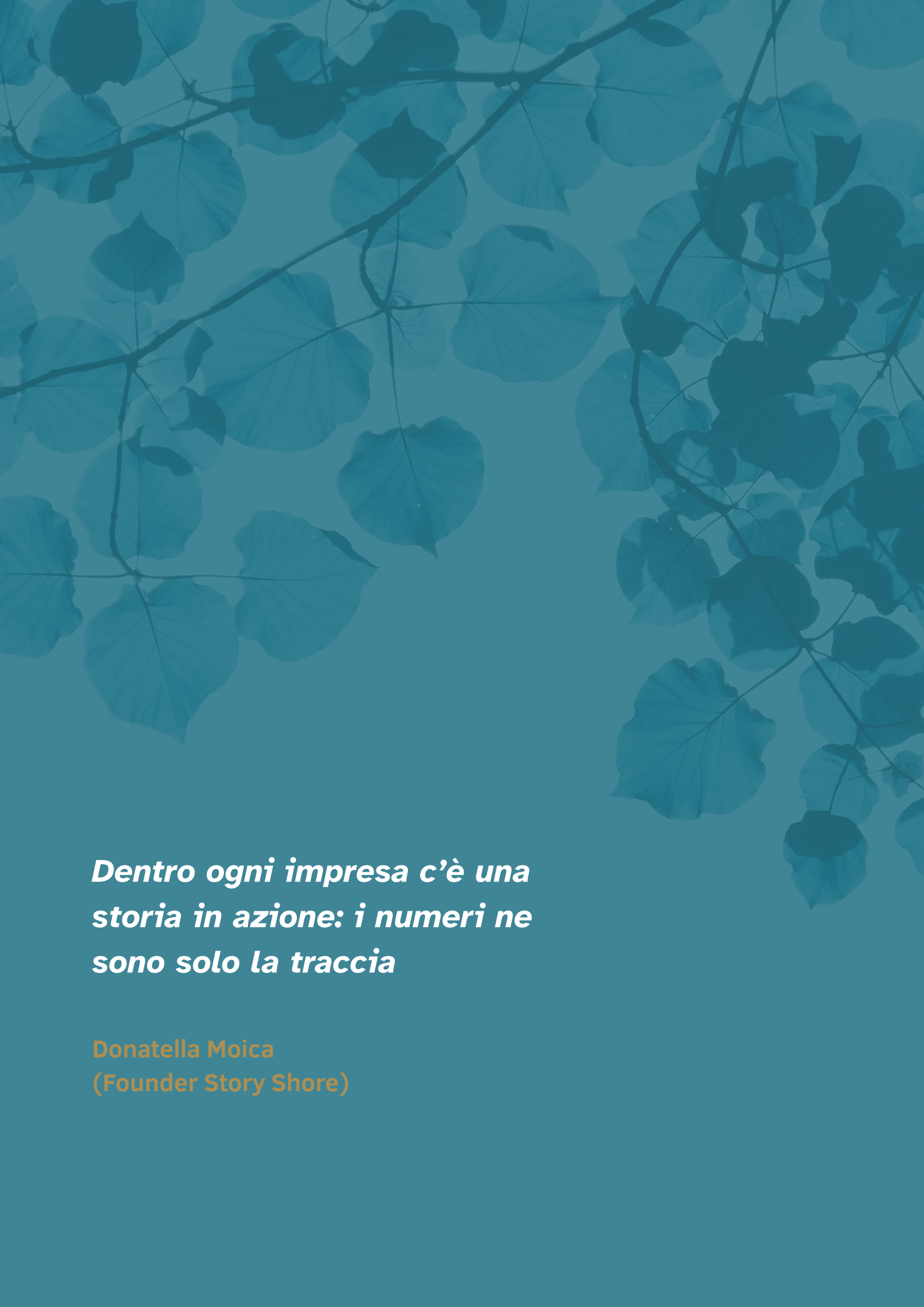




Story Shore S.R.L Società Benefit

RELAZIONE DI IMPATTO 2025

STORYSHORE
from your story to shared futures

The background is a solid teal color with a faint, repeating pattern of leaves and branches, likely from a tree, in a slightly darker shade of teal. The leaves are scattered across the frame, with some appearing more prominent than others.

***Dentro ogni impresa c'è una
storia in azione: i numeri ne
sono solo la traccia***

**Donatella Moica
(Founder Story Shore)**

INDICE DEI CONTENUTI

Introduzione

Lettera agli stakeholder
Contesto e finalità del documento
Nota metodologica
Beneficio comune (statuto)

1

Identità e approccio

Identità, missione e visione
Il problema che l'azienda intende affrontare
L'impresa generativa

2

Modello di impatto

Teoria del cambiamento (Theory of Change)
Stakeholder e ambiti
Riferimenti metodologici (SDGs)

3

Attività del primo anno

I percorsi sviluppati
La presenza online e una nascente community
Il primo anno in numeri
Risultati e riflessioni

4

Obiettivi futuri

I percorsi
Il progetto sociale — La Tribù
La presenza culturale

5

Lettera agli stakeholders

Le imprese prendono decisioni ogni giorno, ma raramente si fermano a interrogarsi sulla storia da cui quelle decisioni nascono.

Eppure, in un contesto in cui il cambiamento è costante e spesso disorientante, la difficoltà non è solo trovare nuove strategie, ma riconoscere il senso di ciò che si sta attraversando e tradurlo in direzione.

Da questa riflessione nasce Story Shore. Una realtà che fin da subito si è concretizzata negli ideali di persone che credono che il cambiamento culturale si costruisca dall'interno, tra cui tre donne che hanno creduto fin dall'inizio in questa visione, portando la compagine societaria a una maggioranza femminile del 67%.

Il suo obiettivo è quindi esplorare la scrittura autobiografica come metodo per comprendere l'impresa, mettendo in relazione esperienza, identità e visione, trasformando la storia in una bussola per decidere e agire.

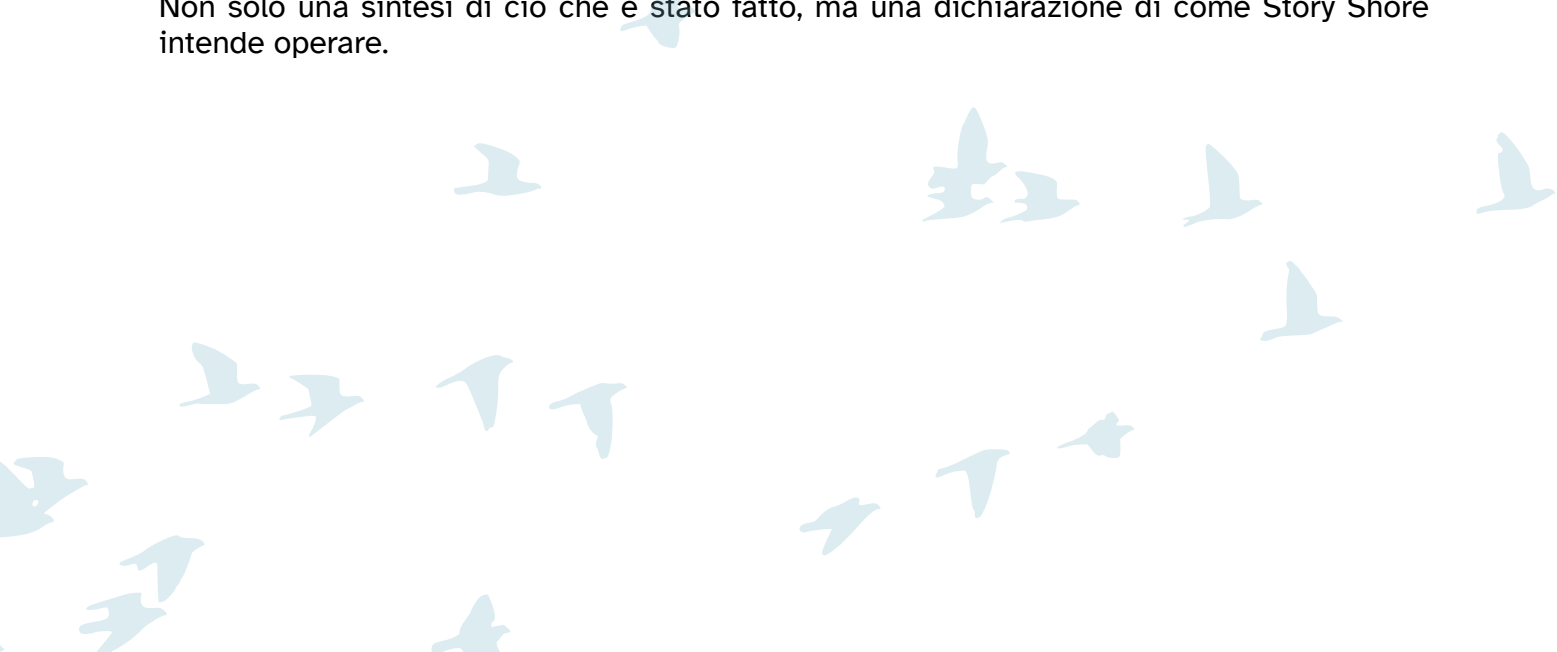
Il primo anno di attività si colloca in una fase iniziale, dedicata alla costruzione di questo approccio. Parallelamente, Story Shore ha iniziato a immaginare uno spazio, fisico e simbolico, in cui le storie possano essere condivise, rilette e trasformate in possibilità.

Questo documento riflette tale fase. Non rappresenta una rendicontazione di risultati consolidati, ma un esercizio di trasparenza rispetto a un percorso che è ancora in costruzione.

La scelta di adottare il modello di società benefit nasce da una presa di coscienza: l'impresa non è mai separata dal contesto in cui opera. Ogni decisione si inserisce in un sistema più ampio, fatto di relazioni e conseguenze che attraversano società, economia e ambiente. In questo senso, l'impatto non è qualcosa che si aggiunge, ma qualcosa che esiste comunque, e di cui è necessario diventare consapevoli. Le storie sono uno strumento per fare ciò. Per risalire agli istanti che hanno definito queste relazioni e usarle come basi per la costruzione di futuri più consapevoli e generativi.

Questo primo bilancio d'impatto rappresenta quindi un punto di partenza.

Non solo una sintesi di ciò che è stato fatto, ma una dichiarazione di come Story Shore intende operare.



Contesto e finalità del documento

Questo documento rappresenta il primo bilancio d'impatto di Story Shore, redatto in coerenza con il modello di società benefit e in conformità con la Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (commi 376-384).

Si inserisce in una fase iniziale dell'attività, con la finalità di restituire in modo trasparente il percorso intrapreso e le basi su cui Story Shore intende costruire il proprio impatto nel tempo.

Nota metodologica

Data la fase iniziale del progetto, la valutazione dell'impatto non si basa su indicatori quantitativi strutturati, ma su un approccio qualitativo orientato alla definizione del modello e delle sue logiche di funzionamento.

Il documento è stato sviluppato integrando diversi riferimenti metodologici, utilizzati come strumenti di orientamento piuttosto che come standard applicati in modo formale.

Story Shore adotta una Theory of Change come principale riferimento metodologico, al fine di esplicitare le relazioni tra le attività sviluppate, i cambiamenti attesi e l'impatto che si intende generare nel tempo.

Inoltre Story Shore si ispira agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite come quadro di riferimento generale, e ai principi di trasparenza, rilevanza e completezza propri degli standard di rendicontazione.

L'analisi si concentra quindi sulla coerenza tra intenzione, struttura e direzione, ponendo le basi per l'introduzione progressiva di strumenti di misurazione più strutturati negli anni successivi.

Beneficio comune (statuto)

In coerenza con lo statuto, Story Shore persegue finalità di beneficio comune orientate a generare un impatto positivo sulla società attraverso attività narrative, formative e digitali.

In particolare, accompagna imprese (con una particolare attenzione a quelle guidate da donne) nello sviluppo di modelli capaci di integrare valore economico, sociale e ambientale.

Promuove inoltre percorsi orientati all'empowerment, allo sviluppo delle competenze, al benessere e all'inclusione, valorizzando l'equilibrio tra vita e lavoro.

L'impegno si estende alla diffusione di modelli economici sostenibili e rigenerativi, attraverso collaborazioni con attori pubblici e privati, contribuendo alla costruzione di reti e contesti orientati all'innovazione e allo sviluppo.



2

Identità e approccio

Identità, missione e visione

Storyshore è una società benefit che opera all'intersezione tra narrazione, strategia e trasformazione d'impresa.

La sua **identità** si fonda sull'idea che le organizzazioni non siano solo sistemi economici, ma sistemi di senso, costruiti nel tempo attraverso esperienze, decisioni e relazioni.

In questo contesto, la **missione** di Story Shore è sviluppare e applicare la scrittura autobiografica come metodo per comprendere l'impresa, rendere visibili le dinamiche che ne guidano l'evoluzione e orientare le decisioni nel presente. Attraverso percorsi, mentorship e contenuti, accompagna individui e organizzazioni nei processi di comprensione, ridefinizione e trasformazione.

La **visione** è contribuire a un modello di impresa più consapevole, in cui la capacità di leggere la propria storia diventi parte integrante della capacità di decidere e agire. In questa prospettiva, la narrazione non è comunicazione, ma una leva per generare coerenza, responsabilità e direzione.

Il problema che l'azienda intende affrontare

Le imprese operano in contesti sempre più complessi, ma spesso affrontano il cambiamento attraverso strumenti che privilegiano l'analisi tecnica rispetto alla comprensione delle proprie dinamiche interne.

Questo genera una distanza tra le decisioni che vengono prese e la capacità di interpretarne il significato, le implicazioni e le conseguenze nel tempo. Strategie, modelli e framework vengono applicati senza essere realmente integrati nei processi di comprensione dell'impresa.

In questo contesto, sostenibilità, trasformazione e responsabilità rischiano di essere trattate come ambiti separati, piuttosto che come dimensioni interconnesse dell'agire d'impresa.

Story Shore nasce per lavorare su questa distanza, proponendo un approccio che parte dalla storia dell'impresa per ricostruirne le traiettorie, rendere visibili le relazioni che ne hanno definito lo sviluppo e utilizzare questa comprensione come base per orientare le scelte future.

In questo frangente, particolare attenzione viene posta al contesto dell'imprenditoria femminile. Le donne rappresentano meno del 20% delle imprese in Italia, il 28% dei ruoli manageriali e il 31,5% dei consigli di amministrazione, eppure costituiscono il 51% della forza lavoro e il 68% è più istruito degli uomini.

Il problema non è la capacità. È la narrazione. Le donne sono ancora troppo spesso frenate da stereotipi culturali che ne limitano le possibilità di crescita, non per mancanza di competenze, ma per mancanza di modelli e storie in cui riconoscersi.

L'impresa generativa

Il termine **impresa generativa** prende ispirazione dalla **generatività sociale** che promuove la possibilità di un modo nuovo di produrre capace di impattare positivamente nello spazio e nel tempo. Un'impresa è generativa quando si prende cura del proprio ecosistema e, di fatto, prendendosi cura di esso si prende anche cura del proprio successo e del proprio perdurare nel tempo. Essere generativi non significa aggiungere una dimensione "sociale" all'impresa, ma integrare le dimensioni economiche, sociali e ambientali all'interno di una stessa logica decisionale. In un contesto caratterizzato da cambiamenti sistemici, gli strumenti tradizionali di gestione rischiano di essere insufficienti, perché non permettono di leggere la complessità delle relazioni in cui le decisioni si inseriscono. La generatività diventa quindi un'evoluzione necessaria, capace di integrare crescita e responsabilità, sviluppo e sostenibilità.

Il lavoro e l'impresa rappresentano uno dei principali spazi attraverso cui le persone costruiscono stabilità, identità e possibilità di scelta. Per questo motivo, il modo in cui le imprese operano ha un impatto diretto non solo sull'economia, ma sulla qualità della vita delle persone e sul futuro dei contesti in cui sono inserite. In questa prospettiva, diventa necessario superare una visione dell'impresa centrata esclusivamente sulla performance economica, per riconoscerne il ruolo come attore che contribuisce alla costruzione della società.

Un'impresa generativa è un'impresa che produce valore non solo per sé, ma per il sistema di relazioni di cui fa parte.

Questo si traduce nella capacità di:

creare valore condiviso nel tempo

rafforzare i contesti in cui opera

generare condizioni di maggiore equilibrio tra crescita economica e sostenibilità

Le imprese che sviluppano questa capacità tendono a essere più resilienti, perché operano in modo coerente con le dinamiche del contesto e con i bisogni emergenti

Story Shore interviene su questo passaggio lavorando sulla capacità delle imprese di comprendersi.

Attraverso i propri percorsi, accompagna individui e organizzazioni a riconoscere le dinamiche che hanno guidato le loro scelte, rendere visibili le relazioni tra identità, decisioni e impatto, sviluppare una maggiore consapevolezza rispetto al proprio ruolo nel contesto.

L'obiettivo non è proporre modelli predefiniti, ma attivare un processo che permetta a ciascuna impresa di costruire una propria forma di generatività, coerente con la propria storia e con il contesto in cui opera



3

Modello di impatto

Theory of Change

La Theory of Change è un framework metodologico utilizzato a livello internazionale per pianificare e valutare l'impatto sociale. Esplicita la catena causale che collega le attività di un'organizzazione ai cambiamenti che intende generare, distinguendo tra output, outcome e impatto di lungo periodo.

Il modello di impatto di Storyshore si basa sull'idea che la qualità delle decisioni di un'impresa dipenda dalla sua capacità di comprendersi.

Il percorso che Story Shore ha intrapreso in questo primo anno si sviluppa attraverso una sequenza progressiva, che qui viene esplicitata nei suoi passaggi fondamentali.

ATTIVITÀ

Sviluppo dell'architettura metodologica completa (T.R.A.M.E., T.A.L.A. Academy, Mentorship) · Costruzione del sito e della presenza digitale · Produzione di contenuti per newsletter, blog e social · Avvio delle prime relazioni e della community

OUTPUT

Tre format di percorso progettati, strutturati e pronti all'erogazione · Identità digitale e sito web attivi · Newsletter avviata con prime iscrizioni · Posizionamento pubblico del brand definito

OUTCOME

Chiarezza e coerenza interna tra metodo, identità e visione strategica · Prime relazioni significative con chi guida un'impresa o un progetto in fase di transizione · Community nascente orientata alla leadership consapevole

IMPATTO

Contribuire allo sviluppo di modelli di leadership più consapevoli e generativi · Diffondere una cultura d'impresa che integra storia personale, identità e valore sociale, economico e ambientale

Stakeholders e ambiti

Story Shore si rivolge a una pluralità di soggetti, accomunati non da una categoria anagrafica o professionale, ma da una condizione: trovarsi in un momento di transizione, ridefinizione o ricerca di direzione nel proprio percorso professionale o imprenditoriale.

Gli stakeholder principali sono le persone che scelgono di partecipare ai percorsi, posizionati al centro del modello, coloro per cui il lavoro di Story Shore è pensato in prima istanza. Attorno a loro si costruisce una community più ampia, fatta di chi segue i contenuti, si iscrive alla newsletter e partecipa alla conversazione pubblica che Story Shore alimenta sul tema della narrazione e della leadership consapevole. A questo si aggiungono i partner e i collaboratori con cui l'azienda sta costruendo relazioni, e più in generale il contesto culturale ed economico in cui opera, inteso come interlocutore e come destinatario indiretto di un cambiamento più ampio.

Gli ambiti in cui Story Shore intende generare impatto sono tre e tra loro interconnessi:



la cultura d'impresa e la leadership, attraverso la promozione di un modello decisionale più consapevole e radicato nell'identità;

la narrazione e l'identità organizzativa, come strumento di comprensione interna prima ancora che di comunicazione esterna;

e la sostenibilità e l'impatto sociale, nella convinzione che imprese più consapevoli di sé siano anche più capaci di agire in modo responsabile nei confronti del contesto in cui operano.

Riferimenti metodologici (SDGs)

Storyshore si ispira agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite come quadro di riferimento generale. Questi non implicano una conformità formale agli standard, ma offrono un orientamento per la valutazione del proprio impatto.



SDG 5.5.2 – LEADERSHIP FEMMINILE

Storyshore si impegna a favorire la partecipazione piena ed effettiva delle donne e l'accesso a ruoli di leadership nei processi decisionali, attraverso strumenti di divulgazione, supporto e sensibilizzazione rivolti al mondo imprenditoriale.

In questo primo anno, tale impegno si è tradotto nella pubblicazione di storie di professioniste e imprenditrici, che ne raccontano percorsi, momenti di crisi e di trasformazione. L'obiettivo è duplice: da un lato ispirare giovani donne a intraprendere un percorso imprenditoriale, dall'altro offrire a chi è già inserita in questo contesto strumenti per rileggere il proprio percorso, comprenderlo e utilizzarlo come base per orientare le scelte future.



SDG 10.2 – INCLUSIONE

Storyshore si impegna a favorire l'inclusione e ad ampliare l'accesso alle opportunità di partecipazione, attraverso la creazione di contenuti e percorsi accessibili.

In questo primo anno, tale impegno si è tradotto nella messa a disposizione di contenuti gratuiti e nell'introduzione di posti riservati a partecipanti che desiderano accedere ai percorsi ma incontrano ostacoli economici o professionali. L'obiettivo è ridurre le barriere di accesso e rendere il metodo disponibile a una pluralità più ampia di persone, indipendentemente dal punto di partenza.



SDG 12.8 – CONSAPEVOLEZZA

Storyshore si impegna a promuovere la consapevolezza sui modelli di sviluppo e sul ruolo delle imprese nella costruzione di un futuro sostenibile, accompagnando imprenditori e professioniste verso una progressiva trasformazione in senso generativo.

In questo primo anno, tale impegno si è tradotto nella produzione di contenuti e nell'avvio di percorsi formativi orientati a collegare la storia personale alle scelte d'impresa. L'obiettivo è sviluppare una maggiore consapevolezza dell'impatto delle decisioni economiche e favorire l'evoluzione delle imprese verso modelli capaci di generare valore nel tempo, non solo economico ma anche sociale, culturale e ambientale.



4

Attività del primo anno

I percorsi sviluppati

TRAME

T.R.A.M.E. è il percorso narrativo autobiografico sviluppato da Story Shore per accompagnare chi guida un'impresa, un team o un progetto professionale in un processo di comprensione e riconnessione con la propria storia.

Il metodo si articola in cinque tappe e si svolge attraverso tre workshop intensivi in gruppo della durata di circa tre ore ciascuno. Questi sono affiancati da un diario narrativo che accompagna il lavoro personale tra un incontro e l'altro. Il percorso è disponibile in formato live, online e intensive, per adattarsi a contesti e ritmi diversi.

L'obiettivo non è insegnare tecniche, ma attivare un processo di senso: aiutare chi partecipa a riconoscere gli snodi che hanno definito le proprie scelte, a ritrovare coerenza tra identità e progetto, e a sviluppare una leadership più consapevole e generativa.

Quando si conosce la propria storia, si riesce a guidare, collaborare e comunicare in modo più autentico, qualità fondamentali tanto nella gestione di un team quanto nella relazione con clienti e partner.

T.R.A.M.E. si rivolge a imprenditrici e professioniste, manager in fase di transizione, team aziendali e a chiunque senta il bisogno di dare coerenza al proprio percorso o di integrare sostenibilità e innovazione nel proprio modo di operare. Non sono richieste competenze specifiche: serve solo la disponibilità a fermarsi, ascoltarsi e mettere ordine nella propria storia.

Il percorso è pensato come punto di ingresso al metodo Story Shore. Completo e autonomo ma aperto a chi vorrà proseguire con T.A.L.A. Academy o la Mentorship.

Ogni edizione prevede due posti gratuiti riservati a chi desidera partecipare ma incontra ostacoli economici o professionali, in coerenza con la missione di Story Shore come società benefit.

I percorsi sviluppati

T.A.L.A. ACADEMY

T.A.L.A. Academy è il percorso annuale di Story Shore per chi vuole integrare crescita personale e sviluppo professionale in modo consapevole e generativo

Il percorso si articola in tre fasi complementari: **Tracce**, dedicata a riscrivere la propria storia e riconoscere i nodi trasformativi; **Mappe**, per costruire una visione chiara, strategica e generativa; **Bussole**, per attivare strumenti decisionali orientati a un agire coerente e sostenibile. Le tre fasi si sviluppano nell'arco di un anno attraverso sette incontri online mensili e due seminari esperienziali in presenza, pensati per alternare formazione, sperimentazione e networking.

Gli strumenti che accompagnano il percorso spaziano dai quaderni narrativi guidati ai canvas strategici, dalle mappe dei nodi trasformativi agli strumenti di scenario planning, fino a toolkit di decision making e linee guida per la leadership generativa.

Ogni partecipante ha accesso a una community dedicata, che continua a vivere anche al di fuori degli incontri formali.

T.A.L.A. Academy si rivolge a chi guida un'impresa, un team o un progetto e sente il bisogno di riallineare identità, purpose e impatto, indipendentemente dalle dimensioni dell'organizzazione o dalla fase del percorso professionale. È aperta a chi gestisce un'attività, a chi dirige una grande azienda, a chi si trova in una fase di cambiamento e cerca strumenti per orientarsi con più consapevolezza.

Se T.R.A.M.E. è il primo approdo, T.A.L.A. è un viaggio più profondo e strutturato, che agisce sull'identità d'impresa e sulle strategie di lungo periodo.

I percorsi sviluppati

MENTORSHIP

La Mentorship di Story Shore è un percorso individuale e su misura, fondato su una relazione peer-to-peer tra chi accompagna e chi viene accompagnato.

A differenza del coaching tradizionale, basato su tecniche di performance e su una relazione asimmetrica, qui chi guida è una professionista che ha vissuto in prima persona percorsi simili, con una formazione specifica per facilitare processi di consapevolezza attraverso il dialogo, la scrittura autobiografica e strumenti di riflessione strategica.

Il percorso parte dalla storia personale, la attraversa nel presente e orienta l'azione verso un obiettivo concreto: può riguardare una sfida imprenditoriale, una riorganizzazione aziendale, un passaggio di ruolo o una fase di cambiamento più ampia.

Il numero di sessioni, obiettivi e materiali vengono definiti insieme, adattandosi al momento che si sta vivendo e alla trasformazione che si desidera attivare.

Gli strumenti utilizzati integrano la narrazione autobiografica con elementi strategici: mappe di significato, riscrittura narrativa, storytelling d'impresa, analisi delle decisioni e pianificazione. Il risultato non è solo una maggiore chiarezza sugli obiettivi, ma una leadership più coerente con i propri valori, capace di generare impatto nel tempo, su sé stessi, sulla propria organizzazione e sul contesto in cui si opera.

La Mentorship si rivolge a chi guida un'impresa o un progetto e si trova in una fase di transizione o evoluzione, a chi desidera riposizionarsi con coerenza o a chi sente il bisogno di mettere ordine nella propria narrazione personale e professionale.

È lo spazio più personalizzato del metodo Story Shore, distinto da T.R.A.M.E. e T.A.L.A. Academy per la sua natura individuale e per la centralità della relazione come strumento di orientamento.

La presenza online e una nascente community

Parallelamente allo sviluppo del metodo, il 2025 è stato l'anno in cui Story Shore ha costruito la propria presenza pubblica; uno spazio in cui la visione dell'azienda potesse diventare visibile e accessibile prima ancora del lancio dei percorsi.

Il sito è andato online a settembre 2025, diventando il primo punto di accesso al metodo, alla storia e alla missione di Story Shore. Non solo una vetrina, ma un luogo in cui il metodo narrativo si esprime già nella forma: ogni pagina è pensata per accompagnare chi la legge in un processo di riconoscimento, prima ancora che di acquisto.

Una scelta che caratterizza Story Shore fin dall'inizio è quella di rendere accessibile gratuitamente una parte significativa del proprio lavoro. Nei mesi successivi all'apertura del sito sono stati pubblicati dieci articoli di blog, su temi come sostenibilità, narrazione d'impresa, leadership e purpose, liberamente leggibili da chiunque, senza registrazione. A questi si affiancano sei e-book gratuiti, scaricabili da chiunque si iscriva alla newsletter. Quattro raccolgono le interviste a professionisti con percorsi significativi, storie reali di chi ha attraversato momenti di transizione, cambiamento e ridefinizione professionale. I restanti due introducono il metodo attraverso esercizi pratici di scrittura autobiografica, pensati per aiutare chi li legge a usare la propria storia come strumento per trovare direzione e purpose nel lavoro. Sono il primo esempio concreto del metodo Story Shore applicato in forma autonoma e accessibile.

Questa scelta è coerente con la missione di società benefit e con la convinzione che il cambiamento culturale si costruisce anche rendendo gli strumenti accessibili, prima ancora che vendibili.

La newsletter ha raggiunto un centinaio di iscritti entro fine 2025. A dicembre è stato avviato un contratto con un'agenzia di comunicazione per la gestione dei social, segnalando il passaggio da una presenza costruita internamente a una strategia più strutturata e continuativa.

Attorno a questa presenza pubblica ha iniziato a formarsi una prima community fatta di relazioni e ascolti reciproci che rappresentano il terreno su cui i percorsi prenderanno vita nel 2026.

Il primo anno in numeri

3

**PERCORSI
PROGETTATI**

10

**ARTICOLI
PUBBLICATI**

1

**SITO WEB
LANCIATO**

1

**COMMUNITY
NASCENTE**

100

**ISCRITTI
ALLA
NEWSLETTER**

1

**SVILUPPO
DELLA
PRESENZA
SOCIAL**

4

**E-BOOK
GRATUITI**

con interviste a
professioniste e
imprenditrici

2

**E-BOOK
GRATUITI**

con guide sul metodo
Storyshore

Risultati, limiti e riflessioni

Valutare l'impatto di un'organizzazione al suo primo anno di vita è un esercizio che richiede onestà prima ancora che metodo. Non ci sono dati sufficienti per misurare un cambiamento nelle persone, perché i percorsi non sono ancora stati erogati. Non ci sono indicatori quantitativi strutturati, perché il modello è ancora in costruzione. E non ci sono risultati economici, perché il 2025 è stato interamente dedicato a costruire le fondamenta.

Eppure questo report esiste, e ha senso esistere. Perché l'impatto non inizia quando si vende il primo corso o si raggiunge il primo obiettivo di fatturato. Inizia quando si sceglie una direzione, si costruisce un metodo coerente con quella direzione, e si decide di renderlo pubblico, assumendosi la responsabilità di ciò che si dichiara di voler fare.

Ciò che il 2025 ha prodotto è reale, anche se non ancora misurabile in termini di cambiamento nelle persone: un metodo strutturato e comunicabile, una brand identity forte, una presenza pubblica riconoscibile, una community nascente, e le prime relazioni significative con chi condivide la stessa visione. Sono le precondizioni dell'impatto, non ancora l'impatto, ma senza di esse, nulla di ciò che verrà dopo sarebbe possibile..

I limiti di questo report sono quindi anche i limiti del momento. E dichiararli è parte del metodo: Story Shore crede che la consapevolezza dei propri confini sia il primo passo per superarli. Negli anni successivi, con i percorsi attivi e le prime persone accompagnate, sarà possibile introdurre metriche qualitative strutturate, raccogliere testimonianze dirette e rendicontare un impatto reale e verificabile.

Per ora, questo documento è ciò che dice di essere: un punto di partenza. Una dichiarazione di come Story Shore intende stare nel mondo.





5

Obiettivi futuri

Il 2026 è il primo anno in cui Story Shore passa dalla costruzione all'azione. Tutto ciò che è stato progettato, strutturato e immaginato nel 2025 trova ora la sua prima espressione concreta.

I percorsi

Il 2026 segna il lancio ufficiale dell'offerta formativa di Story Shore. Il primo appuntamento è un evento inaugurale gratuito, un momento aperto, con ospiti, pensato non solo come presentazione ma come prima esperienza collettiva del metodo Story Shore.

Il progetto sociale: La Tribù

Tra le iniziative più significative del 2026 c'è la partecipazione al progetto Le imprenditrici del futuro, sviluppato in partnership con la Fondazione Bet She Can all'interno del format La Tribù. L'obiettivo è coltivare fin dall'infanzia la possibilità di fare impresa, non solo nei bambini, ai quali questa prospettiva viene tradizionalmente offerta, ma anche nelle bambine, alle quali troppo spesso vengono proposti altri orizzonti.

Il progetto si svolge a Pistoia come edizione pilota e prevede il coinvolgimento di imprenditrici ospiti, supportate da Story Shore nella costruzione delle loro narrazioni. Le bambine partecipanti condurranno poi delle contro-interviste, esploreranno la città con un fotografo e racconteranno ciò che hanno trattenuto dell'esperienza, costruendo a loro volta una prima narrazione di sé e del proprio futuro possibile.

Story Shore partecipa come partner tecnico, portando il proprio metodo narrativo al servizio di un progetto che guarda a vent'anni da oggi. Perché se nessuno si occupa oggi della società del futuro, nel futuro ritroveremo gli stessi problemi che abbiamo oggi.

La presenza culturale

Il 2026 è anche l'anno in cui Story Shore entra nel dibattito culturale più ampio, attraverso una serie di presenze pubbliche che non cercano un ritorno immediato ma seminano nel lungo periodo.

La founder parteciperà al festival Anemos con uno speech di cinquanta minuti chiamato Stare nel mondo al femminile, in cui racconta la propria storia come punto di partenza per una riflessione più ampia sulla leadership, sull'identità e sul coraggio di costruire qualcosa di proprio. A seguire, un seminario gratuito di due ore di lavoro autobiografico sul purpose: qual è la spinta profonda che guida le scelte, che cosa fa sentire bene, che cosa orienta davvero la vita e il lavoro.

Accanto ad Anemos, Story Shore parteciperà ad altri festival di benessere e cultura, con la stessa logica: presenze gratuite, visione di lungo periodo, investimento nel cambiamento culturale prima ancora che nel business.

A completare questo anno c'è la pubblicazione del libro della founder che racconta la storia della sua impresa, scritta come esempio concreto di cosa significa usare la narrazione come metodo di comprensione e orientamento.



ST@RYSHORE
from your story to shared futures