

Relazione di impatto 2020 di Re-resolution Hub SBr.l.

Rapporto di rendicontazione e valutazione della Buona Impresa

2020

L'azienda

Nome della società	Re-Solution Hub Società Benefit r.l.
Forma giuridica	Società Benefit a responsabilità limitata
Data di costituzione	23/07/2020
Qualifica di Società Benefit	si
Data di assunzione della qualifica	23/07/2020
Settore merceologico	Servizi professionali e di consulenza
Numero di dipendenti	Meno di 10 dipendenti
Fatturato	< 2M di euro
Sito web	www.resolutionhub.it

Premessa

Questo report è stato prodotto attraverso lo Strumento di Autovalutazione della [Buona Impresa](#), promosso da [Fondazione Buon Lavoro](#) per aiutare le aziende a leggere, valutare e rendicontare la propria capacità di creare valore per la società, attraverso l'attività d'impresa.

L'azienda che sceglie questo modello di riferimento, si riconosce nella **visione di fondo della Buona Impresa**:

La Buona Impresa, guidata da una visione sistemica, supera il puro scopo di lucro perseguendo al tempo stesso il proprio bene e il bene del contesto attraverso un triplice scopo: portare sul mercato un buon prodotto o servizio, che risponde ai bisogni della società, spingendola in una direzione positiva; creare e organizzare il lavoro, offrendo occasione di realizzazione professionale alle persone; produrre ricchezza che ricade, direttamente o indirettamente sul contesto.

La Buona Impresa si impegna inoltre, coerentemente con le sue caratteristiche e le sue dimensioni, a gestire in modo responsabile e sostenibile tutte le ricadute che il suo fare impresa ha sulla comunità e sull'ambiente.

Infine, essa si impegna a comunicare con trasparenza il senso del proprio agire, per favorire la partecipazione al proprio interno e il riconoscimento e la fiducia da parte del contesto.

Coerentemente con questa visione, il report osserva l'impresa attraverso 5 pilastri fondamentali:

- **La Governance (1)**, che osserva la definizione dell'impegno dell'impresa, l'adozione di processi strategici coerenti, la modalità di gestione e valutazione dei risultati.
- **La Creazione di Valore attraverso Prodotto (2), Lavoro (3) e Valore Economico (4)**, che osserva la capacità di produrre un impatto attraverso i principali pilastri dell'attività di qualsiasi impresa. Ciascuno di questi pilastri è osservato in 3 dimensioni: la capacità di creare valore; il fatto che lo crei in modo soddisfacente per gli stakeholder; la capacità di continuare a crearlo nel lungo periodo.
- **La Sostenibilità Sociale e Ambientale (5)**, che guarda tutte le dimensioni sociali e ambientali rilevanti per l'attività d'impresa, valutando la capacità di gestirle in base al principio "Do no relevant harm".

I risultati su ciascuno di questi pilastri sono descritti separatamente e poi osservati in modo sistemico, dando evidenza alle relazioni, ai condizionamenti reciproci e alle eventuali difformità.

L'ultimo capitolo del rapporto riguarda **la valutazione degli impatti rispetto agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)** definiti dall'ONU nell'ambito dell'Agenda 2030, definiti in base agli impatti specifici delle diverse dimensioni di valutazione sui singoli SDGs, la rilevanza di tali impatti e la valutazione di performance assegnata dall'azienda.

Lo Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa rappresenta una "guida" alla valutazione e al reporting, il cui esito resta interamente in capo all'azienda; lo Strumento non ha l'obiettivo di dare un rating oggettivo né rappresenta una certificazione terza rispetto ai contenuti riportati, ma offre criteri e indicazioni utili all'impresa che voglia "guardarsi dall'esterno" e raccontarsi attraverso questa lente ai propri stakeholder.

Indice del documento

1. LA GOVERNANCE

1.1 Visione e Orientamento di Fondo

1.2 I processi strategici

2. LA CREAZIONE DI VALORE

2.1 IL PRODOTTO

2.1.1 Qualità dell'offerta

2.1.2 Contributo alla società

2.1.3 Sostenibilità dell'offerta

2.1.4 Impatto del Prodotto sullo Sviluppo Sostenibile

2.1.5 Valutazione di sintesi della creazione di valore attraverso il Prodotto

2.2 IL LAVORO

2.2.1 Impegno contrattuale e welfare

2.2.2 Sviluppo e partecipazione

2.2.3 Sostenibilità del modello organizzativo

2.2.4 Impatto del Lavoro sullo Sviluppo Sostenibile

2.2.5 Valutazione di sintesi della creazione di valore attraverso il Lavoro

2.3 IL VALORE ECONOMICO

2.3.1 Equilibrio reddituale

2.3.2 Equa ripartizione del valore generato

2.3.3 Sostenibilità della crescita

2.3.4 Impatto del Valore economico sullo Sviluppo Sostenibile

2.3.5 Valutazione di sintesi della creazione di valore attraverso il Valore economico

2.4 La sinergia tra i pilastri: Prodotto, Lavoro, Valore Economico

3. LA SOSTENIBILITA' AMBIENTALE E SOCIALE

3.1 L'ambiente

3.2 La comunità

4. L'IMPATTO SULLO SVILUPPO SOSTENIBILE

4.1 Valutazione del valore creato rispetto ai singoli SDGs

4.2 L'impatto complessivo sullo Sviluppo Sostenibile

1. LA GOVERNANCE

1.1 Visione e Orientamento di Fondo

La visione della Buona Impresa

La Buona Impresa, guidata da una visione sistemica, supera il puro scopo di lucro perseguendo al tempo stesso il proprio bene e il bene del contesto attraverso un triplice scopo: portare sul mercato un buon prodotto o servizio, che risponde ai bisogni della società, spingendola in una direzione positiva; creare e organizzare il lavoro, offrendo occasione di realizzazione professionale alle persone; produrre ricchezza che ricade, direttamente o indirettamente sul contesto.

Rispetto a questa visione:

- L'impresa ha già formalizzato questo approccio nello statuto



L'impegno per la Sostenibilità e Trasparenza

La Buona Impresa si impegna inoltre, coerentemente con le sue caratteristiche e le sue dimensioni, a gestire in modo responsabile e sostenibile tutte le ricadute che il suo fare impresa ha sulla comunità e sull'ambiente.

Infine, essa si impegna a comunicare con trasparenza il senso del proprio agire, per favorire la partecipazione al proprio interno e il riconoscimento e la fiducia da parte del contesto.

Rispetto a questo impegno:

- L'impresa ha già formalizzato nello statuto o in altri documenti vincolanti questo approccio



Purpose

L'azienda persegue inoltre una missione specifica in termini di contributo alla soluzione di problemi sociali o ambientali:

Lo scopo ultimo di Re-Solution Hub SBr.l. è la felicità di tutti quanti ne facciano parte, sia come soci che in altri ruoli, attraverso un motivante e soddisfacente impegno in una prospera attività economica. Re-Solution Hub SBr.l. intende perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di aziende, persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse. In particolare, nell'ambito delle proprie attività di consulenza perseguirà i seguenti obiettivi: a. l'attività di affiancamento e guida strategica e operativa a soggetti privati e pubblici, la progettazione e implementazione di percorsi di innovazione strategica finalizzati alla sostenibilità; b. lo sviluppo di idee, progetti imprenditoriali e attività di design guidati da principi di sostenibilità; c. le seguenti specifiche finalità di beneficio comune: o la promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova

di futuro, in particolare il modello di B Corp e la forma giuridica di Società Benefit in diversi settori economici italiani; o l'implementazione e l'introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle imprese e nelle istituzioni per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali; o la collaborazione e la sinergia con organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello delle Società, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato; d. la realizzazione di studi e progetti di design di prodotti e servizi, concept di business, architettonici, il cui scopo sia in linea con i principi di innovazione verso la sostenibilità; e. il supporto all'avviamento e la gestione di startup imprenditoriali il cui scopo sia in linea con i principi di innovazione verso la sostenibilità; Re-Solution Hub SBr.l. ha l'obiettivo di conseguire sufficiente profitto dall'attività oggetto del proprio operato per sostenerne la vitalità commerciale, per finanziarne il continuo miglioramento, per distribuire una parte di questi profitti annualmente ai propri soci e per rendere possibile l'avviare altre attività che siano coerenti con il suo scopo ultimo. La società ricerca opportunità di cooperazione attraverso rapporti di partnership non esclusivi, con altre autorevoli organizzazioni che perseguono analoghi obiettivi su progetti comuni o attraverso la strutturazione di gruppi di lavoro qualificati. Re-Solution Hub SBr.l. si impegna, nello svolgimento delle proprie attività:

- a non causare danno,
- a ricercare e applicare le modalità per arrivare a non prendere alcunché dai sistemi naturali e
- a non sprecare nulla,
- con la visione di generare un beneficio netto per le persone e la biosfera. Re Solution Hub assegna la massima priorità a investimenti in ricerca e innovazione, finalizzate allo sviluppo continuo di know-how, alla individuazione di soluzioni sempre più efficaci alle principali sfide ambientali, sociali ed economiche del nostro tempo. Pone particolare enfasi sul contribuire alla possibilità delle persone che la compongono di soddisfare i propri bisogni umani fondamentali (Sussistenza, Riposo, Comprensione, Identità, Partecipazione, Affetto, Creazione, Libertà, Protezione) come base per la felicità delle persone, e ricerca soluzioni che tendano verso la possibilità di soddisfare i bisogni umani fondamentali delle persone che siano impattate dalle attività in cui è coinvolta. La società, in particolare, si impegna a perseguire la creazione delle migliori condizioni possibili per attrarre, fare crescere e trattenere persone di talento. Nel perseguimento del proprio scopo sociale e nel rispetto dei principi che ispirano i propri obiettivi, la Re-Solution Hub Sbr.l. crea, sostiene e sviluppa progetti e partnership con entità nazionali o straniere, pubbliche o private.

Rispetto a questa missione:

- L'impresa ha formalizzato nel proprio Statuto l'impegno a perseguire finalità di beneficio comune (Società Benefit o Impresa Sociale)



Sintonia nella governance

Criterio di valutazione Poter contare su un buon livello di adesione da parte dei vertici alla visione di fondo dell'impresa



I soci di Re-solution Hub SB rl hanno da subito voluto costituire la società con questa forma giuridica convinti sostenitori di un modello di impresa in cui persone, ambiente ed economia debbano procedere insieme in modo equilibrato. La nostra mission è esplicitata in un documento che è reso pubblico sul nostro sito aziendale e che inviamo quando veniamo contattati da nuovi clienti, oltre a condividerlo con i nostri fornitori e partner di progetto.

Condivisione interna della visione

Criterio di valutazione Poter contare su un buon livello di condivisione della visione di fondo dell'impresa da parte di lavoratori e collaboratori



La condivisione della visione aziendale è parte integrante del nostro approccio, siamo una start up non abbiamo avuto dipendenti nel 2020, ma i nostri partner e collaboratori esterni li coinvolgiamo nel nostro percorso e nella nostra mission aziendale.

Condivisione della visione da parte dei clienti

Criterio di valutazione Poter contare su un buon livello di condivisione della visione di fondo dell'impresa da parte dei clienti



Abbiamo inviato ai nostri clienti la survey di SABI e raccolto i loro pareri ed i loro desideri

Considerazioni generali e obiettivi rispetto alla visione e orientamento di fondo

La società seppur abbia appena iniziato la propria attività cerca di operare mettendo al centro il beneficio comune di tutti i suoi Stakeholders nella piena condivisione degli obiettivi e delle modalità operative definite dal C.d.A.

1.2 I processi strategici

Pianificazione Strategica

Criterio di valutazione Adottare processi decisionali, di pianificazione strategica e di monitoraggio coerenti con i criteri della Buona Impresa



A tal fine:

- la pianificazione strategica include esplicitamente riferimenti a tutti e 3 i pilastri dell'attività dell'impresa: Prodotto, Lavoro, Valore economico
- in ogni decisione strategica, vengono esplicitati e tenuti in considerazione gli effetti su tutti e 3 i pilastri, le eventuali ricadute sociali e ambientali e le implicazioni rispetto all'eventuale mission specifica di impatto
- l'azienda adotta delle modalità per monitorare periodicamente l'andamento dei risultati rispetto ai 3 pilastri e il loro equilibrio

- l'azienda adotta delle modalità per monitorare periodicamente i rischi e l'andamento dei risultati rispetto alla sostenibilità sociale e ambientale

Sostenibilità, etica e trasparenza aziendale

Criterio di valutazione Adottare processi che perseguano una gestione sostenibile degli impatti sociali ed ambientali; adottare processi e prassi trasparenti ed etici nella comunicazione interna ed esterna su questi temi



A tal fine:

- l'azienda monitora le metriche di impatto rispetto agli elementi materiali in termini di sostenibilità
- l'azienda rende accessibili al pubblico informazioni rispetto alla sostenibilità sociale e ambientale
- l'azienda adotta un codice etico o strumenti affini

Processi di ascolto e condivisione con gli stakeholder

Criterio di valutazione Instaurare un dialogo continuativo con gli stakeholder, valorizzando i loro riscontri.



A tal fine:

- l'azienda utilizza strumenti di condivisione e raccolta di feedback dai principali stakeholder (lavoratori, fornitori, clienti, soci)
- l'azienda raccoglie feedback che vengono effettivamente tenuti in considerazione nella valutazione della performance aziendale e nella definizione di obiettivi futuri

Considerazioni generali e obiettivi rispetto ai processi strategici

Nei primi mesi dell'attività abbiamo dedicato grandi energie nella definizione delle procedure interne, alla definizione dei nostri obiettivi di beneficio comune ed a far sì che i nostri servizi fossero prima di ogni cosa attenti al beneficio per i nostri clienti.

2. LA CREAZIONE DI VALORE

Dal momento che, nella visione della Buona Impresa, l'impatto principale sulla società sta nello svolgere – bene – il suo stesso mestiere di impresa, l'impresa valuta la propria capacità di creare valore attraverso l'osservazione dei principali pilastri della sua attività: il prodotto, il lavoro, la produzione di valore economico. Ciascuno di questi pilastri è osservato in 3 dimensioni: la capacità di creare valore; il fatto che lo crei in modo soddisfacente per gli stakeholder; la capacità di continuare a crearlo nel lungo periodo.

2.1 Prodotto

Lo scopo

L'obiettivo di Re-Solution Hub società benefit è di mettere a punto dei servizi che possano generare un beneficio comune a tutti gli Stakeholders. I servizi devono essere win-win per l'azienda e per i clienti. Abbiamo nel nostro statuto l'obbligo di valutare l'impatto delle nostre azioni sia sulle persone che sull'ambiente. I nostri servizi sono basati sulla sostenibilità.

2.1.1 Qualità dell'offerta

Qualità del prodotto o servizio

Criterio di valutazione Offrire un prodotto/servizio che risponda ai bisogni del cliente e soddisfi le finalità per le quali è stato acquistato. **Dimensioni ed elementi di valutazione**

Autovalutazione

7

Rilevanza attribuita



L'azienda porta sul mercato un prodotto/servizio secondo uno o più dei seguenti criteri:

- Più del 70% dei clienti ritiene che il prodotto/servizio acquistato abbia soddisfatto le proprie aspettative

L'azienda chiede sempre ai propri clienti di compilare un survey sulla qualità dei servizi resi. I commenti fino ad oggi ricevuti sono stati tutti positivi.

Il riscontro degli stakeholder

Utilizziamo anche la survey di SABI per raccogliere le opinioni dei clienti.

Qualità della relazione con i clienti

Criterio di valutazione

Prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche una relazione caratterizzata da cordialità, professionalità, disponibilità, fiducia reciproca.

Autovalutazione

8

Rilevanza attribuita



Siamo in costante contatto con i nostri clienti e chiediamo nel corso dei servizi resi di darci feedback sulla nostra attività ed il soddisfacimento delle loro attese. I risultati sono stati molto positivi fino ad oggi.

Il riscontro degli stakeholder

Le survey fino ad oggi ricevute hanno dato esito soddisfacente.

Congruità del prezzo

Criterio di valutazione

Proporre un prezzo congruo rispetto alla qualità e al valore per il cliente del prodotto/servizio e al mercato di riferimento.

Autovalutazione

8

Rilevanza attribuita



Re-resolution Hub ritiene di dover proporre i propri servizi ad un prezzo coerente con l'efficacia del servizio reso. I clienti per ora ci hanno confermato che la qualità del servizio è superiore alle attese ed al prezzo richiesto.

Il riscontro degli stakeholder

Utilizziamo, la survey di SABI ed altri tipi di interviste ai clienti per migliorare.

Sicurezza e tutela del cliente

Criterio di valutazione

Garantire al cliente i migliori standard di sicurezza per tutte le fasi di vita del prodotto o del servizio.

Autovalutazione

7

Rilevanza attribuita



La nostra attività eroga servizi, siamo molto attenti alla privacy dei nostri clienti.

Il riscontro degli stakeholder

Le survey inviate hanno dato responsi soddisfacenti.

2.1.2 Contributo alla società

Contributo al benessere delle persone

Criterio di valutazione Realizzare in modo strutturale, attraverso l'offerta di beni e servizi, un impatto positivo nel breve e nel lungo periodo, sulla qualità della vita del cliente (o, indirettamente, sul benessere della società).

Autovalutazione

7

Rilevanza attribuita



L'azienda porta sul mercato un prodotto/servizio innovativo secondo uno o più dei seguenti criteri:

- A soddisfare un bisogno primario (salute, alimentazione, trasporti, etc)
- A soddisfare un bisogno di sicurezza (protezione, fiducia, proprietà, tranquillità, trasparenza, etc)
- A soddisfare un bisogno di stima (autostima, realizzazione, rispetto reciproco, etc)
- A soddisfare un bisogno di autorealizzazione (moralità, creatività, problem solving, etc)

Abbiamo diversi servizi attivi, i principali sono: Re-Up! volto all'analisi ed alla riduzione del rischio per le aziende Re-Mob! rivolto all'introduzione della mobilità sostenibile Re-Benefit! volto ad agevolare e guidare la costituzione o trasformazione delle società in Società Benefit

Il riscontro degli stakeholder

utilizziamo le survey per raccogliere la soddisfazione dei clienti, finora con esito positivo

Innovazione di prodotto

Criterio di valutazione Puntare sull'innovazione continua nell'ottica del miglioramento del servizio alle persone e alla società.

Autovalutazione

7

Rilevanza attribuita



L'azienda porta sul mercato un prodotto/servizio innovativo secondo uno o più dei seguenti criteri:

- Invenzione/creazione di un prodotto/servizio precedentemente non presente sul mercato
- Introduzione di elementi di miglioramento significativi rispetto all'offerta del mercato

Vogliamo utilizzare dei modelli di consulenza innovativi. Facciamo riferimento alla visione promossa dalla fondazione del Buon Lavoro. Abbiamo implementato Re-Benefit! come strumento innovativo e pratico per trasformare in Benefit le aziende attraverso un percorso anche di cultura aziendale Con Re-Mob! in partnership con Webfleet Solution - Gruppo Bridgestone - stiamo favorendo la transizione verso l'elettrico della mobilità sostenibile. I primi risultati sono incoraggianti, ma siamo solo all'inizio di un lungo tragitto.

Il riscontro degli stakeholder

Attraverso le Survey raccolte abbiamo raccolto il gradimento degli Stakeholders.

Prodotti o servizi sostenibili

Criterio di valutazione Offrire prodotti e servizi che, nell'arco del loro ciclo di vita, incidano il meno possibile sul consumo, la dispersione e/o il danneggiamento di risorse naturali e la cui offerta al cliente (in termini di qualità o prezzi) non comporti compromessi rispetto ai diritti umani e alla dignità del lavoro.

Autovalutazione

7

Rilevanza attribuita



L'azienda porta sul mercato un prodotto/servizio innovativo secondo uno o più dei seguenti criteri:

i nostri servizi di consulenza sono studiati per mettere al centro la sostenibilità delle aziende, la nostra in primis. Operiamo per un uso più consapevole delle risorse naturali, sia Re-Mob!, che Re-Benefit! che Re-Up! hanno tra i temi portanti la sostenibilità ambientale e sociale delle attività delle imprese. Ogni nuova impresa Benefit o flotta elettrica sono un piccolo passo verso la sostenibilità totale dell'azienda.

Il riscontro degli stakeholder

Sempre attraverso le survey abbiamo ottenuto diversi apprezzamenti dai clienti per l'approccio che stiamo utilizzando che viene definito innovativo per la visione integrale ed integrata rispetto ai bisogni delle imprese.

Cultura

Criterio di valutazione Contributo alla crescita culturale del settore di riferimento, e in generale della società, attraverso la condivisione di informazioni e saperi.

Autovalutazione

7

Rilevanza attribuita



L'azienda porta sul mercato un prodotto/servizio innovativo secondo uno o più dei seguenti criteri:

- Strumenti e azioni specifici per la condivisione di tematiche di competenza diretta dell'impresa e altre tematiche di interesse collettivo (es. eventi, mostre, pubblicazioni, etc)
- Iniziative di formazione mirata -non strettamente professionale- rivolte a specifiche categorie di stakeholder (es.fornitori, clienti, etc)

Nel nostro statuto e quindi nel documento pubblico da noi redatto "il Nostro Impegno" diamo ampia evidenza del fatto che la crescita culturale delle imprese e delle persone è al centro del nostro percorso. Teniamo webinar e corsi sui temi a noi cari e abbiamo lanciato un bando per Start Up offrendo 60 ore di consulenza gratuita assegnato as Energonomy SBrl.

Il riscontro degli stakeholder

I feed back degli stakeholders sono stati anche in questo caso positivi.

Accessibilità e inclusività

Criterio di valutazione Favorire l'accessibilità del prodotto a categorie con minore accesso alla sua fruizione, in termini di prezzo, distribuzione, informazioni fornite, etc

Autovalutazione

6

Rilevanza attribuita



L'azienda porta sul mercato un prodotto/servizio innovativo secondo uno o più dei seguenti criteri:

- Prezzo (es. tariffe calmierate, pro bono, etc)

Cerchiamo di operare per mettere tutte le aziende in grado di intraprendere un percorso virtuoso applicando prezzi "sostenibili". Abbiamo anche deciso di dedicare un monte ore di consulenza a titolo gratuito.

Il riscontro degli stakeholder

Dovremo studiare qualcosa di nuovo per coinvolgere i nostri Stakeholder anche su questi temi, per ora il riscontro sui prezzi è stato positivo.

2.1.3 Sostenibilità dell'offerta

Coesione con i clienti

Criterio di valutazione Creare con i clienti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in grado di garantire il successo dell'impresa attraverso l'acquisizione di quote di mercato (ritorno di breve periodo) e l'apprezzamento del brand (capitale sociale).

Autovalutazione

7

Rilevanza attribuita



- Esistono strumenti di rilevazione che prevedano il feedback dei clienti
- Esistono momenti o strumenti periodici di aggiornamento e confronto con i clienti
- Almeno il 70 % di clienti restituisce feedback positivi sul proprio rapporto con la azienda
- Almeno il 70% dei clienti si sentono vicini alla missione e ai valori dell'impresa

Le survey ad oggi raccolte danno esiti positivi.

Il riscontro degli stakeholder

Ci affianchiamo alle imprese per un rapporto di consulenza volutamente di lungo termine. Cerchiamo di comprendere al meglio le esigenze dei clienti e di soddisfarle. Siamo una Start Up per cui dobbiamo incrementare il numero dei clienti mantenendo il grado di soddisfazione ad un livello elevato. Usiamo survey ed interviste periodiche per verificare il grado di soddisfazione rispetto ai nostri interventi di consulenza ed al nostro approccio con le persone.

Capacità di intercettare i bisogni del pubblico

Criterio di valutazione Dotarsi di strumenti e sistemi per valutare l'evoluzione dei bisogni.

Autovalutazione

6

Rilevanza attribuita



Siamo convinti di essere attualmente un passo avanti rispetto al grado di conoscenza di molte imprese sui temi che proponiamo. I bisogni che andiamo a soddisfare avranno sempre maggiore importanza, stiamo già valutando sia come comunicare ai terzi la nostra presenza e la capacità di soddisfare le loro esigenze, sia per come intercettare nuovi bisogni che potranno sorgere sui temi in cui Re-Solution Hub è attiva. Siamo stati contattati da diversi gruppi di rilevanza internazionale curiosi di capire il nostro approccio ed il tipo di servizi che stiamo proponendo al mercato.

Il riscontro degli stakeholder

Gli Stakeholders hanno positivamente reagito alle sollecitazioni da noi proposte, si vede chiaramente come sia necessario per crescere che cresca anche la consapevolezza di tutti gli Stakeholders verso i temi di sostenibilità aziendale.

Capacità di reazione

Criterio di valutazione Capacità di adattarsi a mercati che cambiano e identificare gli eventuali spazi di miglioramento; anche in considerazione degli investimenti effettuati.

Autovalutazione

6

Rilevanza attribuita



Siamo una Start Up, dobbiamo e vogliamo tener conto delle esigenze di tutti i nostri stakeholders. Stiamo sviluppando partnership mirate allo sviluppo dei nostri servizi e della cultura che ne è alla base, la prima è stata fatta con WebFleet per la mobilità sostenibile ed ha evidenziato come Re-Mob! sia stato visto come elemento qualificante anche da un gruppo internazionale come Bridgestone. Stiamo studiando lo scenario della mobilità elettrica che riteniamo argomento centrale dei prossimi anni per tante aziende.

Il riscontro degli stakeholder

I feedback raccolti sono positivi, ma la strada da percorrere ancora tutta da costruire.

2.1.4 Impatto del prodotto sullo Sviluppo Sostenibile

Attraverso il suo Prodotto, l'azienda contribuisce al perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030.

In particolare, gli SDGs a cui l'impresa contribuisce attraverso il suo Prodotto o Servizio sono:











Il nostro agire ed il nostro impatto con i servizi che proponiamo alle aziende sono rivolti a creare una armonia funzionale tra tutti i temi della sostenibilità: economico-finanziario, sociale ed ambientale. Siamo infatti convinti che senza un'adeguata crescita armonica di tutti questi 3 elementi base non sia più possibile mantenere la sopravvivenza dell'azienda nel medio lungo periodo.

Con Re-Up! aiutiamo le aziende nell'analisi dei rischi proponendo soluzioni per mitigarli. La conoscenza di se stessi e del proprio impatto è fondamentale per ogni azienda per poter definire le strategie future, la soddisfazione delle persone e l'impatto sull'ambiente può e deve diventare un altro parametro di valutazione del risultato che va oltre quello economico.

Con Re-Benefit! intraprendiamo un percorso sia culturale che pratico verso le imprese e gli imprenditori ed i manager che vogliono garantire alle loro aziende una visione di più ampio respiro basata sulla sostenibilità delle loro attività nel medio lungo periodo. Generiamo con Re-Benefit! un percorso personalizzato per la singola impresa atto a misurare il suo impatto e le sue potenzialità di crescita. Re-Mob! consente la misurazione dell'impatto della mobilità nel piano di sostenibilità aziendale, misura la CO2 prodotta dalla flotta con modalità certificate e consente l'inserimento nel piano di sostenibilità di dati certi e misurati. È anche la porta di accesso per le PMI alla redazione di un piano di sostenibilità se ancora ne fossero sprovviste.

2.1.5 Valutazione di sintesi della creazione di valore attraverso il Prodotto

Dimensioni ed elementi di valutazione			
dimensione	voto ponderato	elementi scelti	rilevanza attribuita per elemento
Qualità dell'offerta	7.5	Qualità del prodotto	
		Qualità della relazione con i clienti	
		Congruità del prezzo	
		Sicurezza e tutela del cliente	
Contributo alla Società	6.8	Contributo al benessere delle persone	
		Innovazione di prodotto	
		Prodotti o servizi sostenibili	
		Cultura	

Accessibilità e inclusività



Sostenibilità dell'offerta

6.4

Coesione con i clienti



Capacità di intercettare i bisogni del pubblico



Capacità di reazione



La sinergia tra le 3 dimensioni del Prodotto



Considerazioni e obiettivi

Siamo soddisfatti dei nostri primi mesi di attività, ma consapevoli di quanto lungo sarà il percorso e di quanto sia complicato far passare un messaggio di novità in mondo di imprese abituate a guardare principalmente al solo profitto.

I nostri prodotti - servizi affronteranno nel 2021 per la prima volta il mercato, siamo pronti a migliorarli con il contributo di tutti i nostri Stakeholders.

2.2 Lavoro


Lo scopo

La persona al centro dello sviluppo è uno dei nostri criteri fondamentali. Siamo convinti che non vi sia possibilità di sopravvivenza delle aziende se non sono in grado di soddisfare le diverse esigenze delle persone, il cosiddetto capitale umano deve essere al centro del progetto. Abbiamo inserito un apposito capitolo anche in Re-Up!, la nostra analisi dei rischi. Puntiamo alla parità di genere ed alla parità dei compensi per il lavoro, non accettiamo di far lavorare persone a titolo gratuito. La giusta retribuzione, gli orari di lavoro, la soddisfazione dei collaboratori sono per noi indispensabili per raggiungere il successo di ogni azienda, la nostra per prima

2.2.1 Impegno contrattuale e welfare

Creazione di lavoro

Criterio di valutazione Creare lavoro a condizioni eque e trasparenti, correttamente retribuito e contrattualizzato, in modo congruo rispetto al settore, lo stadio di vita dell'azienda e le aspettative dei lavoratori (dipendenti, collaboratori, imprenditore stesso).

Autovalutazione **5** **Rilevanza attribuita** 

- Esistono contratti, lettere di assunzione o altri documenti chiari che esplicitano gli elementi contrattuali fondamentali, controfirmati dai lavoratori
- Le aspettative occupazionali e remunerative dei soci-lavoratori sono state chiarite ed esplicitate tra i soci

Ci siamo costituiti il 23 luglio 2020, per ora non abbiamo ancora collaboratori diretti o dipendenti, abbiamo per già definito le eventuali modalità con cui inseriremo le risorse umane durante la nostra crescita così come i rapporti tra i soci che apportano il loro lavoro.

Il riscontro degli stakeholder

Ad oggi non avendo collaboratori non abbiamo sviluppato quest'area di lavoro.

Rapporti contrattuali con i fornitori

Criterio di valutazione Garantire ai fornitori condizioni contrattuali soddisfacenti, ricercando equità e correttezza lungo la filiera.

Autovalutazione **5** **Rilevanza attribuita** 

Abbiamo pochi fornitori, ma prevediamo comunque di ascoltare le loro esigenze e richieste attraverso le apposite Survey.

Il riscontro degli stakeholder

Implementeremo meglio quest'area nei prossimi esercizi.

Prospettive e tutela dei lavoratori

Criterio di valutazione Trasferire ai lavoratori un senso di sicurezza rispetto al loro lavoro e alla solidità dell'impresa, compatibilmente con lo stadio di vita dell'azienda. Prevedere, in fase di start up, in momenti di crisi aziendale o in situazioni di emergenza socio-economica, la massima trasparenza possibile e l'adozione di misure cautelative

Autovalutazione **6** Rilevanza attribuita 

Siamo una Start Up e ancora non abbiamo dipendenti, ma sin dalla nostra costituzione in Società Benefit abbiamo al sottoscritto nel "Nostro Impegno" la volontà di tutelare coloro che lavoreranno con noi.

Il riscontro degli stakeholder

Non è stato possibile non avendo ancora dipendenti e collaboratori.

2.2.2 Sviluppo e partecipazione

Realizzazione professionale

Criterio di valutazione Organizzare il lavoro in modo da favorire la realizzazione professionale dei singoli, offrendo ruoli coerenti con titolo di studio, competenze, attitudini e ambizioni; pianificando un percorso che prevede la crescita professionale, anche in termini di formazione e apprendimento.

Autovalutazione **6** Rilevanza attribuita 

L'azienda favorisce la realizzazione professionale:

- Esistono criteri di assunzione e attribuzione dei ruoli, coerenti con attitudini, competenze e ambizioni

Abbiamo stabilito i criteri, ma ancora non abbiamo dipendenti.

Il riscontro degli stakeholder

Non è stato possibile per assenza del caso pratico.

Sostegno all'indotto (fornitori e partner)

Criterio di valutazione Rafforzare l'indotto, con particolare riferimento alle imprese di piccole dimensioni, attraverso la condivisione di competenze, la formazione, la creazione di strumenti economico-finanziari, etc.

Autovalutazione **6** Rilevanza attribuita 

Stiamo lavorando per costruire delle partnership solide e durature che ci aiutino a sviluppare il business e la nuova cultura d'impresa di cui vogliamo essere testimoni anche nella pratica, non solo nella teoria.

Il riscontro degli stakeholder

Le survey le utilizzeremo a partire dalla fine del 2021, oggi era troppo presto rispetto alla data di costituzione della nostra azienda.

2.2.3 Sostenibilità del modello organizzativo

Coesione con i lavoratori

Criterio di valutazione Creare con i lavoratori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in grado di garantire il successo dell'impresa attraverso l'efficacia del lavoro svolto (ritorno di breve periodo) e l'identificazione con l'impresa (lungo periodo).

Autovalutazione **5** Rilevanza attribuita 

- Esistono strumenti di rilevazione che prevedano il feedback dei lavoratori

Come già espresso in questo documento ci stiamo preparando ad avere collaboratori, ma ancora non ne abbiamo.

Il riscontro degli stakeholder

In mancanza di collaboratori non è stato possibile raccogliere questi dati.

Coesione con i fornitori

Criterio di valutazione Creare con i fornitori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in grado di garantire il successo dell'impresa attraverso l'efficacia della collaborazione (ritorno di breve periodo) e la partnership con l'impresa (lungo periodo).

Autovalutazione **5** Rilevanza attribuita 

Vogliamo generare partnership anche con i nostri fornitori di lungo termine e soprattutto win-win. A tutti inviamo per chiarezza il Nostro Impegno sin dall'inizio del rapporto per poter condividere chi siamo e con quali criteri vogliamo operare.

Il riscontro degli stakeholder

Lo faremo dal prossimo esercizio.

Presidio delle competenze distintive

Criterio di valutazione Identificare e presidiare le competenze necessarie all'attività di impresa, adottando modalità efficaci per diffonderle e mantenerle adeguate e salvaguardate nel tempo.

Autovalutazione

5

Rilevanza attribuita



Tutti noi continuiamo ad aggiornare costantemente le nostre competenze, partecipiamo a corsi e ci confrontiamo con colleghi e società che operano con i nostri stessi obiettivi.

Il riscontro degli stakeholder

raccoglieremo questi dati a partire dal 2021







2.2.4 Impatto del lavoro sullo Sviluppo Sostenibile

Attraverso il suo Prodotto, l'azienda contribuisce al perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030.

In particolare, in considerazione degli elementi identificati come rilevanti, gli SDGs a cui l'impresa contribuisce attraverso la creazione di lavoro risultano essere:

2.2.5 Valutazione di sintesi della creazione di valore attraverso il Lavoro

Dimensioni ed elementi di valutazione

<i>dimensione</i>	<i>voto ponderato</i>	<i>elementi scelti</i>	<i>rilevanza attribuita per elemento</i>
Impegno contrattuale e welfare	5.3	Creazione di lavoro	
		Rapporti contrattuali con i fornitori	
		Prospettive a tutela dei lavoratori	
Sviluppo e partecipazione	6.0	Realizzazione professionale	
		Sostegno all'indotto (fornitori e partner)	
		Coesione con i lavoratori	



La sinergia tra le 3 dimensioni del Lavoro



Considerazioni e obiettivi

Questo tema lo dobbiamo mettere in pratica, oggi sono i componenti del C.d.A., soci dell'azienda a farsi carico dell'attività. Sappiamo e vogliamo svilupparci inserendo nelle nostra fila giovani che abbiano voglia di crescere con noi.

L'obiettivo è la crescita e l'inserimento di nuovi collaboratori.

2.3 Valore Economico

Lo scopo

Siamo una società Benefit, ma siamo assolutamente consapevoli che, a maggior ragione essendo una start up, dobbiamo investire al meglio sia il nostro capitale che il nostro tempo. Puntiamo ad una redditività nel medio termine adeguata all'impegno profuso nell'attività. La sostenibilità economica ci dovrà consentire di garantire le giuste attenzioni e soddisfazioni non solo ai nostri soci ed amministratori, ma a tutti coloro che lavoreranno con noi ed a tutti i nostri Stakeholders. La sostenibilità sociale è uno dei fulcri che consentiranno lo sviluppo della nostra realtà così come quella ambientale. E' nostro obiettivo primario crescere in modo armonico e nel rispetto dei principi che abbiamo voluto inserire nello Statuto.

2.3.1 Equilibrio reddituale

Risultato economico

Criterio di valutazione

Produrre un risultato economico positivo

Autovalutazione

5

Rilevanza attribuita



Solvibilità

Criterio di valutazione

Disporre di liquidità sufficiente a far fronte ai propri impegni nei confronti dei creditori.

Autovalutazione

6

Rilevanza attribuita



- Esiste un processo, un metodo per tenere monitorata la situazione di cassa e pianificare gli impegni di spesa
- Le fatture dei fornitori vengono pagate entro il termine concordato con ciascuno
- I tempi medi di pagamento fornitori sono in linea con il settore e/o in miglioramento
- Le imposte sono regolarmente pagate

Il capitale sociale di costituzione ed i ricavi dei primi mesi di attività hanno consentito l'inizio dell'attività senza alcuna problematica. Come tutte le Start Up siamo attenti alla realizzazione del nostro progetto ed al business plan economico e finanziario che deve consentirne la realizzazione.


Il riscontro degli stakeholder

Abbiamo inviato ai nostri soci un Survey per raccogliere il loro pensiero.

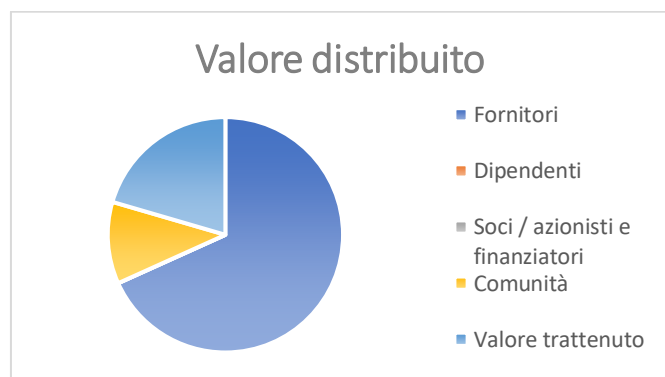
2.3.2 Equa ripartizione del valore generato

Distribuzione del valore economico

Criterio di valutazione Contribuire a creare valore economico per tutti coloro che concorrono alla sua realizzazione, lungo la filiera

Autovalutazione **5** Rilevanza attribuita 

Valore economico creato € 4300
 Valore distribuito a fornitori € 2935
 Valore distribuito a dipendenti e collaboratori € 0
 Valore distribuito a soci / azionisti e finanziatori € 0
 Valore distribuito alla comunità € 484



- Valore economico distribuito dall'impresa € 3419
- Valore trattenuto e reinvestito in azienda € 881


I numeri dell'esercizio 2020 sono quelli del primo semestre di una start Up e quindi non significativi, ogni commento andrà rinviato all'esercizio 2021.

Il riscontro degli stakeholder

Abbiamo utilizzato una Survey per raccogliere il pensiero degli Stakeholders.

Remunerazione dei servizi pubblici

Criterio di valutazione Pagare le tasse, evitando politiche fiscali aggressive o elusive

Autovalutazione **5** Rilevanza attribuita 

L'azienda favorisce la realizzazione professionale:

- La forma societaria e la forma scelta per la remunerazione dei soci riflettono il buon senso civico
- L'azienda non ha mai avuto alcun contenzioso fiscale

Remunerazione del capitale di rischio

Criterio di valutazione Rispondere alle aspettative economiche dei soci e degli investitori, attraverso la distribuzione di dividendi e/o l'aumento del valore dell'azienda

Autovalutazione **5** Rilevanza attribuita 


Essendo i primi mesi di attività era impensabile remunerare il capitale.

Il riscontro degli stakeholder

Le aspettative degli Stakeholders sono di migliorare i risultati con il passare dei mesi e l'uscita dalla pandemia.

Reinvestimento degli utili in azienda

Criterio di valutazione Reinvestire una percentuale degli utili in azienda, in maniera consistente con la prospettiva di crescita o di consolidamento del business

Autovalutazione **7** Rilevanza attribuita 

Stiamo reinvestendo in aziende tutto quanto riusciamo a generare per consentire di migliorare le performance di medio termine dell'azienda.

Il riscontro degli stakeholder

Gli Stakeholders hanno approvato la linea aziendale di reinvestire il 100% di quanto si genera fino al consolidamento dell'attività.

Filantropia

Criterio di valutazione Eventuale destinazione di una parte del valore prodotto dall'azienda a investimenti per comunità, sotto qualunque forma

Autovalutazione **6** Rilevanza attribuita 

Vorremmo fare molto di più. Nel corso del 2020 abbiamo fatto una piccola donazione ad un progetto di piantumazione della nostra città e predisposto un bando per le Start Up! donando ore di consulenza gratuita. Teniamo regolarmente a titolo gratuito webinar sulla tematica delle Società Benefit per contribuire a diffondere questa modalità operativa di approccio ad un nuovo modo di fare impresa. Nel corso del 2021 vogliamo incrementare queste attività e vorremmo iniziare una collaborazione anche con la Fondazione del Buon Lavoro. Sempre nel 2021 ci siamo resi disponibili come relatori a titolo gratuito per il Master di

Sostenibilità presso l'Università Statale di Milano Bicocca e siamo disponibili ad accogliere Stagisti per favorire la loro formazione.

2.3.3 Sostenibilità economica

Coesione con gli azionisti

Criterion di valutazione Creare con gli azionisti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in grado di garantire il successo dell'impresa nel lungo periodo, anche attraverso l'esercizio del capitale paziente

Autovalutazione

8

Rilevanza attribuita



- Esistono strumenti di rilevazione che prevedano il feedback dei soci
- Esistono momenti o strumenti periodici di aggiornamento e confronto con i soci
- La compagine societaria è stabile nel tempo
- Nessun socio ha lasciato l'azienda nell'ultimo anno
- Meno del 10% dei soci dichiara che preferirebbe un altro investimento a questo, a parità di prospettive di remunerazione
- Almeno il 70 % di soci restituisce feedback positivi sul proprio rapporto con la azienda
- Almeno il 70% dei soci si sentono vicini alla missione e ai valori dell'impresa
- In caso di start up, c'è accordo sui valori fondanti dell'impresa, sugli obiettivi primari, sui rispettivi ruoli e contributi nella fase iniziale e sulle politiche di redistribuzione degli utili

Siamo appena costituiti, tutti siamo consapevoli delle difficoltà del momento economico che il Mondo sta attraversando e quindi della necessità di supportare con ogni forza l'avvio della nostra attività.

Il riscontro degli stakeholder

La survey che abbiamo compilato ha evidenziato il totale allineamento del pensiero dei nostri soci sull'attività aziendale e sui risultati finora ottenuti.

Solidità patrimoniale

Criterion di valutazione Bilanciare la struttura patrimoniale in termini di apporto di capitale proprio (patrimonio netto) e capitale di terzi (debito).

Autovalutazione

6

Rilevanza attribuita



- L'azienda non ha debiti con banche e istituti finanziari
- è prevista in fase di avvio delle attività una patrimonializzazione sufficiente alla gestione di imprevisti e crisi nel primo periodo

Il capitale versato e sottoscritto dei soci è proporzionato al piano di investimenti che abbiamo elaborato. La società non ha debiti a cui non sia in grado di far fronte.

Il riscontro degli stakeholder

Gli Stakeholders sono allineati al momento della società ed alla situazione patrimoniale della stessa.

Indipendenza

Criterio di valutazione Gestire con attenzione e coerenza il ricorso a contributi a fondo perduto, utilizzandoli per investimenti e non per la copertura di costi di gestione corrente; differenziare per quanto possibile la propria clientela; essere consapevoli dei rischi connessi alla dipendenza da licenze o autorizzazioni e fare il possibile per mantenerle.

Autovalutazione

6

Rilevanza attribuita



La società sta operando per ampliare la propria clientela per essere indipendente nel proprio piano di sviluppo. Siamo all'inizio della nostra attività e quindi è ancora tutto da costruire.

Il riscontro degli stakeholder

Anche su questo parametro siamo in linea con i nostri Stakeholders.

2.3.4 Impatto del valore economico sullo Sviluppo Sostenibile

Attraverso il suo Prodotto, l'azienda contribuisce al perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030.

In particolare, in considerazione degli elementi identificati come rilevanti, gli SDGs a cui l'impresa contribuisce attraverso la creazione di lavoro risultano essere:

2.3.5 Valutazione di sintesi della creazione di valore attraverso il Valore Economico

Dimensioni ed elementi di valutazione

<i>dimensione</i>	<i>voto ponderato</i>	<i>elementi scelti</i>	<i>rilevanza attribuita per elemento</i>
Equilibrio reddituale	5.5	Risultato Economico	
		Solvibilità	
Equa ripartizione del valore generato	5.5	Distribuzione del valore economico	
		Remunerazione dei servizi pubblici	
		Remunerazione del capitale di rischio	

Reinvestimento degli utili in azienda

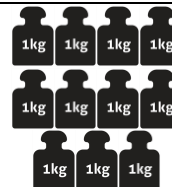


Filantropia

Sostenibilità
economica

6.7

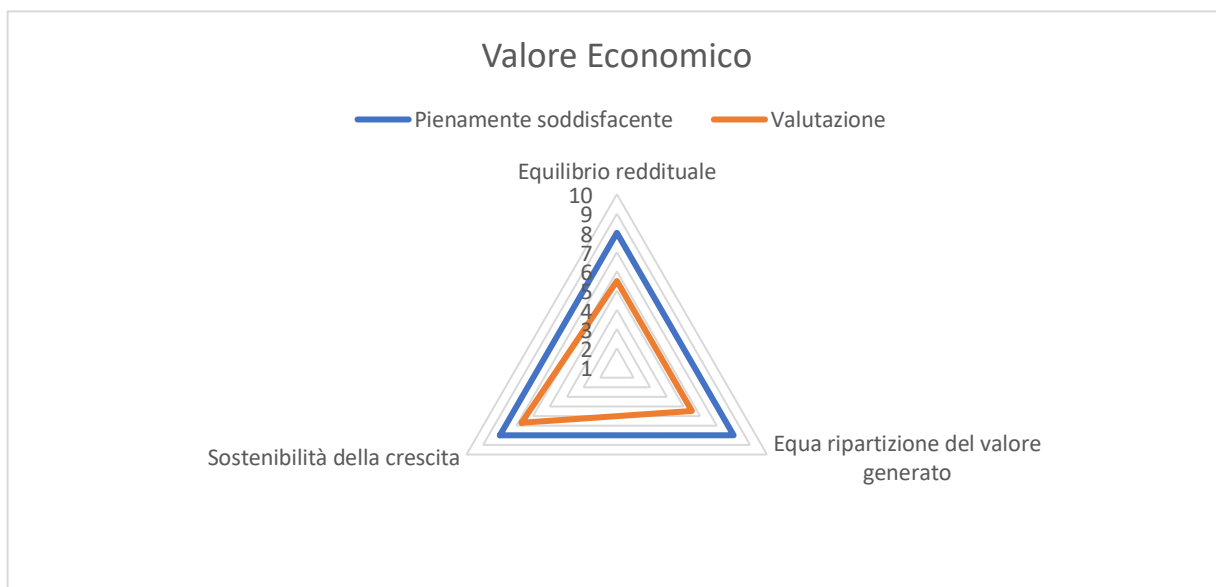
Coesione con gli azionisti



Solidità patrimoniale

Indipendenza

La sinergia tra le 3 dimensioni del Valore Economico



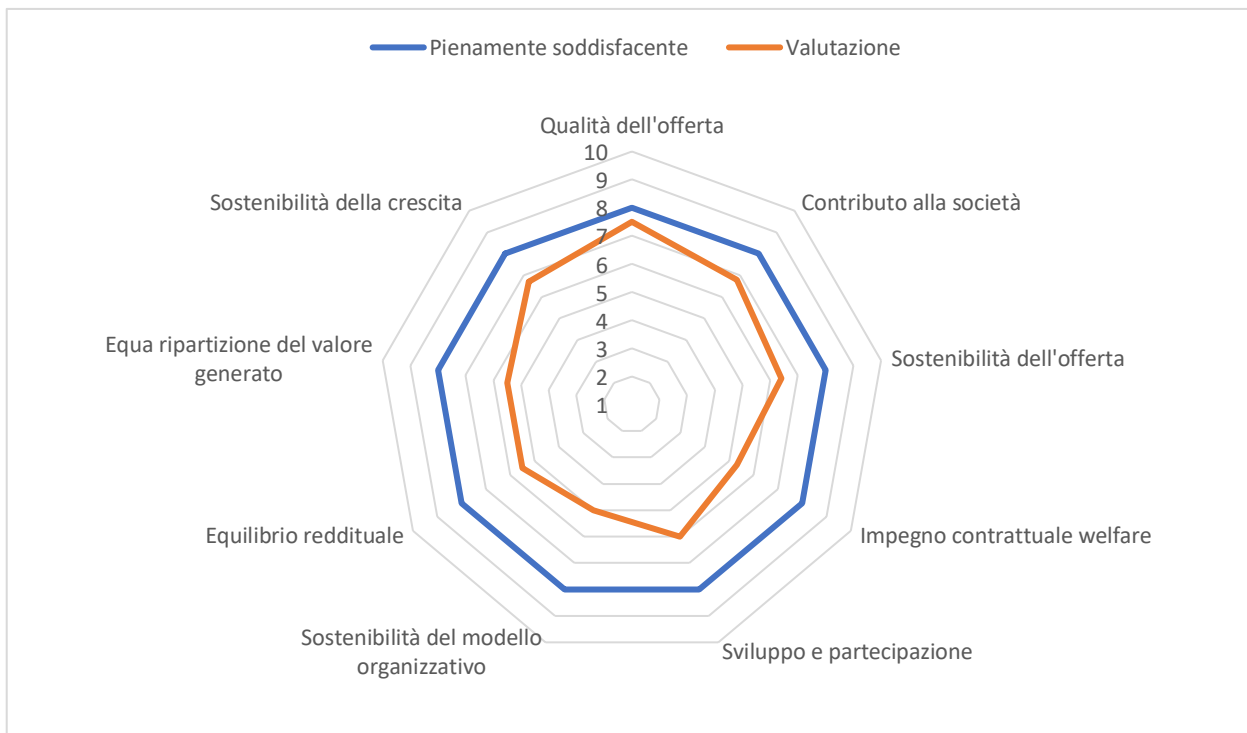
Considerazioni e obiettivi

Ad evidenza dobbiamo ancora iniziare la vera attività, la sfida è da subito rendere autosufficiente l'azienda.

La crescita dei ricavi ed il reinvestimento degli utili per crescere contraddistinguono questa prima fase di attività

2.4 La sinergia tra i pilastri: Prodotto, Lavoro, Valore Economico

Valutazione complessiva dei risultati



Considerazioni generali e obiettivi rispetto alla sinergia tra i pilastri

Come si vede dal grafico abbiamo molto da lavorare, ma non potrebbe essere diversamente da così dopo soli 6 mesi di attività.

Gli obiettivi sono quelli di farci conoscere ed apprezzare in mondo che cambia come società di consulenza attenta alle esigenze dei clienti e di tutti gli Stekeholders. Abbiamo l'obiettivo di sostenere la ripresa delle aziende post Covid-19 realizzando il nostro obiettivo di tenere insieme i 3 temi della sostenibilità aziendale.

3. LA SOSTENIBILITA' AMBIENTALE E SOCIALE

Consapevole poi che la creazione di valore non può prescindere dalla gestione degli impatti dei processi in ottica di tutela dell'ambiente e della comunità – in base al principio “Do no relevant harm” – la Buona Impresa osserva tutte le dimensioni sociali e ambientali rilevanti per la sua attività, valutando la propria capacità di gestirle responsabilmente.

Presenza di certificazioni ambientali o sociali

L'azienda per ora non ha intrapreso percorsi di certificazione.

3.1 Ambiente

Compliance alla normativa

commento

L'azienda per quanto possibile data la dimensione ed il settore di attività è attenta all'uso delle proprie risorse. Cerchiamo di utilizzare meno carta possibile, di sensibilizzare i propri Stakeholders al miglior utilizzo delle risorse ambientali. Una larga parte del Nostro Impegno è proprio rivolto a questi temi. Ci stiamo organizzando per la misurazione di tutti i nostri impatti.

valutazione

6.0

feedback



Considerazioni e obiettivi

Siamo conformi alle norme, ma vorremmo fare molto di più. Alcuni dei nostri progetti sono tesi al miglioramento della sostenibilità ambientale nostra e soprattutto delle aziende nostre clienti. Re-Mob! in particolare ci permette di lavorare nel settore della mobilità sostenibile. Altri progetti li abbiamo in preparazione e saranno presentati nel 2021.

Il mondo è di fronte alla rivoluzione della Green Economy, noi vogliamo essere protagonisti del mondo che cambia dando il nostro contributo, ambiente certo, ma anche sviluppo ed armonia sociale.

3.2 Comunità

Compliance alla normativa

commento

Il nostro essere Start Up ha limitato la nostra operatività su questo tema.

valutazione

5.0

feedback



Considerazioni e obiettivi

L'unica considerazione possibile è quella relativa al fatto che crescendo in dimensione ed attività porremo sempre maggiore attenzione anche a questi temi.

4. L'IMPATTO SULLO SVILUPPO SOSTENIBILE

L'attività dell'impresa influisce, attraverso la sua capacità di creare valore e il modo in cui gestisce gli impatti negativi, al perseguimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dalle Nazioni Unite nell'Agenda 2030.

4.1. Valutazione del valore creato rispetto ai singoli SDGs

La valutazione dell'impatto¹ sugli SDGs è data da

- SDGs effettivamente impattati
- Rilevanza dell'impatto
- Valutazione della performance rispetto agli elementi impattanti

Per i capitoli Lavoro e Valore Economico, l'impatto sugli SDGs deriva automaticamente dagli elementi di valutazione selezionati (ognuno dei quali ha un impatto su un SDG, con una rilevanza predefinita) e dal voto assegnato dall'impresa. Per il capitolo Prodotto – data la varietà di impatti possibili in questo senso – è l'impresa stessa a definire quali SDGs sono impattati e con quale rilevanza.

In questa sezione, l'impatto è rappresentato in termini percentuali, rispetto al potenziale di creazione di valore qualora le valutazioni negli elementi selezionati fossero "pienamente soddisfacenti" (voto 8 nel questionario).

Obiettivo 8: Lavoro dignitoso e crescita economica

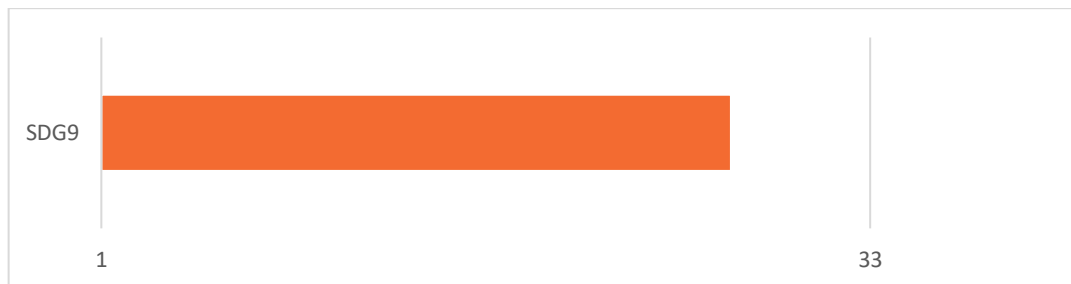
Promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, la piena occupazione e il lavoro dignitoso per tutti



Obiettivo 9: Industria, innovazione e infrastrutture

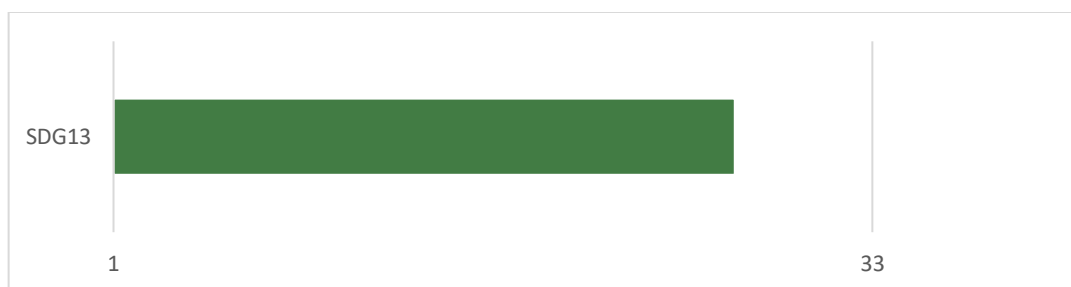
Costruire un'infrastruttura resiliente, promuovere l'industrializzazione inclusiva e sostenibile e sostenere l'innovazione

¹ La metodologia completa è disponibile [QUI](#)



Obiettivo 13: Agire per il clima

Adottare misure urgenti per combattere i cambiamenti climatici e le loro conseguenze



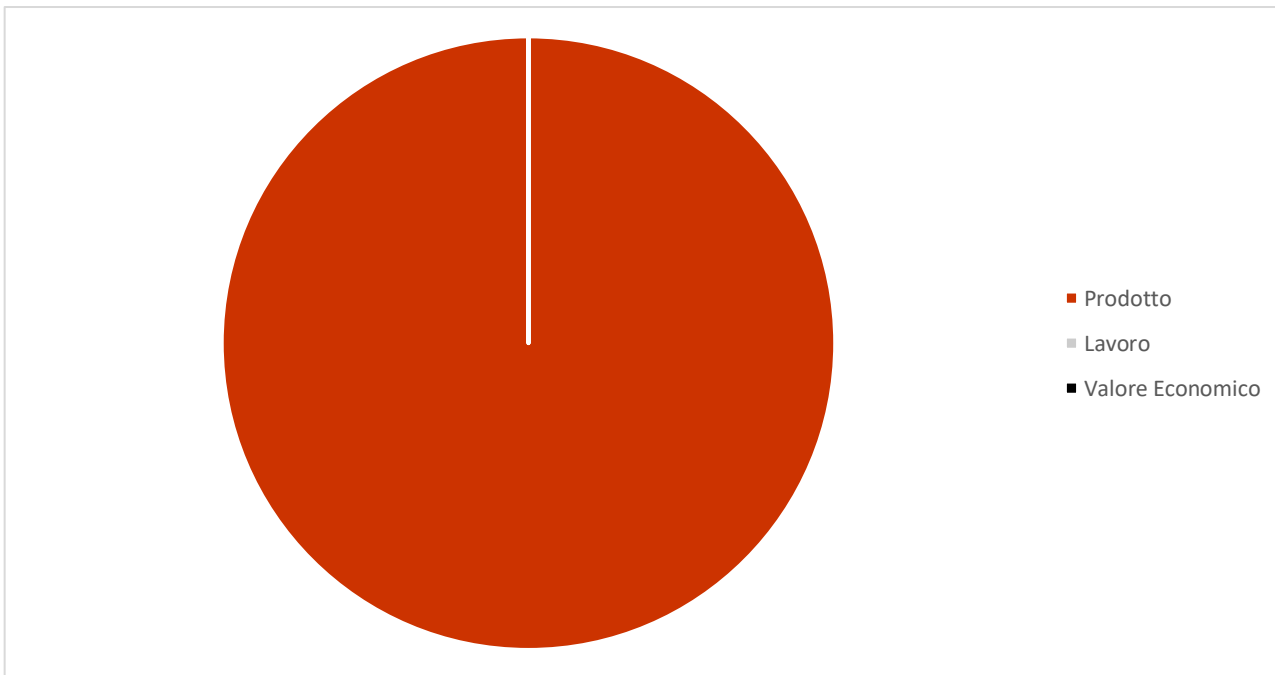
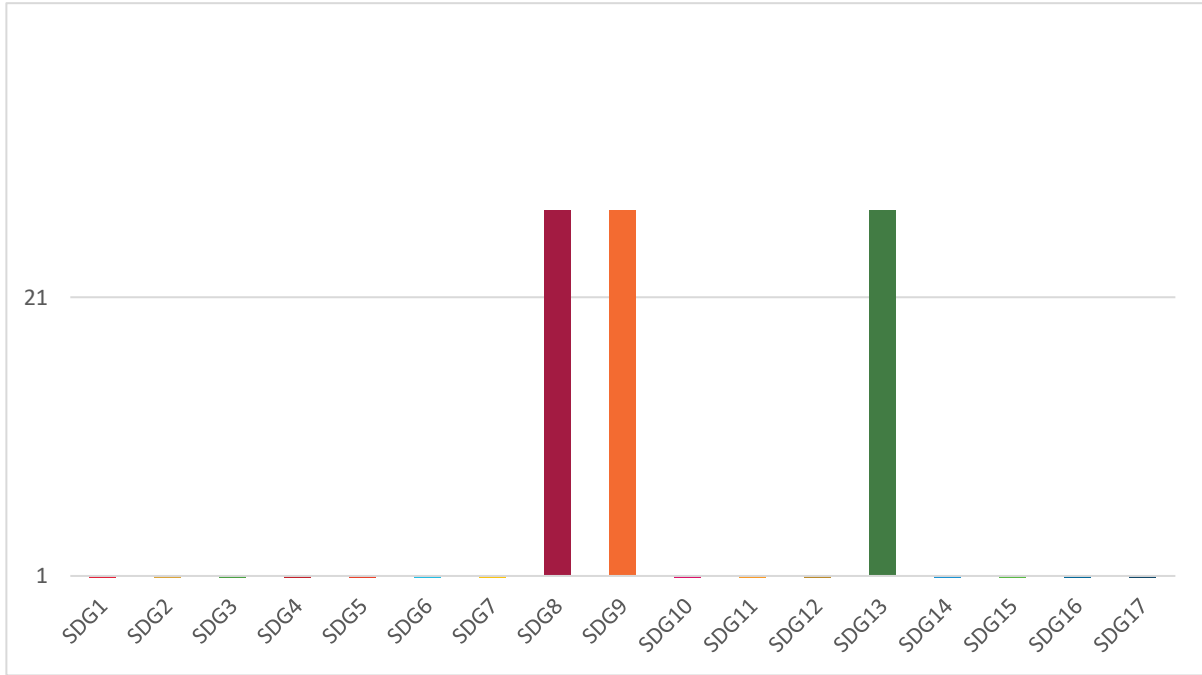
4.2. L'impatto complessivo sullo Sviluppo Sostenibile

In questa sezione, l'impatto² sui singoli SDGs è rappresentato in termini di

- Valore creato in termini assoluti (rilevanza x valutazione in ciascuna delle dimensioni impattanti), attraverso Prodotto, Lavoro e creazione di Valore Economico
- Rischio di impatto negativo, legato ad una valutazione non sufficiente sui 3 pilastri dell'attività dell'impresa o su uno o più elementi materiali di Sostenibilità Sociale e Ambientale.

² La metodologia completa è disponibile [QUI](#)

Valore complessivo generato



Risk Assessment di Sostenibilità



Considerazioni e obiettivi

Il responso della valutazione in questo caso ci penalizza in quanto le attività relative a lavoro ed al clima non sono state ancora rese operative dato il breve tempo trascorso dall'inizio della nostra attività, ma entrambe sono al centro del nostro progetto e cresceranno con noi.

Il Responsabile di Impatto

Marco Ceruti