

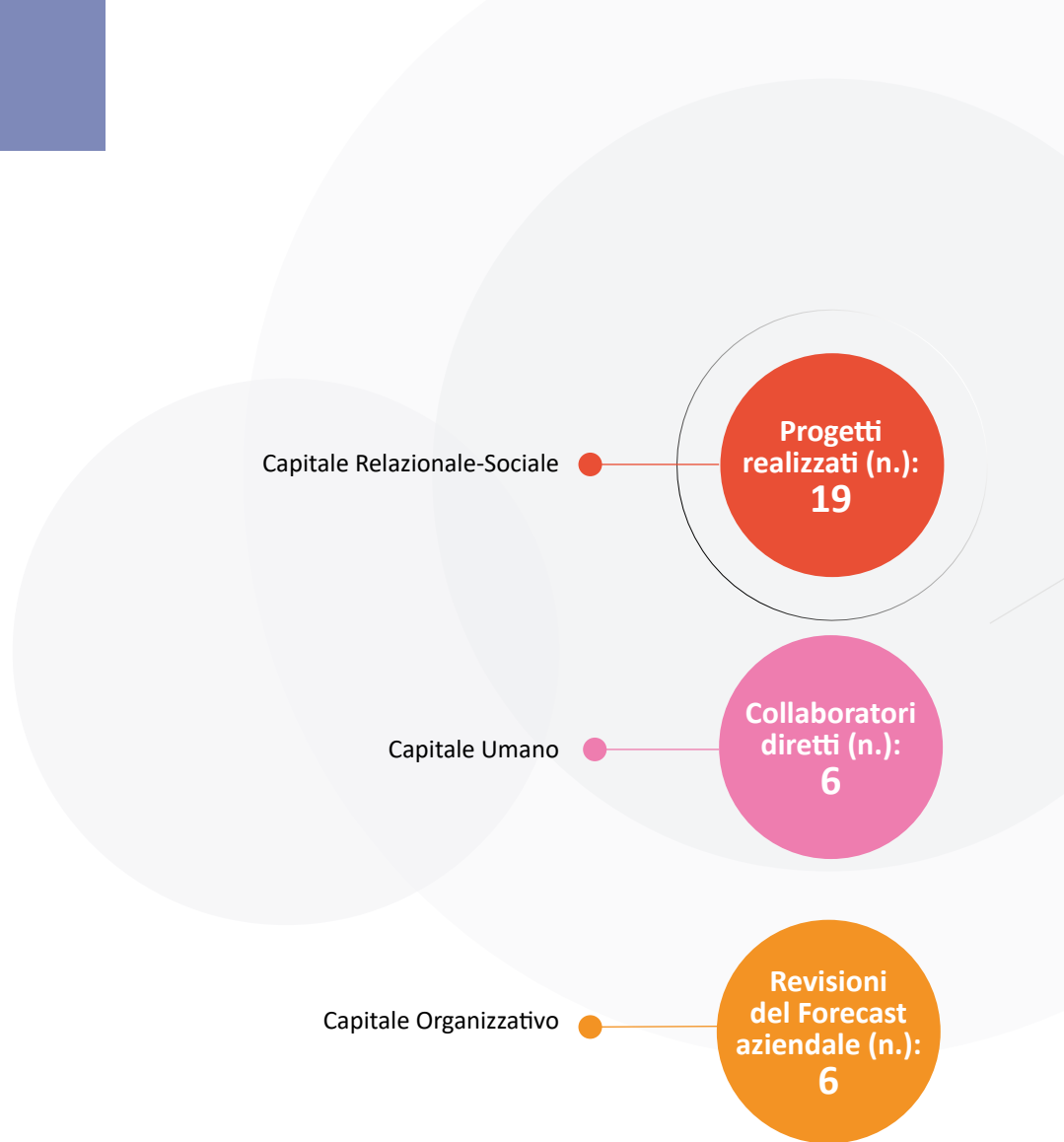
SARACIRONE GROUP

evoluzione responsabile d'impresa

An abstract graphic design featuring several intersecting lines in light gray, teal, pink, and orange. Three colored dots (teal, pink, and orange) are positioned at the end of these lines, creating a dynamic, geometric composition that overlaps with the company name and tagline.

2020





Automobili a
basso impatto
ambientale
utilizzate (n.):
1

● Capitale Naturale

Costi per sviluppo
infrastrutturale
(€): **1.440**

● Capitale Materiale

Totale
dei Ricavi (€):
43.662

● Capitale Finanziario

INDICE

Lettere di presentazione p. 7

Introduzione: Il processo di creazione di valore p. 8

L'Azienda, i servizi, Il contesto di riferimento p. 10

Governance p. 18

Strategia e rischi p. 24

Modello di business p. 30

Performance p. 40

Prospettive future p. 60

Nota metodologica p. 64

Contenuti del BIA, punteggio e riferimenti
nel documento p. 66

Sintesi dei dati di bilancio p. 94

Cari Stakeholder, è con vero piacere che presentiamo il terzo documento di rendicontazione non finanziaria della Società Sara Cirone Group Srl Società Benefit, relativo all'anno 2020, che continua ad adottare il Framework del Report Integrato. Il Report integrato è uno strumento di rendicontazione innovativo, giunto a gennaio 2021 alla sua prima revisione, che costituisce una valutazione di impatto in grado di integrare il concetto di sostenibilità con il tema degli asset intangibili, rendendo una rappresentazione olistica dell'attività dell'impresa e di tutti i suoi attori. Una delle caratteristiche innovative di questo metodo di rendicontazione, e che continua a rappresentare un elemento distintivo rispetto agli altri Framework di rendicontazione, risiede proprio nel novero di sei tipi di capitali che, oltre a quello finanziario e materiale, sono composti da quello organizzativo, umano, relazionale-sociale e naturale, ampliando quindi l'analisi a una serie diversificata di fattori, più incline a offrire una rappresentazione completa dell'impresa. Anche per l'anno 2020 sono stati introdotti elementi aggiuntivi rispetto al documento di rendicontazione 2019, tra i quali spicca la sezione "Contenuti del BIA, punteggio e riferimenti nel documento" il cui scopo è quello di ampliare la visione olistica dell'Azienda e dei suoi impatti, riportando i punteggi ottenuti tramite lo standard di valutazione di impatto B Impact Assessment, le risposte ad essi collegati e i riferimenti delle pagine, all'interno del documento, dove poter ritrovare i contenuti.

Da un punto di vista gestionale, organizzativo e di performance, l'anno 2020 ha rappresentato per Sara Cirone Group Srl SB un momento storico dal duplice aspetto: se da una parte, infatti, gli eventi legati al diffondersi della pandemia hanno quasi bloccato lo sviluppo commerciale della Società, dall'altra l'avanzare di nuovi

metodi comunicativi e tempi differenti hanno permesso di ideare, strutturare e realizzare progettualità di sviluppo aziendale e legate agli obiettivi di beneficio comune rilevanti. I risultati di questo lavoro si sono concretizzati sotto diversi aspetti. Uno di questi è rappresentato dalla progettualità sulla costruzione di reti territoriali per lo sviluppo sostenibile, di cui il progetto Hub del Territorio costituisce la massima espressione: nato in un momento in cui l'emergenza causata dalla pandemia di Covid-19 ha accentuato la necessità di innovare assetto e performance di imprese, enti ed organizzazioni e ha reso evidente la fragilità dell'attuale sistema economico, determinando la necessità di prevedere una nuova ripartenza e un nuovo impulso economico-sociale per i territori italiani alla luce degli Obiettivi dell'Agenda ONU 2030.

Hub del Territorio è un progetto che prevede la nascita di fondazioni di partecipazione in tutte le regioni d'Italia che costruendo un hub di incontro e dialogo partecipativo tra associazioni rappresentative delle parti sociali, università e centri di ricerca e relative reti, associazioni di soggetti attivi nel mondo della cultura e dell'informazione, altre fondazioni, cittadini e imprese accomunati dagli stessi valori e principi guida ispiratori e che si relazionano allo scopo di generare senso e ricchezza economica duratura attraverso azioni concrete di tipo imprenditoriale, organizzativo e di pianificazione strategica sul proprio territorio. Questo progetto, per sua natura è applicabile in tutti i territori italiani, ha messo le sue prime radici in Emilia-Romagna, attraverso la costituzione della Fondazione Hub del Territorio ER – Emilia-Romagna, a fine 2020, che raggruppa oltre sessanta soggetti appartenenti al mondo accademico, dell'impresa e del Terzo Settore.

Oltre a questo rilevante progetto, nel 2020 la società ha portato avanti il proprio intento di realizzare progetti di

beneficio comune a favore del territorio che rispecchiano pienamente le motivazioni della scelta di costituirsi in forma benefit: il Report Integrato del Comune di Sasso Marconi, alla sua seconda pubblicazione, è risultato vincitore all'Oscar di Bilancio 2020 del Premio speciale per l'Integrated Reporting divenendo il primo Comune in Italia a conseguire questo riconoscimento; il Roadshow "Per il bene comune", iniziato nel 2019, ha proseguito le sue tappe anche nel 2020, ampliando il proprio programma anche alle tappe di Udine e Ancona; le adesioni a iniziative territoriali e le diverse testimonianze accademiche sono proseguite e hanno continuato a costituire importanti opportunità di diffusione dei principi di sostenibilità e creazione di valore che fondano la base costitutiva della Società. Nel realizzare i progetti di beneficio comune sono stati coinvolti numerosi stakeholder, con l'obiettivo di portare avanti una progettualità partecipata rispetto ai diversi temi legati alla sostenibilità e ai capitali intangibili. Infine, nel 2020, il processo di evoluzione che la Società sta vivendo e il desiderio di generare impatti generativi sul territorio si sono concretizzati anche in un nuovo purpose aziendale, che si identifica nella frase "una benefit per le benefit" e che è divenuta il messaggio principale per dialogare e supportare tutte quelle imprese che vogliono diventare o nascere benefit.

Il 2020, nonostante la pandemia globale, è stato quindi un anno positivo per la Società, soprattutto per le opportunità di diffondere i principi di rigenerazione territoriale che sottostanno le intenzioni principali della Società. Lavorare all'unisono con i diversi attori del territorio costituisce una delle linee guida fondamentali per l'operato di Sara Cirone Group Srl Società Benefit.

Andrea Ragazzini, Amministratore Unico



INTRODUZIONE: IL PROCESSO DI CREAZIONE DI VALORE

Quando si parla di creazione di valore si intende il processo mediante il quale un'organizzazione utilizza una serie diversificata di Capitali per generare prodotti e servizi, restituendo le risorse utilizzate inizialmente in qualcosa di differente.

Nel concetto di creazione di valore risiede, pertanto, sia la nozione multivariata di Capitale, che non si sofferma solamente alla tipica natura economico finanziaria ma che sconfina nel campo degli elementi intangibili e della sostenibilità, e degli impatti che l'organizzazione è in grado di apportare sui Capitali stessi.

Questa visione, che è stata formalizzata dall'International Integrated Reporting Council all'interno del Framework del Report Integrato nel 2013, rappresenta la linea guida principale per la realizzazione di questo documento e del suo intento esplicativo.

Leggere questo Report significa addentrarsi nei processi che caratterizzano la creazione di valore di Sara Cirone Group Srl SB e delle variabili che la influenzano, la modificano e ne esprimono l'efficacia, sia in termini di risultati che di impatti sui Capitali. Nel prosieguo del documento verranno maggiormente dettagliate le nozioni specifiche e i principi ai quali esso si riferisce.

Di seguito viene proposto il primo e rilevante elemento informativo, attraverso il quale è rappresentato l'intero processo di creazione di valore di Sara Cirone Group Srl SB e che riporta le principali tematiche di creazione di valore, approfondite all'interno del testo e della nota metodologica.

Tale raffigurazione, che si ispira alla rappresentazione del modello di business proposto dall'IIRC, può quindi essere interpretata come una linea guida alla lettura, che possa agevolare la comprensione di come le dimensioni della gestione aziendale si incastrano tra di loro al fine di creare valore di breve, medio e lungo periodo.

Vision: contribuire allo sviluppo delle civiltà, all'emancipazione dei popoli, al benessere e alla felicità di tutte le speci viventi.

Mission: diffondere un modello di consulenza orientato ad un futuro sostenibile, in cui imprese, istituzioni e società civile operino insieme in armonia per lo sviluppo del territorio.



Governance

Assemblea dei Soci | Amministratore Unico

Rischi e opportunità

Rischi di mercato, operativi, di compliance, economico-finanziari

Strategia

Obiettivi strategici di beneficio comune
Obiettivi strategici generali

Modello di business

Attività

Pianificazione strategica e controllo

Sviluppo progetti e consulenze

Progettazione servizi e iniziative

Stakeholder engagement

Attività di supporto:

Comunicazione Amministrazione e legal

Output

Servizi

Progetti per il bene comune

Capitale Relazionale-Sociale

Capitale Umano

Capitale Organizzativo

Capitale Naturale

Capitale Materiale

Capitale Finanziario

Outcome 2020

Progetti realizzati (n.) 19

Collaboratori diretti (n.) 6

Revisioni del Forecast (n.) 6

Auto a basso impatto (n.) 1

Costi per sviluppo infrastrutturale (€): 1.440

Totale dei Ricavi (€): 43.662

Performance

Output:

Eventi, Libri, Report Integrati, Roadshow, pubblicazioni, premiazioni, testimonianze

Outcome:

Capitale Naturale, Relazionale-Sociale, Umano, Organizzativo, Materiale, Finanziario

Prospettive future

Prospettive su obiettivi strategici di beneficio comune

L'AZIENDA, I SERVIZI, IL CONTESTO DI RIFERIMENTO





Persone



Imprese



Territorio



Dialogo



Bene comune



Benessere



Sara Cirone Group Srl è una Società Benefit (SB) con sede in Emilia Romagna, composta da manager e professionisti che condividono gli stessi valori e principi guida ispiratori.

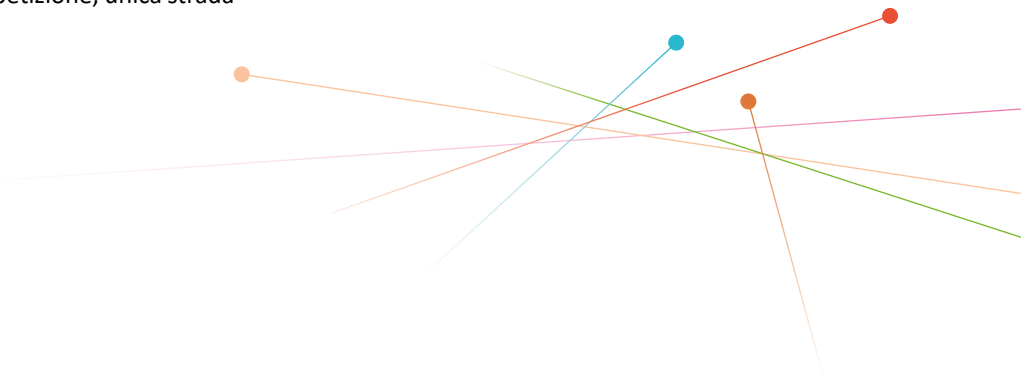
Offre consulenza e servizi a imprese, pubbliche amministrazioni e organizzazioni non-profit. Sara Cirone Group Srl SB è specializzata nel posizionamento strategico in chiave sostenibile, in management d'impresa e nella redazione di informative non finanziarie, quali Bilancio di sostenibilità e Report integrato.

Inoltre, è attiva nella promozione di progetti sociali e culturali integrati tra soggetti del territorio. La Società porta il nome di Sara Cirone, l'ideatrice che ha dato origine al pensiero e alla mission dell'impresa, poi condivisi da un gruppo di manager professionisti.

La scelta di completare il nome della società con il termine "Group", dunque, risponde all'esigenza di voler esprimere i valori fondanti di amicizia, vicinanza, collaborazione, impegno comune. L'unicità e la specificità di ogni soggetto non solo si mantiene, ma anzi viene valorizzata ed esaltata nelle dinamiche di cooperazione, unica strada

per realizzare un effettivo sviluppo di un territorio e di una società.

La Società non ha dipendenti e opera prevalentemente nel territorio dell'Emilia Romagna, estendendo il proprio raggio di azione a tutto il territorio nazionale e gestendo le proprie attività mediante uffici a domicilio e virtuali.



FOCUS

LA SOCIETÀ BENEFIT

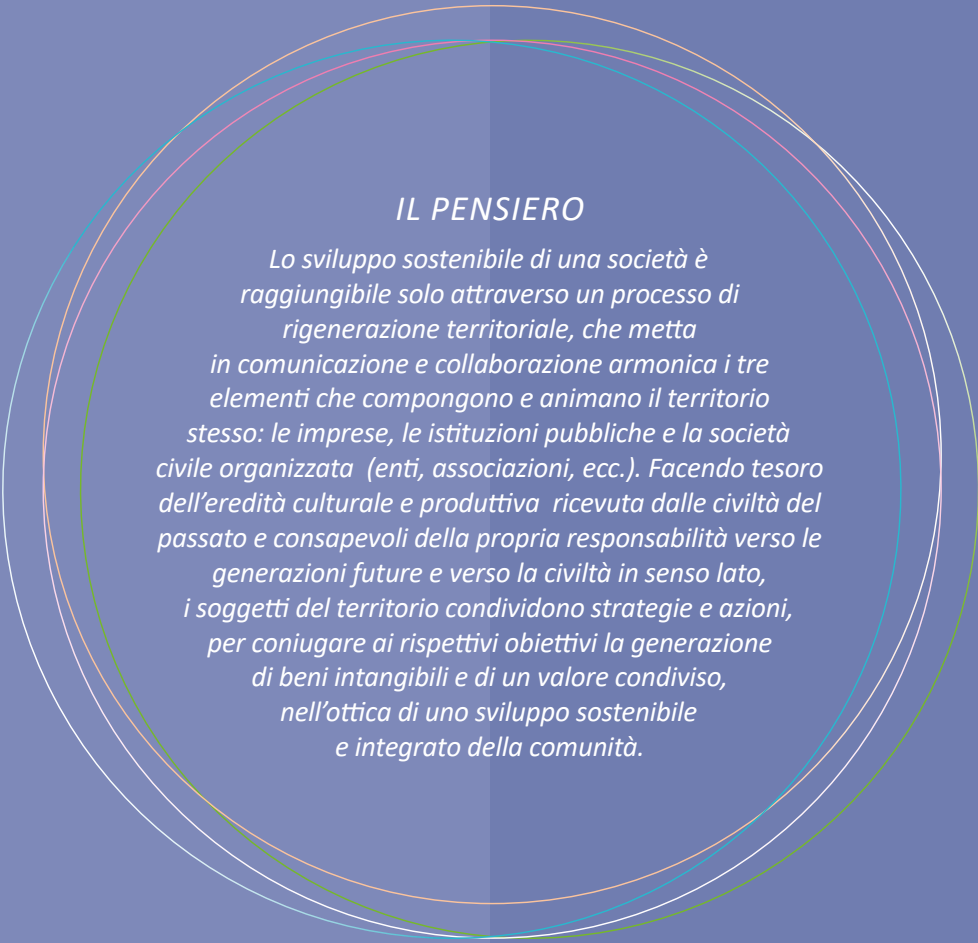
La Legge di Stabilità 2016 L. n. 208/2015 ha introdotto in Italia la Società Benefit, una nuova forma giuridica caratterizzata in estrema sintesi da elevati livelli di responsabilità, sostenibilità e trasparenza.

Al momento della propria costituzione, ogni Società Benefit individua nel proprio Statuto, all'interno dell'oggetto sociale, uno o più obiettivi di beneficio comune. Si tratta quindi di un'espressione evolutiva del concetto di impresa: esso infatti affianca allo scopo di lucro quello di avere un impatto positivo sulla società, le persone, le comunità, il territorio e l'ambiente, i beni e le attività sociali e culturali, gli enti e le associazioni ed altri portatori di interesse, determinando, in questo modo, un valore condiviso dalla collettività.

Tale impatto positivo va, poi, riportato in maniera chiara e completa, in una rendicontazione annuale. Il beneficio comune di Sarà Cirone Group Srl SB, così come registra-

to sullo statuto della Società, si contraddistingue come segue:

1. **Diffondere modelli culturali d'impronta umanistica, insieme a forme giuridiche di impresa, paradigmi economici e strumenti e metodi manageriali sostenibili, al fine di sostenere l'accrescimento culturale del territorio, la consapevolezza di tutti gli interlocutori e lo sviluppo sostenibile delle comunità;**
2. **Promuovere lo sviluppo di progetti partecipati tra imprese, enti non-profit e pubbliche amministrazioni, valorizzando il Capitale intellettuale in tutte le sue forme, allo scopo di favorire l'evoluzione e il progresso degli asset tangibili ed intangibili di tutti i soggetti e delle comunità territoriali;**
3. **Diffondere strumenti di rendicontazione non finanziaria, finalizzati a valorizzare la visione strategica sostenibile nelle organizzazioni, allo scopo di favorire l'adozione della cultura della sostenibilità come guida per tutte le comunità territoriali.**



IL PENSIERO

Lo sviluppo sostenibile di una società è raggiungibile solo attraverso un processo di rigenerazione territoriale, che metta in comunicazione e collaborazione armonica i tre elementi che compongono e animano il territorio stesso: le imprese, le istituzioni pubbliche e la società civile organizzata (enti, associazioni, ecc.). Facendo tesoro dell'eredità culturale e produttiva ricevuta dalle civiltà del passato e consapevoli della propria responsabilità verso le generazioni future e verso la civiltà in senso lato, i soggetti del territorio condividono strategie e azioni, per coniugare ai rispettivi obiettivi la generazione di beni intangibili e di un valore condiviso, nell'ottica di uno sviluppo sostenibile e integrato della comunità.

VISION

Contribuire allo sviluppo delle civiltà, all'emancipazione dei popoli, al benessere e alla felicità di tutte le specie viventi.

L'azione di Sara Cirone Group Srl SB muove dalla convinzione che sia necessario ripartire dall'uomo, dalla sua visione del mondo, dal suo ruolo all'interno della polis e dalla sua relazione con gli altri elementi del territorio: istituzioni, impresa e società civile organizzata.

Sara Cirone Group Srl SB intende dare un contributo attivo allo sviluppo della civiltà, attraverso la promozione di politiche organizzative ispirate dalla centralità della persona, per dare valore ai singoli e alla comunità.

La Società si propone di salvaguardare e valorizzare le unicità del territorio, attraverso studi specifici, progetti e sperimentazioni in ambito pubblico, produttivo, organizzativo e sociale.

L'ascolto dell'umanità e la volontà di evolvere con essa sono le fondamenta della proposta di Sara Cirone Group Srl SB: non un modello stabile e definito, ma una risposta partecipativa, che risponde ai bisogni specifici di una comunità e del suo territorio.

Solo così, secondo il Gruppo, è possibile promuovere un vero e proprio processo di rigenerazione territoriale, da intendersi non come semplice riqualificazione urbana, ma come un nuovo rinascimento dei territori italiani.

MISSION

Diffondere un modello di consulenza orientato ad un futuro sostenibile, in cui imprese, istituzioni e società civile operino insieme in armonia per lo sviluppo del territorio.

Per rispondere alle esigenze della società, caratterizzata da frammentazione territoriale, individualismo, sfiducia verso le istituzioni pubbliche e considerazione negativa delle imprese, Sara Cirone Group Srl SB intende fornire servizi di consulenza a tutti i soggetti che possono contribuire alla sostenibilità di un territorio, perché operino insieme, in dialogo ed armonia, per il medesimo obiettivo: l'evoluzione.

Per farlo, la Società intende estendere modelli manageriali di organizzazione e gestione in chiave sostenibile, che di norma sono riservati alle imprese, anche a pubbliche amministrazioni, fondazioni, associazioni e non-profit, perché tutti i soggetti di un medesimo territorio abbiano gli strumenti per organizzare e pianificare insieme le strategie e le azioni di sviluppo.

In questa visione, l'impresa non è concepita come una mera Azienda, ma come comunità che collabora per la produzione di beni e servizi volti a migliorare la qualità di vita di tutti i cittadini. Come le botteghe artigiane del passato, un'impresa vive e prospera grazie alle risorse umane, naturali e simboliche del suo territorio, che è dunque elemento fondamentale della sua identità e del suo sviluppo.

I SERVIZI

Sara Cirone Group Srl SB propone un sistema integrato di servizi che, a partire dall'analisi svolta dallo strumento del Report integrato, consente di elaborare un check up dell'organizzazione, della sua struttura, del suo management, della coerenza della strategia di sviluppo con obiettivi, mission e vision.

Un'analisi strutturata, che consente di intervenire, a seconda delle esigenze, nei diversi ambiti dell'attività, per renderli efficaci nel raggiungimento degli obiettivi strategici e nello sviluppo futuro dell'organizzazione in termini di efficienza e sostenibilità.

Il punto di partenza verte sul rapporto tra la gestione

della struttura, i risultati generati e gli impatti su stakeholder e territorio. Tutti i servizi di Sara Cirone Group Srl SB si declinano sui principi di sostenibilità, nel rispetto degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) previsti dall'Agenda ONU 2030, adottata all'unanimità dagli Stati membri delle Nazioni Unite e consentono di intraprendere dei percorsi di crescita professionale personale in ottica integrata, oltre che opportunità continue di sviluppo professionale e di acquisizione di conoscenze. In virtù della sua visione orientata ai territori e della sua pianificazione strategica, l'azione di Sara Cirone Group Srl Società Benefit sostiene in modo intrinseco organizzazioni di territorio che forniscono un servizio in modo diretto a gruppi demografici in situazione di vulnerabilità.

Sistema integrato di servizi



Rendicontazione non finanziaria di sostenibilità e strumenti di gestione

Gli strumenti di rendicontazione non finanziaria permettono una visione molto più ampia dell'organizzazione rispetto al bilancio di esercizio tradizionale.



Management approach
Fractional,
Temporary e Consulenza



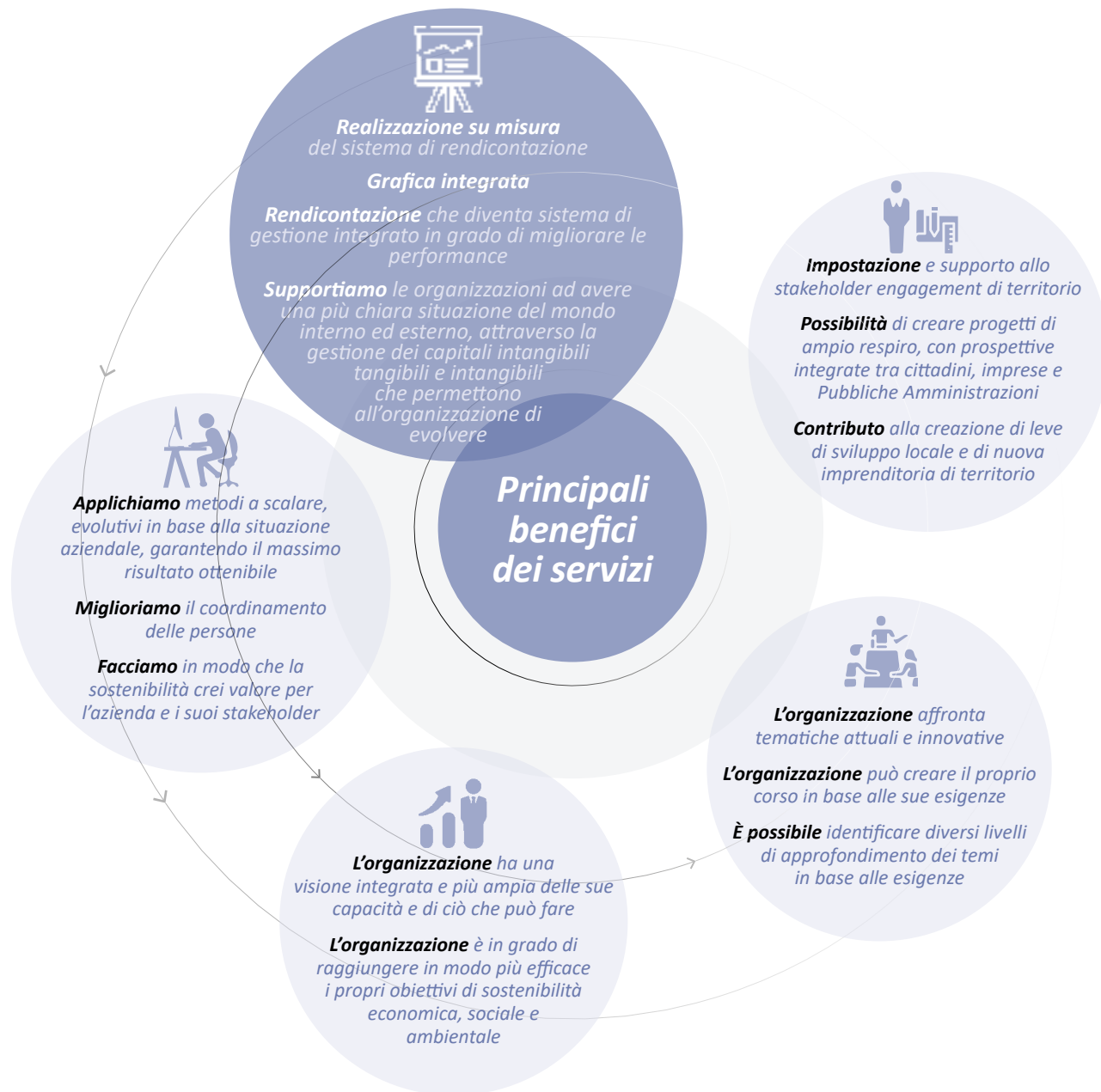
Sviluppo
strategico
sostenibile



Corsi
di
formazione



Creazione di
progetti culturali
e sociali



GOVERNANCE





L'ASSETTO SOCIETARIO

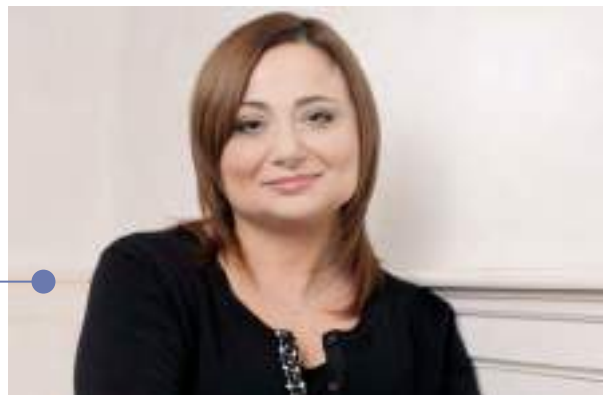
Sara Cirone Group Srl SB è stata fondata ad Aprile 2018, con l'apporto di due soci fondatori, ovvero Sara Cirone e Andrea Ragazzini, con le seguenti quote societarie:

Sara Cirone Group Srl SB

Sara Cirone: 95%

Andrea Ragazzini: 5%

La governance di Sara Cirone Group Srl SB è formalmente costituita da due organi, ovvero l'Assemblea dei Soci e l'Amministratore Unico. L'Amministratore Unico della Società è Andrea Ragazzini, che oltre a svolgere l'attività di gestione ordinaria aziendale, condivide con Sara Cirone l'attività di supervisione aziendale.



Sara Cirone è una manager specializzata in gestione d'impresa, pianificazione e progettazione strategica e gestione delle risorse umane. Originaria di Pescara, da oltre venticinque anni opera in Emilia Romagna, territorio che ha individuato come ideale per lo sviluppo delle sue conoscenze e competenze. Fondamentale nella definizione della sua identità è stata la formazione umanistica compiuta presso l'Ateneo di Bologna, dove si è laureata in Lettere Classiche. L'aspetto antropologico dei suoi studi ha dato un contributo sostanziale al suo percorso personale e professionale, ma ancor prima al suo pensiero: la possibilità di conoscere in modo approfondito i sistemi sociali, economici e culturali delle principali civiltà del passato, da quella greco-romana a quella bizantina, passando per le civiltà precolombiane, ha offerto a Sara Cirone un punto di vista privilegiato per analizzare l'evoluzione della civiltà umana in senso lato e per maturare una visione estremamente ampia sullo sviluppo della società, composta da un territorio, dalle istituzioni che lo amministrano, dalle risorse che lo arricchiscono e soprattutto dalle persone che vi vivono. Particolare interesse ha suscitato in lei la cultura classica e il suo pensiero filosofico, ma soprattutto il modello di sviluppo applicato

dall'impero romano nella sua espansione in Europa e in tutto il Mediterraneo, dove ha dimostrato un'enorme capacità di gestione del territorio e di valorizzazione degli individui e delle comunità, attraverso politiche locali vincenti. Si laurea in letteratura cristiana antica con una tesi su un'Omelia in greco bizantino di San Basilio Magno. L'analisi del passato e la consapevolezza della preziosa eredità ricevuta ha acceso in Sara Cirone una scintilla di profondo interesse per l'umano, che si è presto sviluppata e maturata in una naturale propensione all'impresa, intesa come comunità operante che produce beni materiali e immateriali che consentono lo sviluppo della civiltà stessa. Successivamente agli studi umanistici, quindi, ha conseguito un Master in Gestione e sviluppo risorse umane, un MBA (Master of Business Administration), un corso di alta formazione in Marketing presso la Facoltà di Sociologia di Bologna e un Master Advanced in PNL (Programmazione neuro linguistica): una formazione tecnica che le ha permesso di completare la sua visione con gli aspetti più attuali e innovativi della gestione d'impresa. Nel 2002 ha intrapreso il suo percorso nel mondo imprenditoriale, come consulente nella gestione di risorse umane e change management.

Successivamente Sara Cirone ha sviluppato la propria carriera, come Direttore Risorse Umane, Direttore Generale e dal 2011 come Amministratore Delegato di un'Azienda manifatturiera di territorio. Parallelamente alla gestione aziendale, Sara Cirone ha ampliato i suoi ruoli nel contesto dell'impresa con altre cariche istituzionali, come Vicepresidente del Gruppo Metalmeccanica di Confindustria Romagna, membro del Tavolo Tecnico Responsabilità Sociale d'Impresa e Sostenibilità di Confindustria Nazionale, Consigliere della Fondazione OIBR, Componente della Commissione Sostenibilità e Infrastrutture per Territorio, Ambiente e Energia – SIATE di Federmanager Bologna-Ferrara-Ravenna, Componente

del Tavolo RSI di AIDP, Fondatrice e Consigliere della Fondazione Hub del Territorio ER. Durante il suo cammino professionale, tra il 2007 e il 2008 ha avuto modo di approfondire, tramite la riflessione di Rita Levi-Montalcini, gli otto Obiettivi di Sviluppo del Millennio (OSM), che dal 2000 al 2015 hanno impegnato i Paesi membri delle Nazioni Unite nel tentativo di risoluzione delle principali criticità che storicamente affliggono l'umanità, nella convinzione che la società globalizzata del terzo millennio possieda la ricchezza, la conoscenza e i mezzi per coronare il sogno di una civiltà affrancata dalla miseria e dalla mancanza dei beni fondamentali. Successivamente, la storia di Adriano Olivetti ha aggiunto ulteriori riflessioni e approfondimenti nella gestione d'impresa. Dall'analisi degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU e dall'esperienza manageriale di Olivetti, Sara Cirone ha maturato la convinzione che la società attuale, impegnata nel consumo spasmodico dei beni tecnologici, abbia dimenticato l'enorme eredità ricevuta dalle civiltà pregresse in ogni ambito, così come il concetto fondamentale di posterità: si nota una tendenza involutiva verso il materialismo e la soddisfazione di beni immediati, in un preoccupante meccanismo di deresponsabilizzazione verso le prossime generazioni e le civiltà del futuro. È necessario dunque tornare a sviluppare cultura, affinché alla velocità di pensiero e produzione che caratterizza la società attuale vengano applicati i principi dell'umanità e del suo sviluppo.

Da questa consapevolezza, oltre dieci anni fa Sara Cirone ha maturato la convinzione che fossero necessari nuovi modelli imprenditoriali che, oltre al profitto, considerassero il bene comune come obiettivo prioritario. L'entrata in vigore della Legge del 28 dicembre 2015, n. 208, che ha individuato la società benefit come nuova forma giuridica d'impresa, rappresenta il momento di svolta: nasce così Sara Cirone Group Srl SB - Evoluzione responsabile d'impresa.

L'economia è una scienza al servizio dell'uomo e l'uomo dovrebbe essere al centro del pensiero economico. Se questo intendimento ci orienta, allora **Andrea Ragazzini**, occupandosi dell'ambito economico nel mondo aziendale, può di buon grado afferire all'area umanistica e valorizzare con il suo contributo professionale la dimensione etica e civile della società.



In particolare, Andrea Ragazzini ha svolto dapprima la sua attività nell'area dell'amministrazione e del controllo in un'Azienda del settore metalmeccanico dell'Emilia Romagna, occupandosi in modo specialistico della pianificazione strategica dell'impresa e del sistema di Balan-

ced Scorecard, per poi assumere il ruolo di Chief Value Officer. Guidato dall'interesse per il mondo dei capitali intangibili e per il "pensiero integrato", si è specializzato nella tematica delle informative non finanziarie a supporto della creazione di valore aziendale, nelle sue forme e metodologie più avanzate, quali il Report Integrato e il Bilancio di Sostenibilità. Gli studi di Andrea Ragazzini hanno egualmente interessato l'area economica: in particolare, ha conseguito la Laurea magistrale in Economia e Gestione Aziendale, approfondendo materie inerenti il controllo manageriale e dei costi e i sistemi di misurazione delle performance aziendali, e ha portato a compimento il Master in Esperto per l'Internazionalizzazione delle PMI.

Uno dei temi più rilevanti nel suo percorso professionale è certamente costituito dalla valutazione dei Capitali intangibili nelle organizzazioni, rispetto al quale ha effettuato studi, ricerche e applicazioni in campo aziendale. Nella sua esperienza professionale, a ribadire la centralità della persona, è presente il settore della Consulenza Aziendale, dedicandosi a progetti di Consulenza Direzionale. Sugli stessi temi ha inoltre condotto sessioni formative a persone e professionisti del mondo del lavoro.

È membro del Consiglio di Gestione della Fondazione OIBR - Organismo Italiano di Business Reporting.

FOCUS

CHIEF VALUE OFFICER

Oggigiorno l'evoluzione delle organizzazioni all'interno del sistema globale ruota sempre più attorno a elementi di natura non finanziaria: da una parte la sostenibilità sociale ed ambientale del business permettono alle organizzazioni di generare impatti positivi sul proprio territorio e consolidare il sistema economico- sociale di cui fanno parte, dall'altra la conoscenza e lo sviluppo dei cosiddetti capitali "intangibili", ovvero quelle risorse non-fisiche capaci di influire in modo decisivo sull'efficacia strategica delle organizzazioni, permette alle imprese di conoscere, governare e gestire con consapevolezza le reali leve di creazione di valore. Nel contesto descritto, il Chief Value Officer rappresenta la figura organizzativa che si occupa delle dinamiche di creazione di valore dell'impresa e che è in grado di supportare la gestione dell'impresa nell'integrazione di tutti i capitali, tangibili e intangibili, che sorreggono l'attività di impresa e la sua efficacia strategica.

Andrea Ragazzini è stato uno dei primi Chief Value Officer d'Italia, vincendo il premio come miglior Report Integrato d'Italia all'Oscar di Bilancio 2018 per una PMI manifatturiera italiana.

STRATEGIA E RISCHI





La strategia che sorregge l'operato di Sara Cirone Group Srl SB è direttamente collegata alla vision e alla mission identificate dalla Società.

Al suo interno sono concepiti obiettivi strategici generali e obiettivi strategici legati al beneficio comune che la Società stessa ha dichiarato di perseguire all'interno dello statuto sociale:

VISION

Contribuire allo sviluppo della civiltà, all'emancipazione dei popoli, al benessere e alla felicità di tutte le specie viventi

MISSION

Diffondere un modello di consulenza orientato ad un futuro sostenibile, in cui imprese, istituzioni e società civile operino insieme in armonia per lo sviluppo del territorio

Obiettivi strategici generali

Consolidare lo sviluppo territoriale

Trattare tematiche cruciali per la creazione di valore delle imprese

SDGs

Attività strategiche

Sviluppare progetti a carattere territoriale e legati alle tipicità dei luoghi

Realizzare servizi e progettazioni di alta qualità

Consolidare le relazioni con il mondo della ricerca

Strutturare un team di lavoro coordinato ed allineato

Sviluppare progetti e consulenze personalizzate

Obiettivi strategici di beneficio comune

Diffondere strumenti di rendicontazione non finanziaria, finalizzati a valorizzare la visione strategica sostenibile nelle organizzazioni, allo scopo di favorire l'adozione della cultura della sostenibilità come guida per tutte le comunità territoriali



Partecipare, promuovere o realizzare momenti di incontro e sessioni di approfondimento sulle tematiche delle informative non finanziarie, per tutti i cittadini del territorio

Offrire supporto a organizzazioni nonprofit ed enti pubblici per la realizzazione delle informative non finanziarie

Promuovere lo sviluppo di progetti partecipati tra imprese, enti non profit e pubbliche amministrazioni, valorizzando il Capitale intellettuale in tutte le sue forme, allo scopo di favorire l'evoluzione e il progresso degli asset tangibili ed intangibili di tutti i soggetti e delle comunità territoriali



Partecipare, promuovere o realizzare eventi, momenti di incontro e sessioni di approfondimento sulle tematiche dell'integrazione territoriale, coinvolgendo tutti gli attori del territorio

Partecipare, promuovere o progettare sistemi di condivisione di idee e progetti strategici di territorio in ottica sostenibile tra tutti i soggetti del territorio

Diffondere modelli culturali d'impronta umanistica, insieme a forme giuridiche di impresa, paradigmi economici e strumenti e metodi manageriali sostenibili, al fine di sostenere l'accrescimento culturale del territorio, la consapevolezza di tutti gli interlocutori e lo sviluppo sostenibile delle comunità



Partecipare, promuovere o realizzare eventi, momenti di incontro e sessioni di approfondimento sulle tematiche della sostenibilità e dei Capitali intangibili, per tutti i cittadini del territorio

Partecipare, promuovere o sviluppare progetti con imprese, enti pubblici, organizzazioni non profit volte ad applicare modelli di gestione in ottica sostenibile

PRINCIPI ETICI DI AZIONE DEL MANAGEMENT

Integrità: Sara Cirone Group Srl SB opera senza compromessi e utilizzo di mezzi impropri o illegali per lo svolgimento delle proprie attività.

Coerenza: Ogni attività è coerente con il proprio posizionamento strategico e con la vision, mission, principi, valori di riferimento.

Trasparenza: Utilizzo di processi gestionali visibili e completi.

Umanità: Centralità dell'uomo e della sua dignità in ogni processo esecutivo.

Indipendenza: Libertà delle proprie azioni, senza condizionamenti ideologici o centri di potere.

Integrated Thinking: Approccio sistemico e innovazione per ogni attività gestita.

Valorizzazione delle diversità: Sara Cirone Group Srl SB promuove e rispetta l'integrazione delle diversità.

RISCHI

Gestire i rischi per Sara Cirone Group Srl SB significa considerare le variabili che maggiormente possono incidere nella gestione della Società e che possono, influenzando la sua capacità di creare valore.

Nello specifico, la Società identifica una serie di variabili, nei confronti delle quali adotta sistemi e strumenti di monitoraggio e gestione:





Rischi

Misure di mitigazione

Classe di rischio: MERCATO

Comunicazione	Pianificazione incontri clienti/fornitori, condivisione dati e informazioni, linee guida su comunicazione interna
Posizionamento strategico	Definizione posizionamento strategico, analisi dell'offerta di servizi, monitoraggio dei costi
Reputazione	Incontri con clienti e fornitori, gestione sitoaziendale, creazione di eventi e meeting a tema della sostenibilità, testimonianze presso università ed enti di formazione
Prezzo	Monitoraggio dell'offerta, selezione dei consulenti, benchmarking, consulenze e progetti personalizzati, percorsi progettuali flessibili, progetti e prezzi orientati alle necessità delle organizzazioni stesse, in linea con gli obiettivi di beneficio comune

Classe di rischio: OPERATIVO

Introduzione nuovi servizi	Valutazione bisogni degli stakeholder in ottica sostenibile, sviluppo progetti con Università
Sistemi informativi	Gestione informazioni su server aziendale, utilizzo software e sistemi informatici compatibili e trasversali

Classe di rischio: COMPLIANCE

Ambiente naturale	Svolgimento attività in modo delocalizzato
Legal	Strutturazione di contratti formalizzati inerenti le attività di progetto e la tutela in materia di Privacy

Classe di rischio: ECONOMICO - FINANZIARIO

Crediti	Valutazione rischio credito dei clienti
Equilibrio finanziario	Analisi finanziaria e budget correlati
Marginalità	Analisi marginalità, budget economici

MODELLO DI BUSINESS



Bilancio



La creazione del valore da parte di Sara Cirone Group Srl SB si basa su sei forme di Capitale come input, che l'Azienda modifica, incrementa, consuma o utilizza durante il processo di creazione del valore e che vengono di seguito descritti.

In virtù delle dinamiche di creazione di valore, Sara Cirone Group Srl SB utilizza le sei forme di Capitali descritte per sviluppare attività strategiche ed operative, che generano due tipi di risultati, ovvero gli **“Output”**, intesi come i risultati diretti delle attività di questa organizzazione (“i beni e i servizi chiave di un’organizzazione, inclusi tutti i sottoprodotti e gli scarti”), egli **“Outcome”**, ossia gli impatti di tali attività sulle sei forme di Capitale impiegate per realizzarle, che rappresentano gli input del sistema di creazione di valore dell’organizzazione.



**Capitale relazionale-
Sociale**

All’interno di questo Capitale vengono ricomprese le risorse intangibili riconducibili alle relazioni dell’Azienda con soggetti esterni chiave (clienti, fornitori soggetti istituzionali) necessarie per valorizzare l’immagine, la reputazione dell’impresa, nonché la soddisfazione dei clienti.



**Capitale
Umano**

All’interno di questo Capitale viene ricompreso il patrimonio di competenze, capacità e conoscenze di coloro che prestano la loro opera nell’Azienda, nonché gli organismi di governance.

Modello di business

Capitale Relazionale-Sociale

Capitale Umano

Capitale Organizzativo

Capitale Naturale

Capitale Materiale

Capitale Finanziario

Input

Relazioni

Collaboratori

Sviluppo strategico

Territorio

Immoblizzazioni

Ricavi

Attività

Pianificazione strategica e controllo

Sviluppo progetti e consulenze

Progettazione servizi e iniziative

Stakeholder engagement

Attività di supporto:

Comunicazione Amministrazione e legal

Output

Servizi

Progetti per il bene comune

Capitale Organizzativo

All'interno di questo Capitale vengono ricompresi i processi e le procedure interne utili per la gestione aziendale, largamente basati sulla conoscenza, e le attività volte a garantire qualità e sicurezza dei prodotti venduti.

Capitale Naturale

All'interno di questo Capitale vengono ricomprese le attività dell'Azienda che impattano positivamente o negativamente sull'ambiente naturale, dove agiscono gli altri cinque capitali.

Capitale Materiale e Infrastrutturale

All'interno di questo Capitale vengono ricompresi gli immobili, le sedi amministrative e le piattaforme in cui l'organizzazione svolge la propria attività; vengono ricompresi inoltre le attrezzature e i macchinari necessari per lo svolgimento dell'operatività, nonché le scorte dei prodotti necessari per l'attività di accoglienza.

Capitale Finanziario

All'interno di questo Capitale viene ricompreso l'insieme dei flussi di liquidità che sono generati e assorbiti dall'organizzazione.

Capitale Relazionale-Sociale

Capitale Umano

Capitale Organizzativo

Capitale Naturale

Capitale Materiale

Capitale Finanziario

Outcome 2020

Progetti realizzati (n.) 19

Collaboratori diretti (n.) 6

Revisioni del Forecast (n.) 6

Auto a basso impatto (n.) 1

Costi per sviluppo infrastrutturale (€): 1.440

Totale dei Ricavi (€): 43.662

ATTIVITÀ DI BUSINESS

Pianificazione strategica e controllo

Alla base dei processi caratteristici della Società si trovano le attività di pianificazione strategica e di controllo, che vengono svolte periodicamente al fine di individuare l'allineamento delle iniziative intraprese dalla Società rispetto ai suoi obiettivi strategici, sia relativi al bene comune sia in riferimento a quelli generali dell'attività.

La definizione del posizionamento strategico sostenibile della Società fa parte di questo processo e si sostanzia negli elementi descritti in questo documento e conseguentemente nella sua identità formalizzata. L'analisi è svolta secondo diverse dimensioni non solo di carattere tecnico-commerciale, ma anche legate ai vincoli della sostenibilità. Il processo di determinazione del posizionamento strategico sostenibile è il medesimo dal quale si sono originati i tre obiettivi di beneficio comune adottati dalla Società.

Progettazione servizi e iniziative

L'attività di progettazione di servizi e progetti avviene mediante incontri e meeting con clienti e referenti delle organizzazioni. L'obiettivo di questa attività è quello di comporre soluzioni adeguate.

Sviluppo progetti e consulenze

L'attività di sviluppo delle progettualità e dei servizi di consulenza avviene mediante la collaborazione di professionisti, specializzati in diverse aree della gestione delle organizzazioni, profit e non-profit. Uno degli obiettivi strategici di Sara Cirone Group Srl SB si riferisce alla volontà di ideare soluzioni innovative per la creazione di valore delle organizzazioni. La realizzazione di queste progettualità viene specificatamente suddivisa in aree tematiche.

Comunicazione

L'attività di comunicazione e marketing si sostanzia in tutte le iniziative portate avanti dalla Società con il fine di divulgare i contenuti della Società e rafforzare la relazione con tutti gli stakeholder del territorio. La Società, per questo, utilizza un sito internet dedicato, un blog dove vengono pubblicati periodicamente articoli in tema di sostenibilità e social network.

Amministrazione e Legal

L'attività di gestione amministrativa viene svolta con il supporto di uno studio commercialista e di uno studio specializzato nella gestione amministrativa delle paghe e delle pratiche di gestione della sicurezza interna.

Il Bilancio 2020 è stato inoltre oggetto di revisione legale da parte di un Revisore esterno iscritto all'Albo dei Revisori Contabili. Le attività inerenti gli aspetti legali della gestione vengono svolte con il supporto di professionisti avvocati. L'attività di controllo delle dinamiche economico-finanziarie viene svolta internamente e periodicamente, al fine di poter garantire una miglior gestione dei rischi.

Tale attività consiste nell'analisi dei budget annuali economico-finanziari, nel loro successivo aggiornamento e nella pianificazione pluriennale che costituisce una quantificazione delle prospettive identificate nel posizionamento strategico sostenibile aziendale.

Stakeholder Engagement

L'attività di stakeholder engagement viene svolta con l'obiettivo di rafforzare le interconnessioni con gli attori che concorrono alla creazione di valore della Società e del territorio. La realizzazione della rendicontazione non-finanziaria annuale costituisce uno strumento per

informare gli stakeholder dell'attività di coinvolgimento che è stata svolta e dei suoi risultati. Con il termine “stekeholder engagement”, si intendono, quindi tutte

le iniziative e le attività svolte a favore degli stakeholder stessi e all'unisono con essi. In particolare è possibile riassumere tali elementi nella tabella seguente:

Stakeholder	Definizione	Modalità di engagement
Clienti	Rappresentano tutte le società ele persone che si rivolgono a Sara Cirone Group Srl SB per la realizzazione di progetti o servizi di consulenza	Incontri, meeting, eventi sul tema dei capitali intangibili e della sostenibilità, progettazione congiunta delle attività di sviluppo, confronti periodici sullo stato di avanzamento dei progetti
Consulenti	Rappresentano tutte le persone che fanno parte del team di consulenti che operano per Sara Cirone Group Srl SB	Incontri, meeting, eventi sul tema dei capitali intangibili e della sostenibilità, valutazione congiunta di attività di sviluppo
Fornitori	Rappresentano tutte le persone e le società che forniscono servizi e prodotti a Sara Cirone Group Srl SB	Incontri, meeting, eventi sul tema dei capitali intangibili e della sostenibilità
Pubblica Amministrazione	Rappresentano le Istituzioni pubbliche che collaborano con Sara Cirone Group Srl SB per la realizzazione di progetti territoriali	Incontri, meeting, eventi sul tema dei capitali intangibili e della sostenibilità, progettazione congiunta di attività ed eventi
Enti non-profit	Rappresentano le Organizzazioni non-profit che collaborano con Sara Cirone Srl SB per la realizzazione di progetti territoriali	Incontri, meeting, eventi sul tema dei capitali intangibili e della sostenibilità, progettazione congiunta di attività e progetti sul territorio, l'azienda ha collaborato attivamente alla creazione di nuovi standard sociali e ambientali, sia creando che appoggiando nuovi standard, formulato raccomandazioni o fornito esperienza per far avanzare gli standard già presenti. Oltre a ciò, l'azienda partecipa in tavoli di discussione e altri dialoghi pubblici riguardanti le questioni sociali e ambientali.
Cittadini	Rappresentano tutte le persone che vivono nei territori	Eventi sul tema dei capitali intangibili e della sostenibilità

FOCUS

I RAPPORTI CON CLIENTI E FORNITORI

Una delle principali attività svolte dalla Società per sviluppare il proprio modello di gestione e di business è stato quello di lavorare in modo diretto e formale con i propri stakeholder allo scopo di comprenderne le legittime aspettative e restituire una offerta di valore allineata ai loro bisogni. I fornitori principali aziendali sono costituiti da aziende di servizi professionali e liberi professionisti indipendenti.

L'Azienda non affida in outsourcing servizi di supporto, come ad esempio le assunzioni del personale, essenziali per la fornitura dei propri servizi ad altre persone o altre organizzazioni, e valuta i risultati indiretti ottenuti dai propri clienti attraverso l'utilizzo dei propri prodotti o servizi.

Oltre a ciò l'Azienda monitora regolarmente i risultati e il benessere dei clienti, attraverso colloqui mirati e incontri di aggiornamento sullo stato di avanzamento dei progetti, in modo da verificare se i risultati raggiunti sono allineati rispetto ai bisogni e alle aspettative dei clienti.

L'Azienda gestisce la privacy e la sicurezza dei dati dei propri clienti e dei propri fornitori, informando tutti gli utenti sul tipo di informazione raccolta, per quanto tempo la conserva, come è utilizzata e se e come è condivisa con altre organizzazioni. Oltre a ciò, i clienti hanno l'opzione di decidere in che modo i propri dati possono essere utilizzati, rendendo le attività di creazione di elenchi di dati personali conformi al GDPR.

Per quanto riguarda le attività di pricing, in linea con i

propri obiettivi di benificio comune, l'Azienda utilizza un modello di sussidi incrociato, attraverso cui è possibile offrire tariffe agevolate a organizzazioni con limitazioni finanziarie che servono quelle in situazione di vulnerabilità adeguando progettualità e tariffe alle necessità delle organizzazioni stesse.

FOCUS

LE RETI DI ASSOCIAZIONI

Uno dei principi cardine che sorreggono l'azione di Sara Cirone Group Srl Società Benefit si riferisce alla volontà di rafforzare i legami sinergici con le diverse realtà del territorio che operano a favore dell'evoluzione integrata delle organizzazioni.

Per questo la Società ha aderito e contribuito a dare vita a diverse iniziative, di carattere territoriale, nazionale e internazionale, con l'obiettivo di valorizzare lo scambio virtuoso di esperienze e conoscenze utili all'evoluzione in chiave sostenibile dei territori.

Compagnia Delle Opere (CDO): Associazione italiana, con sede a Milano, che ha lo scopo di sostenere imprenditori, enti senza scopo di lucro, manager e professionisti nello sviluppo delle imprese e delle attività professionali;

Animaimpresa: Associazione italiana nata con lo scopo di promuovere la cultura della CSR e della Sostenibilità strategica attraverso la sensibilizzazione del mondo delle imprese e della società, la diffusione degli strumenti per attuarla e rendicontarla, lo sviluppo di attività di marketing sociale e l'integrazione dei rapporti profit-no profit.

Organismo Italiano di Business Reporting (OIBR):

È una Fondazione italiana di partecipazione aperta, market-led, senza scopo di lucro e operante nell'interesse pubblico, che si occupa di elaborare, emanare e divulgare studi, ricerche, principi, standard e linee-guida di carattere tecnico-operativo inerenti la rendicontazione e disclosure delle informazioni e delle misure legate a sostenibilità/ESG/climate change, dichiarazione non-finanziaria, intangibili e capitale intellettuale, e integrated reporting e governance.

Assobenefit: è l'Associazione italiana delle Società Benefit, che si propone di concorrere all'affermazione di un nuovo modello economico di sviluppo sostenibile sul territorio italiano basato sui principi costitutivi delle società benefit.

Associazione italiana per la Direzione del Personale (AIDP): Associazione italiana che promuove lo sviluppo serio e responsabile della cultura manageriale in ambito risorse umane

Confindustria Emilia Area Centro: Associazione italiana di imprese nata dal percorso di integrazione tra Unindustria Bologna, Unindustria Ferrara e Confindustria Modena, allo scopo di tutelare le imprese emiliane, mettendo a disposizione l'eccellenza e la qualità dei servizi e della cultura d'impresa, rispondendo alle esigenze del mercato globale in una prospettiva che guarda agli scenari competitivi del futuro.

Confindustria Romagna: Associazione italiana nata dall'unione delle associazioni industriali di Ravenna, Rimini e Forlì-Cesena.

GESTIONE AMBIENTALE

Uno degli scopi dei servizi offerti da Sara Cirone Group Srl Società Benefit è quello di consentire alle imprese di prendere consapevolezza dei propri impatti ambientali e di implementare dei processi di miglioramento in ottica sostenibile.

Per questo fa parte della consulenza dell'azienda l'attività di coaching e consulenza nell'apprendere le buone pratiche di gestione delle organizzazioni in ottica sostenibile. La Società non dispone di una sede operativa, pertanto le attività di coordinamento con i propri collaboratori vengono svolte in modalità smart working. Le attività svolte presso le sedi fisiche dei clienti avvengono mediante una pianificazione degli interventi, che tenga conto degli spostamenti e del numero di persone coinvolte nelle sessioni di lavoro. Il risultato di questa prassi è la predisposizione di calendari condivisi in cui siano previste giornate di lavoro che massimizzino gli interventi, riducendo, così, nel lungo periodo, gli spostamenti dei collaboratori coinvolti.

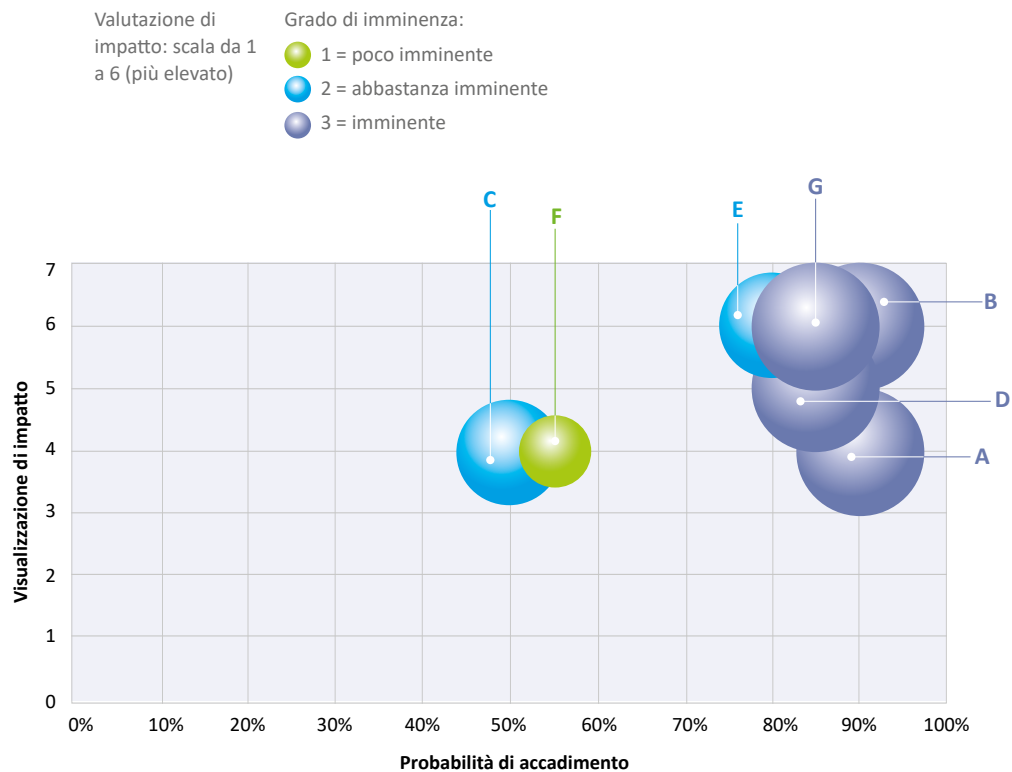
Per lo svolgimento dei servizi della Società, la Direzione utilizza automobili quali mezzi di trasporto. In particolare vengono utilizzati mezzi a GPL ed Euro 6 nel caso di autoveicoli a gasolio. Dal punto di vista dei rifiuti, è in atto una politica operativa per lo smaltimento sicuro dei rifiuti elettronici e di altri materiali pericolosi acquistati per i lavoratori che fanno home office.

MATRICE DI MATERIALITÀ

Il Report in oggetto ha lo scopo di fornire informazioni sugli aspetti che influiscono in modo significativo sulla capacità dell’organizzazione di creare valore nel breve, medio e lungo termine. In tal senso, Sara Cirone Group Srl SB ha effettuato un’analisi di materialità per individuare le attività e i fenomeni di maggiore rilevanza rispetto alla creazione di valore aziendale. Sotto il profilo metodologico, si è seguito un approccio innovativo volto ad evidenziare non solo la significatività/impatto di un’attività/fenomeno nei confronti della creazione di valore, nonché la probabilità di suo accadimento, come suggerito dal Framework dell’IIRC, ma si è altresì inserita una terza dimensione di valutazione della materialità rappresentata dal grado di imminenza dell’attività/fenomeno di volta in volta considerato. Di seguito vengono evidenziate le attività/fenomeni più “materiali” per Sara Cirone Group Srl SB. Il processo di determinazione della materialità:

- 1. identificazione degli elementi rilevanti interni ed esterni;
- 2. valutazione della rilevanza degli elementi identificati nella fase 1 attraverso l’impatto degli stessi, sulla creazione di valore aziendale (“magnitude”);
- 3. attribuzione agli elementi identificati di una probabilità di accadimento (“likelihood”);
- 4. attribuzione agli stessi di un grado di imminenza (“imminence”);
- 5. prioritizzazione degli elementi identificati sulla base congiunta della “magnitude”, della “likelihood” e dell’“imminence”;
- 6. individuazione degli elementi di maggiore significatività (“material”).

Tema	Attività	Valutazione di impatto	Probabilità di accadimento	Grado di imminenza
Servizi	A- Integrazione sistemica dei servizi	4	90%	3
	B- Consulenze e servizi personalizzati	6	90%	3
	C- Gestione integrata dei servizi con altri partner	4	50%	2
Pianificazione strategica	D- Gestione integrata degli obiettivi strategici generali e di beneficio comune	5	85%	3
Relazione con gli Stakeholder	E- Relazioni con il territorio di riferimento	6	80%	2
	F- Attività in territorio extranazionale	4	55%	1
	G- Coinvolgimento dei collaboratori	6	85%	3



PERFORMANCE



Dal punto di vista delle performance, è possibile suddividere l'analisi secondo l'individuazione degli Output (risultati diretti) e degli Outcome (impatti) dell'attività.

Sara Cirone Group Srl SB, al suo terzo anno di vita, oltre ad inglobare all'interno del presente documento una serie di informazioni utili a descrivere gli effetti della propria attività sui propri stakeholder, ha deciso di inserire diversi indicatori capaci di ampliare l'analisi di impatto, restituendo una misura del grado di raggiungimento dei propri obiettivi di beneficio comune e strategici. L'Analisi degli Output viene svolta indicando i progetti realizzati relativamente agli obiettivi di beneficio comune che identificano la Società. I progetti di seguito descritti rappresentano i risultati delle attività svolte dai soci fondatori durante l'anno 2020.

	Obiettivo 1 Diffondere modelli culturali d'impronta umanistica, insieme a forme giuridiche di impresa, paradigmi economici e strumenti e metodi manageriali sostenibili, al fine di sostenere l'accrescimento culturale del territorio, la consapevolezza di tutti gli interlocutori e lo sviluppo sostenibile delle comunità.
	
	

Testimonianza sul testo “Setting the New Agenda for CFOs - Understanding the role of Intangibles in Value Creation” del WICI Global Network

Ambito di progetto: testimonianza sul ruolo dei capitali intangibili per la creazione di valore

La testimonianza scritta ha avuto come obiettivo quello

di rappresentare l'esperienza diretta vissuta in Azienda nella gestione dei capitali intangibili per la creazione di valore, con particolare focus sul ruolo del CFO in questo processo di gestione.

Esposizione alla fiera virtuale EXCO

Ambito di progetto: esposizione sui temi della sostenibilità e della creazione di valore

Link alla fiera: <https://ecquologia.com/exco/>

Pubblicazione sulla rivista Ecofuturo Magazine

Ambito di progetto: testimonianza “Rivoluzione ed evoluzione” e pubblicazione video sul Report Integrato

Link alla rivista: <https://ecofuturo.eu/magazine/2020/numero4/#page=56>

Link al video: <https://www.saracironegroup.com/rendicontazione-non-finanziaria-e-report-integrato/>

Roadshow “Per il bene Comune”

Ambito del progetto: generare processi sostenibili per il territorio emiliano romagnolo

Sara Cirone Group Srl SB in collaborazione con il settimanale della diocesi di Faenza - Modigliana “Il Piccolo” e con tutti gli altri giornali diocesani dell'Emilia Romagna - FISC - ha organizzato un ciclo di seminari dal titolo “Per il Bene Comune”. Punto di partenza l'Enciclica LaudatoSi' del Santo Padre Francesco, per stimolare la riflessione su una visione dell'economia più giusta, fraterna e sostenibile, la stessa che è al centro dell'evento internazionale “The economy of Francesco”, che vede la partecipazione di migliaia di giovani, imprenditori, economisti e change-makers per fare un patto nello spirito di San Francesco e che è stato riprogrammato a fine 2020 a causa della pandemia del Covid-19.

Obiettivi del seminario:

- Presentare a tutto il mondo produttivo, associazioni-



SECONDO INFOPOL     SARACRONEGROUP



PER IL BENE COMUNE

COME CONTRIBUIRE PROGETTI SOSTENIBILI NEL TERRITORIO ITALIANO

Esiste un lavoro per apportare una influenza al sistema italiano, stimolato dall'Iniziativa Laureati SI del Fondo Paolo Tronchetti per comprendere come le organizzazioni private, pubbliche e associative, ispirate alla nostra civiltà possano produrre Bene Comune.

BENE COMUNE

PER PERSONE, ORGANI E COMUNITÀ

PAZIENZA
di governo

DAL CAPITALISMO AL CONSUMISMO

LA CITTÀ CHE RINNOVA IL MONDO

PAZIENZA
di governo

LA CITTÀ PER TUTTI

INNOVAZIONE E
TRANSIZIONE SOCIALE
SOSTENIBILE
di governo

MERCATO EQUO

LA CITTÀ CHE RINNOVA
L'ECONOMIA ECONOMICA

PAZIENZA
di governo

ECOLOGIA INTEGRALE

LA CITTÀ COME UN
ECOSISTEMA

PAZIENZA
di governo

LE NUOVE GENERAZIONI

IL MONDO CHE CAMBIAMO
INNOVAZIONE E SOCIETÀ CIVILE

PAZIENZA
di governo

ECONOMIA CIRCOLARE

NUOVI MODELLI
PRODUTTIVI E ECONOMICI
PER IL TERRITORIO

PAZIENZA
di governo

IL CAPITALE UMANO

INNOVAZIONE NELLE
ORGANIZZAZIONI

PAZIENZA
di governo

ECONOMIA SOSTENIBILE

IL RUOLO DELL'IMPRESA
NEL COMPLESSO
ECONOMICO

PAZIENZA
di governo

SARACRONE

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
PRESIDENTE: PAOLO TRONCHETTI

WWW.SARACRONEGROUP.COM

BLOG: WWW.SARACRONE.COM

PARTNERS ISTITUZIONALI



SARACRONE

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
PRESIDENTE: PAOLO TRONCHETTI

WWW.SARACRONEGROUP.COM

BLOG: WWW.SARACRONE.COM

stico e istituzionale il modello della Società Benefit, un nuovo modello di società introdotto con la L. 208/2015, la cui caratteristica principale è quella di integrare nell'oggetto sociale del proprio Statuto, un Beneficio Comune, sul quale ha l'obbligo di rendicontare, in modo da accrescere la consapevolezza e lo sviluppo sostenibile delle comunità territoriali.

- Diffondere in tutto il territorio italiano, partendo dall'Emilia Romagna, il modello culturale economico d'impronta umanistica, che fa dei metodi manageriali sostenibili e degli strumenti di rendicontazione non finanziaria il proprio punto di forza, al fine di favorire l'evoluzione e il progresso degli asset tangibili e intangibili delle comunità territoriali.

- Costruire un percorso attraverso il roadshow delle sette Diocesi in preparazione all'evento di Marzo 2020 "Economy per Francesco" e introdurre in questo modo il tema della Economia Sostenibile e del Bene comune di cui parla l'Enciclica "Laudato Si".

Il progetto ha concorso all'attuazione di gran parte degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile in quanto ha riguardato i temi rilevanti della sostenibilità. Il Roadshow è stato progettato proprio per dare un ampio respiro alle tematiche trattate dall'Agenda ONU e durante le testimonianze e i dibattiti sono stati affrontati i temi degli SDGs in modo integrato. Il Roadshow è iniziato a ottobre 2019. Hanno assistito agli incontri circa 300 persone, con l'apporto di circa 35 relatori.

Per ogni incontro è stato realizzato un articolo pubblicato sul web e registrato uno o più trailer video caricati sulla piattaforma Youtube. Hanno partecipato agli incontri persone di età differenti e provenienti da mondi professionali differenti.

Questo risultato, accompagnato ai riscontri positivi ricevuti dai vari partecipanti, ha fatto sì che altre due tappe del Roadshow, quelle di Ancona e di Udine, fossero ag-

giunte a percorso iniziato, testimoniando l'effettiva replicabilità del progetto in tutti i territori, in modo trasversale e multidisciplinare. Le ultime due tappe, quella di Cesena e l'ultima di restituzione di Bologna, sono state interrotte a causa della pandemia del Covid-19.

Tema conduttore

Il ciclo dei seminari ha affrontato in ogni incontro un tema diverso attingendo ai diversi articoli dell'Enciclica, mantenendo sullo sfondo il tema unico derivante dal Capitolo Quarto Articolo IV: "Il Principio del Bene Comune".

Il programma del Roadshow

Incontro 1 - "Bene Comune. Per persone, imprese e territori"

Luogo e data: Faenza - Ottobre 2019

Riferimento Enciclica - Capitolo quarto Art 4

In riferimento all'articolo dell'Enciclica è stato approfondito il concetto di Bene Comune in termini generali: cos'è e come si produce nel mondo delle organizzazioni. Qual è il ruolo delle imprese, degli enti no-profit, delle associazioni, degli enti pubblici e del mondo cattolico rispetto al Bene Comune e presentazione del Report Integrato come strumento per misurarlo e per impostare le strategie future delle organizzazioni.

Link Articolo: <https://www.saracirone.com/incontri-sul-bene-comune/>

Link video: <https://youtu.be/5Xp9GuwN3gs>

Ambito di attività dei relatori coinvolti:

- Responsabile Pastorale sociale e del Lavoro regionale
- Presidente Unione della Romagna Faentina
- Presidente della Cooperativa Gemos
- Direttore del Giornale Diocesano di Faenza-Modigliana

Incontro 2 - "Dal Capitalismo al consumismo. La cultura dello scarto"

Luogo e data: Imola - Novembre 2019



Riferimento Enciclica - Capitolo primo Art 3,4

È stato approfondito il tema dello scarto e della cultura che lo genera. Partendo dagli ultimi, gli emarginati, si è analizzato come in futuro, anche a causa dello sviluppo tecnologico, molte delle attuali competenze non saranno più richieste sul mercato del lavoro e sarà necessario una nuova prospettiva di formazione e reinserimento.

Link articolo: <https://www.saracirone.com/dal-capitalismo-al-consumismo/>

Link video: <https://youtu.be/Gya5cJqeAqA>

Ambito di attività dei relatori coinvolti:

- Presidente della Fondazione Cassa di risparmio di Imola
- Fondatore della Curti Spa
- Presidente del Banco Alimentare
- Consigliere Regionale Emilia Romagna

Incontro 3 _ “La città per tutti. Biodiversità e degradazione sociale”

Luogo e data: Imola Novembre 2019

Riferimento Enciclica - Capitolo primo Art 3,4

La riflessione è partita dalla capacità che la comunità intera può esprimere proponendo e realizzando uno sviluppo del territorio rispettoso e rigenerativo.

Di fronte alla smisurata e disordinata crescita di alcune città, che comportano il disagio per i propri abitanti di vivere sempre più sommersi da asfalto, cemento, vetro e metalli, con la conseguente profonda e malinconica insoddisfazione nelle relazioni interpersonali e il dannoso e doloroso isolamento che i cittadini si trovano a vivere, è stato discusso il tema di come sia possibile un cambiamento di rotta per riportare la persona in contatto fisico con la natura.

Link articolo: <https://www.saracirone.com/la-citta-per-tutti/>

Link video: <https://youtu.be/fu2qkWIWwts>

Ambito di attività dei relatori coinvolti:

- Arcivescovo della Diocesi di Ravenna-Cervia

- Sindaco di Ravenna

- Biologa esperta in territorio e ambiente

- Agronomo paesaggista

- Giornalisti

Incontro 4 - “Mercato equo.

La giustizia nel nuovo paradigma economico”

Luogo e data: Forlì – Gennaio 2020

Riferimento Enciclica - Capitolo primo Art 5

È stato approfondito il tema dell’iniquità globale e locale e di come dovrebbe essere un mercato equo, che rispetta la concorrenza e la valorizza, che non ruba risorse ad altri territori e che rimane competitivo sia nel macro che nel micro

Link articolo: <https://www.saracirone.com/messaggio-per-la-pace/>

Link video: https://www.youtube.com/watch?v=vJOK1A7h_FM

Ambito di attività dei relatori coinvolti:

- Vescovo della Diocesi di Forlì-Bertinoro

- Sindaco di Forlì

- Professore di Economia Politica – Università di Bologna

- Direttore sviluppo Rondine Cittadella della Pace

- Direttore di Antares

Incontro 5 - “La casa comune è un ecosistema”

Luogo e data: Ancona – Gennaio 2020

Riferimento Enciclica - Capitolo primo Art 5

Partendo dall’enciclica di Papa Francesco “Laudato si” sulla cura della casa comune, si è esaminato il concetto di creazione di valore alla base dei sistemi sociali, ambientali ed economici che caratterizzano il nostro tempo e che determinano il miglioramento della qualità della vita nei territori italiani. Si tratta di un nuovo modo di concepire le organizzazioni e le loro finalità, che evidenzia il reale apporto di tutti i capitali tangibili e intangibili e che, per questo, si pone come elemento essenziale ai

fini della posterità.

Link articolo: <https://www.saracirone.com/creazione-di-valore-per-i-territori-italiani/>

Link video:

- <https://www.youtube.com/watch?v=-TLiZGaWgWs>
- <https://www.youtube.com/watch?v=8OyyLkM8ZnU>
- <https://www.youtube.com/watch?v=s07uXZrtFks>

Ambito di attività dei relatori coinvolti:

- Arcivescovo Metropolitana Ancona-Osimo,
- Magnifico Rettore Università Politecnica delle Marche,
- Presidente UCID regionale Marche,
- Professore presso Università Politecnica delle Marche,
- Membro dell'UCID Commissione Nazionale Cultura e Formazione
- Presidente della cooperativa sociale agricola "Orto del sorriso" di Jesi

Incontro 6 - "Le nuove generazioni. Il mondo che vogliamo trasmettere ai nostri figli"

Luogo e Data: Udine - Gennaio 2020

Si è affrontato il tema della "Restituzione di un'anima all'economia", attraverso la sensibilizzazione di tutti i soggetti della società civile alla creazione di nuovi modelli economici che tengano insieme sostenibilità ambientale, cura della casa comune, rispetto per l'ambiente, giustizia verso i poveri, dignità dei lavoratori, equità sociale e diritti delle generazioni future.

Link articolo: <https://www.saracirone.com/i-sogni-dei-giovani/>

Link video:

- https://www.youtube.com/watch?v=DXRwYfBNfDI&feature=emb_imp_woyt
- https://www.youtube.com/watch?v=oYJjjqBq_2I
- <https://www.youtube.com/watch?v=JPjKiR4jG2A>
- <https://www.youtube.com/watch?v=vA29ZlbGG84>
- <https://www.youtube.com/watch?v=xxWFDJ0q428>
- <https://www.youtube.com/watch?v=0WHIRzbV3yA>

- <https://www.youtube.com/watch?v=mpDNzZWsgRY>
- <https://www.youtube.com/watch?v=4MaEexfsKek>
- <https://www.youtube.com/watch?v=HxYORxAY7uY>
- <https://www.youtube.com/watch?v=SnefdCXJ0gU>
- https://www.youtube.com/watch?v=2Hemo3qcLis&feature=emb_imp_woyt

Ambito di attività dei relatori coinvolti:

- Assessore all'Ambiente del Comune di Udine
- Presidente Gruppo Giovani Confindustria Udine e CEO Cromofriuli
- Presidente Gruppo Giovani Imprenditori FVG di Confcommercio
- Aderente Generazioni Legacoop FVG,
- Aderente Gruppo Giovani Animaimpresa,
- Referente giovani Ucid Imprenditori-dirigenti-professionisti,
- Presidente del Movimento Giovani Imprenditori di Confartigianato imprese Udine.

Incontro 7 - "Economia circolare. Nuovi modelli di produzione e consumo per il territorio"

Luogo e data: Rimini - Febbraio 2020

Riferimento Enciclica - Capitolo primo Art 7

Si è affrontato il tema di come promuovere l'economia circolare e un approccio allo sviluppo economico che miri a ridurre lo sfruttamento delle risorse, e a incentivare il riutilizzo e il riciclo.

Link articolo: <https://www.saracirone.com/un-pensiero-incentrato-sull'uomo-e-il-suo-territorio/>

Link video: <https://www.youtube.com/watch?v=y0YceugDtj0>

Ambito di attività dei relatori coinvolti:

- Vescovo di Rimini
- Vicesindaco città di Rimini
- Direttore Ufficio Pastorale sociale e del lavoro Diocesi di Rimini
- Docente di Design della Comunicazione ISIA Faenza

- Direttore Tutto Romagna Economia
- Presidente Top Automazioni

Incontro 8 - “Il capitale umano. Le relazioni nelle organizzazioni”

Luogo e data: Cesena - Marzo 2020 - interrotto causa Covid 19

Riferimento Enciclica - Capitolo primo Art 6

Incontro 9 - Economia Sostenibile. Il ruolo dell’impresa nell’evoluzione responsabile”

Luogo e data: Bologna - Maggio 2020 - interrotto causa Covid 19

Il contenuto di innovazione

Il contenuto di innovazione del progetto risiede nella diversità dei temi e della loro interconnessione rispetto alla visione più generale della sostenibilità. Per restituire un contenuto integrato sono stati coinvolti professionisti relatori provenienti da esperienze eterogenee, ma uniti da una stessa visione del mondo e del vivere l’economia integrale. Un altro elemento distintivo del progetto è relativo alla restituzione globale che avrebbe dovuto avere luogo a Bologna a maggio 2020, durante la quale, assieme a relatori di riferimento in Italia sull’economia civile, si sarebbero resi note le risultanze del lavoro svolto dai giovani di “Economy of Francesco”.

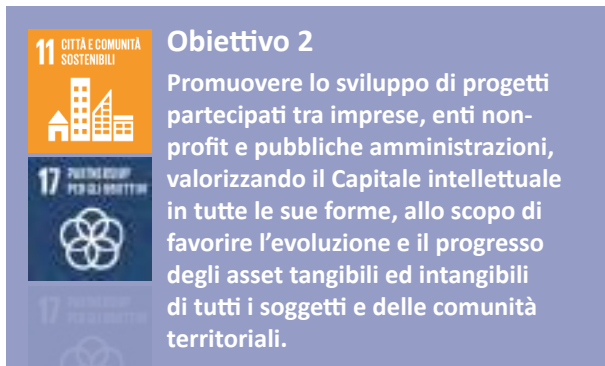
Eventi a cui la società ha partecipato

- Luogo: Evento digitale
 - Ente: Assobenefit
 - Evento: Giornata nazionale delle Società Benefit
- La Giornata nazionale delle Società Benefit. Durante l’evento vengono condivise le tematiche e le esperienze più significative che riguardano le società benefit e l’evoluzione del modello di sviluppo economico. In tale occasione, Sara Cirone ha rendicontato circa i modelli, gli strumenti e le strategie utili ai territori ai fini dello sviluppo sostenibile.

- Luogo: Evento digitale
- Ente: AIDP Emilia Romagna
- Evento: Il ruolo della funzione Risorse Umane nella Nuova Primavera. 3° Appuntamento

In occasione di tale appuntamento, Sara Cirone ha riportato la propria esperienza con un intervento dal titolo “Dalla Sostenibilità alla Creazione di valore per una nuova prospettiva di sviluppo di imprese e territori”.

[Articoli pubblicati sul blog \[www.saracirone.com\]\(http://www.saracirone.com\) in relazione al presente obiettivo di beneficio comune: 42](http://www.saracirone.com)



Fondazione Organismo Italiano di Business Reporting (OIBR)

Ambito di progetto: costituzione della Fondazione

L'Organismo Italiano di Business Reporting - Sustainability, Non-Financial e Integrated Reporting (O.I.B.R.) è l'organismo di riferimento in Italia sulle tematiche connesse alla rendicontazione e disclosure delle informazioni e delle misure legate a sostenibilità/ESG/climate change, alla dichiarazione non-finanziaria (DNF), agli intangibili e al capitale intellettuale, all'Integrated Reporting e alla governance. La fondazione si occupa di emanare, elaborare e divulgare studi, ricerche, principi, standard e linee-guida di carattere tecnico-operativo con riferimento ai temi sopra citati ed è ufficialmente supportata e riconosciuta da diversi organismi internazionali, tra cui la Value Reporting Foundation (VRF).

Incarichi ricoperti

Sara Cirone: Membro del Consiglio di Indirizzo

Andrea Ragazzini: Membro del Consiglio di Gestione

XIV Edizione del Premio Guidarello

Giovani

Ambito di progetto: sostenibilità e giovani studenti

A partire dal 2007 Confindustria Ravenna, oggi Confindustria Romagna, ha istituito una sezione del Premio Guidarello per il giornalismo d'autore dedicata ai giovani studenti delle scuole medie superiori del territorio.

In questo contesto Sara Cirone Group Srl SB, ha svolto un incontro di formazione sulle tematiche legate alla sostenibilità e alla creazione di valore delle organizzazioni.

Partecipazione al Bando Shaping Fair Cities

Ambito di progetto: Integrare l'Agenda 2030 nelle politiche locali in tempi di grandi migrazioni e flussi di rifugiati.

Il progetto Shaping Fair Cities è un progetto finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del programma Development Education and Awareness Raising (DEAR) con l'obiettivo di potenziare il ruolo delle città e i governi locali per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030, sensibilizzare la cittadinanza sulle sfide dello sviluppo sostenibile e l'Agenda 2030, creare e diffondere strumenti formativi e comunicativi e promuovere l'educazione allo sviluppo.

Sara Cirone Group Srl Società Benefit ha aderito al bando europeo unitamente all'Unione della Romagna Faentina, proponendo la realizzazione del Report Integrato dell'Unione, un video divulgativo e una matrice delle interconnessioni strategiche, che sono stati realizzati nell'anno 2021.

Hub del Territorio ER

Ambito del progetto: costituzione della Fondazione



Nel 2020 Sara Cirone ha attivato un processo di coinvolgimento degli stakeholder territoriali al fine di creare un organismo di territorio che potesse riunire obiettivi, strategie e azioni utili a raggiungere una pianificazione sostenibile di territorio. Tale processo di coinvolgimento ha avuto come risultato la nascita della Fondazione di partecipazione Hub del Territorio ER, finalizzata a dicembre 2020, per il quale si riepilogano di seguito le caratteristiche principali:

Il contesto di riferimento

L'emergenza causata dalla pandemia di Covid-19 ha accentuato la necessità di innovare assetto e performance di imprese, enti ed organizzazioni e ha reso evidente la fragilità dell'attuale sistema economico, determinando la necessità di prevedere una nuova ripartenza e un nuovo impulso economico-sociale per i territori italiani a cui è necessario che si accompagni la transizione verso un modello di sviluppo sostenibile e di concreta applicazione degli Obiettivi dell'Agenda ONU 2030.

Chi è Hub del Territorio ER

Hub del Territorio Emilia Romagna ER è una realtà associativa che raccoglie associazioni rappresentative delle parti sociali, università e centri di ricerca e relative reti, associazioni di soggetti attivi nel mondo della cultura e dell'informazione, fondazioni, cittadini e imprese dell'Emilia-Romagna accomunati dagli stessi valori e principi guida ispiratori e che si relazionano per generare senso e ricchezza economica duratura attraverso azioni concrete

di tipo imprenditoriale, organizzativo e di pianificazione strategica di territorio, anche alla luce del Green New Deal europeo e della Carta dei Diritti Umani.

Obiettivi

1. Contribuire a rigenerare il territorio emiliano-romagnolo: creazione di nuove imprese e rigenerazione delle imprese esistenti sul territorio con l'applicazione di nuovi modelli sostenibili di impresa legata al patrimonio territoriale; in particolare l'Hub del Territorio ER si propone di sostenere nel cammino di rinascita quelle imprese che hanno subito gravi conseguenze a causa della crisi degli ultimi dieci anni e della recente pandemia Covid-19;
2. Diffondere una cultura della sostenibilità orientando modelli di produzione e consumo, traducendo su scala locale gli SDGs, attivando confronti tra stakeholders pubblici e privati e supportando le istituzioni nell'integrare nelle proprie attività i principi dello Sviluppo Sostenibile;
3. Contribuire a ridurre al massimo i costi economici ed umani dell'equa transizione alla Sostenibilità;
4. Collaborare a formare una classe dirigente che sappia gestire la complessità del nuovo mondo post Covid-19 caratterizzato dalla sfida socio-economica, digitale e climatica;
5. Occuparsi del tema delle disuguaglianze. Affrontare il problema Emiliano-Romagnolo dei luoghi periferici, valorizzando i luoghi marginali con azioni di partecipazione, formazione e incentivo all'innovazione ed all'avvio di start-up;
6. Incentivare un welfare solidale e sostenibile con una ridefinizione dei programmi di sviluppo pubblico e privato e che favorisca, in modo innovativo, lo sviluppo del Welfare di comunità e la partecipazione delle imprese e delle parti sociali;
7. Dare impulso a progetti partecipati che provengono dalla società civile, dalle imprese e dalla Pubblica Amministrazione che rispondono ai bisogni del territorio;
8. Promuovere l'accesso e l'utilizzo di finanza etica e responsabile che rispetti i criteri ESG (Environmental, Social, Governance);

9. Sviluppare il potenziale inespresso del territorio regionale attraverso la collaborazione paritetica e l'orchestrazione degli stakeholder che si mettono in ascolto dei bisogni dei consumatori;

10. Sostenere il terzo settore promuovendo tutte le iniziative volte a sostenere strutturalmente gli enti del terzo settore operanti sul territorio dell'HUB.

Le attività di Hub del Territorio ER

1. Formazione: promuovere un programma di educazione allo Sviluppo Sostenibile di territorio, con particolare attenzione alle giovani generazioni, mettendo, quindi, in atto progetti educativi e formativi rivolti a tutte le componenti del mondo della scuola, dell'associazionismo e delle imprese (nuovi paradigmi organizzativi maggiormente inclusivi e paritetici);

2. Informazione: sviluppare un sistema di informazione e dialogo a beneficio della collettività sui temi degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile per il territorio;

3. Accompagnamento e ascolto di realtà territoriali che desiderano approfondire i temi della business sustainability e dello sviluppo del territorio;

4. Incontri, eventi e gruppi di lavoro dei player del territorio: mettere in rete e coordinare tavoli di lavoro tra società civile, soggetti economici e istituzioni per progettare applicazioni concrete degli Obiettivi dell'Agenda ONU 2030 sui territori;

5. Coordinamento dei progetti imprenditoriali di territorio che si originano dalle attività di Hub del Territorio ER: accompagnare le startup verso modelli sostenibili di gestione, facilitando le connessioni inter territoriali per lo sviluppo delle realtà locali;

Il Background

La Fondazione Hub del Territorio ER nasce dall'idea e dall'esperienza dei professionisti di Sara Cirone Group Srl Società Benefit a cui si sono uniti immediatamente già diversi soggetti appartenenti al mondo accademico, dell'impresa e del Terzo Settore allo scopo mettere al servizio della comunità il know-how accumulato in que-

sti anni, per contribuire allo sviluppo del territorio emiliano-romagnolo.

Perché aderire

La Fondazione Hub del Territorio ER è un'associazione che accoglie ogni tipo di aggregazione che ha interesse nel contribuire alla rigenerazione territoriale dell'Emilia-Romagna e vuole quindi mettere insieme i diversi attori del territorio, in un piano di sviluppo locale, dove ogni organizzazione fa la sua parte. Proprio per questa caratteristica distintiva necessita di una condivisione attiva di idee, intenti e azioni con tutti i partecipanti al progetto e con il territorio stesso. L'opportunità è quella di creare un primo ente territoriale a supporto delle realtà locali per la creazione di valore di lungo periodo, che faciliti quindi il coordinamento e il dialogo tra tutti gli attori del territorio stesso, svolgendo attività a favore degli associati per tutto ciò che concerne gli argomenti legati alla sostenibilità di imprese e territori.

Eventi a cui la Società ha partecipato

- Luogo: Evento digitale

- Ente: Salone della CSR

- Evento: Salone della CSR 2020

In occasione del Salone della CSR 2020 tenutosi il 12 e 13 ottobre 2020, Sara Cirone ha relazionato nell'incontro intitolato "Dall'ascolto alla partecipazione: come ingaggiare la comunità".

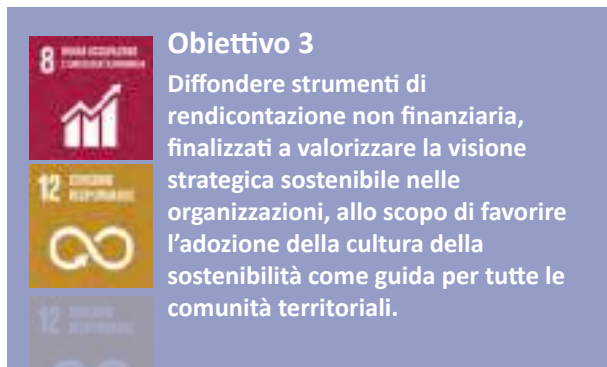
- Luogo: Padova

- Ente: Ecofuturo

- Evento: Ecofuturo Festival 2020

In occasione dell'Ecofuturo Festival del 14-18 luglio 2020, Andrea Ragazzini e Sara Cirone hanno relazionato in merito allo sviluppo del concetto di sostenibilità e di rendicontazione integrata contemporanea applicati alle organizzazioni di territorio.

[Articoli pubblicati sul blog \[www.saracirone.com\]\(http://www.saracirone.com\) in relazione al presente obiettivo di beneficio comune: 9](http://www.saracirone.com)



Report Integrato del Comune di Sasso Marconi

Il Report Integrato rappresenta uno strumento innovativo per la gestione strategica dei territori, nell'ottica della sostenibilità economica, sociale ed ambientale e dei Capitali intangibili.

Sasso Marconi è il primo Comune italiano ad aver adottato questo modello internazionale di rendicontazione integrata dei Capitali.

Obiettivi del progetto

Il Report integrato è uno strumento di rendicontazione innovativo che ha l'obiettivo di rappresentare il processo di creazione di valore di un'organizzazione nel breve, medio e lungo periodo, mettendo in evidenza le modalità di interazione tra le diverse tipologie di Capitali, i risultati della gestione e gli impatti generati.

Esso consente di rappresentare, valutare e monitorare in modo sistematico, coerente e strutturato, ma anche chiaro e conciso, l'insieme delle azioni, delle risorse, anche di natura intangibile, e dei risultati che, pur avendo rilevanza strategica per l'organizzazione ai fini della

propria efficienza ed efficacia, non trovano sistematici riscontri documentali e analitici nei tradizionali parametri, nell'attività di misurazione e nel reporting di tipo civilistico e normativo. È quindi un modo nuovo di rappresentare l'operato di un Comune per tutti coloro che ne vengono a contatto e un metodo innovativo di gestione dell'organizzazione comunale. Tutto ciò rafforza il concetto di Comune come bene collettivo, ed esalta il vero obiettivo dell'azione amministrativa, ovvero la creazione di valore all'interno della comunità di riferimento. Il Report Integrato da parte del Comune di Sasso Marconi va in questa direzione ed ha l'obiettivo di tracciare una nuova strada da percorrere per la gestione del territorio in ottica sostenibile.

Il Comune di Sasso Marconi ha scelto di redigere il Report Integrato seguendo il Framework Internazionale del Reporting Integrato emanato nel dicembre 2013 dall'IIRC (International Integrated Reporting Council). Il Report Integrato mette in relazione tra loro le dimensioni della Strategia, della Governance, delle Performance e delle prospettive future mediante analisi quantitative e qualitative. Tutto questo alla luce non solo della prospettiva finanziaria della gestione ma anche di quelle della sostenibilità e dei Capitali Intangibili. Oggigiorno, infatti, lo sviluppo delle comunità passa attraverso l'integrazione di queste tre dimensioni.

Si tratta di una nuova nozione di valore, che contempla una visione più ampia della vita delle organizzazioni e di come queste generino benessere per la collettività. I contenuti presenti all'interno del report rispettano i principi di redazione stabiliti dall'IIRC, in particolare quelli della connettività e della materialità, ovvero significatività, delle informazioni. La caratteristica di individuare il modello di gestione sulla base di sei tipi di Capitali, ovvero quelli relazionale, organizzativo, umano, naturale, materiale e finanziario, consente di ampliare



l'ottica dei processi di creazione di valore, considerando tutte le variabili che in modo significativo hanno ripercussioni sulla creazione di valore del Comune.

Risultati, impatti e replicabilità

Attraverso il Report Integrato del Comune di Sasso Marconi ogni Stakeholder ha la possibilità di comprendere non solo gli impatti che l'organizzazione comunale genera sul territorio, ma anche i processi di creazione di valore che vi sono alla loro base. In linea con gli obiettivi e la struttura del progetto, il Report Integrato permette la valorizzazione dell'organizzazione comunale, il miglioramento della visibilità della progettualità del Comune nei confronti dei cittadini, il maggiore coinvolgimento e la relativa partecipazione attiva degli Stakeholder rispetto alle attività del Comune e per il territorio, la visibilità e la valorizzazione dei percorsi di creazione di valore nel territorio, la valorizzazione delle risorse interne e la comprensione delle esigenze dei cittadini, la creazione di valore di lungo termine, nonché il posizionamento strategico sostenibile di territorio. Seguendo il principio della connettività, i contenuti del Report sono tra loro collegati in modo tale da evidenziare gli effetti della strategia del Comune di Sasso Marconi sul modello di gestione e conseguentemente sulle performance e sulle prospettive future. Il capitolo delle performance comprende un insieme di indicatori, suddivisi in base al relativo Capitale, che hanno lo scopo di misurare gli impatti della gestione del Comune sugli Stakeholder. Il Report, essendo redatto annualmente, consente di monitorare l'evoluzione dei Capitali del territorio in ottica di creazione di valore.

Contributo agli obiettivi di sostenibilità Agenda 2030

Il Report Integrato del Comune di Sasso Marconi è stato realizzato evidenziando le correlazioni esistenti tra l'operato del Comune e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs).

Tale corrispondenza è presente in tutto il Report, in quanto l'attività del Comune di Sasso Marconi integra tra i propri obiettivi strategici il raggiungimento degli SDGs. All'interno del Report è stata esplicitata quindi la correlazione tra gli SDGs e l'operato delle singole aree operative del Comune. Inoltre si è ritenuto opportuno esplicitare il contributo del Comune di Sasso Marconi al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile della Regione Emilia Romagna, specificando, per singolo SDG, gli indicatori che il Comune concorre a raggiungere. Tale rappresentazione consente di verificare il reale contributo della comunità al raggiungimento della sostenibilità dei territori.

Sviluppi futuri

Attraverso la costruzione del Report Integrato il Comune di Sasso Marconi intende contribuire al processo evolutivo generato dalle informative non-finanziarie, orientando la propria organizzazione verso quello che viene definito "Integrated Thinking", ovvero "Pensiero Integrato". Condividere il "Pensiero Integrato" all'interno e all'esterno dell'organizzazione comunale significa giungere ad un welfare territoriale partecipato da tutti i cittadini che abitano il territorio. Restituire tale visione a tutti coloro che vengono a contatto con il Comune di Sasso Marconi significa assolvere, in modo significativo, ad uno degli scopi dell'Amministrazione Pubblica, ovvero essere protagonisti nella creazione di un linguaggio ed una visione comune di territorio, con l'obiettivo di generare un clima sociale di benessere e di allineamento al pensiero sostenibile.

Dimensione multi Stakeholders e coinvolgimento del management

I principali destinatari del Report Integrato sono la società civile, la stessa Amministrazione Pubblica e gli Enti e le imprese che collaborano con il Comune di Sasso Marconi. La struttura organizzativa del Comune di Sasso Marconi ha partecipato alla realizzazione del Report. Il

Sindaco del Comune ha rappresentato il principale referente dell'organizzazione, oltre al Dirigente del Comune e gli Assessori.

Per la realizzazione della parte grafica l'Ufficio Stampa del Comune ha fornito alcune fotografie di Sasso Marconi e la Fondazione Guglielmo Marconi ha gentilmente concesso l'utilizzo delle foto di Guglielmo Marconi.

https://www.comune.sassomarconi.bologna.it/upload/sassomarconi_ecm8v2/gestionedocumentale/ReportIntegrato2019_ComunedisassoMarconi_784_11291.pdf?f

Oscar di Bilancio 2020

Ambito del progetto: Comune di Sasso Marconi vincitore del Premio Speciale per l'Integrated Reporting

In occasione dell'Oscar di Bilancio 2020, organizzato da FER-PI e svoltosi in modalità digitale, il Comune di Sasso Marconi è risultato vincitore del Premio Speciale per l'Integrated Reporting, divenendo il primo Comune italiano a ricevere tale riconoscimento.

Link al comunicato stampa: <https://www.saracirone.com/un-comune-da-oscar/>

Testimonianza nel webinar di lancio della Fondazione OIBR

Ambito del progetto: eco-innovazione, economia circolare, sostenibilità e creazione di valore: l'informativa aziendale nell'era dello sviluppo sostenibile

Nell'ambito del webinar organizzato da Fondazione OIBR e il Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Ferrara il 12 febbraio 2020, Andrea Ragazzini è intervenuto con una presentazione dal titolo "Il Reporting Integrato per la creazione di valore aziendale e la gestione multi-capitale dell'azienda. Il caso di una PMI italiana". Sara Cirone ha invece relazionato in merito a "La rendicontazione ambientale e l'evoluzione verso il

Report Integrato in una PMI di territorio”.

Link al video dell'intervento di Andrea Ragazzini: <https://www.youtube.com/watch?v=81nVNnwh9jg>

Link al video <https://www.youtube.com/watch?v=tII51e-eCuMQ>

Testimonianze universitarie

Università del Piemonte Orientale di Novara
Dipartimento di Studi per l'Economia e l'Impresa

Data: Dicembre 2020

Relatore: **Andrea Ragazzini**

Ambito dell'intervento: “Il Reporting Integrato di una PMI italiana”

Università degli Studi di Ferrara
Dipartimento di Economia e Management

Data: Aprile 2020

Relatori: **Sara Cirone, Andrea Ragazzini**

Ambito dell'intervento: “Report Integrato: il caso di una PMI di territorio”

Eventi a cui la società ha partecipato

- Luogo: Evento digitale
- Ente: Confindustria L'Aquila
- Evento: webinar “Fare impresa oggi”

Nell'ambito del webinar organizzato da Confindustria L'Aquila dal titolo “Fare impresa oggi”, Sara Cirone e Andrea Ragazzini hanno relazionato in merito alle strategie e agli strumenti che possono contribuire allo sviluppo delle imprese nel contesto economico e di mercato attuale, anche alla luce dei vincoli di sostenibilità in continua evoluzione.

- Luogo: Evento digitale
- Ente: CDO Emilia-Romagna
- Evento: webinar “Strumenti e prospettive per la sostenibilità delle organizzazioni”

Nell'ambito del webinar organizzato da CDO Emilia-Romagna, Sara Cirone e Andrea Ragazzini hanno relazionato in merito alle strategie e agli strumenti a disposizione delle organizzazioni di territorio per implementare un sistema interno di gestione delle strategie e dei sistemi di misurazione in ottica integrata.

- Luogo: Evento digitale
- Ente: Economy of Francesco
- Evento: “Le sfide dell'economia”

In occasione dell'evento “Le sfide dell'economia” organizzato da Economy of Francesco il 14 novembre 2020, Andrea Ragazzini ha testimoniato relativamente all'evoluzione del reporting di sostenibilità e alle evoluzioni dei capitali intangibili con l'intervento dal titolo “La dimensione della sostenibilità: il ruolo dei capitali intangibili”.

[Articoli pubblicati sul blog www.saracirone.com in relazione al presente obiettivo di beneficio comune: 8](http://www.saracirone.com)



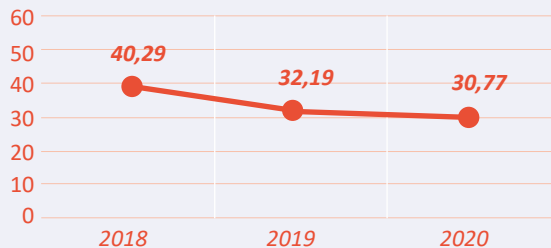
OUTCOME

I grafici che seguono rappresentano l'analisi degli outcome aziendali in relazione ai cinque Capitali indicati all'interno del Modello di Business, rendendo visibile l'andamento negli anni delle metriche riportate.

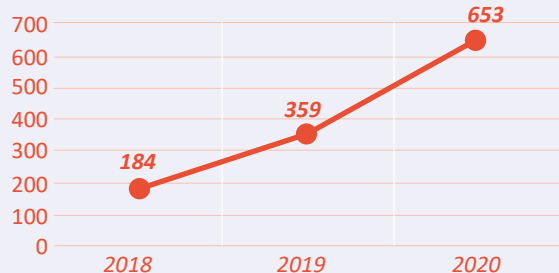
La seguente rappresentazione di indicatori rappresenta la prima versione dell'analisi degli outcome in relazione ai **sei Capitali** indicati all'interno del **Modello di Business**:

Capitale Relazionale-Sociale

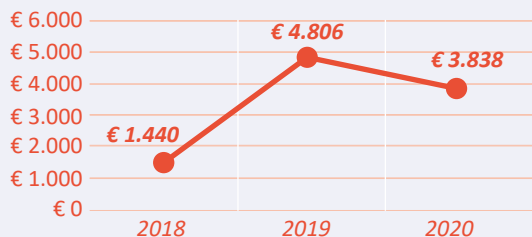
Acquisti provenienti da società i cui soci maggioritari sono donne sul totale acquisti (%)



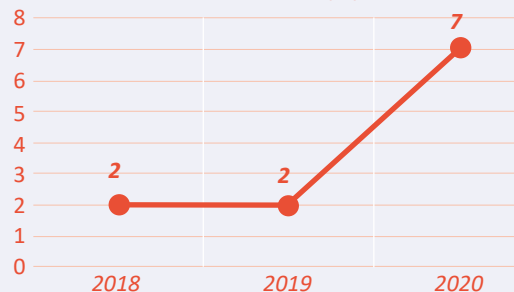
Ore di volontariato (n. - stima)



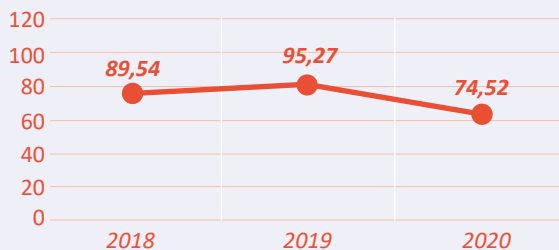
Contributi monetari per Associazioni ed Enti (€)



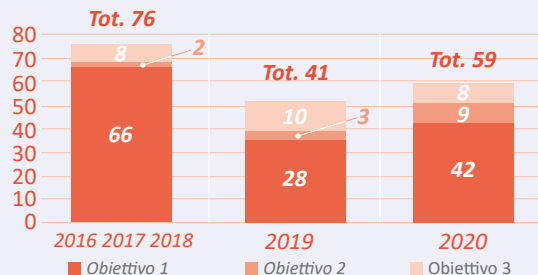
Clienti serviti (n.)



Acquisti da fornitori locali sul totale degli acquisti (%)



Articoli pubblicati sul blog www.saracirone.com (n.)

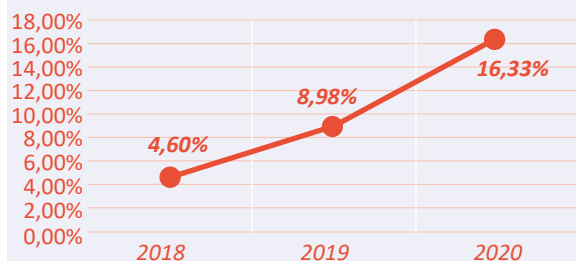


Capitale Relazionale-Sociale

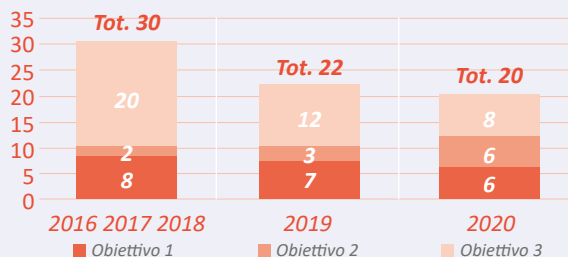
Organizzazioni nazionali e internazionali con cui la Società ha collaborato (n.)



Ore di volontariato pro capite media (stima %)

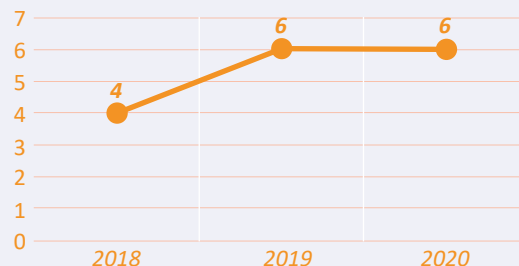


Eventi e progetti di beneficio comune realizzati (n.)



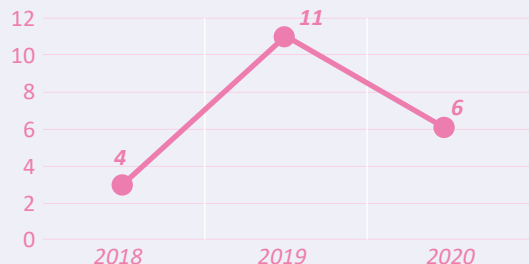
Capitale Organizzativo

Revisioni del Forecast aziendale (n.)



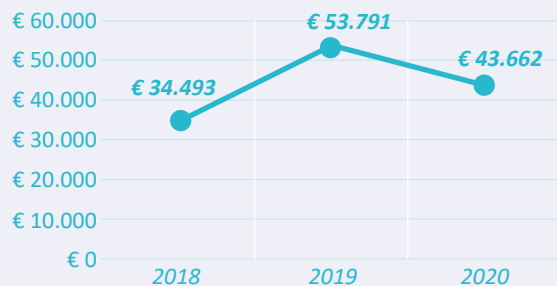
Capitale Umano

Collaboratori diretti (n.)

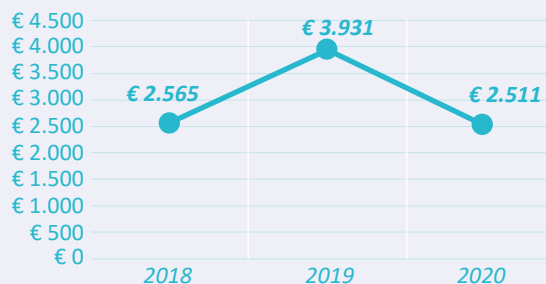


Capitale Finanziario

Totale dei ricavi (€)

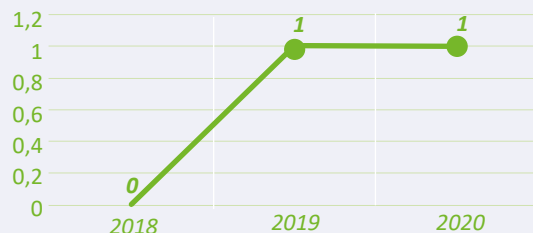


Reddito netto (€)



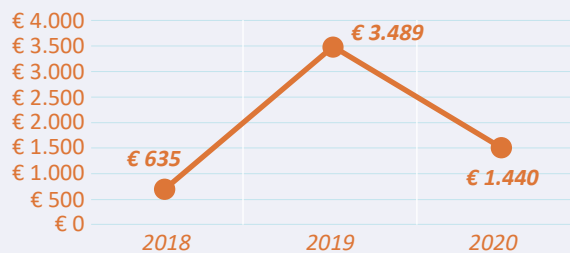
Capitale Naturale

Automobili a basso impatto ambientale utilizzate (n.)



Capitale Materiale

Costi per sviluppo infrastrutturale (€)

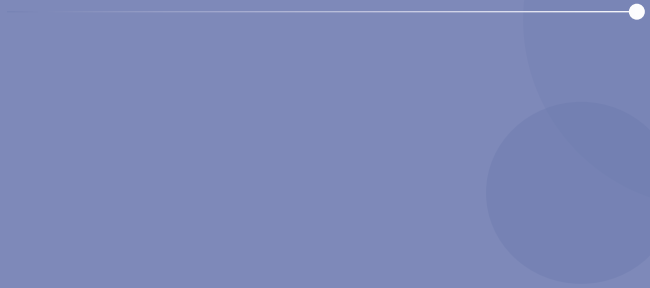


PROSPETTIVE FUTURE





*Rispetto agli obiettivi fissati per l'anno 2020, Sara Cirone Group Srl SB
ha conseguito i seguenti risultati:*



SDGs	Obiettivo di beneficio comune	Azioni	Target 2020	Consuntivo 2020	Target 2021
	Diffondere modelli culturali d'impronta umanistica, insieme a forme giuridiche di impresa, paradigmi economici e strumenti e metodi manageriali sostenibili, al fine di sostenere l'accrescimento culturale del territorio, la consapevolezza di tutti gli interlocutori e lo sviluppo sostenibile delle comunità	Partecipare, promuovere o realizzare eventi, momenti di incontro e sessioni di approfondimento sulle tematiche della sostenibilità e dei Capitali intangibili, per tutti i cittadini del territorio	2 eventi	1 evento	2 eventi/progetti
		Partecipare, promuovere o sviluppare progetti con imprese, enti pubblici, organizzazioni non-profit volte ad applicare modelli di gestione in ottica sostenibili	1 progetto	5 eventi/progetti	1 progetto/evento
	Promuovere lo sviluppo di progetti partecipati tra imprese, enti non-profit e pubbliche amministrazioni, valorizzando il Capitale intellettuale in tutte le sue forme, allo scopo di favorire l'evoluzione e il progresso degli asset tangibili ed intangibili di tutti i soggetti e delle comunità territoriali	Partecipare, promuovere o realizzare eventi, momenti di incontro e sessioni di approfondimento sulle tematiche dell'integrazione territoriale, coinvolgendo tutti gli attori del territorio	1 evento	3 eventi/progetti	1 progetto/evento
		Partecipare, promuovere o progettare sistemi di condivisione di idee e progetti strategici di territorio in ottica sostenibile tra tutti i soggetti	1 progetto	3 eventi/progetti	1 progetto/evento
	Diffondere strumenti di rendicontazione non finanziaria, finalizzati a valorizzare la visione strategica sostenibile nelle organizzazioni, allo scopo di favorire l'adozione della cultura della sostenibilità come guida per tutte le comunità territoriali	Partecipare, promuovere o realizzare eventi, momenti di incontro e sessioni di approfondimento sulle tematiche delle informative non finanziarie, per tutti i cittadini del territorio	1 evento	5 eventi/progetti	1 progetto/evento
		Offrire supporto a organizzazioni non profit ed enti pubblici per la realizzazione delle informative non finanziarie	1 progetto	3 eventi/progetti	1 progetto/evento

NOTA METODOLOGICA

Il presente documento è stato redatto in osservazione delle disposizioni previste dalla Legge di Stabilità 2016 - L.n. 208/2015 - art. 1, commi da 376 a 384 e allegati 4 e 5, che ha introdotto in Italia la Società Benefit come forma giuridica di impresa e che indica le disposizioni in materia di rendicontazione e relativa trasparenza informativa. In particolare, la Legge prevede che ogni Società Benefit pubblichi una relazione concernente il perseguimento del beneficio comune e che quindi comprenda:

- La descrizione degli obiettivi specifici, unitamente alle modalità e alle azioni praticate dagli amministratori per il loro perseguimento, nonché alle congiunture che lo hanno rallentato o impedito;
- La valutazione dell'impatto generato, utilizzando uno standard di valutazione esterno che presentile caratteristiche indicate negli allegati 4 e 5 della relativa Legge;
- Una descrizione degli obiettivi che la Società intende per seguire nell'esercizio successivo.

Il principio cardine che ha guidato nella realizzazione del presente documento è riferito alla volontà di restituire agli stakeholder una rendicontazione sistemica, in grado di evidenziare i contenuti richiesti dalla Legge in modo integrato, ma anche di approfondire le tematiche più rilevanti per la creazione di valore. Il presente documento rappresenta quindi per la Società il principale veicolo di rendicontazione delle proprie attività e strategie, dei propri risultati, dei propri impatti nella prospettiva di documentare la propria creazione di valore ampiamente inteso (finanziario, relazionale-sociale, lavorativo-professionale, organizzativo e ambientale). Nell'ottica di ottemperare alle richieste di legge, Sara Cirone Group Srl SB ha utilizzato i seguenti criteri di rendicontazione:

Relazione sugli obiettivi di beneficio comune

La Società ha adottato, come linee guida, i principi indicati dal Framework Internazionale del Report Integrato <IR>, emanato nel 2013 dall'International Integrated Reporting

Council, e aggiornato a gennaio 2021, la cui principale finalità è quella di consentire a un'organizzazione di "narrare" e misurare la propria storia di creazione di valore nel preminente interesse informativo dei propri stakeholder (cfr. www.integratedreporting.org).

Nel caso del documento in oggetto, Sara Cirone Group Srl SB, al suo terzo anno di vita, ha scelto di incorporare all'interno del documento le nozioni indicate dallo standard BIA (B Impact Assessment), sviluppato a partire dal 2006 dallo Standards Advisory Council dell'ente non-profit BLab, con l'obiettivo di integrare l'analisi sulle sei tipologie di Capitali, come indicato dal Framework Internazionale del Report Integrato. Con l'obiettivo di integrare la possibilità di comprendere gli effetti delle attività e del sistema strategico e organizzativo di Sara Cirone Group Srl Società Benefit, viene riportata nel documento una sezione dedicata a rendicontare i risultati della valutazione di impatto tramite BIA con relativi punteggi e con l'indicazione delle pagine del documento cui i contenuti sono riferiti.

I Capitali

In particolare, sono state adottate le nozioni di "Capitale", per rappresentare il modello di business della Società e l'insieme delle risorse tangibili e intangibili che fanno parte del processo di creazione di valore, ovvero:

Capitale Relazionale-Sociale: all'interno di questo Capitale vengono ricomprese le risorse intangibili riconducibili alle relazioni dell'Azienda con soggetti esterni chiave (clienti, fornitori soggetti istituzionali) necessarie per valorizzare l'immagine, la reputazione dell'impresa, nonché la soddisfazione dei clienti;

Capitale Organizzativo: all'interno di questo Capitale vengono ricompresi i processi e le procedure interne utili per la gestione aziendale, largamente basati sulla conoscenza, e le attività volte a garantire qualità e sicurezza dei prodotti venduti;

Capitale Umano: all'interno di questo Capitale viene ricompreso il patrimonio di competenze, capacità e conoscenze di coloro che prestano la loro opera nell'Azienda, nonché gli organismi di governance;

Capitale Naturale: all'interno di questo Capitale vengono ricomprese le attività dell'Azienda che impattano positivamente o negativamente sull'ambiente naturale, dove agiscono gli altri cinque capitali;

Capitale Materiale e infrastrutturale: all'interno di questo Capitale vengono ricompresi gli immobili, le sedi amministrative e le piattaforme in cui l'organizzazione svolge la propria attività; vengono ricompresi inoltre le attrezzature e i macchinari necessari per lo svolgimento dell'operatività, nonché le scorte dei prodotti necessari per l'attività di accoglienza;

Capitale Finanziario: all'interno di questo Capitale viene ricompreso l'insieme dei flussi di liquidità che sono generati e assorbiti dall'organizzazione.

Nozioni di performance, "Output", "Outcome", e Connettività delle informazioni

In parallelo alla volontà di allargare il novero di capitali riconosciuto dal Framework internazionale del Report Integrato, Sara Cirone Group Srl SB ha scelto di adottare un concetto di performance più diversificato e complesso. Una cruciale distinzione è quella tra "output" e "outcome". Come indicato dal Framework Internazionale dell'Integrated Reporting, la performance deve essere presentata ed analizzata suddividendola tra "output", ovvero i risultati diretti delle attività di questa organizzazione ("i beni e i servizi chiave di un'organizzazione, inclusi tutti i sottoprodotti e gli scarti"), e "outcome", ossia gli impatti di tali attività sulle sei forme di Capitale impiegate per realizzarle, che rappresentano gli input del sistema di creazione di valore dell'organizzazione. Una sintesi dei risultati della valutazione è stata allegata al presente documento, andando quindi a costituire gli "outcome" della gestione

d'impresa. Elemento qualificante dei principi espressi dal Framework Internazionale dell'Integrated Reporting è la connettività tra le informazioni (connectivity of information) appartenenti normalmente a differenti sfere del reporting (economico-finanziaria, Capitale intellettuale, sostenibilità): l'obiettivo di questo documento è quello infatti di mettere in relazione i più significativi (material) dati finanziari e non-finanziari alla luce delle strategie perseguite, ritraendo da tale connessione una superiore capacità esplicativa della situazione aziendale e della sua creazione di valore nel passato e nel futuro.

Contenuti e perimetro di rendicontazione

Quale perimetro di rendicontazione si è prescelto di utilizzare quello del bilancio civilistico 2020 di Sara Cirone Group Srl SB. Dal punto di vista dei contenuti specifici, il presente documento è suddiviso in dieci sezioni, accompagnate da un'appendice:

- Lettera di presentazione
- Introduzione: il processo di creazione di valore
- L'Azienda, i servizi, il contesto di riferimento
- Governance
- Strategia e rischi
- Modello di business
- Performance
- Prospettive future
- Nota metodologica
- Contenuti del BIA, punteggio e riferimenti nel documento
- Sintesi dei dati di bilancio.

Descrizione degli obiettivi futuri

Relativamente a questo elemento, la Società ha inserito le prospettive future della propria attività all'interno del presente documento di rendicontazione, andando a identificare i passaggi evolutivi coerentemente agli obiettivi strategici e di beneficio comune che la caratterizzano.

CONTENUTI DEL BIA, PUNTEGGIO E RIFERIMENTI NEL DOCUMENTO

Nelle pagine che seguono è riportato il questionario integrale del B Impact Assessment (BIA) redatto per rappresentare la valutazione di impatto della Sara Cironi Group Srl Società Benefit.

Come previsto dal metodo di valutazione prescelto, per ognuna delle aree di analisi viene espresso un punteggio che, nel caso del presente documento,

precede le domande e le risposte elaborate. Per una maggior comprensione del documento e nell'ottica di rispettare il principio di connettività tipico e caratteristico del Framework Internazionale del Reporting Integrato, per ognuna delle domande rappresentate sono riportate le pagine del testo dove poter ritrovare i medesimi contenuti.

TOTALE PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI: 46

TOTALE PUNTEGGIO IBM: 17,9

TOTALE N/A PUNTEGGIO: 6,1

TOTALE PUNTEGGIO GENERALE: 70

GOVERNANCE

PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI: 7,8

PUNTEGGIO IBM: 7,5

N/A PUNTEGGIO: 0

PUNTEGGIO GENERALE: 15,3

Mission e impegno				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Livello di impegno per creare impatto positivo	Descrivere l'approccio dell'azienda per creare un impatto positivo.	Gli aspetti legati all'impatto sociale e ambientale sono considerati come fondamentali per il successo dell'azienda e rappresentano una priorità, anche se non contribuiscono direttamente ad aumentare i profitti.	0	12,13,14,15
Caratteristiche della mission dell'azienda	L'azienda possiede una mission aziendale scritta che comprende uno o più dei seguenti aspetti? - L'azienda non ha un impegno per un impatto ambientale specifico - L'impegno generale di responsabilità sociale o ambientale (ad esempio a favore della protezione dell'ambiente) - L'impegno per un impatto sociale positivo specifico (per esempio la riduzione della povertà, lo sviluppo economico sostenibile) - L'impegno per un impatto ambientale specifico (per esempio, ridurre i rifiuti inviati a discariche attraverso il riciclaggio) - L'impegno di servire un gruppo di beneficiari in difficoltà (per esempio, clienti a basso reddito, piccoli produttori agricoli) - L'azienda non ha una dichiarazione di mission scritta.	L'impegno per un impatto sociale positivo specifico (per esempio la riduzione della povertà, lo sviluppo economico sostenibile).	1,13	13

Mission aziendale	L'azienda ha intrapreso una delle seguenti azioni per coinvolgere gli stakeholder sulla performance sociale e ambientale? - L'azienda ha un comitato consultivo con rappresentanza degli stakeholder - L'azienda ha un piano o politica formale di coinvolgimento degli stakeholder che include l'identificazione di gruppi rilevanti di stakeholder - L'azienda ha generato meccanismi per identificare e coinvolgere diversi gruppi di stakeholder o gruppi demografici tradizionalmente sottorappresentati - L'azienda conta su processi formali e continui per raccogliere informazione dagli stakeholder (gruppi di discussione, sondaggi, riunioni comunitarie, ecc.) - L'azienda possiede procedure formali per indirizzare i risultati dal coinvolgimento degli stakeholder, con un individuo o una squadra designata responsabile dei follow up appropriati. - L'azienda comunica i risultati del coinvolgimento degli stakeholder nella performance sociale e ambientale al livello più alto della supervisione dell'azienda, come il Consiglio di Amministrazione - L'azienda informa pubblicamente sui meccanismi e i risultati del coinvolgimento degli stakeholder - Altri (per favore descriva) - Non c'è un coinvolgimento formale degli stakeholder	Diffondere un modello di consulenza orientato ad un futuro sostenibile, per imprese, istituzioni e società civile.	0	15
Coinvolgimento degli stakeholder	L'azienda ha intrapreso una delle seguenti azioni per coinvolgere gli stakeholder sulla performance sociale e ambientale?	L'azienda informa pubblicamente sui meccanismi e i risultati del coinvolgimento degli stakeholder.	0,75	35,38,39
Indicatori chiave di prestazione (KPI) sociale / ambientale	Esistono indicatori chiave di prestazione (KPI) o metriche che l'azienda monitora almeno una volta all'anno per determinare se sta raggiungendo i propri obiettivi sociali o ambientali?	L'azienda misura gli indicatori chiave di performance/ metriche (KPI), o le prestazioni che ha identificato o definito, per determinare se si stanno raggiungendo gli obiettivi sociali e ambientali stabiliti.	1,5	55

Etica e Trasparenza				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Strutture di governance	Qual è il livello di supervisione più alto in azienda?	Il livello di supervisione più alto è responsabilità dei soci dirigenti (comprende un comitato direttivo che è composto da soci e manager.	0	20
Codice etico	L'azienda possiede un Codice etico formalmente scritto?	No	0	-
Revisione/ audit delle informazioni finanziarie	L'azienda elabora informazione sulla propria situazione finanziaria verificata dal Consiglio di amministrazione, un altro organo formale di governo o da una terza parte indipendente?	Si	1,5	34
Trasparenza aziendale	Che tipo di informazioni sono comunicate pubblicamente dall'azienda in modo trasparente?	Proprietà effettiva dell'azienda Performance finanziaria (deve essere comunicata come minimo ai lavoratori) Performance sociale e ambientale (report degli impatti) Membri del Consiglio di amministrazione.	1,5	20,62,63, 42-55
Divulgazione dell'impatto dell'azienda	In che modo l'azienda diffonde pubblicamente e annualmente informazioni riguardanti la propria performance sociale o ambientale?	- L'azienda fornisce descrizioni dei programmi in corso e della performance sociale e ambientale - L'azienda divulga, in modo volontario, indicatori della propria performance sociale o ambientale - L'azienda divulga pubblicamente risultati e indicatori specifici e quantificabili della propria performance sociale o ambientale - L'azienda fissa obiettivi e divulga pubblicamente il progresso raggiunto - L'azienda presenta le informazioni in un rapporto formale che consente il confronto con periodi precedenti - Le informazioni pubblicate aderiscono ad uno standard terzo (per esempio, GRI o B Impact Assessment)	1,5	42-55,59

Metriche di governance				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Ultimo esercizio	In quale data si è concluso l'ultimo anno fiscale?	31/12/2020	0	-
Valuta utilizzata nel reporting	Si prega di selezionare la valuta utilizzata nei reporting.	Euro (EUR)	0	-
Fatturato del penultimo esercizio	Totale dei ricavi relativo al penultimo esercizio.	53.791	0	63
Fatturato dell'ultimo anno	Totale dei ricavi dall'ultimo anno fiscale.	43.662	0	63
Reddito netto dell'ultimo anno	Reddito netto dall'ultimo anno fiscale.	2.511	0	63
Reddito netto del penultimo esercizio	Reddito netto relativo al penultimo esercizio.	3.931	0	63
Protezione della missione	Oltre alla mission, cosa ha fatto l'azienda per garantire legalmente che la propria performance sociale o ambientale faccia parte del processo decisionale nel tempo, indipendentemente dalla proprietà dell'azienda?	Come azienda posseduta al 100% da un'altra azienda che non lo ha fatto, modificato i propri documenti costitutivi o ha adottato un'entità giuridica o struttura di governance che esige che tutti gli stakeholder siano tenuti in conto nella presa di decisioni (per esempio società benefit, o emendamento legale delle B Corp completo).	7,5	13-15

COMUNITÀ

PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI: 33,9
PUNTEGGIO IBM: 0
N/A PUNTEGGIO: 4,1
PUNTEGGIO GENERALE: 38

Introduzione all'area d'impatto "Comunità"				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Modello di business orientato all'impatto sulla comunità	Il modello di business dell'azienda crea un beneficio specifico per stakeholder quali organizzazioni di beneficenza, venditori o fornitori in difficoltà o comunità locale?	Si	0	8,9,32,33
Modelli di business orientati alla comunità	La tua azienda è strutturata in maniera tale da generare benefici per gli stakeholder della comunità in cui opera in uno dei modi seguenti?	Un modello di business incentrato sulla comunità che supporta e alimenta l'economia delle comunità locali.	0	8-17
Azienda orientata verso la comunità	L'azienda è orientata verso la comunità, avendo come obiettivo quello di contribuire all'economia locale?	Si	0	8-17
Aziende locali e indipendenti	L'azienda è una compagnia locale e indipendente?	Si	0	8-17
Modello di business formale sulla comunità locale	Le pratiche con focus locale saranno preservate, indipendentemente dalla crescita aziendale, con un impegno formale o attraverso la progettazione del modello di business?	Si	0	8-17

Diversità, equità e inclusione				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Diversità nella partecipazione societaria e nella leadership dell'azienda	I proprietari maggioritari o le alte cariche dell'azienda appartengono a qualcuno di questi gruppi sottorappresentati?	La maggioranza delle quote dell'azienda è in mano a delle donne.	8,4	20
Politiche e programmi per la diversità dei fornitori	L'azienda implementa qualcuna delle seguenti politiche o programmi per promuovere la diversità all'interno della catena dei fornitori? - L'azienda monitora la diversità tra i proprietari delle aziende fornitrici - L'azienda ha una politica che stabilisce la preferenza per i fornitori i cui proprietari appartengono a gruppi sottorappresentati - L'azienda ha obiettivi formali riguardanti la percentuale di acquisti fatti da fornitori con maggiore diversità tra i proprietari - L'azienda ha un programma formale per acquistare e fornire supporto ai fornitori con diversità tra i proprietari - Nessuna delle precedenti - N/A - La raccolta di dati dei fornitori o di politiche di trattamento preferenziale è illegale nel paese di dell'azienda.	Nessuna delle precedenti.	0	-
Diversità nella partecipazione societaria dei fornitori	Quale percentuale degli acquisti dell'azienda proviene da società i cui soci maggioritari sono donne o individui provenienti da popolazioni sottorappresentate?	25-39%	5,25	55

Impatto economico				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Scopo e struttura geografica	Descrivere la struttura geografica dell'azienda.	L'Azienda ha sede a Imola (Bo) ma opera in tutto il territorio nazionale.	0	12
Nuovi posti di lavoro incorporati l'anno scorso	Numero di posti di lavoro a tempo pieno e part-time che sono stati aggiunti al libro paga dell'azienda. Inserisci 0 se la risposta è nessuno, o se la tua azienda non ha lavoratori.	0	0	12
Partecipazione societaria di investitori non accreditati	Quale percentuale della partecipazione societaria è in mano a individui che qualificheerebbero come investitori non accreditati?	50% o più	7	20
Spesa con i fornitori locali	Quale % delle spese dell'azienda dell'ultimo anno fiscale (esclusa la manodopera) è attribuibile a fornitori indipendenti che si trovano nella stessa area della sede aziendale o di impianti importanti?	60% o più	7	55
Servizi bancari	Quali caratteristiche descrivono al meglio l'istituto finanziario che fornisce la maggior parte dei servizi bancari dell'azienda? - Un'organizzazione per gli investimenti sociali certificata CDFI (Community Development Financial Institution) o equivalente nazionale - Una B Corporation certificata - Un membro della Global Alliance for Banking on Values - Una banca cooperativa o cooperativa di credito - Una banca locale al servizio della comunità - Una banca indipendente - Nessuna delle opzioni precedenti.	Nessuna delle opzioni precedenti.	0	-

Programma di cittadinanza aziendale				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Programma di cittadinanza aziendale	Quali delle seguenti pratiche di partecipazione civica implementa l'azienda?	- Donazioni finanziarie o in natura (escluse cause politiche) - Servizi alla comunità o pro- bono - Sostegno per adottare politiche o pratiche che promuovano una migliore performance sociale o ambientale	1,46	42-54
Quantità totale di ore di servizio di volontariato	Quantità di ore di lavoro di volontariato realizzato da lavoratori dell'azienda a tempo pieno e part time durante l'ultimo anno fiscale.	653	0	55
Servizi di volontariato pro capite	Qual è stata la percentuale di tempo pro capite dedicato da ogni lavoratore a lavori di volontariato, servizi alla comunità o servizi pro bono nel periodo considerato?	Più del 5% del tempo.	3,24	55
Somma totale di donazioni in beneficenza	Importo totale (in valuta) donato a entità di beneficenza registrate nell'ultimo anno fiscale.	0	0	-
Percentuale del fatturato donato	Qual è stata la percentuale equivalente del fatturato donata ad organizzazioni benefiche durante l'ultimo anno fiscale?	Nessuna donazione lo scorso anno fiscale.	0	-
Promozione di politiche per la definizione di standard sociali e ambientali	L'azienda ha collaborato con policymakers per sviluppare o promuovere cambiamenti esplicitamente progettati per migliorare i risultati sociali o ambientali negli ultimi due anni?	Sì, l'azienda ha collaborato attivamente alla creazione di nuovi standard sociali e ambientali, sia creando che appoggiando nuovi standard, formulato raccomandazioni o fornito esperienza per far avanzare gli standard.	0,81	35

Promuovere una migliore performance sociale e ambientale	Tra le seguenti azioni, quali sono state implementate dall'azienda insieme agli stakeholder (inclusa la concorrenza) per migliorare le pratiche e gli impatti sociali o ambientali negli ultimi due anni? - L'azienda ha lavorato insieme ad altri attori del settore per promuovere un'iniziativa comune per stabilire gli standard sociali e ambientali per l'industria - L'azienda ha fornito dati o ha contribuito alla conduzione di indagini accademiche su questioni sociali o ambientali - L'azienda partecipa in tavoli di discussione e altri dialoghi pubblici riguardanti le questioni sociali e ambientali - L'azienda offre pubblicamente risorse utili per aiutare le altre compagnie o stakeholder a migliorare il proprio sviluppo sociale o ambientale - Altro (Per favore descriva) - Nessuna delle precedenti	L'azienda partecipa in tavoli di discussione e altri dialoghi pubblici riguardanti le questioni sociali e ambientali. L'azienda offre pubblicamente risorse utili per aiutare le altre compagnie o stakeholder a migliorare il proprio sviluppo sociale o ambientale.	0,81	35, 48-56
--	---	---	------	-----------

Gestione della catena di distribuzione e fornitura				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Descrizione dei fornitori principali	Per favore selezionare i tipi di aziende che rappresentano i fornitori principali dell'azienda.	- Aziende di servizi professionali (consulenza, assistenza legale, contabile) - Liberi professionisti indipendenti	0	36

Valutazione delle performance sociali e ambientali dei fornitori	L'azienda valuta o monitora l'impatto sociale e ambientale dei propri fornitori principali?	No	0	-
Servizi di reclutamento in outsourcing	L'azienda affida in outsourcing servizi di supporto (per esempio assunzione del personale) essenziali per la fornitura dei propri servizi ad altre persone o altre organizzazioni?	No	0	36
Procedure con collaboratori esterni	Quali sono le politiche dell'azienda per quanto riguarda i collaboratori esterni che non lavorano per l'azienda più di 20 ore a settimana per un periodo superiore a 6 mesi? - Processo formale per i collaboratori esterni o indipendenti per ricevere post-progetto un feedback sulla performance - Processo formale per i collaboratori esterni o indipendenti per inviare post-progetto un feedback all'azienda - I lavoratori o collaboratori esterni sono consapevoli di lavorare per un periodo limitato o di dividere il loro tempo lavorando per altri clienti. Se non si verifica almeno uno di questi criteri, dovrebbero ricevere un'offerta di lavoro da parte dell'azienda - I collaboratori esterni o indipendenti ricevono per lo meno un salario di sussistenza (calcolato come tariffa oraria, nel caso in cui siano disponibili informazioni sul salario di sussistenza locale) - L'azienda si serve del lavoro di collaboratori esterni o indipendenti, ma non applica nessuna di queste pratiche - N/A - Non abbiamo ingaggiato collaboratori o appaltatori indipendenti nel corso dell'ultimo anno.	L'azienda si serve del lavoro di collaboratori esterni o indipendenti, ma non applica nessuna di queste pratiche	0	-

Sviluppo economico locale				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Impegno con le comunità locali	L'azienda ha qualche impegno scritto ed esplicito di mettersi al servizio delle comunità locali?	L'azienda non ha nessun impegno formale riguardante le pratiche orientate verso la comunità locale.	0	-

AMBIENTE

PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI: 2,4
PUNTEGGIO IBM: 2,9
N/A PUNTEGGIO: 2
PUNTEGGIO GENERALE: 7,3

Introduzione all'area d'impatto "Ambiente"				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Tipo di strutture	In che tipo di strutture opera principalmente l'azienda?	Ufficio a domicilio/virtuale (Home Office).	0	36
Modello di Business ambientale	I prodotti/servizi o processi dell'azienda sono strutturati in modo da ripristinare o preservare l'ambiente in uno dei seguenti modi? - Attraverso un processo di produzione o di vendita all'ingrosso o un processo agricolo innovativo che è stato progettato per ridurre significativamente l'impatto ambientale rispetto alle pratiche convenzionali del settore - Attraverso un prodotto o un servizio che preserva, conserva o ripristina l'ambiente o le risorse - Nessuna delle opzioni precedenti	Attraverso un prodotto o un servizio che preserva, conserva o ripristina l'ambiente o le risorse.	0	-

Descrizione dell'impatto ambientale positivo del prodotto/servizio	Come descriverebbe il risultato positivo per l'ambiente generato dal prodotto/servizio dell'azienda?	Uno degli scopi del servizio offerto dall'azienda è quello di consentire alle imprese di prendere consapevolezza dei propri impatti ambientali e di implementare dei processi di miglioramento in ottica sostenibile.	0	-
Impatto ambientale positivo di prodotti e servizi	L'impatto ambientale positivo descritto in precedenza è dato dal prodotto o servizio (escluso il packaging), oppure è generato dal modo di operare dell'azienda?	L'impatto positivo è generato da una linea di prodotti e servizi che generano fatturato (per esempio la vendita di prodotti di pulizia non tossici, consulenza sulla sostenibilità)	0	-
Benefici ambientali del prodotto	In che modo il prodotto/servizio dell'azienda rispetta e contribuisce a conservare l'ambiente?	Educa, misura, cerca o fornisce informazioni per risolvere i problemi ambientali (ad esempio, consulenza o audit ambientali)	0	-
Descrizione dei prodotti/servizi di educazione ambientale e di divulgazione di informazione ambientale	Spiegare in dettaglio in che modo il prodotto o servizio dell'azienda educa o diffonde informazioni o fornisce consulenza strategica su tematiche ambientali.	Fa parte della consulenza azienda l'attività di coaching e consulenza nell'apprendere le buone pratiche di gestione delle organizzazioni in ottica sostenibile.	0	-
Prodotto o servizio focalizzato sull'educazione ambientale	L'educazione ambientale è direttamente un prodotto o un servizio dell'azienda che genera fatturato?	Sì	0	-

Management ambientale				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Cura e protezione dell'ambiente negli uffici virtuali	In che modo l'azienda incoraggia la buona cura e protezione dell'ambiente relativamente alla gestione degli uffici virtuali per i lavoratori da remoto?	E' in atto una politica operativa per lo smaltimento sicuro dei rifiuti elettronici e di altri materiali pericolosi acquistati per i lavoratori che fanno home office.	1,4	36

Aria e Clima				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Monitoraggio del consumo di energia	L'azienda monitora, registra e rende noti i propri consumi di energia?	Al momento l'azienda non monitora né registra i consumi	0	-
Utilizzo di energia rinnovabile	Che percentuale del consumo di energia proviene da fonti rinnovabili?	0	0	-
Consumi di energia rinnovabile a basso impatto	Che percentuale del consumo di energia proviene da fonti rinnovabili a basso impatto?	0	0	-
Monitoraggio delle emissioni di Gas a effetto serra	In che modo l'azienda gestisce le emissioni di gas effetto serra, almeno quelli di Scope 1 e 2?	Attualmente non controlliamo e registriamo le emissioni	0	-

Acqua				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Monitoraggio e gestione dei consumi di acqua	In che modo l'azienda gestisce e controlla i consumi di acqua?	L'azienda non monitora né registra attualmente i propri consumi d'acqua	0	-

Terra e Vita				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Monitoraggio e reporting di rifiuti non pericolosi	In che modo l'azienda gestisce e controlla la produzione di rifiuti?	L'azienda non monitora né registra attualmente la propria generazione di rifiuti	0	-
Smaltimento rifiuti pericolosi	L'azienda può verificare che i rifiuti pericolosi che produce vengano sempre smaltiti in modo responsabile?	N/A - L'azienda ha eliminato la produzione di residui pericolosi	1	-

Informazione e istruzione ambientale				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Descrizione di educazione/informazione ambientale offerta dai prodotti o servizi dell'azienda	Quali delle seguenti descrizioni è applicabile al prodotto o servizio offerto dall'azienda? - Prodotti o servizi che offrono o facilitano l'accesso alle conoscenze generali sulla sostenibilità ambientale e l'utilizzo delle relative risorse, rivolti a singoli individui od organizzazioni (per esempio libri, guide alle risorse ambientali o programmi per i crediti di carbonio) - Prodotti o servizi che offrono accesso a informazioni altamente specializzate su argomenti scientifici rispetto all'ambientale o perseguono una rigorosa ricerca scientifica (per esempio laboratori di ricerca ambientale) - Queste descrizioni non sono applicabili al prodotto/servizio dell'azienda	Prodotti o servizi che offrono o facilitano l'accesso alle conoscenze generali sulla sostenibilità ambientale e l'utilizzo delle relative risorse, rivolti a singoli individui od organizzazioni (per esempio libri, guide alle risorse ambientali o programmi per i crediti di carbonio).	0	-

Fatturato generato dai prodotti/servizi d'informazione o educazione ambientale	Qual'è stato il fatturato totale dell'ultimo anno per i prodotti o servizi precedentemente menzionati?	€ 2.500	0	-
Monitoraggio di metriche ambientali	Quali delle seguenti metriche ambientali è monitorata dall'azienda rispetto all'impatto ambientale dei propri prodotti o servizi? - CO2 risparmiata o compensata per prodotto o servizio (in tonnellate metriche) - Litri di acqua risparmiata o compensata per prodotto o servizio - kWh risparmiati/compensati - Tonnellate metriche di rifiuti che non sono stati inceneriti o che non sono finiti nelle discariche - Numero di ettari protetti - Nessuna delle precedenti.	Nessuna delle precedenti	0	-
Gestione dell'Informazione o educazione ambientale	In che modo vengono misurati e gestiti i risultati diretti, i risultati indiretti, gli effetti o l'impatto del prodotto o servizio dell'azienda?	L'azienda ha lavorato in modo diretto e formale con tutti gli stakeholder per capire i loro desideri e bisogni al momento di sviluppare, perfezionare e / o offrire i propri prodotti o servizi L'azienda misura i risultati indiretti a breve termine del proprio prodotto o servizio per determinare se raggiungono i bisogni e aspettative dei suoi beneficiari	1,21	36

Efficacia dell'informazione o educazione ambientale	In caso di avere condotto ricerche direttamente su prodotti e servizi dell'azienda, i risultati confermano che si stanno raggiungendo risultati indiretti positivi per l'ambiente?	N / A - Non si sono condotte ricerche	0	-
Misurazione dei risultati	In che modo l'azienda ha misurato i risultati o ha determinato se il suo prodotto o servizio contribuisce a generare i risultati positivi precedentemente identificati nella domanda "Descrizione di educazione/informazione ambientale offerta dai prodotti o servizi dell'azienda"?	I metodi selezionati hanno determinato che il prodotto o servizio ha contribuito a generare quei risultati	0,8	-
Informazione o educazione ambientale innovativa	C'è qualcosa di innovativo o diverso nell'azienda per quanto riguarda il proprio prodotto/servizio che abbia generato un cambiamento nel settore? È stato qualcosa di replicabile, unico al momento della creazione, e che poi è stato imitato da altre organizzazioni?	No	0	-

CLIENTI

PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI: 1,7

PUNTEGGIO IBM: 7,4

N/A PUNTEGGIO: 0

PUNTEGGIO GENERALE: 9,2

Introduzione all'area d'impatto "Clienti"				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Introduzione al modello di business a impatto per i clienti	Qualcuno dei prodotti/servizi dell'azienda fa fronte a problemi sociali o economici dei clienti o dei loro beneficiari?	Si	0	16
Prodotto incentrato sulle necessità del cliente	Il problema economico o sociale a cui fa fronte il prodotto/servizio dell'azienda, è rilevante e riscontrato direttamente anche dai suoi clienti/ consumatori o beneficiari?	Si	0	12

Impatto positivo dei prodotti/servizi	Come descriverebbe l'esito positivo per i clienti che genera il prodotto/servizio dell'azienda?	Diffusione sui territori della cultura della sostenibilità e della gestione sostenibile delle organizzazioni.	0	12-16
Tipo di prodotto d'impatto positivo	Quale delle seguenti risposte corrisponde maggiormente al risultato e/o al problema risolto per i clienti con riferimento a ciò che ha specificato in precedenza? - Accesso ai prodotti/servizi che soddisfano i bisogni basilari umani per persone che prima non vi potevano accedere (per esempio fornitori di elettricità o di acqua pulita che offrono il loro servizio alle comunità rurali in situazione di povertà, progetti di abitazioni accessibili, sistemi di eliminazione o di raccolta di rifiuti) - Miglioramento o manutenzione della salute e benessere (per esempio attrezzatura medica, servizi medici, medicine, prodotti o servizi di prevenzione della salute, prodotti per una vita salutare, prodotti sportivi e per promuovere lo sport, occhiali con prescrizione) - Miglioramento nell'educazione o nello sviluppo di abilità (per esempio scuole, libri di testo, servizi di tutoraggio, formazione in leadership, strumenti di educazione, giocattoli e software) - Aumento delle opportunità economiche per i gruppi in situazione di vulnerabilità (per esempio, servizi finanziari o di assicurazione, consulenza sui benefici per persone appartenenti a comunità in situazione di vulnerabilità, nuovi meccanismi per collegare i prodotti al mercato) - Migliori risultati operativi o aumento di capitale per aziende purpose driven o in situazione di vulnerabilità (per esempio piattaforme di investimento con impatto o di riscossione fondi, servizi contabili senza scopo di lucro) - Maggiore impatto sociale e/o ambientale per le aziende o altre organizzazioni (ad esempio consulenza in questioni di sostenibilità) - Maggior accesso alle arti, ai media o alla cultura (per esempio media indipendente, mestieri artigianali, servizi di informazione) - Maggiore accesso al mercato attraverso infrastruttura fisica o tecnologica (per esempio telecomunicazione cellulare, tecnologie o software aziendale, strade, ponti, vie ferroviarie, porti, costruzione e materiali da costruzione che prima non erano disponibili) - Nessuna delle opzioni precedenti	- Miglioramento nell'educazione o nello sviluppo di abilità (per esempio scuole, libri di testo, servizi di tutoraggio, formazione in leadership, strumenti di educazione, giocattoli e software) - Maggiore impatto sociale e/o ambientale per le aziende o altre organizzazioni (ad esempio consulenza in questioni di sostenibilità).	0	16, 42-54

Descrizione generale del Prodotto/ Servizio: Formazione/ Sviluppo Professionale	Si prega di raccontare di più su come il prodotto o servizio dell'azienda promuove l'istruzione o il progresso e l'avanzamento professionale.	I servizi svolti dall'impresa consentono di intraprendere dei percorsi di crescita professionale personale in ottica integrata.	0	16
Prodotto o servizio focalizzati sull'educazione	Il supporto all'educazione o alla conoscenza è il risultato diretto dei prodotti o servizi che generano fatturato?	Sì, il supporto all'educazione o alla costruzione della conoscenza è una parte fondamentale del prodotto / servizio dell'azienda.	0	13
Prodotti o servizi focalizzati su questioni ambientali	Il fatturato dell'azienda è generato da prodotti o servizi educativi incentrati esclusivamente su questioni ambientali?	No	0	-
Attenzione diretta al miglioramento dell'impatto delle organizzazioni	Per i servizi dell'azienda incentrati nel migliorare l'impatto di organizzazioni, si è selezionato un altro risultato specifico nella domanda "Tipo di prodotto d'impatto positivo" già trovata in questa sezione?	Sì, si è selezionato un risultato diretto prodotto attraverso il servizio dell'azienda o i clienti che sostiene.	0	-
Impatto nelle popolazioni in situazione di vulnerabilità	Il prodotto o servizio dell'azienda beneficia gruppi demografici in situazione di vulnerabilità? Può farlo sia in modo diretto che tramite il sostegno a organizzazioni che forniscono loro qualche servizio.	I prodotti o servizi dell'azienda sostengono organizzazioni che forniscono un servizio in modo diretto a gruppi demografici in situazione di vulnerabilità.	0	16

Numero di clienti: Organizzazioni	Numero totale di clienti: organizzazioni servite negli ultimi 12 mesi.	7	0	55
Numero di clienti: Persone fisiche	Numero totale di clienti: individui serviti negli ultimi 12 mesi.	0	0	-

Gestione del cliente				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Gestione dei rapporti con i clienti	L'azienda svolge qualcuna delle seguenti azioni per gestire l'impatto e il valore generato per i propri clienti o consumatori? - L'azienda offre garanzie, contrattuali o non, e politiche di protezione rispetto ai propri prodotti o servizi - L'azienda possiede certificazioni di qualità erogate da enti terzi - L'azienda possiede meccanismi formali di controllo di qualità - L'azienda possiede processi per ricevere feedback, commenti o lamentele dei clienti - L'azienda monitora il livello di soddisfazione dei clienti - L'azienda valuta i risultati indiretti ottenuti dai propri clienti attraverso l'utilizzo dei propri prodotti o servizi - L'azienda possiede politiche scritte di marketing etico, pubblicità o coinvolgimento dei clienti - L'azienda gestisce la privacy e la sicurezza dei dati dei propri clienti/ consumatori - Nessuna delle precedenti	- L'azienda valuta i risultati indiretti ottenuti dai propri clienti attraverso l'utilizzo dei propri prodotti o servizi - L'azienda gestisce la privacy e la sicurezza dei dati dei propri clienti/ consumatori	0,42	36

Gestione dell'impatto dei prodotti	L'azienda mette in pratica qualcuna delle seguenti misure per gestire l'impatto potenziale dei propri prodotti sui clienti/beneficiari? - L'azienda monitora regolarmente i risultati e il benessere dei clienti - L'azienda ha un programma formale per incorporare i risultati di test e i feedback dei clienti nella progettazione dei propri prodotti - L'azienda ha un programma formale in atto per migliorare continuamente i risultati indiretti dei clienti (per esempio ridurre gli effetti negativi o aumentare quelli positivi) - Altro - Nessuna delle precedenti	L'azienda monitora regolarmente i risultati e il benessere dei clienti.	0,42	36
Uso di dati e privacy	Does your company have any of the following to address data usage and privacy issues? - L'azienda ha una politica disponibile al pubblico sull'uso di dati e privacy - L'azienda informa tutti gli utenti sul tipo di informazione raccolta, per quanto tempo la conserva, come è utilizzata e se e come è condivisa con altre entità (pubbliche o private) - I clienti hanno l'opzione di decidere in che modo i propri dati possono essere utilizzati - Tutte le strategie di creazione di elenchi di indirizzi email e di email aziendali sono conformi a GDPR - Altro - Nessuna delle precedenti - N/A - L'azienda non raccoglie dati sensibili	- L'azienda informa tutti gli utenti sul tipo di informazione raccolta, per quanto tempo la conserva, come è utilizzata e se e come è condivisa con altre entità (pubbliche o private) - I clienti hanno l'opzione di decidere in che modo i propri dati possono essere utilizzati - Tutte le strategie di creazione di elenchi di indirizzi email e di email aziendali sono conformi a GDPR	0,94	36

Formazione				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Descrizione del prodotto/servizio: Educazione	Quali delle seguenti descrizioni di prodotti o servizi descrive al meglio quelli dell'azienda? - I prodotti o servizi dell'azienda offrono o promuovono l'accesso alla conoscenza generale (per esempio libri, informazione generale) - I prodotti/servizi dell'azienda promuovono l'educazione o iniziative di sviluppo professionale/educativo (per esempio giocattoli educativi, software per valutare alunni) - I prodotti/servizi dell'azienda offrono opportunità continue di sviluppo professionale e di acquisizione di conoscenze (per esempio programmi di formazione professionale, servizi di apprendimento, libri di testo, pubblicazioni scientifiche o di ricerca specializzate) - I prodotti/servizi dell'azienda forniscono un attestato educativo essenziale e opportunità di sviluppo accademico (per esempio scuole elementari o medie, istituti tecnici o professionali accreditati, formazioni professionali, ecc.) - Queste descrizioni non applicano al prodotto/servizio dell'azienda	- I prodotti/servizi dell'azienda offrono opportunità continue di sviluppo professionale e di acquisizione di conoscenze (per esempio programmi di formazione professionale, servizi di apprendimento, libri di testo, pubblicazioni scientifiche o di ricerca specializzate)	0	16
Fatturato generato da prodotti e servizi per l'educazione	Qual è stato il fatturato totale dell'ultimo anno per i prodotti o servizi menzionati in precedenza?	€ 7.000	0	-

Monitoraggio dei beneficiari	L'azienda monitora la quantità delle seguenti categorie di beneficiari serviti? - Persone fisiche - Famiglie - Comunità - Aziende o organizzazioni senza scopo di lucro - Istituzioni Governative - Nessuna delle opzioni precedenti	Nessuna delle opzioni precedenti	0	-
Gestione dell'educazione	In che modo vengono misurati e gestiti i risultati diretti, i risultati indiretti, gli effetti o l'impatto del prodotto o servizio dell'azienda?	- L'azienda misura i risultati indiretti a breve termine del proprio prodotto o servizio per determinare se questi raggiungono i bisogni e aspettative dei beneficiari - L'azienda ha identificato e gestito le possibili cause per cui potrebbe non generarsi il risultato positivo previsto, si potrebbero generare risultati meno efficienti o potrebbero generarsi altri effetti negativi	1,61	36
Misurazione dei risultati	In che modo l'azienda ha misurato i risultati o ha determinato se il suo prodotto o servizio contribuisce a generare i risultati positivi precedentemente identificati nella domanda "Caratteristiche del prodotto/servizio: Educazione"?	I metodi selezionati hanno determinato che il prodotto o servizio ha contribuito a generare quei risultati.	0,8	36
Efficacia del prodotto/servizio in relazione all'educazione	Per quale percentuale dei beneficiari dell'azienda si può confermare l'impatto positivo del risultato precedentemente indicato?	Non lo so.	0	-
Innovazione: prodotto o servizio educativo	C'è qualcosa di innovativo o diverso nell'azienda per quanto riguarda il proprio prodotto/servizio connesso all'educazione che abbia generato un cambiamento nel settore? È stato qualcosa che si può replicare, unico al momento della creazione, e che poi è stato imitato da altre organizzazioni?	L'Azienda ha intrapreso per prima in Italia e in Europa il Reporting Integrato per le Pubbliche Amministrazioni, in ottemperanza ai propri obiettivi di beneficio comune.	0	49

Gruppi demografici in situazione di vulnerabilità serviti (indirettamente)				
Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti ottenuti	Pagina del Report
Caratteristiche dei beneficiari appartenenti a comunità svantaggiate	Descriva i beneficiari o gli utenti finali dei prodotti o servizi e specifici che caratteristiche sono tenute in conto per determinare che sono persone appartenenti a una comunità in situazione di vulnerabilità.	Tutti i cittadini del territorio sono i beneficiari dei servizi	0	12-16
Monitoraggio di beneficiari appartenenti a gruppi in situazione di vulnerabilità	In che modo l'azienda determina se le organizzazioni con cui lavora sostengono in modo diretto i bisogni delle popolazioni in situazione di vulnerabilità? - L'azienda raccoglie dati demografici sui beneficiari delle organizzazioni con cui lavora (per esempio il loro livello di redditi) che potrebbero essere utili per determinare se appartengono a comunità tradizionalmente in situazione di vulnerabilità - L'azienda analizza la missione delle organizzazioni o i progetti con cui lavora per determinare se una parte centrale della loro missione si centra specificamente sulle persone in situazione di vulnerabilità - Altri (per favore descriva) - Nessuna delle precedenti	Nessuna delle precedenti	0	12-16
Tipi di beneficiari in situazione di vulnerabilità	In base ai risultati ottenuti attraverso il monitoraggio dei gruppi demografici beneficiari, quali delle seguenti opzioni descrive meglio la popolazione a cui le organizzazioni con cui l'azienda lavora offrono i propri servizi?	Altre persone che non hanno accesso ai risultati positivi che offre il prodotto o servizio dell'azienda.	0	12-16

Descrizione dell'impatto in comunità in situazione di vulnerabilità	Quali delle seguenti opzioni descrive meglio i benefici che il prodotto/servizio dell'azienda offre alle comunità in situazione di vulnerabilità descritte in precedenza? - Il prodotto o servizio dell'azienda aiuta direttamente le aziende purpose-driven a migliorare l'impatto positivo che hanno sui beneficiari appartenenti a gruppi in situazione di vulnerabilità, ed è stato progettato specificamente per beneficiare questi gruppi (per esempio, una formazione docente, il piano degli studi progettato specificamente per affrontare le sfide di insegnare a studenti a basso reddito) - Il prodotto/ servizio dell'azienda aiuta in modo diretto alle aziende purpose-driven a migliorare l'impatto positivo che hanno sui beneficiari appartenenti a gruppi in situazione di vulnerabilità, ma non è stato progettato specificamente per beneficiare questi gruppi (per esempio, un piano degli studi generale che si vende a istituzioni educative a basso reddito) - Il prodotto/servizio dell'azienda contribuisce a migliorare la viabilità finanziaria delle aziende purpose-driven, il che permette loro di continuare a servire i gruppi in situazione di vulnerabilità nominati in precedenza (per esempio, servizi contabili o di marketing per un'agenzia di servizi sociali) - Nessuna delle precedenti	Il prodotto/servizio dell'azienda contribuisce a migliorare la viabilità finanziaria delle aziende purpose-driven, il che permette loro di continuare a servire i gruppi in situazione di vulnerabilità nominati in precedenza (per esempio, servizi contabili o di marketing per un'agenzia di servizi sociali).	0	12-16
---	---	---	---	-------

Gruppi demografici in situazione di vulnerabilità	Se pertinente, a quale dei seguenti gruppi di beneficiari si rivolge il prodotto/servizio dell'azienda? - Bambini (di età inferiore ai 5 anni) - Bambini e adolescenti (più di 5 anni ma minori di 18 anni) - Adulti - Terza età/adulti anziani - Persone disabili - Minoranze/popolazioni precedentemente escluse - Donne - Donne in gravidanza - Altre fasce di popolazione a rischio - Nessuna delle opzioni precedenti.	Altre fasce di popolazione a rischio.	0	12-16
Fatturato proveniente dalla vendita di prodotti/servizi a popolazioni svantaggiate	Quanto fatturato è stato generato nell'ultimo anno fiscale dai prodotti o servizi a beneficio di gruppi demografici sottoserviti identificati nella domanda "Tipi di beneficiari sottoserviti"?	0	0	-
Percentuale di clienti in difficoltà	Che percentuale del fatturato è stato generato nell'ultimo anno fiscale dai prodotti o servizi a beneficio dei gruppi demografici identificati nella domanda "Tipi di beneficiari sottoserviti"?	0	0	-
Monitoraggio dei beneficiari	Se l'azienda ha un registro della quantità di beneficiari dei propri prodotti/servizi, che unità di misura utilizza a tale scopo? - Persone fisiche - Famiglie - Comunità - Aziende e organizzazioni senza scopo di lucro - Istituzioni Governative - Altri (per favore descriva) - Nessuna delle opzioni precedenti.	Nessuna delle opzioni precedenti.	0	-

Monitoraggio dei clienti in stato di vulnerabilità	In che modo calcolerebbe il totale dei beneficiari sottoserviti che sono stati raggiunti dall'azienda?	Non lo so - L'azienda non tiene traccia della quantità di beneficiari sottoserviti raggiunti attraverso i propri clienti.	0	-
Aumentare l'accessibilità per i gruppi in situazione di vulnerabilità	L'azienda applica qualcuna delle seguenti misure per migliorare l'accessibilità al proprio prodotto o l'impatto del prodotto per le comunità in situazione di vulnerabilità che serve? - L'azienda utilizza un modello di sussidi incrociato, attraverso cui l'applicazione di tariffe più alte a organizzazioni tradizionali permette di offrire un prezzo più basso o sussidiato a organizzazioni con limitazioni finanziarie che servono quelle in situazione di vulnerabilità - L'azienda offre una formazione o sostegno specifici alle organizzazioni affinché possano offrire un migliore servizio alle popolazioni in situazione di vulnerabilità - L'azienda contatta i beneficiari in situazione di vulnerabilità delle organizzazioni che sono clienti dell'azienda per incorporare la loro prospettiva alla progettazione e offerta dei propri prodotti - Nessuna delle precedenti	L'azienda utilizza un modello di sussidi incrociato, attraverso cui l'applicazione di tariffe più alte a organizzazioni tradizionali permette di offrire un prezzo più basso o sussidiato a organizzazioni con limitazioni finanziarie che servono quelle in situazione di vulnerabilità.	1,32	36
Pratiche Innovative per migliorare l'accessibilità	Per favore utilizzare l'apposito spazio qui sotto per descrivere qualsiasi tecnologia innovativa, di distribuzione, o modelli di pricing selezionati previamente.	Progetti e prezzi orientati alle necessità delle organizzazioni stesse, in linea con gli obiettivi di beneficio comune.	0	29

SINTESI DEI DATI DI BILANCIO

Stato patrimoniale	31-12-2020	31-12-2019
Attivo	30.372	27.817
A) Crediti verso soci per versamenti ancora dovuti	0	0
B) Immobilizzazioni	1.734	1.300
I - Immobilizzazioni immateriali	867	1.300
II - Immobilizzazioni materiali	0	0
III - Immobilizzazioni finanziarie	0	0
C) Attivo circolante	29.145	24.976
I - Rimanenze	0	0
II - Crediti	13.966	15.378
III - Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	0	0
IV - Disponibilità liquide	15.179	9.598
D) Ratei e risconti	360	1.541
Passivo	30.372	27.817
A) Patrimonio netto	19.009	16.496
I - Capitale	10.000	10
VI - Riserva legale	325	0
VI - Altre riserve	6.173	0
VIII - Utili (perdite) portati a nuovo	0	2.565
IX - Utile (perdita) dell'esercizio	2.511	3.931
B) Fondi per rischi e oneri	0	0
C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	0	0
D) Debiti	11.309	10.632
E) Ratei e risconti	54	689

Conto economico	31-12-2020	31-12-2019
A) Valore della produzione	43.890	53.790
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	37.830	51.999
altri	6.060	1.791
B) Costi della produzione	41.266	47.939
7) per servizi	34.992	41.581
8) per godimento di beni di terzi	0	100
10) ammortamenti e svalutazioni	572	789
14) oneri diversi di gestione	5.702	5.469
Differenza tra valore e costi della produzione (A - B)	2.624	5.851
C) Proventi e oneri finanziari	-7	2
D) Rettifiche di valore di attività e passività finanziarie	0	0
Risultato prima delle imposte (A - B + - C + - D)	2.617	5.853
20) Imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate	106	1.922
21) Utile (perdita) dell'esercizio	2.511	3.931

www.saracironegroup.com