento all'anno prossimo.

Alberto Bressan / Simone Scodellaro

Our Footprint

Seay Srl Sb nasce nel 2019 per produrre e commercializzare abbigliamento sostenibile e a basso impatto ambientale, dal 2020 siamo Società Benefit e nel 2021 otteniamo la Certificazione B Corp con il punteggio più alto per un’azienda italiana in ambito tessile e nel 2024 ci ri-certifichiamo con il secondo punteggio più alto in Italia. Stiamo effettuando un percorso contrario a quanto solitamente avviene nell’industria: non ci troviamo nelle condizioni di dover riconvertire ed evolvere in chiave sociale ed ambientale il nostro modello di business ma abbiamo costruito un modello di business dettato da logiche evolute di rispetto di persone e ambiente. Ecco quindi che l’adozione di pratiche che per altri sono considerate virtuose per noi risultano il punto di partenza del nostro quotidiano professionale. Pratiche che abbiamo interiorizzato e condiviso con tutti quanti abbiano condiviso il nostro percorso evolutivo. Non esisterebbe SEAY senza un approccio rispettoso e trasparente.

SOSTENIBILITA’: è il principio cardine del nostro modello organizzativo che prevede la partecipazione attiva di tutti coloro che amministrano, lavorano e collaborano, perchè ciascuno può fare la differenza apportando idee, impegno e responsabilità. L'attenzione e il dovere di occuparci della società in cui viviamo e operiamo rappresenta il punto di partenza di ogni azione e comportamento, in una interdipendenza reciproca di impatto virtuoso.

TRASPARENZA: proprio perché siamo nati dai principi e non ci siamo adattati in un secondo momento al rispetto degli stessi, tutto quanto comunichiamo è verificabile e certificabile in quanto parte delle fondamenta della nostra visione.

Introduzione alla relazione

Le Società Benefit per misurare il loro operato, oltre a considerare gli obiettivi di beneficio comune esplicitati statutariamente, analizzano i propri impatti utilizzando standard di misurazione ad hoc: la nostra società ha scelto lo standard BIA, B Impact Assessment, sviluppato dall'organizzazione no profit B Lab e che, all'ottenimento di determinati risultati e dopo un rigoroso processo di valutazione, consente l'ottenimento della certificazione B Corp.

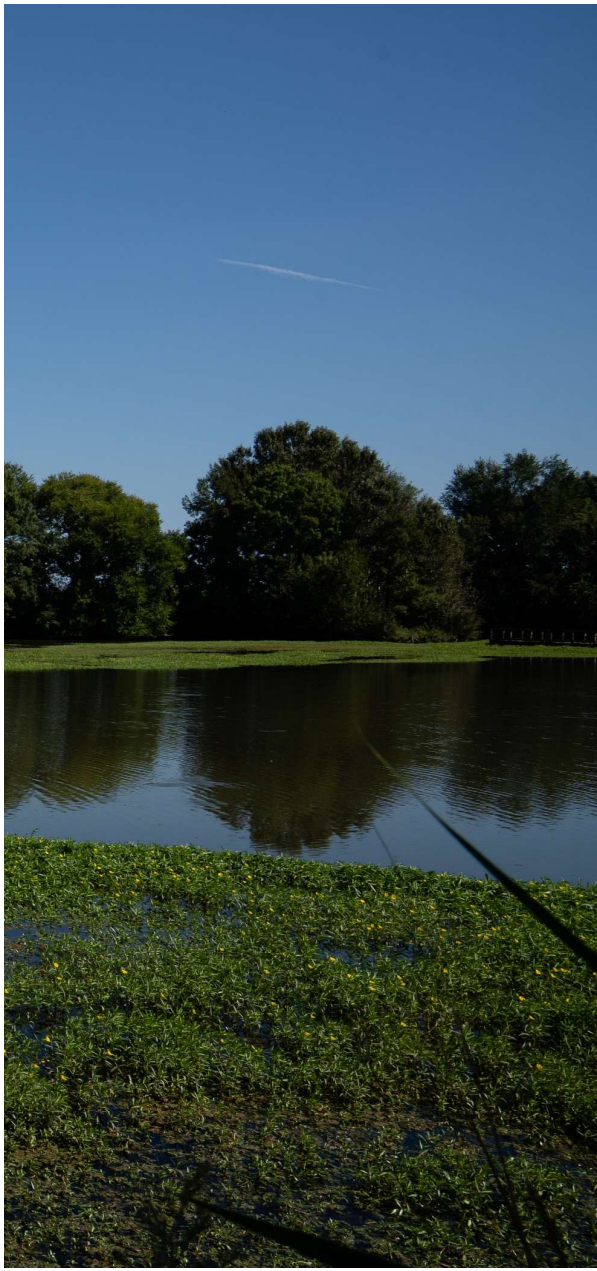
Tale standard certifica più di 10.000 aziende nel mondo: attualmente in Italia si contano più di 300 B Corp e 5.500 Società Benefit. L'accesso a questa piattaforma è gratuito on line e consente di misurare se una azienda partecipa o meno alla realizzazione di un paradigma rigenerativo o estrattivo. Nel caso in cui una data azienda, misurando tutti i propri impatti economici, ambientali e sociali, superi la soglia di 80 punti, la stessa è eleggibile come B Corporation Certificata. Le B Corp sono aziende che in tutto il mondo si impegnano al fine di diffondere un nuovo paradigma di business in rapidissima ascesa grazie alla consapevolezza crescente sulla tematica e l'urgenza di un cambiamento necessario. Non solo, viene anche considerato l'impatto sui 17 SDG facenti parte dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile da realizzare mediante il coinvolgimento di aziende, privati e istituzioni.

→ http://www.societabenefit.net/

→ https://bcorporation.eu/

Essere Società Benefit

Le Società Benefit rappresentano la sostanziale e concreta evoluzione del tradizionale modello di società in quanto perseguono lo scopo di lucro utilizzando il profitto come mezzo per creare un beneficio che si ripercuote su azionisti e su numerose categorie di soggetti con i quali la stessa interfaccia come ad esempio collaboratori, fornitori, ambiente e società. Le Società Benefit sono una nuova forma giuridica introdotta nel 2016 in Italia e rappresentano un modello che va oltre il semplice concetto di azienda: le società tradizionalmente conosciute detengono l'unico scopo di distribuire dividendi agli azionisti in un'ottica definita di shareholder value, mentre le Società Benefit in aggiunta agli obiettivi di profitto, inseriscono nell'oggetto sociale anche lo scopo di avere un impatto positivo su società e ambiente al fine di bilanciare l'interesse degli azionisti con quello di tutti gli altri portatori di interesse e misurando in modo completo tutti i propri risultati di impatto, comunicandoli con trasparenza attraverso una relazione di impatto che si integra alla tradizionale reportistica dell'azienda (tradotta nel concetto di stakeholder value). Tale forma giuridica ha dato spinta a un nuovo ruolo dell'impresa, ormai imprescindibile nell'oggi e nel domani e che serve a trasformarla dal suo interno in una crescita consapevole e sostenibile nel tempo per assicurare una creazione di valore continua.



Finalità di beneficio comune

Dal nostro Statuto sono elencati 3 obiettivi di beneficio comune:

1. Contribuire alla soddisfazione e al benessere del personale dipendente o collaboratore della società attraverso iniziative volte alla crescita sia sotto il piano umano che professionale della persona, quali ad esempio: incentivare e contribuire economicamente alla partecipazione a corsi di formazione sulle soft-skill; valorizzare il più possibile i talenti e le passioni individuali, cercando modalità con le quali questi possano integrarsi con l'attività aziendale diventandone risorsa;

2. Ridurre l''impatto ambientale della propria attività eliminando quanto più possibile la produzione di rifiuti, preferendo di volta in volta soluzioni riciclabili o riutilizzabili;

3. Prendersi cura dell'ambiente e del territorio promuovendo, organizzando e sponsorizzando attività volte a pulire, preservare, curare luoghi e spazi comuni.

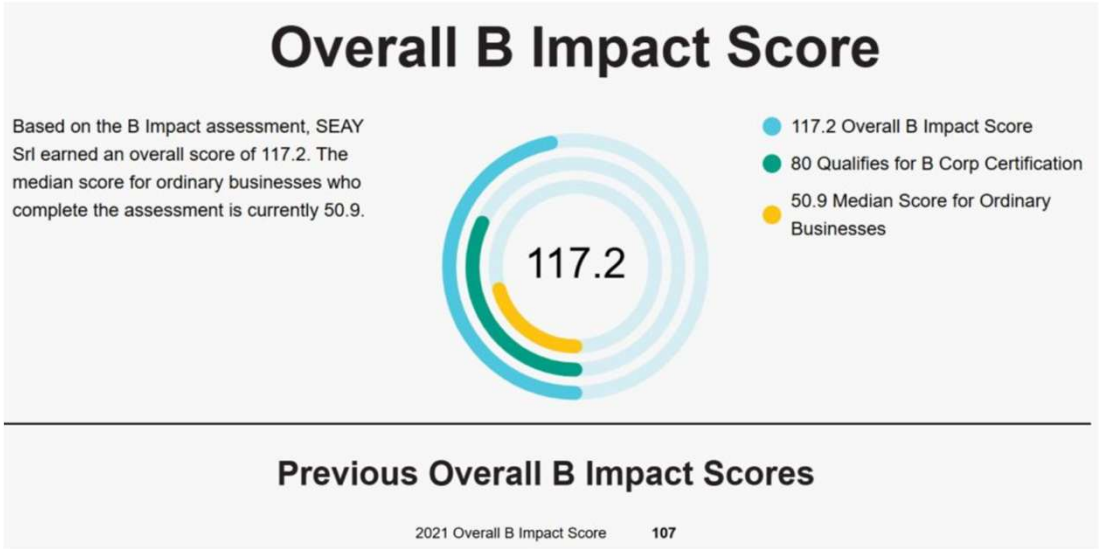
Nel corso dell’esercizio 2025 gli sforzi della società sono stati orientati congiuntamente al raggiungimento di un positivo posizionamento economico-finanziario nonché al costante miglioramento dell’impatto sui suoi portatori di interesse, coerentemente con quanto esplicitato dagli obiettivi di beneficio comune.

Analisi aree di impatto

L'utilizzo dello standard internazionale del B Impact Assessment (BIA), che rispetta quanto definito nella disciplina delle società benefit, prevede la valutazione dell'impatto generato nell'ambito di 6 aree di valutazione:

- governance
- etica e trasparenza
- lavoratori
- ambiente
- comunità
- clienti

A lato il punteggio ottenuto, il secondo più alto tra le fashion company italiane certificate, a seguito della ri-certificazione ottenuta nel 2024:



Governance

Coinvolgimento degli stakeholder

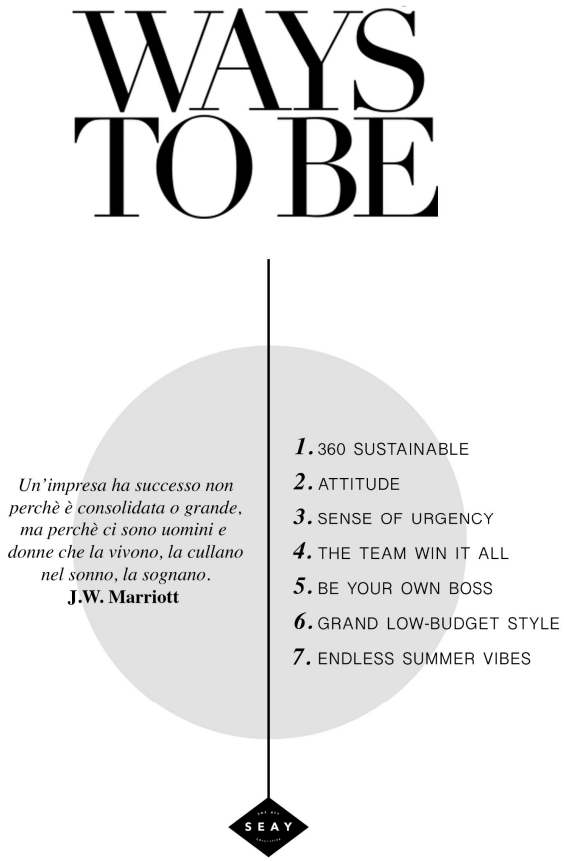
L'azienda conta su processi costanti e continuativi per raccogliere dai suoi stakeholder (fornitori, clienti, riunioni ecc.) riscontri sulle sue attività e progetti di sostenibilità.

Livello di impegno per creare impatto positivo

L'azienda applica costantemente la politica del Corporate Shared Value in considerazione dell'impatto sociale e ambientale generato, esiziale per il successo e la redditività del proprio business; possiede una mission aziendale scritta che comprende l'impegno per un impatto sociale positivo specifico; integra la performance sociale e ambientale nel processo decisionale; fornisce formazione ai lavoratori su aspetti sociali e ambientali rilevanti per l'azienda e per la sua missione; conduce riunioni periodiche interne che comprendono formalmente aspetti sociali e ambientali.

Formazione sulla performance sociale e ambientale

I principi e le pratiche ambientali e sociali sono incorporate in azienda nei programmi di formazione sia verso i dipendenti sia verso i collaboratori che co operano con l'azienda.



Etica e trasparenza

Comunicazione dell'impatto dell'azienda

L'azienda diffonde pubblicamente e annualmente informazioni riguardanti la propria performance sociale e ambientale; fornisce descrizioni dei programmi e delle iniziative in corso; divulga pubblicamente risultati e indicatori specifici e quantificabili della propria performance sociale o ambientale; aggiorna costantemente circa le attività di divulgazione e comunicazione effettuate.

Divulgazione del Codice Etico

L'azienda sensibilizza e forma al rispetto del Codice Etico a tutti i nuovi assunti e collaboratori al fine di divulgare e diffondere i principi etici, valoriali e norme di comportamento interni.

Protezione della missione

Nel 2020 al fine di garantire legalmente che la propria performance sociale o ambientale faccia parte del processo decisionale nel tempo, indipendentemente dalla proprietà dell'azienda, è stata deliberata l'adozione della forma giuridica di Società Benefit: grazie all'elencazione di 3 obiettivi di beneficio comune, così facendo ha definito e comunicato chiaramente gli intenti non finanziari, con lo scopo di svolgere anno dopo anno attività che ne consentano il raggiungimento di nuovi risultati e l'ottenimento di crescenti impatti positivi.

Lavoratori

Iniziative per la salute e il benessere

L’azienda ha mantenuto la policy di SmartWorking, puntando all’efficientamento organizzativo, al minor impatto sull’ambiente degli spostamenti casa-lavoro e ad un miglior equilibrio tra vita lavorativa e personale di ciascun collaboratore e lavoratore potenziando lo strumento della flessibilità oraria. A ciascun membro è richiesta la presenza minima in ufficio di un giorno a settimana. A tutti i dipendenti presenti fisicamente in ufficio viene garantito l’accesso all’area caffè e ristoro senza limiti d’orario con caffè e bevande disponibili a titolo gratuito

Clean-up e Workshop

Sono stati organizzati attività all’aria aperta, approfondimenti e attività volte alla formazione e alla sensibilizzazione in tema rifiuto. La raccolta dei materiali è avvenuta durante un’attività di Clean Up promossa da SEAY e Mare Vivo Veneto in collaborazione con Magazzini Berton, realtà unite dalla volontà di proteggere l’ambiente e promuovere un futuro più consapevole.

Comunità

Accordo di rete filiera tecnologico professionale

Nel corso del 2025 si è contribuito al percorso di costituzione di una rete di filiera che conta al suo interno L'Istituto Tecnico G. Piovene di Vicenza, il mondo lavorativo ed istituzionale con l'obiettivo di realizzare una filiera tecnologico-professionale in campo finanza-marketing con focus su bilancio di sostenibilità ed ESG management.

Promuovere una migliore performance sociale e ambientale

L'azienda collabora stabilmente con una Cooperativa sociale del territorio per il recupero di persone disagiate: tale coinvolgimento permette di realizzare lo scopo sociale plurimo interno.

Impegno nella divulgazione delle buone pratiche di business

L'azienda offre costante supporto a tutti i laureandi / dottorandi o studenti che necessitino di supporto e/o contenuti per lo sviluppo dei loro elaborati indipendentemente dal fatto che essi siano tesi di laurea, dottorati di ricerca o ricerche specifiche collegate a modelli di business sostenibili e digitali. Nel corso del 2025 numerose sono state le interviste e gli approfondimenti che hanno permesso a tutti coloro lo richiedessero di raccogliere informazioni necessarie allo sviluppo di elaborati di ricerca.

Comunità

Donazione di prodotto per il supporto di comunità locali

L’azienda ha contribuito mediante la donazione di proprio prodotto a manifestazioni di carattere sportivo sviluppato per incentivare l’avvicinamento dei più giovani o dell’universo femminile a sport acquatici quali il wake-board ed il SUP.

Ambiente

Certificazioni ambientali

L'utilizzo di materiali certificati permette di ridefinire la produttività della catena del valore incrementando l'efficienza dei processi, favorendo il riutilizzo di materiali non vergini con l'obiettivo di migliorare i processi di distribuzione per generare un vantaggio economico e sociale.

Sviluppo delle collezioni

Una produzione prevalentemente made in Italy assicura vantaggi ambientali in termini di emissioni di Co2 contenute rispetto a filiere produttive tradizionalmente localizzate in asia per il settore tessile-abbigliamento. L’adozione di materiali certificati GRS comprova l’impegno nella riduzione dell’impiego di materia prima vergine con l’obiettivo di contenere l’impiego di risorse.

Ambiente

Modello Re3

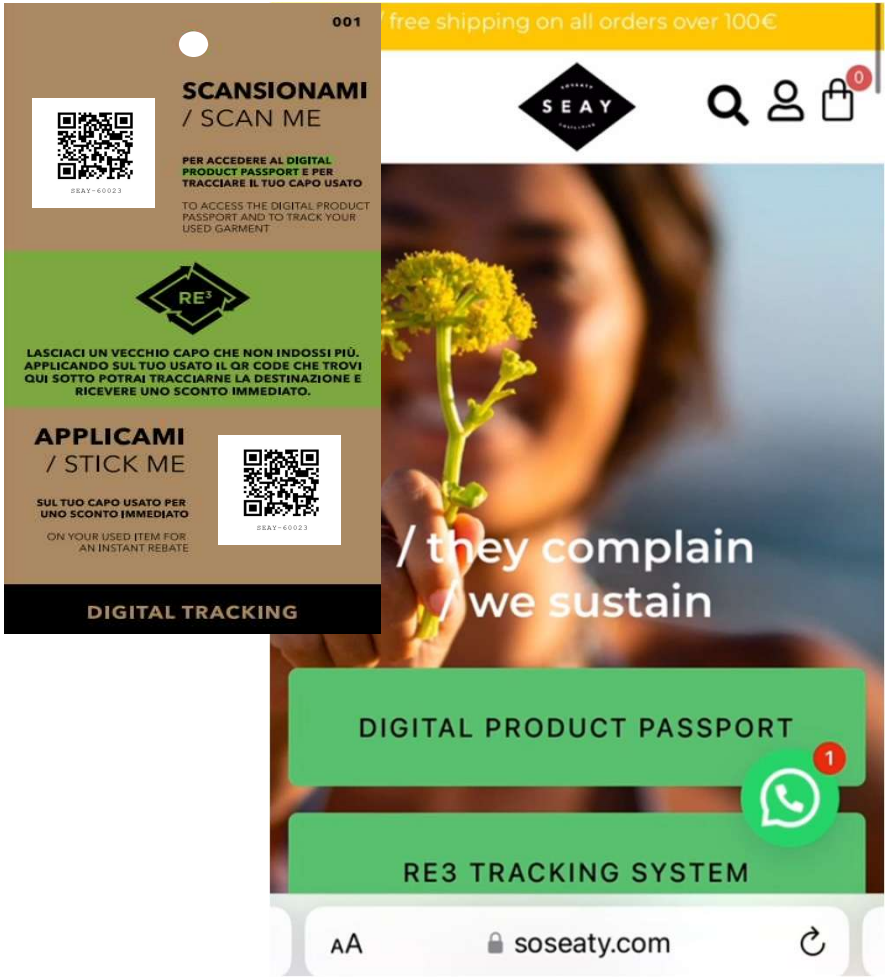
Seay ha inventato ed ingegnerizzato un modello di economia circolare volto a ridurre l'impatto ambientale dei capi usati: una rete che garantisce una estensione del ciclo di vita dei prodotti e assicura la riduzione delle esternalità negative che gli sprechi generano.

Incentivo di pratiche virtuose per l’ambiente

Abbiamo contribuito allo sviluppo di pratiche virtuose buone per l’ambiente come alternativa a modelli non adatti ad un positivo sviluppo futuro tra i quali annoveriamo:

- Promozione di un Blue Friday in sostituzione al tradizionale Black Friday.

Grazie all’estensione della partnership con Giulia Farnetani e alla sponsorizzazione della traversata oceanica in solitaria con un impatto neutrale per l’ambiente. L’intero ricavato della vendita di questa collaborazione speciale è stata donata a Giulia per sostenere i costi del suo ambizioso progetto: il Mini Transat 2025.



Clienti

Awareness condivisa

Il core business aziendale è incentrato sulla tutela dell'ambiente e in particolar modo dei mari: dall'oggetto della nostra attività molte nostre iniziative sono dirette al miglioramento nell'educazione dei clienti, supportando quel processo di conoscenza del prodotto e del servizio offerto oltre che di consapevolezza dei cambiamenti climatici e delle conseguenze e dinamiche in atto.

Meeting

L'azienda comunica costantemente approfondimenti e informazioni sui temi della sostenibilità.

Interfaccia digitale

Ha sviluppato un’interfaccia digitale che permetta ai clienti di tracciare la destinazione dei capi usati mediante l'utilizzo di un QR code e, grazie ad un Digital Product Passport, di rendere trasparenti il made in del capo, dei materiali, le certificazioni, il ciclo di vita atteso ed il livello di riciclabilità di ogni singolo prodotto posto in commercio.

Obiettivi 2026

GOVERNANCE

Massimizzare gli sforzi in tema di trasparenza comunicativa, intensificando la comunicazione su temi rilevanti per i nostri stakeholder e rafforzandone la fiducia.

PERSONE

Obiettivo di rafforzamento dell’organico con l’inserimento di nuovi profili professionali idealmente di sesso femminile per migliorare il gender mix attuale.

Si intende continuare il lavoro iniziato circa lo sviluppo del piano aziendale rivolto all'incremento del benessere delle persone e work-life balance introducendo un paternity leave per i collaboratori di genere maschile che diventeranno padri nel corso del 2026.

AMBIENTE

Avvio studio per l’adozione di un sistema di generazione di energia elettrica mediante pannelli fotovoltaici nella sede operativa di Arcugnano (VI).

Stimolare la partecipazione degli stakeholder nelle molteplici iniziative realizzate nel corso dell’anno puntando ad una maggior presenza fisica in occasione di clean-up, incontri di formazione e divulgazione.

COMUNITA’

Estendere il numero di relazioni virtuose con enti del terzo settore, istituti di formazione e associazioni di volontariato finalizzate allo sviluppo di buone pratiche di natura sociale e ambientale.

Conclusioni

Questo documento rappresenta la nostra quarta Relazione di Impatto, mediante la quale una Società Benefit rendiconta il valore creato per la società e l'ambiente e come questo valore si contestualizza in relazione agli obiettivi definiti nell'oggetto sociale grazie all'adozione ufficiale dello status di Società Benefit.

Al di là dei risultati di tipo economico e finanziario che, per quanto fondamentali, sempre più dimostrano la loro circoscritta valenza nel quantificare ed esprimere il ruolo, lo scopo e la visione aziendale, dal 2020 l'impegno, la costanza e dedizione sulle tematiche esposte nella presente Relazione ci hanno permesso di rendere una comunicazione trasparente degli obiettivi raggiunti, delle prospettive in atto e delle azioni programmabili e di impatto nel medio lungo termine.

SEAY Srl Società Benefit
Strada di casale 98, 36100 (VI)

SEAYofficial.com
IG: SEAY_official
Info@soseaty.com