

2021

Relazione d'impatto

Re-resolution Hub Società Benefit r.l.



Indice del documento

1. La governance

1.1 Visione e Orientamento di Fondo	7
1.2 I processi strategici	9

2. La creazione di valore

2.1 Il prodotto	10
2.2 Lavoro	12
2.3 Valore Economico	14
2.4 La sinergia tra i pilastri: Prodotto, Lavoro, Valore Economico	16

3. La Sostenibilità

3.1 Ambiente	18
3.2 Comunità	19

4. L'impatto sullo Sviluppo Sostenibile

4.1 Valutazione del valore creato rispetto ai singoli SDGs	20
4.2 L'impatto complessivo sullo Sviluppo Sostenibile	24



La visione di **Re-resolution Hub**

Siamo felici di presentarvi la nostra **Relazione di Impatto relativa all'anno 2021.**

Migliorare il nostro impatto passa dalla capacità di *crescita sostenibile* della nostra azienda.

Siamo molto esigenti con noi stessi perché **vogliamo essere un esempio costruttivo per un miglior modo di fare impresa.**

Si può e si deve, in questi anni difficili, porsi dei nuovi obiettivi. Fare impresa negli anni '20 è molto diverso dal secolo scorso o solo da 10 anni fa. Il progresso della tecnologia, la nuova sensibilità delle persone, la crisi climatica ormai dichiarata e conclamata, impongono nuovi modelli di impresa. Solo attraverso un nuovo rinascimento culturale che rimetta i veri Stakeholders al centro dei progetti potremo garantire una vita migliore a noi stessi ed alle generazioni future.

Ma quali sono i veri Stakeholders? Le persone e l'ambiente.

A partire dagli anni '90 del secolo scorso la finanza ha preso il sopravvento e con essa una visione di breve periodo, legata ai profitti trimestrali. Persone, lavoro, ambiente sono state progressivamente viste con un mezzo per ottenere maggiori profitti. Oggi il mondo è stato già cambiato, la nostra società si sta trasformando sulla spinta di due fattori fuori dal controllo delle nostre azioni: la pandemia Covid-19 e la crisi climatica, per superare tutto questo occorre rimettere in campo una visione strategica ed operativa di medio periodo.

Covid-19 ha costretto il mondo intero ad interrogarsi sulla propria esistenza, le persone, costrette in casa, hanno cambiato di colpo il loro approccio al lavoro, alla famiglia, agli stili di vita. È indiscutibile, ne siamo tutti usciti diversi, cambiati, obbligati a rivedere le nostre scelte di vita, i nostri consumi. Sono tornati a galla valori che avevamo disperso in una corsa continua che è stata bruscamente interrotta.

La scienza ci è venuta in soccorso, ma le distanze sociali si sono incrementate. La crisi economica ha portato alla luce nuove povertà, ha ulteriormente rallentato il ricambio generazionale nel mondo del lavoro, sconvolto le vite dei più giovani e tolto punti di riferimento consolidati. La crisi climatica, dal canto suo, ci è stata annunciata dagli scienziati già da

molti anni, ma la capacità di reazione a qualcosa che non si vede, che non provoca un impatto immediato, ma di lungo termine è sempre lenta e difficile. Sono le Nazioni più povere quelle che per prime hanno iniziato a subire i danni del cambiamento climatico, l'agricoltura ne è sempre più colpita, interi Paesi hanno subito danni devastanti, solo in questi ultimi anni, sotto la spinta dei giovani la coscienza di quanto sta già avvenendo inizia a farsi largo tra fake news e resistenze politiche ed economiche al cambiamento.

Eppure, tutto sta cambiando, le nostre imprese, spesso di medio piccola dimensione, rischiano di essere travolte se non mostreranno una capacità di reazione e di messa in campo di nuove strategie che tengano conto dei mutamenti in atto. Intere filiere andranno in crisi, alcuni mercati spariranno, altri nasceranno e nuove competenze saranno necessarie.

Cambiare si può e si deve.

L'impresa tornerà ad essere protagonista del cambiamento oppure sarà condannata alla chiusura, solo chi saprà riconoscere per tempo e agire velocemente sarà protagonista del nuovo mondo che tra il 2030 ed il 2050 sarà completamente diverso. L'impresa appunto, la società benefit come nuovo modello organizzativo, la Buona Impresa, come modello per la creazione di valore condiviso tra tutti gli Stakeholders, la diffusione di questi modelli sono la nostra attività, il centro del nostro progetto, il cuore e la mente uniti per studiare nuove strategie, implementare la cultura del cambiamento.

Vogliamo non solo parlare, ma soprattutto fare.

Organizziamo e partecipiamo ad eventi, portiamo

nelle aziende un nuovo pensiero, cerchiamo di essere gli occhiali che guardano al futuro partendo dal particolare del presente di ogni realtà per immaginarla tra qualche anno evoluta, in crescita, migliorata.

Per farlo puntiamo alle persone, ai valori condivisi, a tutto ciò che le aziende possono fare per migliorare la qualità della vita delle persone che le compongono e le rappresentano, ascoltiamo, impariamo, ci confrontiamo e proponiamo.

Guardiamo al cambiamento climatico come occasione per migliorare, per trovare un nuovo equilibrio, per individuare nuovi lavori per i nostri giovani, non ci nascondiamo le difficoltà, ma vogliamo essere propositivi e produttivi.

Ci chiamiamo Re-solution Hub!

Vogliamo trovare Soluzioni ed essere un Hub di competenze, vogliamo essere partner non fornitori, vogliamo fare rete perché siamo convinti di avere qualcosa da comunicare.

Nel nostro essere una Start Up, vogliamo comunque avere un ruolo da protagonisti per i prossimi 10-20 anni. Nel 2035 vorremo poter dire di essere stati tra i protagonisti del cambiamento, vorremo aver inserito nelle nostre fila tanti giovani, donne e uomini, aver offerto una occasione di lavoro e di crescita personale e lavorativa, vorremo poter dire di aver contribuito ad introdurre la cultura della riduzione dell'impatto ambientale e lasciare alle generazioni future un mondo migliore.

Questa è Re-solution Hub, siamo ambiziosi e vi invitiamo ad esserlo con noi, insieme saremo più forti, avremo un impatto più importante e miglioreremo ognuno un po' il nostro essere cittadini del Mondo. Benvenuti in Re-solution Hub, aiutateci a migliorare il nostro impatto, noi lo faremo con voi.



Introduzione

Questo documento è la nostra seconda relazione di impatto, la prima in cui la nostra azienda ha potuto esprimere il proprio potenziale, fino a luglio del 2021 siamo stati per lo più impegnati a definire i nostri servizi, a testarli e renderli efficienti, per offrire la miglior qualità nella consulenza ai nostri clienti.

Il nostro piano di impatto va completandosi ogni anno di nuovi capitoli che vogliamo riassumere in questo documento. Abbiamo scelto come strumento di misurazione indipendente SABI, un software messo a disposizione dalla Fondazione Buon Lavoro con cui condividiamo il percorso valoriale e la visione della Buona Impresa, basato sui criteri del GRI (Global Reporting Iniziative) in fondo alla relazione troverete le note metodologiche.

Chi siamo

Re-resolution Hub è una società benefit, costituita nel luglio 2020 con l'obiettivo dichiarato di contribuire alla ripresa economica e sociale post Covi-19. Ci siamo interrogati su come potessimo mettere le nostre esperienze lavorative a disposizione delle aziende italiane per sviluppare nuove strategie volte a introdurre nelle imprese una nuova cultura aziendale.

Covid -19 e Crisi Climatica sono due temi che uniti ai cambiamenti che hanno portato nella nostra Società richiedono un ripensamento delle politiche aziendali ed un nuovo modo di fare impresa per puntare ad una creazione di valore condiviso che tenga conto delle esigenze di tutti gli Stakeholders interni ed esterni dell'azienda.

La nostra è una consulenza fatta di progetti concreti, poche parole e tanti fatti è il nostro obiettivo. Mettere le persone al centro di ogni progetto di consulenza è il nostro obiettivo dichiarato. Per farlo abbiamo scelto di costituirci come società Benefit e la redazione della relazione di impatto annuale è, oltre ad un obbligo di legge, il nostro modo di comunicare ai nostri Stakeholders a che punto siamo del nostro progetto, di ascoltare le loro esigenze ed i loro commenti.

Nel corso del 2021 abbiamo aderito al progetto della Fondazione Buon lavoro perché lo troviamo aderente ai nostri valori, ad un modo di interpretare l'impresa più moderno e adatto ai nostri giorni ed a quelli che verranno.

La Buona Impresa si costruisce ogni giorno interrogandosi su dove migliorare a 360° nella creazione di un Valore condiviso.

Saremo lieti di ricevere i vostri commenti, anche le Vostre critiche costruttive se vorrete prestare un po' del Vostro tempo a leggere questo documento, ci aiuterete a migliorare. Vi invitiamo anche a visitare il nostro sito, www.resolutionhub.it per conoscerci meglio e valutare i nostri servizi di consulenza.

1. La governance

La Buona Impresa adotta un certo orientamento di fondo e prende un impegno cogente in questa direzione. Esso si declina poi nell'adozione di processi strategici coerenti, in una modalità sistemica di valutazione dei risultati e in un approccio trasparente alla condivisione e alla rendicontazione.

1.1 Visione e Orientamento di Fondo

L'impegno dell'impresa

Rispetto alla Visione specifica della Buona Impresa



Rispetto a Sostenibilità e Trasparenza



Rispetto a Sostenibilità e Trasparenza



Descrizione delle finalità

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 sistema-

tica 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.

Sintonia e condivisione

Sintonia nella Governance



Condivisione da parte degli stakeholder interni



Condivisione da parte degli stakeholder esterni



Considerazioni e obiettivi

L'impegno dell'impresa e la sua sintonia con l'approccio della Buona Impresa è totale. La visione innovativa dell'azienda vuole consentire lo sviluppo di una cultura d'azienda basata sui valori delle persone ed alla salvaguardia dell'ambiente nella convinzione che la produzione di valore economico derivi dalla capacità di produzione di valore complessivo. Le tre fasi economico-finanziaria, sociale ed ambientale si fondono per l'ottenimento dei risultati complessivi dell'azienda e del suo impatto sulle 3 aree.

L'obiettivo è diffondere quanto più possibile il concetto di Società Benefit anche attraverso Corsi, Webinar e conferenze messe a disposizione di chi vuole camminare con noi su questo percorso o semplicemente saperne di più.



1.2 I processi strategici

Pianificazione Strategica

Completezza e coerenza dei processi di pianificazione strategica in azienda



Sostenibilità, etica e trasparenza aziendale

Qualora l'azienda abbia una missione di impatto specifica, l'azienda rende accessibili al pubblico informazioni rispetto agli impatti generati

Presenza e completezza di processi per la gestione di sostenibilità etica e trasparenza



Processi di ascolto e condivisione con gli stakeholder

Presenza e valorizzazione di strumenti di condivisione e ascolto degli stakeholder



Considerazioni e obiettivi

L'azienda predispone continue verifiche utilizzando lei stessa i sistemi di pianificazione strategica e valutazione dei risultati che propone ai propri clienti.

L'obiettivo della trasparenza e dell'ascolto delle esigenze dei diversi Stakeholders è imprescindibile rispetto alla nostra attività. Ogni anno predisponiamo diverse Survey per raccogliere dati oggettivi sul nostro operato. Vogliamo migliorare costantemente la qualità della nostra consulenza capendo le nuove necessità dei nostri Stakeholders.



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.

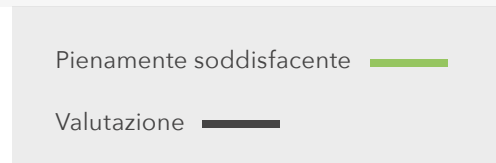
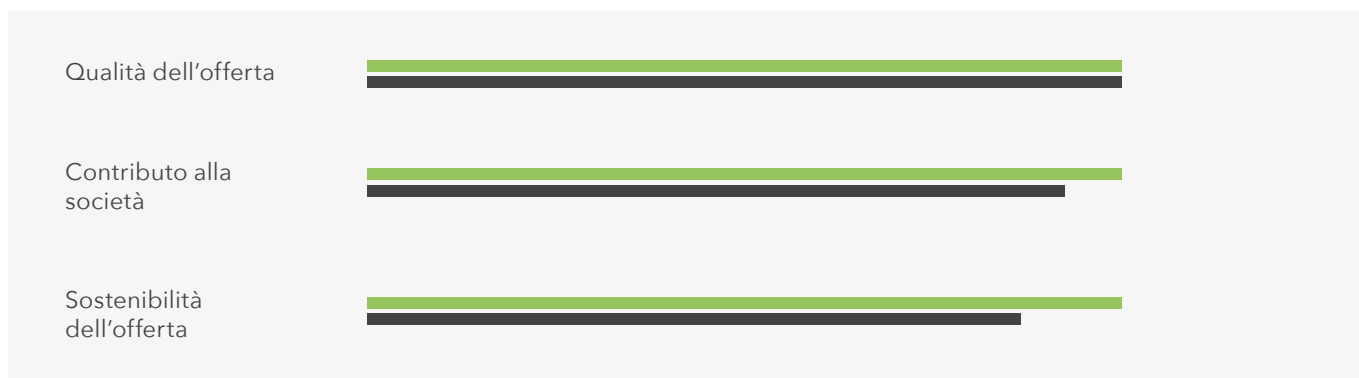
2.1 Il prodotto

Dimensioni ed elementi di valutazione

Dimensione	Voto ponderato	Elementi scelti	Rilevanza attribuita per elemento
Qualità dell'offerta	8,0	Qualità del prodotto	
		Qualità della relazione con i clienti	
		Congruità del prezzo	
		Sicurezza e tutela del cliente	
Contributo alla società	7,4	Contributo al benessere delle persone	
		Innovazione di prodotto	
		Prodotti o servizi sostenibili	
		Cultura	
		Accessibilità e inclusività	

Dimensione	Voto ponderato	Elementi scelti	Rilevanza attribuita per elemento
Sostenibilità dell'offerta	7,1	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 ancora in fase di Start Up, ma abbastanza soddisfatti rispetto all'offerta di servizi che abbiamo portato sul mercato. L'esperienza ci consentirà di progredire.

I nostri servizi sono tutti rivolti alla sostenibilità complessiva delle aziende clienti. Il nostro obiettivo è essere sempre più propositivi in termini di assistenza ai bisogni concreti dei clienti ed iniziare un nuovo percorso di consulenza legato anche a nuovi servizi. Nel 2022 abbiamo ottenuto risultati soddisfacenti da Re-benefit!, puntiamo per il 2022 a sviluppare meglio anche l'ambito del controllo di gestione sostenibile.

2.2 Lavoro

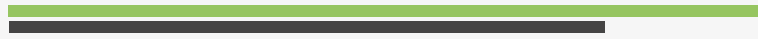
Dimensioni ed elementi di valutazione

Dimensione	Voto ponderato	Elementi scelti	Rilevanza attribuita per elemento
Impegno contrattuale e welfare	6,4	Creazione di lavoro	
		Rapporti contrattuali con i fornitori	
		Sicurezza sul posto di lavoro	
Sviluppo e partecipazione	5,0	Realizzazione professionale	
		Sostegno all'indotto (fornitori e partner)	
Sostenibilità del modello organizzativo	5,7	Coesione con i lavoratori	
		Coesione con i fornitori	
		Presidio delle competenze distintive	
		Innovazione organizzativa	

La sinergia tra le 3 dimensioni del Lavoro

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Impegno contrattuale e welfare



Sviluppo e partecipazione



Sostenibilità del modello organizzativo



Pienamente soddisfacente



Valutazione



Considerazioni e obiettivi










In quest'area scontiamo il nostro essere Start Up, il nostro modello organizzativo legato alla nostra crescita dimensionale prevedere l'inserimento di giovani leve in azienda, confidiamo che l'anno 2022 possa permetterci di farlo e di mettere alla prova le nostre idee ed i nostri valori anche con i nostri prossimi collaboratori.

L'obiettivo prevede l'inserimento di nuove figure professionali a sostegno della crescita aziendale.



2.3 Valore economico

Dimensioni ed elementi di valutazione

Dimensione	Voto ponderato	Elementi scelti	Rilevanza attribuita per elemento
Equilibrio reddituale	6,5	Risultato Economico	
		Solvibilità	
Equa ripartizione del valore generato	5,4	Distribuzione del valore economico	
		Remunerazione dei servizi pubblici	
		Remunerazione del capitale di rischio	
		Reinvestimento degli utili in azienda	
		Filantropia	
Sostenibilità economica	6,9	Coesione con gli azionisti	
		Solidità patrimoniale	
		Indipendenza	

La sinergia tra le 3 dimensioni del Valore Economico

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Equilibrio
reddituale



Equa ripartizione
del valore generato



Sostenibilità
economica



Pienamente soddisfacente



Valutazione



Considerazioni e obiettivi

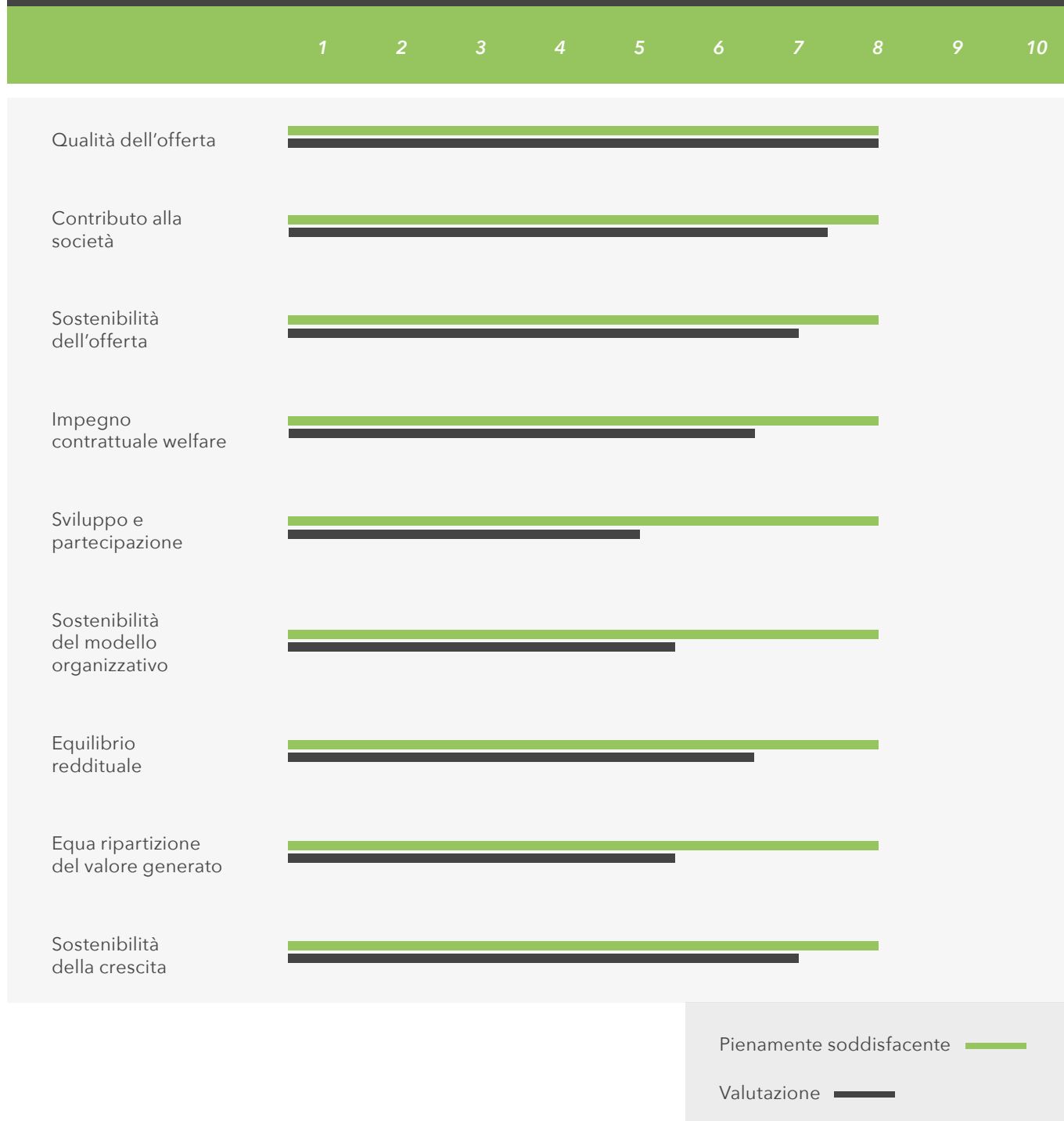
La nostra attività pur in avvio si è dimostrata sostenibile a livello economico, ma è ancora troppo presto per poterci dire soddisfatti, Il 2022 dovrà essere l'anno della crescita sostenibile con un ritmo molto maggiore rispetto al 2021.

Vogliamo prestare i nostri servizi ad un numero molto più rilevante di clienti, cooperare al meglio con i nostri partner per migliorare i servizi. Ci aspettiamo una forte crescita del fatturato nella seconda parte del 2022.



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

La sinergia tra le 3 dimensioni del Valore Economico



Considerazioni e obiettivi

La valutazione complessiva è soddisfacente se considerata in relazione ai tempi di pandemia in cui abbiamo sviluppato le nostre attività di consulenza ed alla complessiva novità che stiamo portando nel mercato. Il tema Benefit è in crescita e lo sarà nei prossimi anni, stiamo consolidando la nostra presenza sul mercato. Abbiamo puntato all'inizio allo sviluppo dei nostri servizi di consulenza ed alla loro qualità. Complessivamente dobbiamo crescere.

Solo la crescita dimensionale, la nostra reputazione e la qualità del lavoro ci consentiranno di dare lavoro ai giovani che è uno degli obiettivi che tutti noi ci siamo posti come essenziale nello sviluppo delle nostre attività di consulenza. Crescita sostenibile per noi è un modo di essere e di vivere che vogliamo trasmettere agli Stakeholders attraverso l'esempio e la disponibilità.



3. La Sostenibilità

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.

3.1 Ambiente

Compliance alla normativa

Commento

Valutazione

Feedback

Il nostro impatto ambientale diretto è ridotto. La nostra sede si trova in Spaces ed abbiamo richiesto ed ottenuto una maggiore attenzione al riciclo dei rifiuti ed all'uso dell'acqua potabile nel palazzo che ci ospita. Abbiamo sviluppato un progetto sulla mobilità elettrica delle flotte aziendali, cerchiamo principalmente di utilizzare mezzi a ridotto impatto ambientale per i nostri spostamenti sia personali che aziendali.

5,0



Considerazioni e obiettivi

Ci siamo dati un voto basso perché vogliamo migliorare sempre, anche se abbiamo fatto di tutto per ridurre il nostro impatto ambientale e migliorare quello sociale. Solo il tempo ci dirà se abbiamo intrapreso la strada giusta.

Monitorare e misurare, fornire servizi che aiutino la comunità e le aziende a ridurre il loro impatto è anche il nostro modo di migliorare il nostro.



3.2 Comunità

Compliance alla normativa

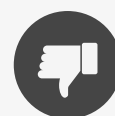
Commento

Valutazione

Feedback

La dimensione aziendale ridotta e la mancanza di dipendenti non ci consentono di essere particolarmente efficaci. Siamo comunque impegnati nel rispetto di tutte le normative ed attenti a non arrecare danno alle persone ed all'ambiente.

6,0



Considerazioni e obiettivi

Viviamo nella nostra città, lavoriamo in tutta Italia, mettiamo le persone al centro di ogni nostro progetto.

Aiutare il diffondersi di una nuova cultura di accoglienza responsabile e sostenibile, questo è il nostro credo.



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'impatto 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 1: povertà 0

Sradicare la povertà in tutte le sue forme e ovunque nel mondo



SDG1

1

33

Obiettivo 3: Salute e benessere

Garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età



SDG3

1

9

Obiettivo 4: Istruzione di qualità

Garantire un'istruzione di qualità inclusiva ed equa e promuovere opportunità di apprendimento continuo per tutti



SDG4



Obiettivo 5: Uguaglianza di genere

Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'autodeterminazione di tutte le donne e ragazze



SDG5



Obiettivo 6: Acqua pulita e igiene

Garantire la disponibilità e la gestione sostenibile di acqua e servizi igienici per tutti



SDG6



Obiettivo 7: Energia pulita e accessibile

Garantire l'accesso all'energia a prezzo accessibile, affidabile, sostenibile e moderna per tutti



SDG7



Obiettivo 8: Lavoro dignitoso e crescita economica

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



SDG8

1

65

Obiettivo 9: Industria, innovazione e infrastrutture

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



SDG9

1

49

Obiettivo 10: Ridurre le disuguaglianze

Ridurre le disuguaglianze all'interno dei e fra i Paesi



SDG10

1

33

Obiettivo 11: Città e comunità sostenibili

Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili



SDG11

1

33

Obiettivo 12: Consumo e produzione responsabili

Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili



SDG12

1

49



Obiettivo 13: Agire per il clima

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



SDG13

1

33



Obiettivo 15: La vita sulla terra

Proteggere, ripristinare e promuovere l'uso sostenibile degli ecosistemi terrestri, gestire in modo sostenibile le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare e invertire il degrado dei suoli e fermare la perdita di biodiversità



SDG15

1

33



Obiettivo 16: Pace, giustizia ed istituzioni forti

Promuovere società pacifiche e inclusive orientate allo sviluppo sostenibile, garantire a tutti l'accesso alla giustizia e costruire istituzioni efficaci, responsabili e inclusive a tutti i livelli



SDG16

1

49



Obiettivo 1: povertà 0

Sradicare la povertà in tutte le sue forme e ovunque nel mondo



SDG17

1

33



4.2 L'impatto complessivo sullo Sviluppo Sostenibile

In questa sezione, l'impatto 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.

Valore complessivo generato

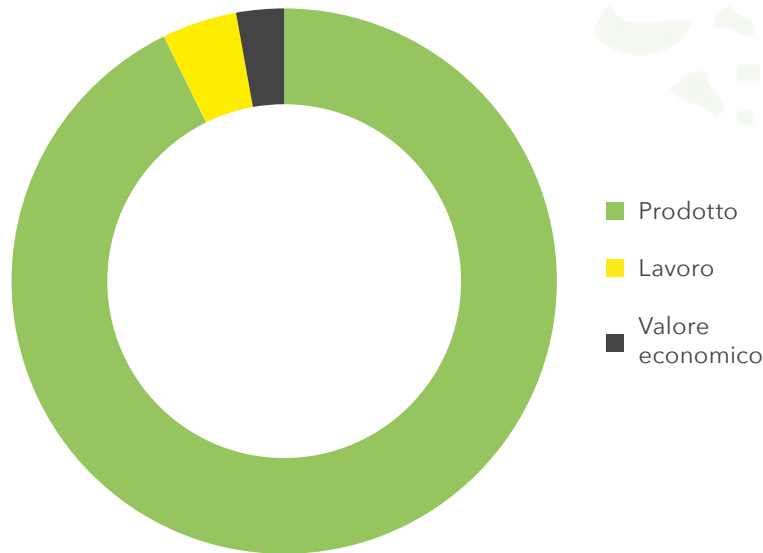
1

21

41

61





Risk Assessment di Sostenibilità



Considerazioni e obiettivi

L'impatto sui diversi SDG che l'azienda opera è quantitativamente ridotto, ma qualitativamente interessante. Il nostro approccio Benefit, punta sul beneficio comune, tutti i nostri servizi sono studiati ed erogati tenendo conto dell'impatto che avranno sulle persone e sull'ambiente.

Riteniamo di essere tra i promotori di un nuovo modo di fare impresa in cui l'utilizzo delle risorse naturali, delle materie prime, l'introduzione dell'economia circolare, siano parte integrante della Mission aziendale.

L'attenzione alle persone ed alle loro diverse esigenze è contenuto prioritario di ogni nostra attività.

Potrà sembrare eccessivo, data la ridotta dimensione della nostra azienda, ritenere che si possa avere un qualche impatto su questi temi di valenza mondiale, pensiamo però che sia proprio il contributo di tutti e di ognuno che possa generare un cambia-

mento positivo.

Etica del lavoro, coinvolgimento delle persone, attenzione all'ambiente sono per noi essenziali in ogni nostra azione.

I nostri servizi impattano non solo sulla nostra azienda, ma su quelle dei nostri clienti e fornitori, sui loro collaboratori su tutti gli Stakeholders. Nel corso del 2021 abbiamo contattato centinaia di persone e decine di aziende, abbiamo fatto campagne su LinkedIn e Facebook per promuovere la cultura delle Società Benefit, siamo convinti di aver lasciato un piccolo segno che potrà produrre grandi frutti.

Il nostro motto nel 2021 è stato: CON NOI O SENZA DI NOI inizia a pensare cosa puoi fare tu persona ed azienda per migliorare il mondo che ti circonda, per offrire nuove opportunità di lavoro e di crescita professionale, cosa puoi fare per sostenere attività meritevoli, per l'ambiente e poi, dopo averlo pensato, AGISCI!

2021

Report di autovalutazione

Re-solution Hub Società Benefit r.l.

Note metodologiche

La visione di fondo della Buona Impresa: **SABI**

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 _____	30
1.2 I processi strategici _____	33

2. La creazione di valore

2.1 Il prodotto _____	34
2.1.1 Qualità dell'offerta _____	35
2.1.2 Contributo alla società _____	38
2.1.3 Sostenibilità dell'offerta _____	42
2.1.4 Impatto del prodotto sullo Sviluppo Sostenibile _____	44
2.1.5 Valutazione di sintesi della creazione di valore attraverso il Prodotto _____	47
2.2 Lavoro _____	49
2.2.1 Impegno contrattuale e welfare _____	49
2.2.2 Sviluppo e partecipazione _____	51
2.2.3 Sostenibilità del modello organizzativo _____	52
2.2.4 Impatto del lavoro sullo Sviluppo Sostenibile _____	54
2.2.5 Valutazione di sintesi della creazione di valore attraverso il Prodotto _____	54
2.3 Valore Economico _____	56
2.3.1 Equilibrio reddituale _____	56
2.3.2 Equa ripartizione del valore generato _____	57
2.3.3 Sostenibilità economica _____	61
2.3.4 Impatto del valore economico sullo Sviluppo Sostenibile _____	62
2.3.5 Valutazione di sintesi della creazione di valore attraverso il Valore Economico _____	63
2.3 La sinergia tra i pilastri: Prodotto, Lavoro, Valore Economico _____	65

3. La Sostenibilità

3.1 Ambiente _____	67
3.2 Comunità _____	68

4. L'impatto sullo Sviluppo Sostenibile

4.1 Valutazione del valore creato rispetto ai singoli SDGs _____	69
4.2 L'impatto complessivo sullo Sviluppo Sostenibile _____	73

Tabella di riconciliazione GRI-SABI

Tabella di riconciliazione GRI-SABI _____	75
---	----



Il report di autovalutazione

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:
 - 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;
 - 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;
 - 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-resolution Hub aderiscono pienamente agli obiettivi aziendali e sostengono lo sviluppo dell'azienda e della nuova cultura aziendale che Re-resolution Hub vuole portare nel mondo dell'imprenditoria italiana. La visione della Buona Impresa incarna pienamente la Vision aziendale dei fondatori di Re-resolution Hub.

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

Il team di lavoro di Re-resolution Hub è pienamente coinvolto sia a livello di CDA sia con i collaboratori ed i partner nel promuovere l'impegno dell'azienda per un nuovo modo di fare impresa.

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

Sulla base dei dati raccolti con le risposte ai questionari inviati ai clienti possiamo con orgoglio dire che siamo stati scelti dai nostri clienti anche per la comune visione di ricerca di nuove formule legate all'organizzazione aziendale basati su valori etici e su proposte innovative di sviluppo strategico dell'impresa.

Considerazioni generali e obiettivi rispetto alla visione e orientamento di fondo

L'impegno dell'impresa e la sua sintonia con l'approccio della Buona Impresa sono totali.

La visione innovativa dell'azienda vuole consentire lo sviluppo di una cultura d'azienda basata sui valori delle persone ed alla salvaguardia dell'ambiente nella convinzione che la produzione di valore economico derivi dalla capacità di produzione di valore complessivo.

Le tre fasi economico-finanziaria, sociale ed ambientale si fondono per l'ottenimento dei risultati complessivi dell'azienda e del suo impatto sulle 3 aree.



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 definisce obiettivi specifici per ciascuno dei 3 pilastri.

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 adotta strumenti o processi strutturati per la condivisione interna di informazioni di natura societaria ed economico-finanziaria;
- l'azienda rende accessibili al pubblico informazioni rispetto alla sostenibilità sociale e ambientale.

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 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

L'azienda predispone continue verifiche utilizzando lei stessa i sistemi di pianificazione strategica e valutazione dei risultati che propone ai propri 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 Il Prodotto

Lo scopo

I servizi svolti da Re-solution Hub sono diversi, ma sono accumulati da un elemento trasversale: i servizi resi devono obbligatoriamente prendere in considerazione il beneficio per il cliente, vogliamo lavorare seguendo il concetto Win-Win, la soddisfazione per la collaborazione deve essere condivisa.

Siamo sempre attenti ai commenti ed alle necessità dei clienti per migliorare costantemente i nostri servizi affinché siano sempre concreti ed utili per chi ne usufruisce.

Gli ambiti in cui l'azienda opera sono diversi, ma il tema della sostenibilità aziendale a 360° è sempre presente. sia che si parli di Re-Benefit!, studiato per la trasformazione in Benefit delle società, sia che si parli di Re-Control! il servizio reso per inserire il controllo di gestione nelle aziende, sia di Re-Up!, il questionario per conoscere i rischi aziendali ed iniziare un percorso di sostenibilità oppure di Re-Sales! il metodo per sostenere lo sviluppo commerciale delle aziende.

Cerchiamo di offrire servizi innovativi di qualità ad un equo prezzo per renderli accessibili anche ad aziende PMI od alle Start Up differenziando il livello di servizio, mantenendo la qualità, alla effettiva dimensione e utilità per l'azienda cliente, anche in termini di prezzo richiesto.

La nostra passione sono le attività dei nostri clienti ed il loro successo la nostra massima soddisfazione.

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:

8,0

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 ha ottenuto riconoscimenti esterni qualificati rispetto alla qualità del proprio prodotto (premi, recensioni, riconoscimenti, partnership...)
- l'azienda ha innovato processi o prodotti per andare incontro alle esigenze del mercato

Sperimentiamo su di noi prima di proporre un servizio di consulenza ai clienti, poi offriamo al nostro primo cliente, su un nuovo servizio, un prezzo molto conveniente perché possa aiutarci a crescere e migliorare il servizio. I commenti che riceviamo dai nostri clienti e la loro volontà di instaurare con noi un rapporto duraturo sono per noi il miglior segnale per valutare quanto stiamo facendo. Ogni anno inviamo una Survey per ottenere feedback sul nostro operato, ma costantemente ci confrontiamo per migliorare il nostro approccio.

Il riscontro degli stakeholder

Riportiamo alcuni commenti tratti dalla Survey inviata ai clienti valgono per noi molto più di quanto noi possiamo raccontare:

"Grazie a Re-Solution Hub abbiamo scoperto il mondo Benefit e abbiamo intrapreso un percorso di trasformazione della nostra società."

"Ritengo questo un ottimo contributo al nostro sviluppo futuro. Strategicamente è per noi un passo importante e la fiducia nel percorso intrapreso è la migliore dimostrazione di quanto sopra detto."



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:

8,0

Rilevanza attribuita:



I nostri clienti sono il nostro futuro e vogliamo prenderci cura di loro con passione e competenza. La nostra azienda è giovane, di fatto abbiamo chiuso nel 2021 il nostro primo esercizio completo di attività.

Restiamo costantemente in contatto con i clienti e definiamo con loro tempi e modi del nostro operare con loro, giusto prezzo, attenzione alle necessità che sorgono lungo il percorso e velocità di realizzazione ci contraddistinguono.

Abbiamo creato delle partnership che ci consentano di completare le nostre competenze interne con quelle dei nostri partner per fornire un servizio completo ai clienti.

Quando si parla di sostenibilità dell'azienda sia dal lato economico finanziario, che da quello sociale ed ambientale, non possiamo essere tuttologi, ma possiamo essere, e siamo, il centro di competenze diversificate, il punto di riferimento unico per il nostro cliente.

Il riscontro degli stakeholder

Alcuni commenti dalle Survey clienti 2021:

“Lavorare con Re-resolution Hub non è lavorare con un fornitore normale ma si è instaurata una relazione personale e aziendale che va al di là del semplice rapporto cliente/fornitore.”

“Crediamo che il 2022 vedrà sviluppi importanti negli scambi di competenze e know-how.”

Congruietà 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:

8,0

Rilevanza attribuita:



Cerchiamo di proporre un prezzo equo che tenga conto delle nostre competenze e professionalità, del tempo che dedichiamo ai clienti e che sia in linea con le loro aspettative.

Ambiamo ad un rapporto di lungo periodo e la fiducia che abbiamo ricevuto nel corso del 2021 dai clienti con il rinnovo dei mandati anche per il 2022 ci rende convinti di aver individuato un corretto rapporto qualità/prezzo.

Il riscontro degli stakeholder

Commenti dalle Survey:

"Il prezzo richiesto è allineato alla qualità del servizio erogato ed alla tempestività di esecuzione"

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:

8,0

Rilevanza attribuita:



Abbiamo particolarmente a cuore la privacy dei nostri clienti, entriamo nelle aziende, conosciamo le persone, valutiamo dati e strategie di sviluppo, la riservatezza per noi è un valore indispensabile.



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:

7,0

Rilevanza attribuita:



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

- a soddisfare un bisogno di sicurezza (protezione, fiducia, proprietà, tranquillità, trasparenza, etc.)
- a soddisfare un bisogno di appartenenza (socialità, partecipazione, amicizia, etc.)
- a soddisfare un bisogno di stima (autostima, realizzazione, rispetto reciproco, etc.)
- a soddisfare un bisogno di autorealizzazione (moralità, creatività, problem solving, etc.)
- a ridurre i rischi per il benessere delle persone/della società, pur avendo una natura potenzialmente dannosa

I nostri servizi mettono le persone al centro.

Essere noi stessi Società Benefit vuol dire avere particolare attenzione ai rapporti sia con i nostri collaboratori sia con quelli dei nostri clienti.

Fare Buona Impresa indica la volontà di contribuire con i nostri servizi di consulenza di incidere nelle organizzazioni affinché vengano analizzati i bisogni di tutti gli Stakeholders per integrarli nel piano di sviluppo dell'azienda.

Il nuovo concetto di impresa che sosteniamo riporta donne e uomini al centro dello sviluppo aziendale, la sostenibilità di un'azienda parte dall'analisi dei bisogni di tutti gli Stakeholders e dalla capacità di misurare gli impatti delle proprie azioni sotto tutti i punti di vista. Siamo convinti che persone soddisfatte siano anche lavoratori migliori, condividere gli obiettivi dell'azienda e la sua Mission è un valore sempre più richiesto ed è dimostrato che migliori anche le performance economiche e finanziarie.

La soddisfazione che le survey che i nostri clienti hanno inviato ai loro collaboratori ci indicano che questa è la strada da percorrere e che vi sono ampi spazi miglioramento anche nelle aziende più attente.

Innovazione di prodotto

Criterio di valutazione:

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

Autovalutazione:

8,0

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

I nostri servizi intendono innovare e rinnovare le aziende.

Re-Benefit!, nato nel 2020 è un metodo con tempi certi e risultati concreti per trasformare le aziende in società benefit, si parte da un'analisi strategica a 360°, dalla predisposizione di Survey specifiche di raccolta e misurazione dei dati verso tutti gli Stakeholders per individuare quali possano essere gli obiettivi di beneficio comune più adatti alle singole realtà aziendali per arrivare alla trasformazione del loro statuto, alla realizzazione del piano di impatto e della relazione di impatto.

Re-Mob!, si rivolge alle aziende che abbiamo una flotta di veicoli per introdurre il tema della mobilità sostenibile. Sviluppato anche grazie alla partnership con Webfleet Solution (Gruppo Bridgestone) consente di verificare quali siano sostituibili con veicoli elettrici o basso impatto ambientale. si valuta anche la riduzione dell'impronta carbonica attraverso la riduzione dei consumi dei mezzi termici e la sicurezza dei guidatori

Re-Up! è un processo di analisi dei rischi aziendali che consente di capire i punti deboli dell'azienda per trasformare il rischio in una opportunità crescita

Re-Control! introduce in azienda il controllo di gestione sostenibile, non solo l'analisi dei dati economici e finanziari, ma l'inserimento dei temi di sostenibilità sociale ed ambientale e la rendicontazione dei risultati anche di quelli immateriali.

Re-Sales! introduce il tema della sostenibilità nello sviluppo commerciale delle aziende con un occhio di riguardo anche al franchising, oltre che ai centri commerciali.

Il riscontro degli stakeholder

I commenti che abbiamo ricevuto da chi ha utilizzato i nostri servizi sono molto positivi:

"Grazie, è stato un bel pensare e ragionare."

"Grazie mille a voi. Ottimo lavoro, molto utile!"



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:

7,0

Rilevanza attribuita:



Siamo attenti a ridurre al minimo l'utilizzo di carta e plastica nella nostra attività, per i nostri spostamenti preferiamo treni ed auto elettriche, iniziamo da noi stessi per sperimentare nuove riduzioni di impatto ambientale e sociale.

Nello studio dei piani di impatto insieme ai nostri clienti analizziamo dove sia possibile ridurre gli sprechi ed introdurre nuove tecnologie che riducano l'impatto ambientale.

Grande attenzione cerchiamo di porre nell'esecuzione della nostra consulenza ai temi rilevanti per le persone, dalla parità di genere alla diversity, da nuove formule di welfare aziendale allo Smart work, tutto ciò che può contribuire al benessere delle persone è oggetto di attenzione.

Impariamo anche dai nostri clienti in continuo scambio di idee ed informazioni.

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:

8,0

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.)

Siamo impegnati nel divulgare la cultura delle Società Benefit attraverso l'organizzazione di convegni e webinar con a tema lo sviluppo sostenibile e l'opportunità di trasformare le aziende in società benefit, promuoviamo anche la certificazione B-Corp come strumento di misurazione.

Abbiamo aderito al progetto della **Fondazione del Buon Lavoro** per la promozione della Buona Impresa. Stiamo organizzando per il 2022 la partenza della nostra Green Academy, frutto di un percorso svolto con un nostro cliente e fornitore



che ormai consideriamo un partner: **Agenzia Brand**.

Abbiamo proposto ad una importante Università milanese di organizzare con noi un corso executive rivolto alle aziende Benefit ed a quelle che desiderano capire i vantaggi di tale trasformazione.

Il riscontro degli stakeholder

La fiducia di partner importanti sul tema della sostenibilità aziendale è testimoniata dagli eventi organizzati insieme a:

Azimut S.p.a., Webfleet Solution (Gruppo Bridgestone), Banca Popolare di Sondrio e Fondazione Buon Lavoro dal titolo: Società Benefit, Finanza, e Green New Deal: i vantaggi di un nuovo modello che unisce innovazione e sostenibilità.

Con FDL Studio legale e tributario dal titolo: I fondi del Green New Deal EU e del PNRR: cosa cambia per le imprese, come utilizzarli: lo strumento delle società Benefit.

Con A&A Studio Legale e WebFleet Solution (Gruppo Bridgestone), dal titolo: Sostenibilità.: Recovery Plan Green New Deal EU: la società benefit lo strumento per accedere ai fondi europei ed italiani.

Con CIS - Interporto Campano S.p.a., dal titolo: Le società Benefit come strumento per la crescita e chiave per accedere ai fondi europei ed italiani hanno partecipato ai nostri eventi oltre 200 persone in presenza o collegate in remoto.

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:

7,0

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.)

Abbiamo completato nel 2021 le ore che avevamo messo a disposizione della Start Up Società Benefit che aveva vinto il bando di 60 ore di consulenza nel 2020. In caso di Start Up che vogliono iniziare con noi il loro percorso abbiamo sempre un occhio di riguardo sia nei prezzi che nell'assistenza nel momento più delicato per la crescita dell'azienda.



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:

8,0

Rilevanza attribuita:



- Esistono strumenti di rilevazione che prevedano il feedback dei clienti
- Esistono momenti o strumenti periodici di aggiornamento e confronto con i clienti
- Il tasso di fedeltà è molto alto
- Oltre il 70% dei clienti ritiene che acquisterà nuovamente dall'azienda in futuro
- 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

Il riscontro degli stakeholder

I commenti che riceviamo nelle riunioni periodiche con i nostri clienti sono sempre un grande sprone a migliorare, siamo però contenti di vedere apprezzato il nostro lavoro. Anche i commenti che riceviamo sulle piattaforme social alle nostre attività sono nella maggior parte dei casi positivi ed il numero dei nostri follower cresce costantemente.

Capacità di intercettare i bisogni del pubblico

Criterio di valutazione:

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

Autovalutazione:

6,0

Rilevanza attribuita:



Abbiamo speso le nostre energie per farci conoscere e per studiare servizi di consulenza innovativi, ancora oggi molte aziende italiane non conoscono le società benefit ed hanno le idee non chiare sul concerto di sostenibilità.

Vogliamo quindi creare una rete di relazioni con persone ed imprese che credano in un mondo migliore e studiamo ogni giorno per valutare le nuove tendenze dei mercati per consentire ai nostri clienti di farsi trovare pronti in questi anni di grande trasformazione.

Alla transizione ecologica si è sommata la pandemia, il mondo sta cambiando radicalmente e molto velocemente. Le esigenze delle persone cambiano insieme con la loro sensibilità. Dobbiamo farci trovare pronti a questa evoluzione, potremmo dire che il cambiamento è la nuova normalità. Innovare i processi organizzativi delle aziende clienti e di noi stessi è quindi il modo migliore di restare al passo coi tempi e guardare al futuro con occhio nuovi.

Il riscontro degli stakeholder

I nostri clienti ci hanno dato risposte positive per quanto attiene alle proposte di analisi dei dati raccolti, sono anche loro a segnalarci le nuove esigenze e le filiere sono sempre più importanti da analizzare.

Anche le PMI italiane dovranno mutare radicalmente il loro approccio non si fa sostenibilità guardando solo a sé stessi, ma occorre guardare all'evoluzione di tutti gli Stakeholders all'interno della propria filiera, questo ci viene chiesto dai clienti, innovare e portare all'attenzione nuovi temi ed opportunità di sviluppo, questo vogliamo fare.

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:

7,0

Rilevanza attribuita:



Questo è un punto fondamentale della nostra attività. Le aziende oggi hanno bisogno di interpretare il cambiamento, hanno bisogno di una analisi di strategia che sposti l'attenzione dal solo breve periodo al medio termine. I nostri professionisti assumo anche per questo il ruolo di responsabili di impatto nelle società benefit, per integrarsi nel processo decisionale aziendale e lavorare per valutare l'impatto delle diverse attività sul futuro dell'azienda.

In questi due anni di attività abbiamo visto il mondo cambiare, Re-resolution Hub è nata proprio dalla volontà dei suoi soci di leggere il cambiamento, ci siamo costituiti società benefit il 23 luglio 2020, in piena pandemia, proprio perché riteniamo di poter supportare il cambiamento per un nuovo Rinascimento dell'economia italiana legata però alla centralità delle persone ed all'ambiente in cui vivono.

Il riscontro degli stakeholder

È troppo presto per avere dei feedback significativi sulla nostra capacità di interpretare e guidare le aziende verso il futuro, il frutto della nostra attività lo si vede con il tempo e con il miglioramento dei risultati. Per ora possiamo però dirci soddisfatti dei feedback ricevuti e la direzione presa appare quella giusta.

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:



Rilevanza attribuita:



Rilevanza attribuita:



Rilevanza attribuita:



Rilevanza attribuita:



Rilevanza attribuita:



Rilevanza attribuita:



Rilevanza attribuita:





Rilevanza attribuita:



Rilevanza attribuita:



Rilevanza attribuita:



Rilevanza attribuita:



Rilevanza attribuita:



Rilevanza attribuita:



Rilevanza attribuita:



L'impatto sui diversi SDG che l'azienda opera è quantitativamente ridotto, ma qualitativamente interessante.

Il nostro approccio Benefit, punta sul beneficio comune, tutti i nostri servizi sono studiati ed erogati tenendo conto dell'impatto che avranno sulle persone e sull'ambiente.

Riteniamo di essere tra i promotori di un nuovo modo di fare impresa in cui l'utilizzo delle risorse naturali, delle materie prime, l'introduzione dell'economia circolare siano parte integrante della Mission aziendale.

L'attenzione alle persone ed alle loro diverse esigenze è contenuto prioritario di ogni nostra attività.










Potrà sembrare eccessivo, data la ridotta dimensione della nostra azienda, ritenere che si possa avere un qualche impatto su questi temi di valenza mondiale, pensiamo però che sia proprio il contributo di tutti e di ognuno che possa generare un cambiamento positivo.

Etica del lavoro, coinvolgimento delle persone, attenzione all'ambiente sono per noi essenziali in ogni nostra azione. I nostri servizi impattano non solo sulla nostra azienda, ma su quelle dei nostri clienti e fornitori, sui loro collaboratori su tutti gli Stakeholders.

Nel corso del 2021 abbiamo contattato centinaia di persone e decine di aziende, abbiamo fatto campagne su LinkedIn e Facebook per promuovere la cultura delle Società Benefit, siamo convinti di aver lasciato un piccolo segno che potrà produrre grandi frutti. Il nostro motto nel 2021 è stato: CON NOI O SENZA DI NOI inizia a pensare cosa puoi fare tu persona ed azienda per migliorare il mondo che ti circonda, per offrire nuove opportunità di lavoro e di crescita professionale, cosa puoi fare per sostenere attività meritevoli, per l'ambiente e poi, dopo averlo pensato, AGISCI!

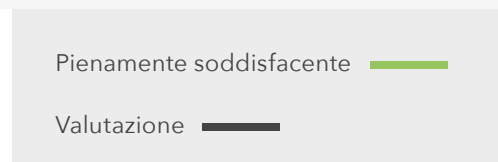
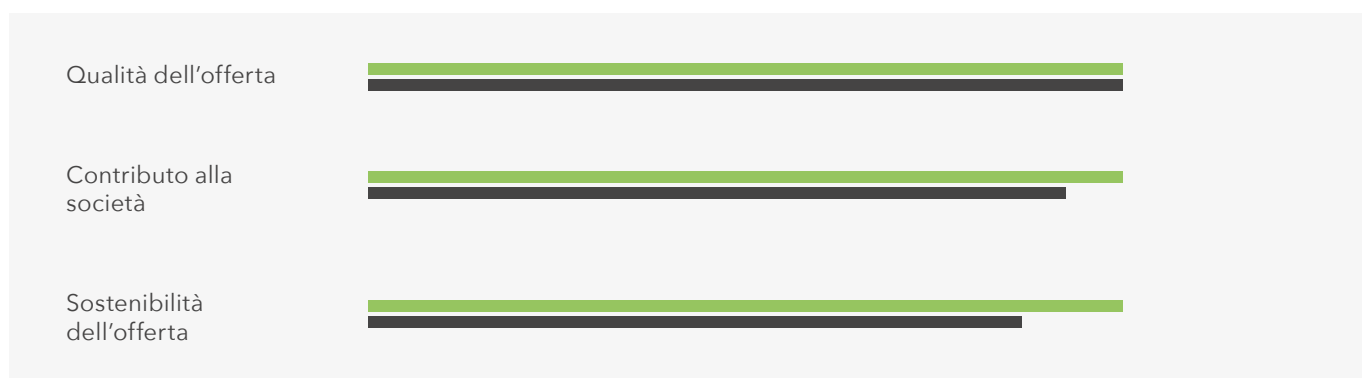


2.1.5 Valutazione di sintesi della creazione di valore attraverso il Prodotto

Dimensioni ed elementi di valutazione			
Dimensione	Voto ponderato	Elementi scelti	Rilevanza attribuita per elemento
Qualità dell'offerta	8,0	Qualità del prodotto	
		Qualità della relazione con i clienti	
		Congruità del prezzo	
		Sicurezza e tutela del cliente	
Contributo alla società	7,4	Contributo al benessere delle persone	
		Innovazione di prodotto	
		Prodotti o servizi sostenibili	
		Cultura	
		Accessibilità e inclusività	

Dimensione	Voto ponderato	Elementi scelti	Rilevanza attribuita per elemento
Sostenibilità dell'offerta	7,1	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 ancora in fase di Start Up, ma abbastanza soddisfatti rispetto all'offerta di servizi che abbiamo portato sul mercato. L'esperienza ci consentirà di progredire.

I nostri servizi sono tutti rivolti alla sostenibilità complessiva delle aziende clienti. Il nostro obiettivo è essere sempre più propositivi in termini di assistenza ai bisogni concreti dei clienti ed iniziare un nuovo percorso di consulenza legato anche a nuovi servizi. Nel 2022 abbiamo ottenuto risultati soddisfacenti da Re-benefit!, puntiamo per il 2022 a sviluppare meglio anche l'ambito del controllo di gestione sostenibile.

2.2 Lavoro

Lo scopo

Lavoro al centro dei nostri pensieri, lavoro come strumento di crescita personale ed aziendale.

La nostra realtà si sta sviluppando e contiamo con il 2022 di poter non solo dare lavoro a noi stessi, ma di inserire nelle nostre file nuove forze, giovani donne e uomini che ci aiutino ad interpretare il cambiamento.

Lavoro è anche supportare i collaboratori delle aziende clienti, i loro datori di lavoro e gli Stakeholders tutti, nel valutare nuovi modelli organizzativi e di coinvolgimento e crescita delle persone.

Essere capaci di mettere in risalto il talento di donne e uomini perché la loro crescita contribuisca a migliorare il mondo, le aziende e l'ambiente.

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:

5,0

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

Il nostro essere Start Up non ci ha ancora consentito di inserire nuove figure nella nostra organizzazione contiamo di farlo nel 2022 in linea con la crescita dell'azienda.



Rapporti contrattuali con i fornitori

Criterio di valutazione:

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

Autovalutazione:

7,0

Rilevanza attribuita:



Chiediamo ai nostri fornitori di condividere la nostra filosofia e di dedicare una parte del loro impegno a farla propria. A tutti coloro che entrano in contatto con noi inviamo il documento "il nostro Impegno" che spiega chi siamo e quali sono i Valori che vogliamo promuovere. La loro condivisione è per noi essenziale per instaurare un rapporto di lavoro.

Il riscontro degli stakeholder

I nostri fornitori si sono dichiarati sorpresi dall'approccio, ma contenti. Noi chiediamo ai nostri clienti un equo compenso, senza il quale non potremmo svolgere la nostra attività, ma abbiamo cura che anche i nostri fornitori ricevano da noi un equo compenso.

Sicurezza sul posto di lavoro

Criterio di valutazione:

Offrire un ambiente di lavoro sicuro, accogliente, pulito e curato. Garantire i massimi livelli di sicurezza possibili, adeguandosi alle normative esistenti.

Autovalutazione:

8,0

Rilevanza attribuita:



La nostra sede operativa è all'interno della nuova sede di Spaces in Piazza Vetra a Milano, oltre ai nostri spazi privati abbiamo a disposizione la struttura di uno dei più moderni Co-working di Milano.

Il riscontro degli stakeholder

La sede è stata apprezzata da tutti i nostri Stakeholders per la funzionalità, la sicurezza e l'ambiente di lavoro gradevole e aperto alla condivisione della Community di Spaces.

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:

5,0

Rilevanza attribuita:



L'azienda favorisce la realizzazione professionale:

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

Come già evidenziato questo tema verrà trattato con l'anno 2022 non avendo l'azienda ad oggi collaboratori o dipendenti.

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:

5,0

Rilevanza attribuita:



La ricerca di nuovi partner ed il loro coinvolgimento è ritenuto uno degli elementi essenziali per lo sviluppo dell'azienda. Abbiamo organizzato con i partner diversi momenti di approfondimento culturale sul tema della sostenibilità aziendale.



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:

5,0

Rilevanza attribuita:



- Esistono strumenti di rilevazione che prevedano il feedback dei lavoratori

Abbiamo preparato tutto per i nuovi collaboratori che pensiamo di inserire nel 2022. Sarà tema del prossimo anno.

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:

6,0

Rilevanza attribuita:



Inviando a tutti i nostri fornitori "il nostro impegno", documento che riassume i valori di Re-solution Hub, il nostro intento è instaurare relazioni durature di partnership e non di semplice fornitura di beni o servizi.

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:

6,0

Rilevanza attribuita:



Riteniamo che il settore in cui operiamo e le capacità distintive della nostra azienda la possano rendere interessante per attrarre nuovi talenti. Abbiamo studiato e realizzato dei servizi e delle modalità operative con le relative procedure per consentire l'inserimento di nuovi collaboratori, ma al contempo salvaguardare il know-how aziendale.

Innovazione organizzativa

Criterio di valutazione:

Attivare nuove modalità di lavoro e saper adattare i ruoli a fronte di cambiamenti di contesto permettendo la costante evoluzione dell'organizzazione.

Autovalutazione:

6,0

Rilevanza attribuita:



Predichiamo l'innovazione organizzativa verso i nostri clienti ed ovviamente siamo attenti a quanto accade anche l nostro interno.



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:



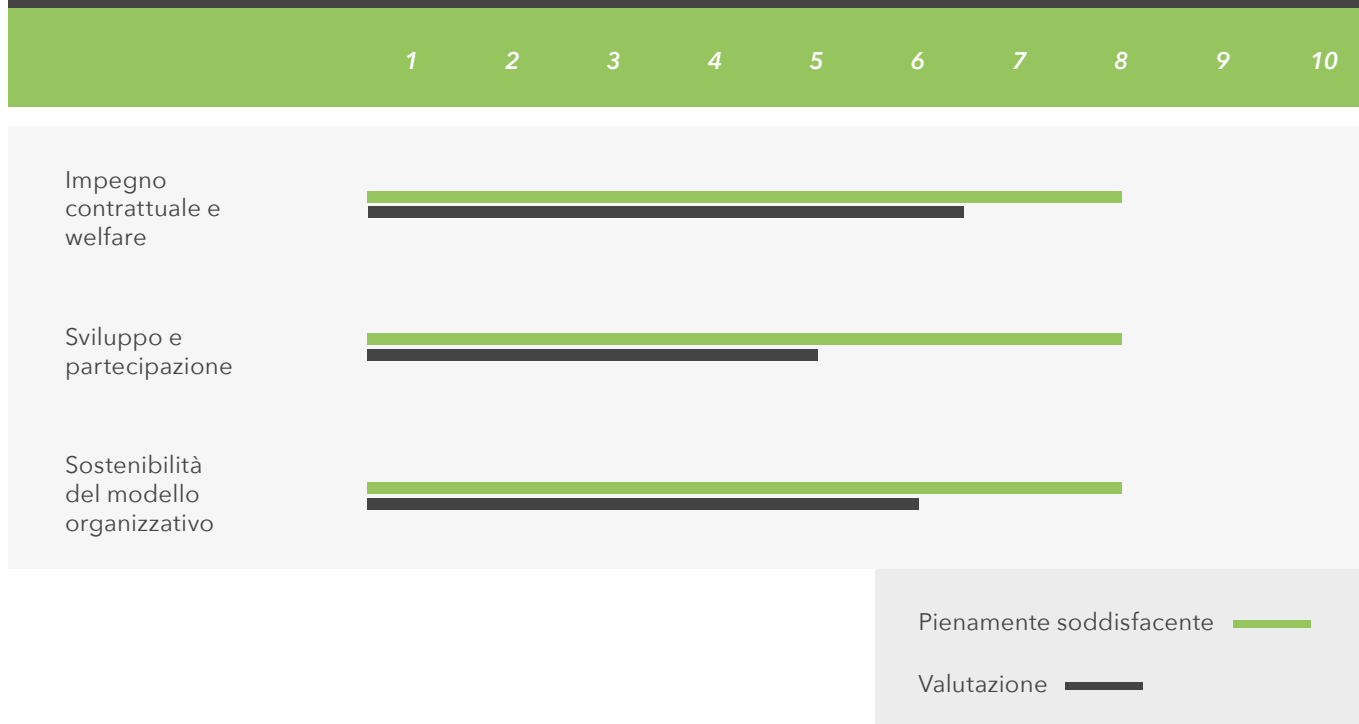
2.2.5 Valutazione di sintesi della creazione di valore attraverso il Prodotto

Dimensioni ed elementi di valutazione

Dimensione	Voto ponderato	Elementi scelti	Rilevanza attribuita per elemento
Impegno contrattuale e welfare	6,4	Creazione di lavoro	
		Rapporti contrattuali con i fornitori	
		Sicurezza sul posto di lavoro	
Sviluppo e partecipazione	5,0	Realizzazione professionale	
		Sostegno all'indotto (fornitori e partner)	

Dimensione	Voto ponderato	Elementi scelti	Rilevanza attribuita per elemento
Sostenibilità del modello organizzativo	5,7	Coesione con i lavoratori	
		Coesione con i fornitori	
		Presidio delle competenze distintive	
		Innovazione organizzativa	

La sinergia tra le 3 dimensioni del Lavoro



Considerazioni e obiettivi

In quest'area scontiamo il nostro essere Start Up, il nostro modello organizzativo legato alla nostra crescita dimensionale prevedere l'inserimento di giovani leve in azienda, confidiamo che l'anno 2022 possa permetterci di farlo e di mettere alla prova le nostre idee ed i nostri valori anche con i nostri prossimi collaboratori.

L'obiettivo prevede l'inserimento di nuove figure professionali a sostegno della crescita aziendale.

2.3 Valore Economico

Lo scopo

Vogliamo creare valore per la nostra azienda attraverso la creazione di valore condiviso con tutti i nostri Stakeholders, il profitto non è il fine ultimo della nostra azienda, ma il mezzo attraverso cui farla crescere e, con essa, far crescere e migliorare la qualità della vita di chi lavora e collabora con Resolution Hub.

Abbiamo deciso ogni anno di dedicare una parte dei nostri profitti a sostenere iniziative meritevoli. Per l'anno 2021 abbiamo deciso di sostenere la Fondazione Sequeri Esagramma Onlus, una realtà

milanese che da oltre 30 anni offre percorsi riabilitativi, terapeutici e artistici mirati all'inclusione, alla crescita personale, alla cura, alla riscoperta della bellezza in tutte le sue forme.

Con loro vorremmo intraprendere un percorso di sostegno alle loro attività che duri nel tempo e proporremo anche a chi entra in contatto con noi di fare lo stesso se vorrà.

2.3.1 Equilibrio reddituale

Risultato economico

Criterio di valutazione:

Produrre un risultato economico positivo

Autovalutazione:

6,0

Rilevanza attribuita:



Solvibilità

Criterio di valutazione:

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

Autovalutazione:

7,0

Rilevanza attribuita:



- Esiste un processo, un metodo per tenere monitorata la situazione di cassa e pianificare gli impegni di spesa
- Cash flow sempre positivo nell'anno
- 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
- Non ci sono accertamenti fiscali per gli anni pregressi

Non abbiamo problemi di solvibilità ed i rapporti con i nostri fornitori sono stabili.

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

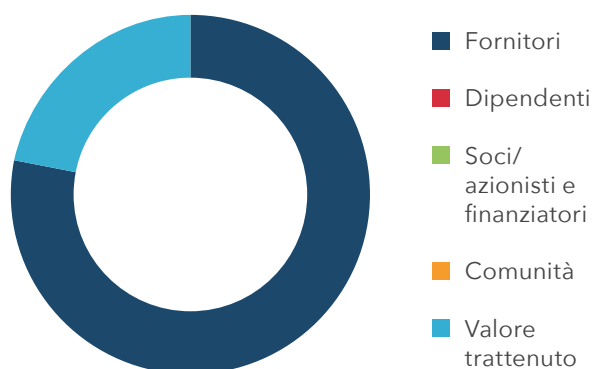
Autovalutazione:

6,0

Rilevanza attribuita:



Valore economico creato:	€ 107000
Valore distribuito a fornitori:	€ 83518
Valore distribuito a dipendenti e collaboratori:	€ 0
Valore distribuito a soci/azionisti e finanziatori:	€ 0
Valore distribuito alla comunità:	€ 500



- Valore economico distribuito dall'impresa: **€ 84018**
 - Valore trattenuto e reinvestito in azienda: **€ 22982**

La maggior parte dei nostri ricavi nel 2021 deriva dalle attività di trasformazione in società benefit di aziende clienti e da attività di controllo di gestione, i maggiori costi sono relativi alle campagne di comunicazione e marketing, ed all'aggiornamento del sito internet, i professionisti che collaborano con l'azienda sono stati remunerati sulla base delle attività prestate.

Il riscontro degli stakeholder

Le survey raccolte evidenziano la compliance dei soci rispetto allo stato di vita dell'azienda.

Remunerazione dei servizi pubblici

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

Autovalutazione:

5,0

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 paga le tasse nel Paese in cui opera per la maggior parte dell'attività e abitano la maggior parte dei suoi dipendenti
- L'azienda non ha mai avuto alcun contenzioso fiscale
- L'azienda ha scelto di non usufruire di agevolazioni fiscali o di dilazioni nei tempi di pagamento

Abbiamo ricevuto un modesto ristoro come previsto dalla normativa Covid a favore delle aziende.



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:

6,0

Rilevanza attribuita:



In fase di Start Up! il capitale di rischio è da considerarsi capitale paziente, la priorità è data allo sviluppo dell'attività con il consenso degli Stakeholders.





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:

6,0

Rilevanza attribuita:



Gli utili verranno lasciati in azienda per consentire la crescita e lo sviluppo delle attività.

Filantropia

Criterio di valutazione:

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

Autovalutazione:

6,0

Rilevanza attribuita:



Siamo piccoli, ma ci teniamo a dare il nostro contributo, una parte dei nostri utili, che crescerà con il crescere dei risultati aziendali, sarà messa a disposizione di enti, società, Onlus che abbiamo progetti coerenti con il nostro scopo di beneficio comune, Come già evidenziato a partire dal 2021 abbiamo scelto di sostenere la Fondazione Sequeri Esagramma Onlus.

Il riscontro degli stakeholder

Abbiamo ricevuto un sentito grazie dalla **Fondazione Sequeri Esagramma Onlus**, ma in effetti siamo noi a dover ringraziare loro per le attività che svolgono a sostegno delle persone più fragili con un progetto di inclusione veramente efficace. Cercheremo di fare sempre di più.

2.3.3 Sostenibilità economica

Coesione con gli azionisti

Criterio 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:

8,0

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
- 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

La ristretta compagine sociale prosegue le attività di supporto alla Mission aziendale in piena condivisione degli obiettivi e dei valori fondanti.

Il riscontro degli stakeholder

Le Survey inviate certificano la coesione della base sociale dell'azienda.

Solidità patrimoniale

Criterio di valutazione:

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

Autovalutazione:

6,0

Rilevanza attribuita:



- L'azienda non ha debiti con banche e istituti finanziari
- Il margine di struttura consente di valutare investimenti futuri
- Il margine operativo lordo sempre positivo
- È prevista in fase di avvio delle attività una patrimonializzazione sufficiente alla gestione di imprevisti e crisi nel primo periodo

L'azienda lavora solo con capitale proprio, non ha debiti verso istituti di credito, né scaduti nei confronti dei fornitori. Non sussistono elementi di difficoltà finanziaria.



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:

6,0

Rilevanza attribuita:



la fase di Start Up prosegue con l'aumento del numero di clienti e dei servizi resi.

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			
Dimensione	Voto ponderato	Elementi scelti	Rilevanza attribuita per elemento
Equilibrio reddituale	6,5	Risultato Economico	
		Solvibilità	
Equa ripartizione del valore generato	5,4	Distribuzione del valore economico	
		Remunerazione dei servizi pubblici	
		Remunerazione del capitale di rischio	
		Reinvestimento degli utili in azienda	
		Filantropia	
Sostenibilità economica	6,9	Coesione con gli azionisti	
		Solidità patrimoniale	
		Indipendenza	

La sinergia tra le 3 dimensioni del Valore Economico

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Equilibrio
reddituale



Equa ripartizione
del valore generato



Sostenibilità
economica



Pienamente soddisfacente



Valutazione



Considerazioni e obiettivi

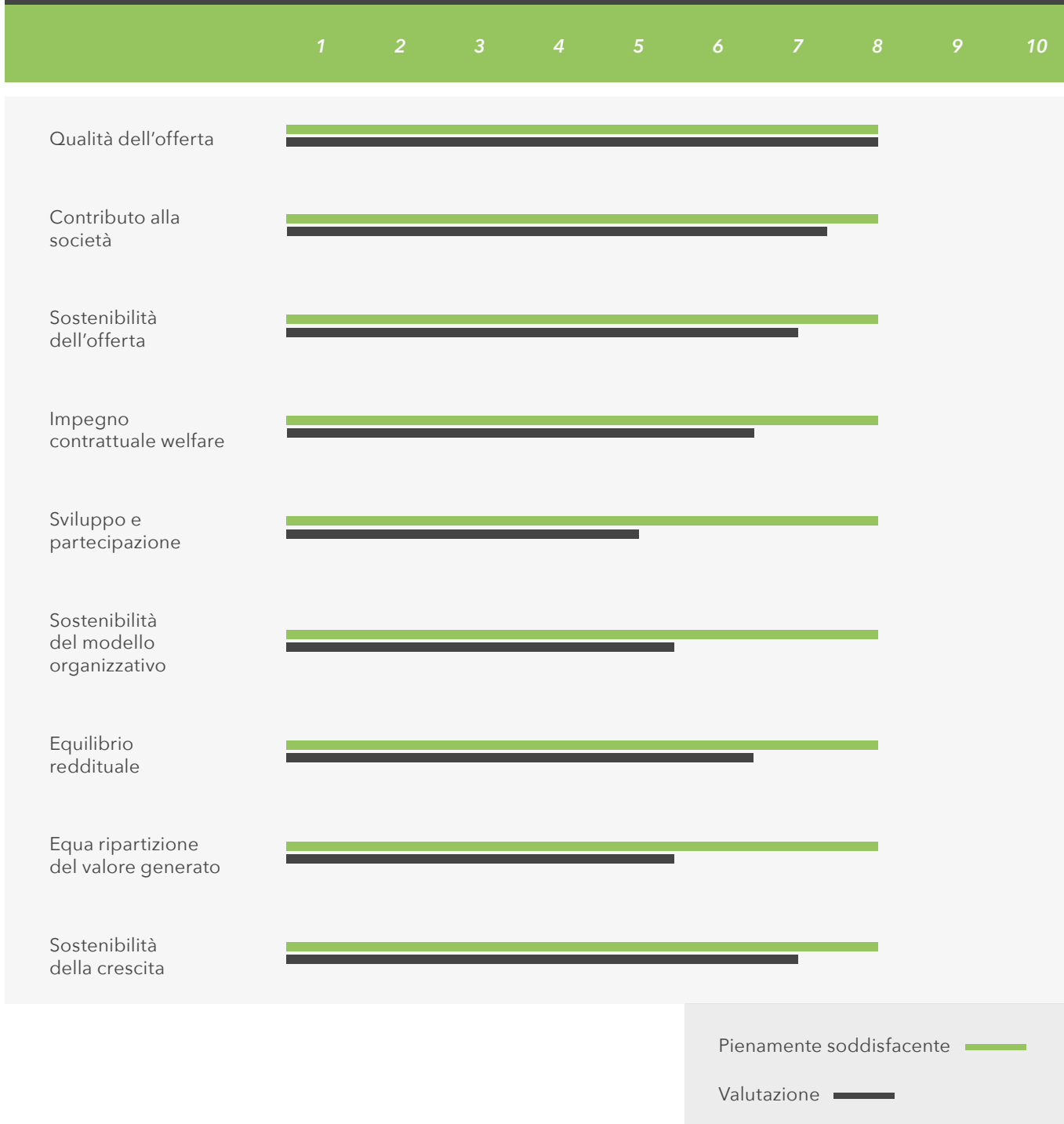
La nostra attività pur in avvio si è dimostrata sostenibile a livello economico, ma è ancora troppo presto per poterci dire soddisfatti, Il 2022 dovrà essere l'anno della crescita sostenibile con un ritmo molto maggiore rispetto al 2021.

Vogliamo prestare i nostri servizi ad un numero molto più rilevante di clienti, cooperare al meglio con i nostri partner per migliorare i servizi. Ci aspettiamo una forte crescita del fatturato nella seconda parte del 2022.



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

La sinergia tra le 3 dimensioni del Valore Economico



Considerazioni e obiettivi

La valutazione complessiva è soddisfacente se considerata in relazione ai tempi di pandemia in cui abbiamo sviluppato le nostre attività di consulenza ed alla complessiva novità che stiamo portando nel mercato. Il tema Benefit è in crescita e lo sarà nei prossimi anni, stiamo consolidando la nostra presenza sul mercato. Abbiamo puntato all'inizio allo sviluppo dei nostri servizi di consulenza ed alla loro qualità. Complessivamente dobbiamo crescere.

Solo la crescita dimensionale, la nostra reputazione e la qualità del lavoro ci consentiranno di dare lavoro ai giovani che è uno degli obiettivi che tutti noi ci siamo posti come essenziale nello sviluppo delle nostre attività di consulenza. Crescita sostenibile per noi è un modo di essere e di vivere che vogliamo trasmettere agli Stakeholders attraverso l'esempio e la disponibilità.



3. La Sostenibilità

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.

3.1 Ambiente

Compliance alla normativa

Commento

Valutazione

Feedback

Il nostro impatto ambientale diretto è ridotto. La nostra sede si trova in Spaces ed abbiamo richiesto ed ottenuto una maggiore attenzione al riciclo dei rifiuti ed all'uso dell'acqua potabile nel palazzo che ci ospita. Abbiamo sviluppato un progetto sulla mobilità elettrica delle flotte aziendali, cerchiamo principalmente di utilizzare mezzi a ridotto impatto ambientale per i nostri spostamenti sia personali che aziendali.

5,0



Considerazioni e obiettivi

Ci siamo dati un voto basso perché vogliamo migliorare sempre, anche se abbiamo fatto di tutto per ridurre il nostro impatto ambientale e migliorare quello sociale. Solo il tempo ci dirà se abbiamo intrapreso la strada giusta.

Monitorare e misurare, fornire servizi che aiutino la comunità e le aziende a ridurre il loro impatto è anche il nostro modo di migliorare il nostro.



3.2 Comunità

Compliance alla normativa

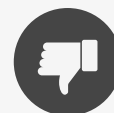
Commento

Valutazione

Feedback

La dimensione aziendale ridotta e la mancanza di dipendenti non ci consentono di essere particolarmente efficaci. Siamo comunque impegnati nel rispetto di tutte le normative ed attenti a non arrecare danno alle persone ed all'ambiente.

6,0



Considerazioni e obiettivi

Viviamo nella nostra città, lavoriamo in tutta Italia, mettiamo le persone al centro di ogni nostro progetto.

Aiutare il diffondersi di una nuova cultura di accoglienza responsabile e sostenibile, questo è il nostro credo.

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'impatto 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 1: povertà 0

Sradicare la povertà in tutte le sue forme e ovunque nel mondo



SDG1

1

33

Obiettivo 3: Salute e benessere

Garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età



SDG3

1

9



Obiettivo 4: Istruzione di qualità

Garantire un'istruzione di qualità inclusiva ed equa e promuovere opportunità di apprendimento continuo per tutti



SDG4

1

33



Obiettivo 5: Uguaglianza di genere

Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'autodeterminazione di tutte le donne e ragazze



SDG5

1

33



Obiettivo 6: Acqua pulita e igiene

Garantire la disponibilità e la gestione sostenibile di acqua e servizi igienici per tutti



SDG6

1

33



Obiettivo 7: Energia pulita e accessibile

Garantire l'accesso all'energia a prezzo accessibile, affidabile, sostenibile e moderna per tutti



SDG7

1

33



Obiettivo 8: Lavoro dignitoso e crescita economica

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



SDG8

1

65

Obiettivo 9: Industria, innovazione e infrastrutture

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



SDG9

1

49

Obiettivo 10: Ridurre le disuguaglianze

Ridurre le disuguaglianze all'interno dei e fra i Paesi



SDG10

1

33

Obiettivo 11: Città e comunità sostenibili

Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili



SDG11

1

33



Obiettivo 12: Consumo e produzione responsabili

Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili



SDG12

1

49

Obiettivo 13: Agire per il clima

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



SDG13

1

33

Obiettivo 15: La vita sulla terra

Proteggere, ripristinare e promuovere l'uso sostenibile degli ecosistemi terrestri, gestire in modo sostenibile le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare e invertire il degrado dei suoli e fermare la perdita di biodiversità



SDG15

1

33

Obiettivo 16: Pace, giustizia ed istituzioni forti

Promuovere società pacifiche e inclusive orientate allo sviluppo sostenibile, garantire a tutti l'accesso alla giustizia e costruire istituzioni efficaci, responsabili e inclusive a tutti i livelli



SDG16

1

49

Obiettivo 17: Partnership per lo sviluppo

Sradicare la povertà in tutte le sue forme e ovunque nel mondo



SDG17

1

33

4.2 L'impatto complessivo sullo Sviluppo Sostenibile

In questa sezione, l'impatto 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.

Valore complessivo generato

1

21

41

61





- Prodotto
- Lavoro
- Valore economico

Risk Assessment di Sostenibilità



Tabella di riconciliazione **GRI-SABI**

ESG	GRI Standards	Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa		
		Sezione	Dimensione	Elemento

		Sezione	Dimensione	Elemento
GOVERNANCE	102-7	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
	102-8	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
	102-12	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Filantropia
		Governance	Visione e orientamento di fondo	La visione della Buona Impresa
		Governance	Visione e orientamento di fondo	L'impegno per la Sostenibilità e Trasparenza
	102-13	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Filantropia
	102-15	Governance	Processi strategici	Pianificazione Strategica
	102-16	Governance	Visione e orientamento di fondo	La visione della Buona Impresa
		Governance	Visione e orientamento di fondo	L'impegno per la Sostenibilità e Trasparenza
		Governance	Visione e orientamento di fondo	Purpose
		Governance	Processi strategici	Sostenibilità, Etica e Trasparenza aziendale
	102-17	Governance	Processi strategici	Sostenibilità, Etica e Trasparenza aziendale
	102-20	Governance	Processi strategici	Pianificazione Strategica
	102-21	Governance	Processi strategici	Ascolto e condivisione con gli stakeholder
	102-29	Governance	Processi strategici	Pianificazione Strategica
	102-30	Governance	Processi strategici	Pianificazione Strategica
	102-31	Governance	Processi strategici	Pianificazione Strategica
	102-32	Governance	Processi strategici	Sostenibilità, Etica e Trasparenza aziendale
	102-33	Governance	Processi strategici	Sostenibilità, Etica e Trasparenza aziendale
	102-34	Governance	Processi strategici	Sostenibilità, Etica e Trasparenza aziendale
	102-35	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
	102-36	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
	102-37	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
	102-38	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
	102-39	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
	102-40	Governance	Processi strategici	Ascolto e condivisione con gli stakeholder



GOVERNANCE

102-41	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
102-42	Governance	Processi strategici	Ascolto e condivisione con gli stakeholder
	Governance	Processi strategici	Ascolto e condivisione con gli stakeholder
102-43	Governance	Processi strategici	Ascolto e condivisione con gli stakeholder
102-44	Governance	Processi strategici	Ascolto e condivisione con gli stakeholder
102-47	Governance	Processi strategici	Sostenibilità, Etica e Trasparenza aziendale
201-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Distribuzione del valore economico
201-2	Valore Economico	Sostenibilità economica	Solidità patrimoniale
201-3	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
201-4	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Distribuzione del valore economico
	Valore Economico	Sostenibilità economica	Indipendenza
202-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
203-1	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Reinvestimento degli utili in azienda
203-2	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Reinvestimento degli utili in azienda
204-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Comunità Locali
205-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Anti corruzione e antitrust
205-2	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Remunerazione dei servizi pubblici
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Anti corruzione e antitrust
205-3	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Anti corruzione e antitrust
206-1	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Remunerazione dei servizi pubblici
207-1	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Remunerazione dei servizi pubblici
207-2	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Remunerazione dei servizi pubblici
207-3	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Remunerazione dei servizi pubblici
207-4	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Remunerazione dei servizi pubblici
301-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Materie prime
301-2	Prodotto	Qualità dell'offerta	Prodotti e servizi sostenibili
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Materie prime
301-3	Prodotto	Qualità dell'offerta	Prodotti e servizi sostenibili
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Materie prime
302-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Consumi Energia
302-2	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Consumi Energia

ENVIRONMENTAL



302-3	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Consumi Energia
302-4	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Consumi Energia
302-5	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Consumi Energia
	Prodotto	Qualità dell'offerta	Prodotti e servizi sostenibili
303-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Acqua e scarichi idrici
303-2	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Acqua e scarichi idrici
303-3	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Acqua e scarichi idrici
303-4	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Acqua e scarichi idrici
303-5	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Acqua e scarichi idrici
304-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Biodiversità
304-2	Prodotto	Qualità dell'offerta	Prodotti e servizi sostenibili
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Biodiversità
304-3	Prodotto	Qualità dell'offerta	Prodotti e servizi sostenibili
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Biodiversità
304-4	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Biodiversità
305-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Emissioni
305-2	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Emissioni
305-3	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Emissioni
305-4	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Emissioni
305-5	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Emissioni
305-6	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Emissioni
305-7	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Emissioni
306-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Rifiuti
306-2	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Rifiuti
306-3	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Rifiuti
306-4	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Rifiuti
306-5	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Rifiuti
307-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Compliance alla normativa ambientale
308-1	Prodotto	Qualità dell'offerta	Prodotti e servizi sostenibili
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Supply Chain - valutazione ambientale
308-2	Prodotto	Qualità dell'offerta	Prodotti e servizi sostenibili
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente	Supply Chain - valutazione ambientale



401-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
401-2	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Condivisione dei profitti con i lavoratori
401-3	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
402-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
403-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-2	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-3	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-4	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-5	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-6	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-7	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-8	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-9	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
403-10	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
404-1	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Realizzazione professionale
404-2	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Realizzazione professionale
404-3	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Realizzazione professionale
405-1	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Valorizzazione delle differenze e della-complementarietà
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Diversità e Non discriminazione
405-2	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Valorizzazione delle differenze e della-complementarietà
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Diversità e Non discriminazione

406-1	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Valorizzazione delle differenze e della complementarità
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Diversità e Non discriminazione
407-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Rapporti contrattuali con i fornitori
408-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione di lavoro
	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Rapporti contrattuali con i fornitori
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Diritti Umani e del lavoro
409-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Rapporti contrattuali con i fornitori
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Diritti Umani e del lavoro
410-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Diritti Umani e del lavoro
411-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Diritti Umani e del lavoro
412-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Diritti Umani e del lavoro
412-2	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Diritti Umani e del lavoro
412-3	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Diritti Umani e del lavoro
413-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Comunità Locali
413-2	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Comunità Locali
414-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Rapporti contrattuali con i fornitori
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Supply Chain - valutazione sociale
414-2	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Supply Chain - valutazione sociale
416-1	Prodotto	Contributo alla società	Contributo al benessere delle persone
	Prodotto	Qualità dell'offerta	Prodotti e servizi sostenibili
	Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza dei clienti
416-2	Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza dei clienti
417-1	Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza dei clienti
417-2	Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente
	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza dei clienti

SOCIAL	418-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Salute e Sicurezza dei clienti
	419-1	Valore Economico	Equa ripartizione del valore generato	Remunerazione dei servizi pubblici
		Sostenibilità sociale e ambientale	Società	Compliance alla normativa socioeconomica





Grazie per aver prestato attenzione a **Re-solution Hub, speriamo che attraverso la lettura di queste pagine abbiate potuto conoscerci meglio ed apprezzare **il nostro lavoro ed il nostro impegno** per una nuova cultura aziendale **con al centro il benessere complessivo degli uomini e delle donne** che sono la vera ricchezza di ogni impresa.**

Il Team di Re-solution Hub Società Benefit r.l.

*Il Responsabile di Impatto
Marco Ceruti*

Made by Agenzia Brand - www.agenziabrand.it

