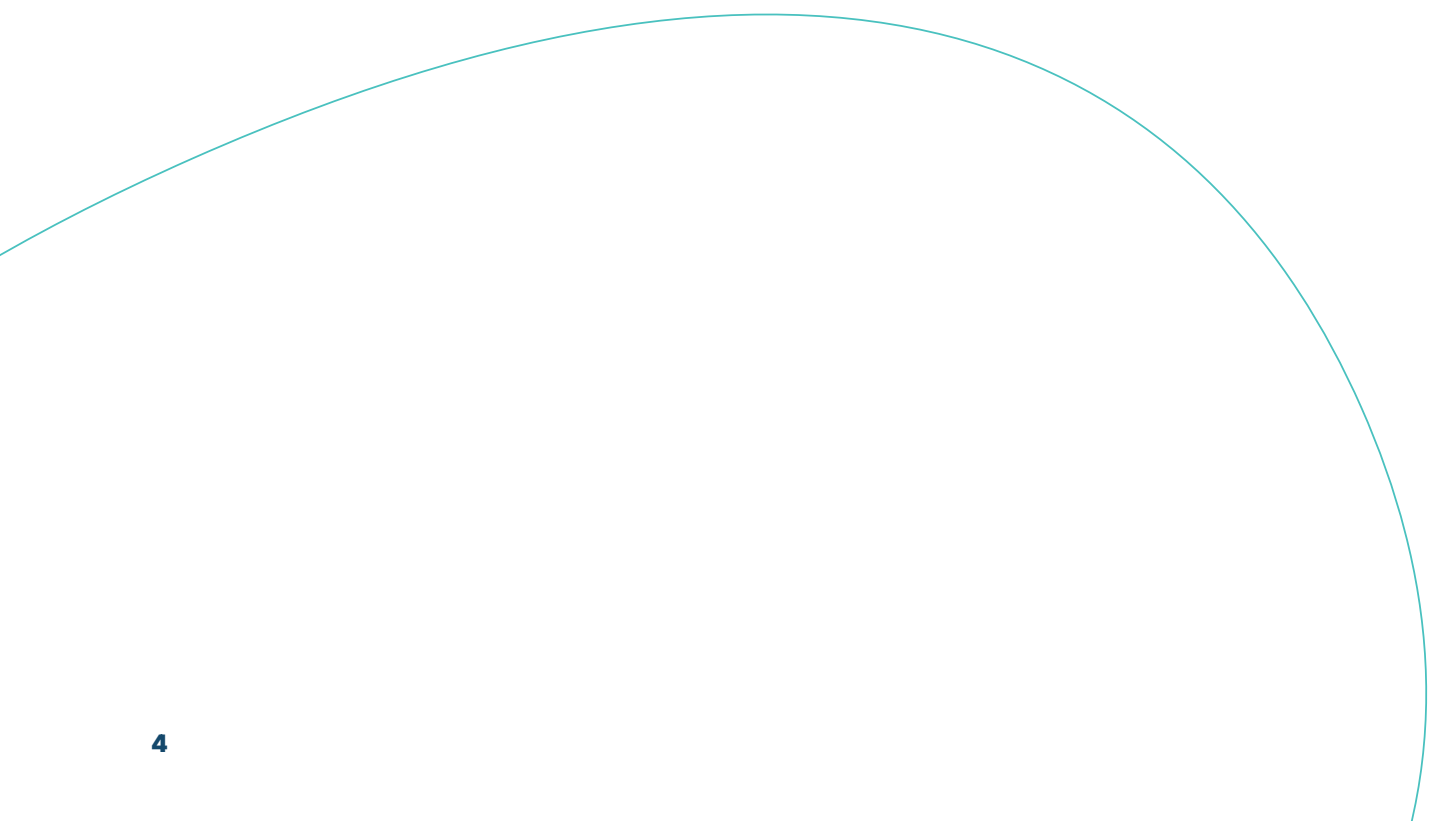
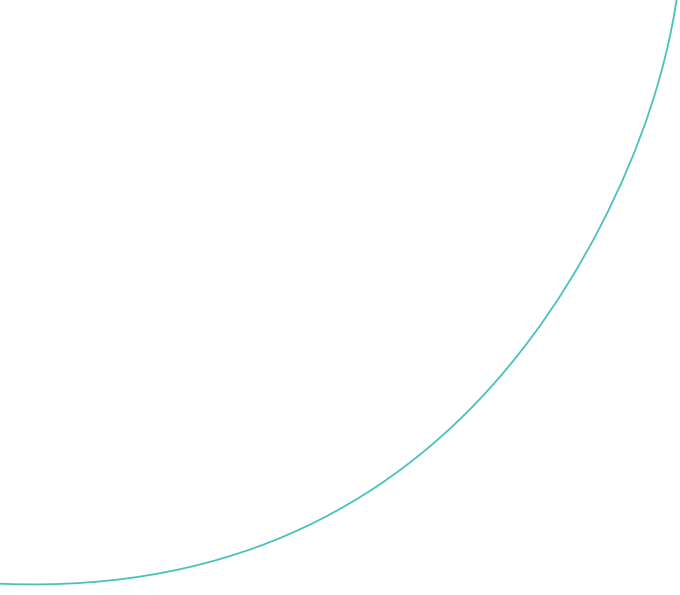


Relazione di impatto 2023



Sommario

Lettera agli stakeholders	5
Introduzione e obiettivi del documento	6
Chi siamo	7
Che cos'è una Società Benefit	7
Le nostre finalità di Beneficio Comune	9
Attività specifiche nel periodo	10
Organizzazione	10
Formazione del Personale	10
Principali progetti in corso	11
Obiettivi specifici	11
Valutazione dell'Impatto generato	13
Il Modello della Buona Impresa	13
Il valore creato attraverso il Prodotto	17
Valutazione dei singoli elementi e rilevanza attribuita	18
Valutazione di sintesi sul Valore creato attraverso il Prodotto	19
Il valore creato attraverso il Lavoro	19
Valutazione dei singoli elementi e rilevanza attribuita	20
Valutazione di sintesi sul valore creato attraverso il Lavoro	21
Il Valore Economico creato e condiviso	22
Valutazione dei singoli elementi e rilevanza attribuita	23
Valutazione di sintesi sul Valore Economico	24
Risultato complessivo: La valutazione Sistemica del Valore	24
Obiettivi e progetti futuri	27
Conclusione	27



Lettera agli stakeholders

La presente relazione si riferisce al primo anno di attività completo di AMONG Srl Società Benefit, società che ho fondato nel 2022 con l'obiettivo di realizzare un'azienda innovativa di consulenza e formazione capace di integrare la valorizzazione del patrimonio culturale e lo sviluppo delle persone. In considerazione di queste finalità, la società ha assunto fin dalla fondazione la forma di Società Benefit.

Ad AMONG ho conferito un capitale di 30.000 euro, integralmente versato, e i diritti d'uso di MaestraNatura, un programma di didattica delle scienze attualmente in concessione dell'Istituto Superiore di Sanità, di cui sono autrice dal 2011.

Nel corso del 2023 ho ideato due nuovi format, Onland e il Forum Giovani e Musei, il cui sviluppo ha richiesto l'ampliamento del team e l'inserimento di collaboratori con un elevato livello di specializzazione in diversi ambiti.

Entrambi i progetti hanno permesso l'avvio di importanti relazioni nell'ambito del sistema della cultura e dell'educazione e hanno coinvolto ottanta istituzioni museali e quindici università.

La società ha assunto un incarico in due importanti progetti in organizzativi relativi a società private rilevanti a livello nazionale, che hanno garantito i fondi per lo start-up dei progetti più innovativi in ambito culturale. Tali risorse sono state integrate dalla vincita di tre bandi di finanziamento a fondo perduto che sono stati destinati all'assunzione di tre risorse umane qualificate, allo sviluppo di una piattaforma tecnologia e alla creazione di un'identità visiva distintiva per la società e i nuovi prodotti.

Dal punto di vista tecnologico, il 2023 è stato dedicato alla personalizzazione di una piattaforma che permetterà la distribuzione dei contenuti prodotti nell'ambito dei vari progetti sia in ambito B2B che B2C, rendendo sostenibile e scalabile nel tempo l'attività di produzione editoriale che è stata centrale per il 2023 e che occuperà buona parte del 2024.

In estrema sintesi, per noi di AMONG la scelta di essere società benefit non è una scelta di facciata, al contrario, l'agire in maniera responsabile, sostenibile e trasparente infonde ogni nostra azione, dalla scelta dei progetti su cui impegnarci ai contenuti da produrre, così come definisce le priorità nella destinazione delle risorse acquisite.

Occupandoci di formazione e organizzazione, siamo consapevoli di avere una grande responsabilità nei confronti dei contesti in cui operiamo e curiamo con la massima attenzione tutti i nostri prodotti per avere impatto significativo e duraturo sulle conoscenze e sui valori delle persone che ne fruiscono.

Siamo, dunque, felici che l'ordinamento italiano abbia istituito le società benefit, ammettendo la possibilità di conciliare lo sviluppo del mercato e l'impegno verso la comunità e per questo siamo particolarmente orgogliosi di essere una delle prime società benefit in Italia.

Annamaria Gimigliano

Introduzione e obiettivi del documento

La Relazione di Impatto è il principale documento attraverso il quale una Società Benefit pianifica le proprie azioni volte al perseguimento del beneficio comune per il nuovo anno e rendiconta quanto fatto per i propri stakeholder e la collettività nell'anno trascorso. Il presente documento riveste un'importanza centrale unitamente al bilancio economico e costituisce una guida del nostro agire futuro.

AMONG Srl Società Benefit si impegna a comunicare annualmente, con trasparenza e completezza, gli obiettivi raggiunti e le sfide future volte al perseguimento delle finalità di beneficio comune previste dallo Statuto. Il raggiungimento di tali obiettivi avviene grazie al coinvolgimento delle nostre persone, che contribuiscono a rendere la nostra azienda migliore, promuovendo costantemente la diffusione di comportamenti responsabili e sostenibili.

Al fine di veicolare in modo trasparente gli obiettivi di beneficio comune, e le modalità implementate per raggiungerli, abbiamo prodotto la presente Relazione di Impatto, in conformità all'art. 1, comma 382, della Legge n. 208/2015, secondo cui: “[...] la società benefit redige annualmente una relazione concernente il perseguimento del beneficio comune, da allegare al bilancio societario [...]”. Questa relazione ci permette di comunicare i progressi fatti e di rendere conto pubblicamente dei nostri impegni, garantendo che le nostre azioni siano sempre in linea con i nostri valori fondamentali di sostenibilità e responsabilità.

La presente Relazione di Impatto illustra il percorso intrapreso da AMONG nel suo primo anno completo di vita essendo stata costituita il 9 maggio del 2022 con lo scopo di realizzare: servizi per studi, ricerche di mercato, elaborazione di progetti, project management (gestione progetti), consulenza organizzativa, servizi di formazione, contenuti editoriali, esternalizzazione di servizi (outsourcing) rivolti a società, enti, istituzioni e privati nell'ambito di programmi di valorizzazione e sviluppo del patrimonio culturale e del capitale umano.

In termini di beneficio comune la società si impegna a generare un valore sociale misurabile nel pubblico interesse e creare le premesse per il mantenimento di risultati economici soddisfacenti operando nell'ambito di:

- valorizzazione del patrimonio culturale di territori, organizzazioni e imprese;
- educazione e diffusione della conoscenza rivolta ad adulti, famiglie e bambini;
- sviluppo del potenziale degli individui e delle organizzazioni.

Chi siamo

AMONG Srl Società Benefit è stata costituita il 9 Maggio 2022 da un'unica socia, Annamaria Gimigliano, con l'obiettivo trasformare in impresa la sua pluriennale esperienza nell'ambito dell'innovazione e dell'apprendimento, attraverso lo sviluppo di format innovativi volti a potenziare le capacità di decisione delle persone e la creatività nella risoluzione di problemi.

Facendo leva su un approccio che combina esperienza e riflessione, i prodotti realizzati dalla società sono percorsi educativi originali e personalizzati che supportano individui e organizzazioni nell'acquisizione di nuove competenze, nella risoluzione di problemi e nell'adozione di routine che permettano di trarre il massimo valore dalle fasi di cambiamento.

Le due principali linee di business della società sono:

- interventi strategici di trasformazione organizzativa e piani di sviluppo delle risorse umane con particolare focalizzazione sull'impatto sociale dell'impresa;
- valorizzazione del patrimonio culturale e del capitale intangibile massimizzando la capacità di impatto di questi interventi, attraverso la creazione di reti e il coinvolgimento delle comunità di riferimento.

Curiamo i progetti dall'ideazione fino alla completa realizzazione, con un approccio sistemico, flessibile e personalizzato, che ha come obiettivo non solo offrire accompagnamento ma anche garantire con i più alti standard di qualità scientifica ed editoriale.

Che cos'è una Società Benefit

Le Società Benefit (S.B.) sono state introdotte nell'ordinamento italiano, come primo Paese al mondo dopo gli Stati Uniti, dalla Legge n. 208/2015 (c.d. Legge di Stabilità 2016), per connotare quelle imprese che "nell'esercizio di un'attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interessi" (ex art. 1 co. 376, L. n. 208/2015). Con "finalità di beneficio comune" si intende il perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, nei confronti di una o più categorie ricomprese fra persone, comunità, territori, ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse (ex art. 1, co. 378, L. n. 208/2015). Le Società Benefit,

quindi, richiedono di coniugare l'obiettivo della redditività con quello della sostenibilità, ovverosia di integrare la propria strategia di business - volta al raggiungimento di un profitto - con l'obiettivo di perseguire specifiche finalità di beneficio comune, inserendo nell'oggetto sociale uno scopo sociale duplice (ex art. 1 co. 379, L. n. 208/2015), ovverosia lo scopo di lucro, da perseguire in maniera responsabile, trasparente e sostenibile, ed uno o più scopi di beneficio comune, volti alla realizzazione "di uno o più effetti positivi o la riduzione degli effetti negativi" nei confronti dei portatori di interesse.

Inoltre, l'organo amministrativo di una Società Benefit è tenuto a gestire la società in modo responsabile, sostenibile e trasparente, bilanciando l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi dei diversi stakeholder coinvolti, nonché a individuare e nominare uno o più soggetti responsabili a cui affidare funzioni e compiti volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune, ovverosia il Responsabile di Impatto (ex art. 1 co. 380, L. n. 208/2015). A presidio delle aspettative degli stakeholder che abbiano fatto affidamento sulla qualifica di Società Benefit, quale garanzia dell'effettivo perseguimento delle finalità di beneficio comune, il Legislatore ha prescritto un onere di pubblicità in capo alla società, ovverosia la pubblicazione della Relazione sulla gestione del beneficio comune (c.d. Relazione di Impatto). Per poter assolvere a tale onere, le Società Benefit, devono sottoporsi a una valutazione quantitativa e qualitativa delle proprie performance sociali e ambientali (c.d. Valutazione dell'Impatto generato), utilizzando uno standard di valutazione esterno esauriente e articolato, credibile e trasparente che rispetti i requisiti indicati dalla Legge di Stabilità 2016, ai sensi della quale la valutazione dell'impatto sociale generato deve essere svolta annualmente e comprendere le seguenti aree di analisi: il governo d'impresa, i lavoratori, l'ambiente e altri portatori di interesse. Pertanto, la società è tenuta a redigere annualmente la Relazione di Impatto, concernente il perseguimento del beneficio comune, da allegare al bilancio societario, che include:

- a) la descrizione degli obiettivi specifici (Sezione 7 del presente documento), delle modalità e delle azioni attuate dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;
- b) la Valutazione dell'Impatto (Sezione 8 del presente documento) generato utilizzando lo standard di valutazione esterno avente ad oggetto la governance, i lavoratori, gli altri portatori di interesse e l'ambiente (le c.d. aree di valutazione identificate nell'Allegato 5 della Legge);
- c) una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi (Sezione 9 del presente documento) e relativo piano di azione che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

Per ottemperare agli obblighi di legge, assolvere agli oneri di trasparenza del Modello Benefit e rendicontare l'impatto generato, AMONG si impegna a redigere e ad allegare al bilancio, nonché a pubblicare annualmente sul sito internet della società (ex art. 1 co. 383, L. n. 208/2015) la presente Relazione di Impatto

Le nostre finalità di Beneficio Comune

In qualità di Società Benefit, AMONG ha inserito nello Statuto le sue finalità di beneficio comune. Nel rispetto dei nostri valori e della nostra mission, intendiamo perseguire tali finalità nell'ottica di una pianificazione strategica annuale contenente azioni di beneficio comune volte a generare un impatto positivo in ambito ambientale, sociale, culturale, economico e del lavoro. Nel perseguimento delle suddette finalità di beneficio comune, la Società intende operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti delle persone, del territorio e dell'ambiente in cui essa opera, nonché dei portatori di interesse coinvolti (quali soci, personale, collaboratori, clienti, fornitori, professionisti, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione). Seguono le tre finalità di beneficio comune di AMONG:

La nostra missione sul mercato: contribuire a una società partecipe e responsabile che valorizzi sia il patrimonio culturale dei territori, delle organizzazioni e delle imprese, che l'educazione e la diffusione della conoscenza rivolta ad adulti, giovani, famiglie e bambini;

La nostra missione con le persone: valorizzare il settore della formazione, promuovendo lo sviluppo di nuove professionalità e l'aggiornamento continuo delle competenze, con percorsi formativi coerenti con la domanda di nuove abilità che sviluppino il potenziale sia degli individui che delle organizzazioni;

Il nostro modo di intendere il profitto: creare valore condiviso. Creare valore economico in modo sostenibile per tutte le parti coinvolte, come mezzo per dare continuità all'impresa e massimizzarne l'impatto sociale.

Attività specifiche nel periodo

Il 2023, primo anno completo di attività per AMONG, è stato focalizzato sulla definizione dell'organizzazione, compresa la nomina del Responsabile di Impatto, fondamentale allo scopo sociale come Società Benefit, e sull'inserimento in organico e relativa formazione specifica delle risorse, oltre alla gestione di progetti rilevanti per la comunità quali 'MaestraNatura', 'Onland' e il 'Forum Giovani e Musei'.

Organizzazione

Per ottemperare agli obblighi previsti dalla Legge n. 208/2015 (art. 1 comma 380), la società ha individuato nella fondatrice e socio unico Annamaria Gimigliano la Responsabile di Impatto, al fine di assicurare il perseguimento delle finalità di beneficio comune, nonché il coordinamento e monitoraggio delle attività necessarie per il conseguimento delle stesse.

Nel rispetto di tale funzione, la Responsabile di Impatto, si impegna a:

- I. predisporre una pianificazione strategica delle finalità di beneficio comune, come indicate nello Statuto (comprensiva di obiettivi specifici, attività e indicatori),
- II. redigere una Valutazione quantitativa e qualitativa delle performance sociali e ambientali della Società ("Valutazione dell'Impatto generato"), ricorrendo a uno standard di valutazione esterno dotato di specifici requisiti, nonché a
- III. predisporre la Relazione annuale (c.d. "Relazione di Impatto") al fine di rendicontare l'impatto generato dalla Società e rappresentare i progressi raggiunti, rispetto agli obiettivi specifici prefissati, nonché gli obiettivi futuri per gli esercizi successivi.

Formazione del Personale

AMONG ritiene di fondamentale importanza che il Modello Benefit e le finalità di beneficio comune ad esso sottese siano veicolate, e recepite, da parte di tutto il team aziendale. La Società pone grande attenzione alla valorizzazione e allo sviluppo del capitale intangibile ed è consapevole che questa valorizzazione avvenga principalmente attraverso una formazione incentrata sia sulla crescita personale che professionale in costante allineamento con la strategia aziendale.

Il 2023 ha visto l'inserimento delle prime tre risorse dipendenti verso cui è stata rivolta grande attenzione sia durante la fase di selezione che durante la fase di inserimento per formare e sensibilizzare al rispetto del Modello Benefit, la normativa che lo sostiene, gli obblighi di natura statutaria, la Valutazione dell'Impatto generato, gli oneri di reportistica, nonché i vantaggi derivanti dall'adozione dello stesso.

Principali progetti in corso

La produzione di format educational innovativi e personalizzati è il business caratteristico di AMONG che, grazie ad un team variegato e al continuo aggiornamento dal punto di vista scientifico, realizza programmi e percorsi che fondono arte, scienza, storia, tecnologia e processi industriali in maniera del tutto inedita. Tale approccio costituisce la cifra distintiva della società che infonde qualsiasi tipo di prodotto, dalla promozione dei musei alla creazione di videotutorial tecnici.

I format educational innovativi al momento in portafogli di AMONG sono:

- **MaestraNatura**, un metodo per la scuola primaria e secondaria di primo grado per lo sviluppo del pensiero scientifico. Dal 2013 il progetto è in concessione esclusiva all'Istituto Superiore di Sanità.
- **Onland**, una piattaforma per la promozione di itinerari culturali tematici basati su un network di musei.
- **Forum Giovani e Musei**, un tavolo di confronto intergenerazionale tra rappresentanti di studenti e direttori di museo che culmina in un evento in presenza (la prima edizione si svolgerà l'8 e il 9 gennaio 2024 a Roma).

Obiettivi specifici

La Finalità di Beneficio Comune di AMONG è assicurata da Obiettivi Specifici che la Società persegue sia all'interno della propria organizzazione che verso gli stakeholders esterni, con attività finalizzate alla creazione di un impatto positivo in aree diverse, tra cui prioritariamente: la comunità, i propri lavoratori e l'ambiente.

Obiettivo Specifico	Attività	Area di impatto
Valorizzare le risorse presenti sul territorio ovvero le rispettive esperienze, competenze e professionalità.	Creazione di opportunità di lavoro (es. tramite assunzione di giovani talenti, tirocini, stage, progetti di alternanza scuola-lavoro) rispettando la professionalità, la dignità, la sicurezza e il benessere di ognuno sia come lavoratore che come persona.	Comunità
Favorire il benessere sociale del territorio e di tutta la comunità attraverso la valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, delle tradizioni e delle proprie origini.	Sviluppo di progetti aziendali in grado di promuovere il benessere e lo sviluppo del territorio e di tutta la comunità locale in termini di conoscenza, appartenenza, inclusione, coesione, miglioramento della qualità della vita.	Comunità
Promuovere la tematica del cambiamento climatico e della 'sostenibilità ambientale', diffondendo una cultura che educi al rispetto dell'ambiente e a stili di vita sostenibili.	Sviluppo di campagne di comunicazione e sensibilizzazione volte alla promozione di comportamenti responsabili e sostenibili. Erogazione di sessioni formative ed organizzazione di eventi quali, convegni, seminari, "tavole rotonde", incentrati sulle questioni ambientali.	Ambiente Comunità Lavoratori
Contribuire a ridurre le emissioni di CO2 nell'atmosfera.	Implementazione di processi aziendali a basso impatto tra cui il potenziamento dello smart working, mobilità sostenibile (i.e. carsharing e/o mezzi pubblici, approccio "paperless" e utilizzo di strumenti digitali.	Ambiente Comunità
Promuovere un ambiente di lavoro in cui ciascuno possa avere un'opportunità di crescita a livello personale e sviluppare al meglio le proprie competenze e potenzialità.	Erogazione di percorsi formativi capaci di assicurare lo sviluppo professionale della propria carriera lavorativa.	Lavoratori
Tutelare il benessere psico-fisico dei lavoratori, promuovendo una cultura aziendale del rispetto e dell'inclusione quotidiana.	Implementazione di politiche aziendali capaci di creare un ambiente di lavoro favorevole e positivo, che tuteli il work - life balance e contribuisca al benessere psico-fisico dei lavoratori. Formazione sulla cultura inclusiva.	Comunità Lavoratori
Promuovere la digitalizzazione, l'innovazione e l'adozione di nuove tecnologie, in particolare tra i giovani.	Organizzazione di eventi e/o di campagne di comunicazione a favore della <i>digital transformation</i> . Organizzazione di attività formative e con la collaborazione di professionisti del settore digitale.	Comunità
Favorire all'interno della Società la formazione di nuove professionalità e/o l'aggiornamento continuo delle competenze esistenti nell'ambito digitale.	Organizzazione di corsi di formazione e percorsi formativi specifici rivolti al personale interno in tema di innovazione digitale.	Lavoratori

Valutazione dell'Impatto generato

La Valutazione dell'impatto economico, sociale e ambientale generato da una società nell'esercizio della propria attività ha lo scopo di rendicontare in modo trasparente ed esaustivo rispetto alla capacità dell'impresa di Creare Valore in modo Sostenibile.

Il presente report è stato prodotto sulla base del Modello della Buona Impresa®, strumento di autovalutazione promosso da Fondazione Buon Lavoro (www.fondazionebuonlavoro.it) per aiutare le aziende a leggere, valutare e rendicontare la propria capacità di creare valore per la società nella loro attività d'impresa.

Il Modello della Buona Impresa

“La Buona Impresa fonda il proprio sviluppo di lungo periodo sulla coincidenza di interessi tra il proprio benessere e quello del contesto nel quale essa opera. Guidata da una visione sistemica, supera il puro scopo di lucro perseguendo un triplice scopo, nel quale si concretizza la creazione di valore e il suo principale impatto sociale: portare sul mercato un buon prodotto o servizio, che risponde ai bisogni della società, spingendola in una direzione positiva; creare e organizzare il lavoro, offrendo occasione di realizzazione professionale alle persone; produrre ricchezza che ricade, direttamente o indirettamente sul contesto (CREAZIONE DI VALORE SOCIALE). La Buona Impresa si impegna inoltre, coerentemente con le sue caratteristiche e le sue dimensioni, a gestire in modo responsabile, sostenibile e trasparente tutte le ricadute che il suo fare impresa ha sulla comunità e sull'ambiente (SOSTENIBILITA' SOCIALE E AMBIENTALE). Infine, essa si impegna a comunicare con trasparenza il senso del proprio agire, per favorire la partecipazione al proprio interno e il riconoscimento e la fiducia da parte del contesto. (GOVERNANCE)”

Il report osserva dunque l'impresa attraverso i tre pilastri di valutazione fondamentali dell'attività dell'impresa secondo il Modello della Buona Impresa® e, al tempo stesso, della creazione di valore: il Prodotto, il Lavoro e il Valore Economico.

Ciascuno di questi pilastri è osservato nelle tre dimensioni di valutazione: la capacità di creare valore; il fatto che tale valore sia condiviso con il contesto; la capacità di continuare a crearlo nel lungo periodo. In questa stessa struttura, come rappresentato nella seguente tabella, trovano collocazione anche le Finalità di Beneficio Comune di AMONG, attraverso le quali la Società si propone di contribuire allo sviluppo di una comunità più responsabile, in cui ciascuno svolga il proprio ruolo sociale in modo consapevole, efficace e sostenibile.

Finalità di Beneficio Comune di AMONG Srl Società Benefit	Pilasti di valutazione	Dimensioni di valutazione		
		Elementi determinanti la capacità di creare valore	Componenti qualificanti la condivisione del valore creato	Sostenibilità del valore creato nel tempo
La nostra missione sul mercato: contribuire a una società partecipe e responsabile che valorizzi sia il patrimonio culturale dei territori, delle organizzazioni e delle imprese, che l'educazione e la diffusione della conoscenza rivolta ad adulti, giovani, famiglie e bambini	Portare sul mercato BUONI PRODOTTI e SERVIZI	Qualità dell'offerta	Contributo alla società	Sostenibilità dell'offerta
La nostra missione con le persone: valorizzare il settore della formazione, promuovendo lo sviluppo di nuove professionalità e l'aggiornamento continuo delle competenze, con percorsi formativi coerenti con la domanda di nuove abilità che sviluppino il potenziale sia degli individui che delle organizzazioni	Organizzare e assicurare BUON LAVORO	Impegno alla formazione e welfare	Sviluppo individuale e partecipazione	Sostenibilità del modello organizzativo
Il nostro modo di intendere il profitto: creare valore condiviso. Creare valore economico in modo sostenibile per tutte le parti coinvolte, come mezzo per dare continuità all'impresa e massimizzarne l'impatto sociale	Creare e condividere VALORE ECONOMICO	Equilibrio reddituale	Ripartizione del valore generato	Sostenibilità economica

I singoli elementi sono stati poi valutati sulla base di un criterio di materialità per la valutazione d'impatto sullo Strumento di Autovalutazione legato allo Standard effettuata sulla base dello standard della Buona Impresa®.

La matrice di materialità

Nel reporting di sostenibilità la “materialità” è il principio che determina quali temi rilevanti sono sufficientemente importanti da rendere essenziale la rendicontazione. Nei Principi di Rendicontazione definiti dal GRI si dice “un’organizzazione si trova ad affrontare una vasta gamma di temi sui quali può rendicontare. I temi rilevanti, che potenzialmente meritano di essere inseriti nel report, sono quelli che possono ragionevolmente essere considerati importanti in quanto riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali dell’organizzazione o influenzano le decisioni degli stakeholder. In questo contesto, con il termine “impatto” s’intende l’effetto che un’organizzazione ha sull’economia, sull’ambiente e/o sulla società (sia esso positivo o negativo). Un tema può essere rilevante - e quindi potenzialmente materiale - in base a una sola di queste dimensioni”.

La seguente matrice di materialità è stata costruita attraverso la valutazione di rilevanza data dall’azienda (in una scala da 1 a 4: non/poco/abbastanza/molto rilevante), rispetto agli elementi base del Framework della Buona Impresa. I temi considerati materiali sono quelli a cui è stata data una valutazione >3 (abbastanza rilevante). Essi rappresentano i principali fattori d’impatto del business di AMONG e gli elementi chiave del suo successo.

	Elementi materiali	Elementi d’impatto	AMONG
Prodotto	Qualità del Prodotto	Offrire un prodotto/servizio che risponda ai bisogni del cliente e soddisfi le finalità per le quali è stato acquistato.	4
	Qualità della Relazione con i clienti	Prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche cordialità, professionalità, disponibilità, fiducia.	4
	Congruità del prezzo	Proporre un prezzo congruo rispetto alla qualità e al valore per il cliente del prodotto/servizio.	3
	Contributo al benessere delle persone	Realizzare in modo strutturale, attraverso l’offerta di beni e servizi, un impatto positivo nel breve e nel lungo periodo sul benessere sociale.	4
	Innovazione di prodotto	Produrre innovazione continua nell’ottica del miglioramento del servizio alle persone e alla società.	4

	Elementi materiali	Elementi d'impatto	AMONG
	Cultura	Contribuire alla crescita culturale del settore di riferimento, e in generale della società, attraverso la condivisione di informazioni	4
	Coesione con i clienti	Creare con i clienti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa.	4
	Capacità di intercettare i bisogni del pubblico	Dotarsi di strumenti e sistemi per valutare l'evoluzione dei bisogni.	4
	Capacità di reazione	Capacità di adattarsi a mercati che cambiano e identificare gli eventuali spazi di miglioramento.	3
Lavoro	Creazione di lavoro	Creare lavoro a condizioni eque e trasparenti, correttamente retribuito e contrattualizzato, in modo congruo rispetto al settore, lo stadio di vita dell'azienda e le aspettative dei lavoratori.	4
	Sicurezza sul posto di lavoro	Offrire un ambiente di lavoro sicuro, accogliente, pulito e curato. Garantire i massimi livelli di sicurezza possibili, adeguandosi alle normative esistenti.	3
	Prospettive e tutela dei lavoratori	Trasferire ai lavoratori un senso di sicurezza rispetto al loro lavoro e alla solidità dell'impresa, compatibilmente con lo stadio di vita dell'azienda.	3
	Welfare aziendale e benefit	Creare un ambiente che massimizzi il benessere dei lavoratori e prevedere misure che rendano più semplice la conciliazione vita personale - lavoro.	4
	Realizzazione professionale	Organizzare il lavoro in modo da favorire la realizzazione professionale dei singoli e pianificare un percorso di crescita professionale.	4
	Riconoscimento	Riconoscere il contributo di ciascuno all'impresa, valorizzando impegno, responsabilità, motivazione e proattività di ogni collaboratore.	4
	Chiarezza organizzativa	Comunicare con chiarezza con i propri dipendenti e collaboratori; definire i ruoli e gli obiettivi e prevedere spazi di confronto.	3
	Ambiente di lavoro	Fondare la relazione con i lavoratori su un alto grado di condivisione dei valori aziendali, favorire coinvolgimento e partecipazione alla vita dell'azienda.	3
	Coesione con i lavoratori	Creare con i lavoratori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa.	3

	Elementi materiali	Elementi d'impatto	AMONG
	Presidio delle competenze distintive	Identificare e presidiare le competenze necessarie all'attività di impresa, adottando modalità efficaci mantenerle adeguate nel tempo.	4
	Innovazione organizzativa	Attivare nuove modalità di lavoro e saper adattare i ruoli a fronte di cambiamenti di contesto.	4
Valore Economico	Risultato economico	Produrre un risultato economico positivo.	3
	Solvibilità	Disporre di liquidità sufficiente a far fronte ai propri impegni nei confronti dei creditori.	3
	Distribuzione del valore economico	Contribuire a creare valore economico per tutti coloro che concorrono alla sua realizzazione, lungo la filiera.	3
	Condivisione dei profitti con i lavoratori	Condividere i risultati aziendali con i lavoratori.	3
	Reinvestimento degli utili in azienda	Reinvestire una percentuale degli utili in azienda, in maniera consistente con la prospettiva di crescita o di consolidamento del business.	4
	Coesione con i soci e gli azionisti	Creare con gli azionisti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa.	4
	Solidità patrimoniale	Bilanciare la struttura patrimoniale in termini di apporto di capitale proprio e capitale di terzi.	3
	Indipendenza	Gestire con attenzione e coerenza il ricorso a contributi a fondo perduto; differenziare per quanto possibile la clientela, etc.	4

Il valore creato attraverso il Prodotto

*“La Buona Impresa porta sul mercato prodotti o servizi in grado di rispondere a un bisogno delle persone e lo fa pensando a come il suo prodotto/ servizio (e il modo in cui viene al mondo) possa contribuire a spingere in una direzione **“positiva”** per la società, presente e futura. Non, quindi, “un prodotto qualsiasi purché venda”, ma un prodotto concepito come un contributo utile alla società, concepito e realizzato con passione, con cura, pensando al servizio che può rendere a chi ne fruisce e, in generale, al contesto.”*

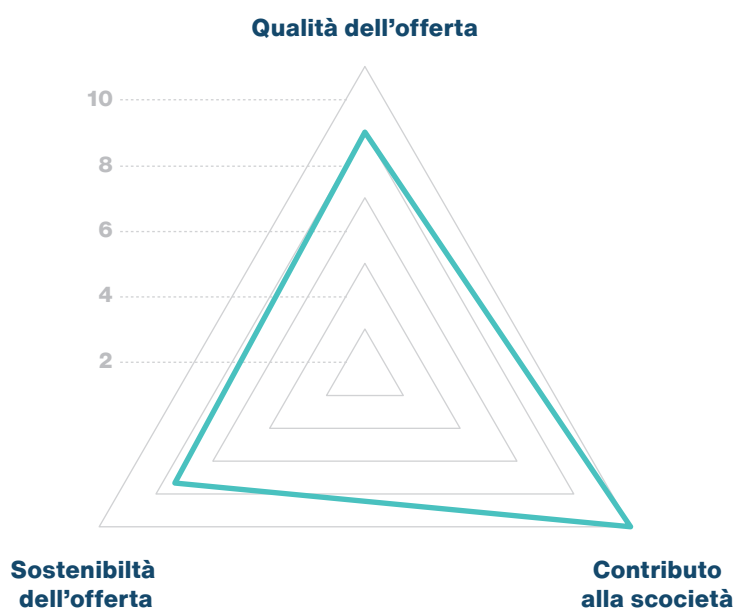
Valutazione dei singoli elementi e rilevanza attribuita

A ciascun elemento identificato come materiale dall'azienda, viene assegnata una valutazione (da 1 a 10) e attribuito un peso (1 - 4) rispetto alla rilevanza per l'attività dell'impresa e nella generazione di impatto.

	Elementi materiali	Elementi d'impatto	Rilevanza	Valutazione
Qualità dell'offerta	Qualità del Prodotto	Offrire un prodotto/servizio che risponda ai bisogni del cliente e soddisfi le finalità per le quali è stato acquistato.	4	9
	Qualità della Relazione con i clienti	Prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche cordialità, professionalità, disponibilità, fiducia.	4	9
	Congruità del prezzo	Proporre un prezzo congruo rispetto alla qualità e al valore per il cliente del prodotto/servizio.	3	6
Contributo alla società	Contributo al benessere delle persone	Realizzare in modo strutturale, attraverso l'offerta di beni e servizi, un impatto positivo nel breve e nel lungo periodo sul benessere sociale.	4	9
	Innovazione di prodotto	Produrre innovazione continua nell'ottica del miglioramento del servizio alle persone e alla società.	4	10
	Cultura	Contribuire alla crescita culturale del settore di riferimento, e in generale della società, attraverso la condivisione di informazioni	4	10
Sostenibilità dell'offerta	Coessione con i clienti	Creare con i clienti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa.	4	6
	Capacità di intercettare i bisogni del pubblico	Dotarsi di strumenti e sistemi per valutare l'evoluzione dei bisogni.	4	7
	Capacità di reazione	Capacità di adattarsi a mercati che cambiano e identificare gli eventuali spazi di miglioramento.	3	8

Valutazione di sintesi sul Valore creato attraverso il Prodotto

La valutazione di sintesi del Prodotto viene presentata, su scala 1-10, in forma aggregata a livello delle 3 dimensioni, ponderando le valutazioni sui singoli elementi in base alla rilevanza attribuita dall'azienda.



Complessivamente la valutazione risulta positiva ed equilibrata in relazione al fatto che si tratta del primo anno completo di attività per AMONG e in considerazione delle caratteristiche innovative del prodotto. Si richiama in particolare attenzione alla qualità e originalità dei prodotti sviluppati, caratteristiche fondanti per il posizionamento della società sul mercato, che soddisfano pienamente la finalità di beneficio comune tipiche delle Società Benefit.

Il valore creato attraverso il Lavoro

“La Buona Impresa si prende cura delle persone e dà valore al loro lavoro, non solo perché strumentale al successo dell’impresa, ma anche perché considera sua responsabilità e suo interesse il bene di lungo periodo di tutti coloro che sono coinvolti nella filiera. Nella visione della Buona Impresa, l’elemento centrale dell’economia è

il Lavoro, sia quello che l'impresa svolge per la società sia quello che il singolo svolge nell'impresa. "Lavoro" significa impiegare i propri talenti nella creazione di valore per altri, partecipando così allo sviluppo di una economia al servizio dell'Uomo e traendo da tutto questo remunerazione, sviluppo di sé e riconoscimento. Finalità dell'impresa è organizzare questi talenti, in modo da rendere il lavoro un'opportunità per le persone e, così facendo, una leva di sviluppo per il business."

Valutazione dei singoli elementi e rilevanza attribuita

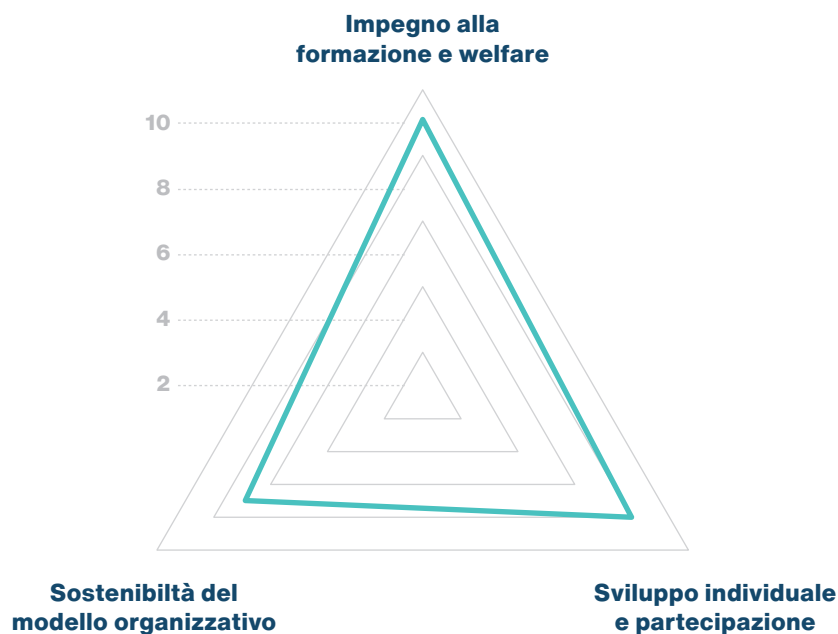
A ciascun elemento identificato come materiale dall'azienda, viene assegnata una valutazione (da 1 a 10) e attribuito un peso (1 - 4) rispetto alla rilevanza per l'attività dell'impresa e nella generazione di impatto.

	Elementi materiali	Elementi d'impatto	Rilevanza	Valutazione
Impegno alla formazione e welfare	Creazione di lavoro	Creare lavoro a condizioni eque e trasparenti, correttamente retribuito e contrattualizzato, in modo congruo rispetto al settore, lo stadio di vita dell'azienda e le aspettative dei lavoratori.	4	9
	Sicurezza sul posto di lavoro	Offrire un ambiente di lavoro sicuro, accogliente, pulito e curato. Garantire i massimi livelli di sicurezza possibili, adeguandosi alle normative esistenti.	3	10
	Prospettive e tutela dei lavoratori	Trasferire ai lavoratori un senso di sicurezza rispetto al loro lavoro e alla solidità dell'impresa, compatibilmente con lo stadio di vita dell'azienda.	3	7
	Welfare aziendale e benefit	Creare un ambiente che massimizzi il benessere dei lavoratori e prevedere misure che rendano più semplice la conciliazione vita personale - lavoro.	4	8

	Elementi materiali	Elementi d'impatto	Rilevanza	Valutazione
Sviluppo individuale e partecipazione	Realizzazione professionale	Organizzare il lavoro in modo da favorire la realizzazione professionale dei singoli e pianificare un percorso di crescita professionale.	4	9
	Riconoscimento	Riconoscere il contributo di ciascuno all'impresa, valorizzando impegno, responsabilità, motivazione e proattività di ogni collaboratore.	4	9
	Chiarezza organizzativa	Comunicare con chiarezza con i propri dipendenti e collaboratori; definire i ruoli e gli obiettivi e prevedere spazi di confronto.	3	6
	Ambiente di lavoro	Fondare la relazione con i lavoratori su un alto grado di condivisione dei valori aziendali, favorire coinvolgimento e partecipazione alla vita dell'azienda.	3	8
Sostenibilità del modello organizzativo	Coesione con i lavoratori	Creare con i lavoratori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa.	3	7
	Presidio delle competenze distintive	Identificare e presidiare le competenze necessarie all'attività di impresa, adottando modalità efficaci mantenerle adeguate nel tempo.	4	8
	Innovazione organizzativa	Attivare nuove modalità di lavoro e saper adattare i ruoli a fronte di cambiamenti di contesto.	4	7

Valutazione di sintesi sul valore creato attraverso il Lavoro

La valutazione del Lavoro viene presentata, su scala 1-10, in forma aggregata a livello delle 3 dimensioni, ponderando le valutazioni sui singoli elementi in base alla rilevanza attribuita dall'azienda.



La valutazione di quest'anno rispetto al valore creato attraverso il lavoro è complessivamente positiva, nonostante si tratti di una società in start-up. Dipendenti e collaboratori sono stati coinvolti in progetti entusiasmanti, con un elevato impatto sociale e un contesto sfidante che ha permesso una grande crescita a livello personale e professionale. In un contesto, come quello della cultura, tipicamente caratterizzato da *overeducation* e *underemployment*, le dipendenti sono state inserite ad un livello inquadramentale in linea con il proprio livello di specializzazione ed è stata data loro la massima libertà di autorganizzarsi e contribuire alla creazione del valore della società. L'esigenza di restare estremamente flessibili in termini operativi si è integrata con la complementarità delle competenze permettendo di operare senza un modello organizzativo strutturato valorizzando i talenti di ciascuno.

Il Valore Economico creato e condiviso

“La Buona Impresa persegue il profitto puntando non solo alla redditività di breve periodo, ma anche alla crescita del valore dell’impresa nel lungo, prestando attenzione alla ricaduta che questo ha su tutti gli attori coinvolti e, indirettamente, sul contesto. In questa visione, la redditività dell’impresa non solo non è antitetica rispetto al benessere sociale, ma ha un impatto di per sé sul contesto: obiettivo della buona impresa non è fare profitto in sé, ma farlo correttamente, creando valore per tutti i soggetti coinvolti, e utilizzarlo in modo equo e sostenibile, con attenzione alla ricaduta del valore sul contesto.”

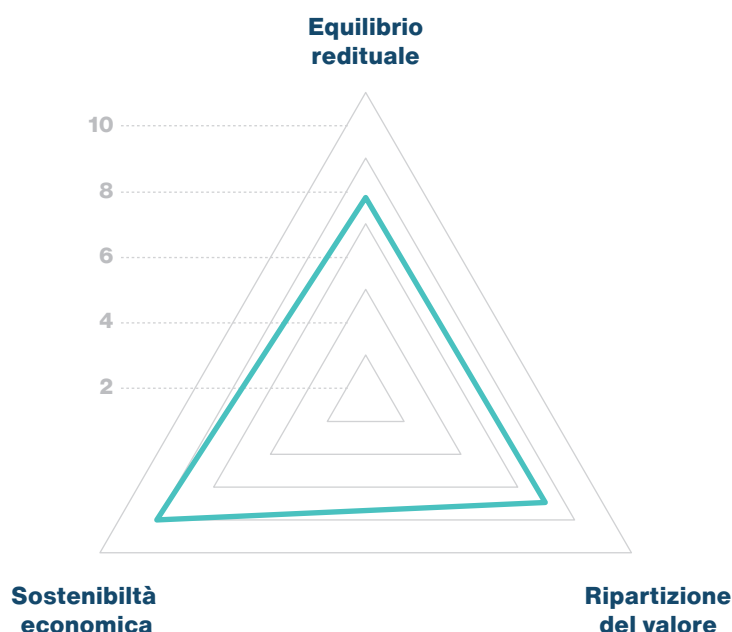
Valutazione dei singoli elementi e rilevanza attribuita

A ciascun elemento identificato come materiale dall'azienda, viene assegnata una valutazione (da 1 a 10) e attribuito un peso (1 - 4) rispetto alla rilevanza per l'attività dell'impresa e nella generazione di impatto.

	Elementi materiali	Elementi d'impatto	Rilevanza	Valutazione
Equilibrio reddituale	Risultato economico	Produrre un risultato economico positivo.	3	7
	Solvibilità	Disporre di liquidità sufficiente a far fronte ai propri impegni nei confronti dei creditori.	3	7
Ripartizione del valore	Distribuzione del valore economico	Contribuire a creare valore economico per tutti coloro che concorrono alla sua realizzazione, lungo la filiera.	3	6
	Condivisione dei profitti con i lavoratori	Condividere i risultati aziendali con i lavoratori.	3	5
	Reinvestimento degli utili in azienda	Reinvestire una percentuale degli utili in azienda, in maniera consistente con la prospettiva di crescita o di consolidamento del business.	4	10
Sostenibilità economica	Coesione con i soci e gli azionisti	Creare con gli azionisti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa.	4	10
	Solidità patrimoniale	Bilanciare la struttura patrimoniale in termini di apporto di capitale proprio e capitale di terzi.	3	8
	Indipendenza	Gestire con attenzione e coerenza il ricorso a contributi a fondo perduto; differenziare per quanto possibile la clientela, etc.	4	5

Valutazione di sintesi sul Valore Economico

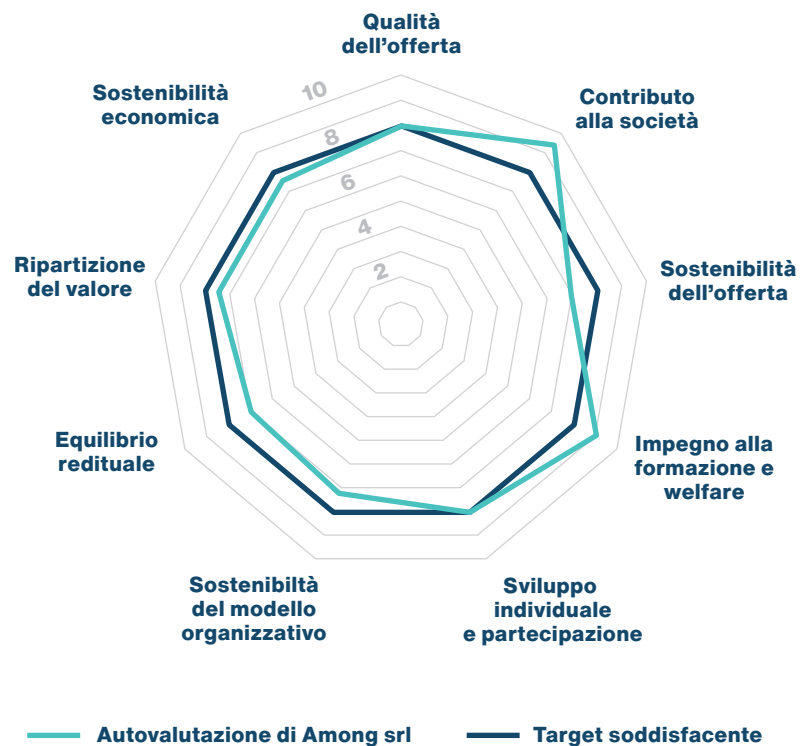
La valutazione del Valore Economico viene presentata, su scala 1-10, in forma aggregata a livello delle 3 dimensioni, ponderando le valutazioni sui singoli elementi in base alla rilevanza attribuita dall'azienda.



L'area della creazione di valore economico è stata più complicata dal punto di vista della valutazione in quanto la Società si trova in una fase di avviamento e i prodotti più innovativi sono ancora in fase di definizione in termini di redditività e efficientamento dei costi di produzione. La valutazione della sostenibilità economica e delle opportunità di business di questi prodotti costituisce una priorità per l'esercizio successivo.

Risultato complessivo: La valutazione Sistemica del Valore

In attesa di poter disporre nei prossimi esercizi di un contesto risorse interne e di stakeholders esterni che possa fornire un set di valutazioni terze da incorporare alla presente relazione, per il 2023 si è adottato un approccio di autovalutazione rispetto ai livello target, che permetta comunque di individuare le aree di miglioramento e prioritarie nella gestione operativa e strategica della Società.



Le autovalutazioni sono state ponderate sulla base di una scala che tiene conto sia di elementi di rischio che di aspetti qualitativi:

Criteri di assegnazione delle valutazioni	
Valutazione	Criterio
1	Crea un danno/mette in pericolo l'azienda o gli stakeholder
2	Esiste un rischio reale di creare un danno/mettere in pericolo l'azienda o gli stakeholder
3	Il tema non è presidiato
4	Il tema è preso in carico, ma con risultati insufficienti
5	Non ancora sufficiente, migliorabile
6	Sufficiente
7	Buono
8	Pienamente soddisfacente
9	Oltre le aspettative
10	Non si può fare meglio

Rispetto all'equilibrio complessivo, risultano in evidenza la qualità dell'offerta e l'impegno allo sviluppo del capitale umano, che sono l'elemento caratterizzante del posizionamento di AMONG e il principale contributo che possiamo portare alla società. Le attività di valorizzazione delle risorse, del patrimonio sia artistico che culturale, della conoscenza in ambito umanistico e scientifico su cui si basa la produzione di AMONG evidenziano naturali e ampie ricadute positive sugli stakeholders sia interni che esterni.

Le dimensioni della sostenibilità economica e di modello di business pur al di sotto del target, non sono inferiori alle aspettative e sono state sostenute attraverso un'attrazione di risorse pubbliche con la vittoria di tre bandi di finanziamento a fondo perduto che hanno permesso di sostenere lo start-up mantenendo l'equilibrio a livello economico e finanziario.

Obiettivi e progetti futuri

Nel corso del prossimo esercizio, AMONG intende proseguire sul percorso intrapreso sviluppando e consolidando i prodotti in portafogli affinché possano garantire entro il 2025 l'equilibrio economico-finanziario della società e un'adeguata fonte di reddito per i lavoratori anche senza il supporto di finanziamenti a fondo perduto.

Conclusione

Nel corso del suo primo anno completo di gestione, AMONG ha apportato un contributo concreto ai propri stakeholder sia interni che esterni in termini di Beneficio Comune. Ha lavorato all'ideazione e alla prototipazione di prodotti originali e di altissima qualità che hanno permesso di creare tre nuovi posti di lavoro nonché attivare diverse collaborazioni. La valorizzazione dei talenti e lo sviluppo delle competenze sono state un elemento chiave della relazione di tutte le persone coinvolte. La società si è, inoltre, dotata di un processo di misurazione del Beneficio Comune adottando lo standard della Buona Impresa®.

AMONG intende mantenere e migliorare il contesto in cui opera, promuovendo un ambiente sempre più inclusivo, sicuro e stimolante, nonché la sostenibilità del business. I risultati raggiunti rappresentano il punto di partenza, dal quale continueremo a lavorare con lo scopo di migliorarci, fissandoci annualmente target sempre più importanti da raggiungere. Ai fini di massima trasparenza, sarà nostra cura rendicontare ogni anno i progressi verso il raggiungimento degli obiettivi statutari, lavorando a nuove soluzioni per promuovere un modello di business sostenibile, a beneficio dei nostri stakeholder e della comunità in cui operiamo.



AMONG

Società benefit

Per informazioni:

info@among.website | 349.7558931

www.among.website

AMONG Srl Società Benefit

Socio unico Annamaria Gimigliano | Capitale Sociale 30.000 euro

Viale Egeo 14, 00144 Roma | P.iva: 16713791008 |