

**Relazione di Impatto 2023
Be Relevant SRL - Società Benefit**



Indice

Lettera agli Stakeholder

PREMESSA

1. Visione di fondo della Buona Impresa
2. Metodologia

A) L'azienda e la governance

1. Chi siamo: storia, visione, missione
2. Impegno come società benefit
3. Modello di business
4. Processi strategici e trasparenza

B) Le finalità di beneficio comune: Rendicontazione e Valutazione dell'impatto

1. La mappa del valore condiviso
2. La struttura del report
3. Governance
4. La nostra missione con i clienti: concentriamoci sul "Job to be done"
5. La nostra missione con i collaboratori: benessere e conciliazione vita lavoro
6. La nostra missione con il territorio: diventare propulsori e trasformatori di cultura aziendale

C) La sostenibilità sociale ed ambientale: "First do no harm"

1. La Matrice di Materialità
2. La sostenibilità sociale ed ambientale

D) Considerazioni conclusive: Be Relevant SRL SB come Buona Impresa

1. Creare valore e continuare a creare valore attraverso il sistema impresa
2. La valutazione dell'impatto: gli obiettivi di sviluppo sostenibile
3. Punti di miglioramento verso la buona impresa
4. Obiettivi 2024 e piano d'azione strategico

Lettera agli Stakeholder

Caro cliente, collaboratore, partner e fornitore,

Ti scrivo una lettera per condividere prima di tutto l'entusiasmo e la passione che animano Be Relevant, una società benefit che pone al centro del suo agire il benessere delle persone e la creazione di valore condiviso.

In un mondo in continua evoluzione, dove le sfide si susseguono con rapidità, credo fermamente che la chiave per il successo sia **investire insieme per costruire relazioni di fiducia e durature.**

Per questo motivo nel 2023 mi sono concentrata sul benessere dei miei collaboratori e sulla creazione di valore per tutti: i due pilastri fondamentali che hanno avuto pari impatto sull'evoluzione anche della mia cultura imprenditoriale.

Concretamente, questo ha significato un impegno rivolto ai collaboratori per:

- Creare un ambiente di lavoro sicuro, accogliente, pulito e curato.
- Garantire condizioni di lavoro eque e trasparenti, correttamente retribuito e contrattualizzato.
- Offrire percorsi di formazione personalizzati per supportare lo sviluppo di competenze e talenti.
- Favorire la conciliazione vita-lavoro con orari flessibili e smart working.
- Promuovere la collaborazione e il team building per creare un clima di fiducia e supporto reciproco.
- Distribuire una percentuale del risultato economico di esercizio ai collaboratori in base al loro contributo.

Con i clienti ci siamo concentrati su:

- Applicazione della teoria del "Job to be done", ovvero sul risultato finale che desiderano ottenere.
- Azioni concrete per raggiungere gli obiettivi in modo efficace e sostenibile, creando relazioni di fiducia durature.

I dati della relazione sono chiari e mi spingono a continuare:

- **Il 95% dei clienti è soddisfatto del servizio che offriamo.**
- **Il 70% dei clienti ha aumentato il proprio fatturato grazie al nostro supporto.**
- **Il 90% dei miei collaboratori è soddisfatto del proprio lavoro.**

Ciò che ci rende davvero unici è il nostro approccio innovativo al **lavoro**, basato sul concetto di **"Job to be done"**. Ci concentriamo sul **risultato finale** che noi e il cliente desideriamo ottenere, anziché puntare solo sulla vendita di prodotti o servizi.

In questo modo, aiutiamo le imprese a raggiungere i loro obiettivi in modo più efficace e sostenibile, creando relazioni di fiducia.

Questi risultati ci rendono orgogliosi e ci motivano a fare sempre di più.

Investire in Be Relevant significa quindi investire in una società che:

- Valorizza le persone e ne promuove la crescita.
- Crea valore condiviso per tutti gli stakeholder.
- Siamo già orientati al futuro.

Con il tuo sostegno, possiamo continuare a crescere e a fare la differenza nel mondo.

Grazie per la tua attenzione e un grazie speciale alle persone che ogni giorno lavorano al mio fianco.

Con affetto,

Deborah Ghisolfi

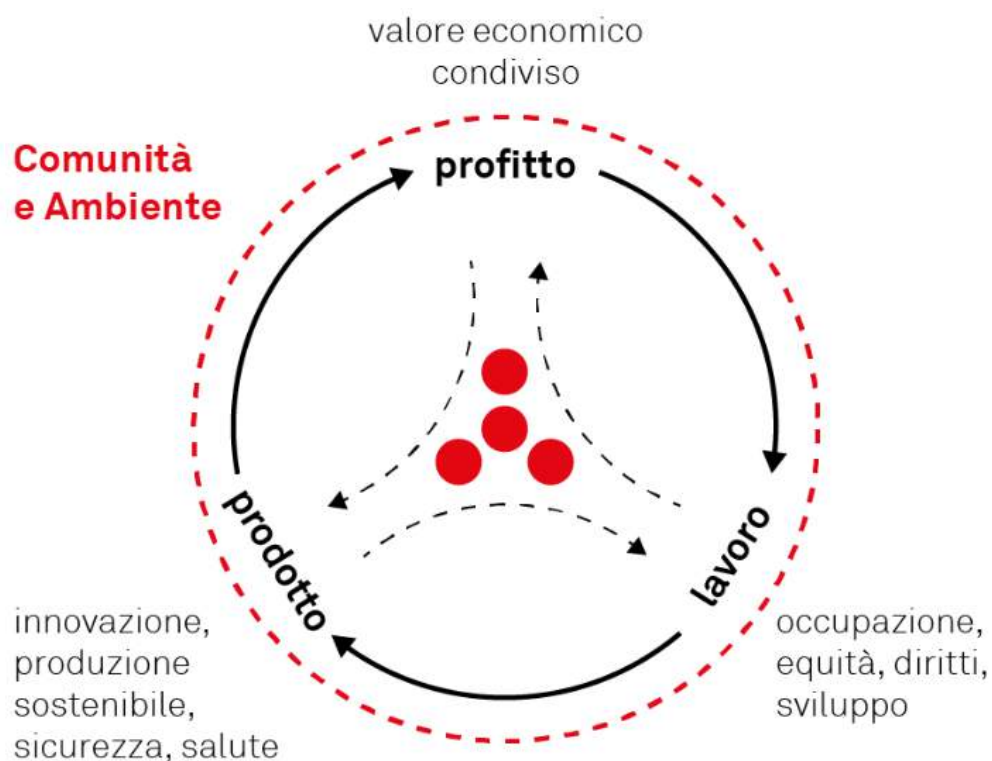
Amministratore Unico

Be Relevant SRL SB

PREMESSA

1. Visione di Fondo della Buona Impresa

Be Relevant SB condivide la visione di fondo della Buona Impresa secondo la quale Lavoro, Prodotto e Profitto rappresentano, nella loro accezione più ampia, i **tre pilastri** attorno ai quali si sviluppa ogni attività d'impresa. Nell'ambito di ciascuno di questi pilastri si configura naturalmente una relazione con gli stakeholder diretti: Collaboratori, Clienti ed Investitori. Basta questa sua essenza a caratterizzare l'impresa come rilevante **attore sociale**: ciascuno di noi utilizza prodotti o servizi offerti dalle imprese, dei quali non saprebbe più come fare a meno; molti di noi lavorano per o con un'impresa; tutti coloro che non tengono i loro risparmi sotto il materasso sono anche, direttamente o indirettamente, investitori. Se questa è l'essenza dell'impresa, occorre poi riconoscere che essa è un sistema complesso, che di fatto interagisce, anche se indirettamente, con tutti gli altri elementi di quel ben più complesso sistema che è la società, incidendo sul suo sviluppo in senso positivo o negativo. Interagisce, molto direttamente, con il pianeta che abitiamo, consumando e trasformando le risorse che esso ci mette a disposizione in modo finito. Essenzialmente, **l'impresa crea valore**, più o meno condiviso con la società, e inevitabilmente, consuma risorse, in modo più o meno responsabile. Tutto questo delinea la natura dell'impresa e il suo ruolo nella società, e siccome ad ogni ruolo corrisponde una responsabilità, di questo le dobbiamo chiedere conto e per questo la dobbiamo valutare.



2. Metodologia

Il presente documento ha lo scopo di rendicontare in modo trasparente ed esaustivo rispetto alla capacità dell'impresa di creare valore in modo sostenibile.

Per la produzione di questo documento Be Relevant SRL SB ha scelto di appoggiarsi, come standard di valutazione esterno, al **Modello della Buona Impresa**[®] (www.labuonaimpresa.it), promosso da Fondazione Buon Lavoro (www.fondazionebuonlavoro.it) che permette di aiutare le aziende a leggere, valutare e rendicontare la propria capacità di creare valore per la società, attraverso l'attività d'impresa.

L'adozione del **Modello della Buona Impresa**[®] rispetta quanto previsto dalla legge 208/2015 articolo 1 - comma 382, allegati 4 e 5.

Il manifesto della Buona Impresa

La Buona Impresa, interpretando in modo coscienzioso e responsabile la natura stessa dell'impresa, definisce la propria finalità attraverso una visione sistemica.

Come impresa, persegue un triplice scopo, ricercando – con cura e responsabilità – la sinergia tra tre tipologie di obiettivi: il successo dei propri prodotti o servizi, la creazione e organizzazione di buona occupazione, la creazione di valore economico. Applicando tale visione, nessuno dei tre risultati è puramente strumentale, ma si qualifica in quanto deriva dagli altri due e a sua volta li influenza positivamente.

Come attore sociale, fa leva sulla coincidenza di interessi con gli stakeholder, perseguendo al tempo stesso il proprio scopo di lungo periodo e la creazione di valore per il contesto, consapevole che dallo stesso fare impresa deriva un rilevante impatto sociale: offrire prodotti e servizi che rispondono a bisogni della società, favorendone sviluppo e benessere; creare occupazione e occasione di soddisfazione professionale per le persone; condividere valore economico.

La Buona Impresa considera un prerequisito imprescindibile l'impegno a gestire in modo responsabile e sostenibile tutte le ricadute che l'attività d'impresa ha sulla comunità e sull'ambiente, monitorando e riducendo eventuali effetti negativi.

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

* * *

*Così, perseguendo in modo responsabile i propri fini,
ricercando coscienziosamente il proprio bene,
la Buona Impresa produce al tempo stesso il bene del contesto in cui è inserita.*

**BUONA
IMPRESA**

La metodologia di reporting della Buona Impresa prevede che questo sia innanzitutto fondato sul **principio di "materialità"**: ogni impresa produce e consuma valore in modo diverso, in base alle dimensioni, allo stadio di vita, all'Industry e, soprattutto, alle proprie finalità e caratteristiche distintive. La "materialità" è il principio che determina quali temi sono sufficientemente importanti – per l'azienda e per gli stakeholder - da renderne essenziale la rendicontazione e la valutazione.

Sui temi identificati come rilevanti, il modello di reporting della Buona Impresa, prevede che la relazione includa diversi tipi di informazioni, fortemente interconnessi tra loro:

- la valutazione, da parte dell'impresa stessa e da parte degli stakeholder direttamente coinvolti laddove possibile;
- i dati, quantitativi e qualitativi, su cui tale valutazione si fonda;
- i commenti, che servono a motivare le valutazioni inserendo i dati in una cornice di senso;
- gli obiettivi, ovvero le esigenze e le priorità di miglioramento per il futuro.

Nel modello qui adottato, dunque, la "rendicontazione" e la "valutazione d'impatto" richiesti dalla normativa sulle Società Benefit, così come gli obiettivi futuri, vengono integrati perché trattano di fatto gli stessi elementi.

In termini di struttura, il report si divide in 4 parti:

A. La prima parte riguarda la descrizione dell'azienda, della sua visione e della governance. E' una parte più descrittiva, meno legata alle performance annuali, ma essenziale nella valutazione dell'impresa e come chiave di lettura delle informazioni incluse nell'intero report.

B. La parte centrale, il cuore del documento, ha l'obiettivo di rendere conto delle performance dell'impresa nei 3 pilastri fondamentali dell'attività della Buona Impresa e, al tempo stesso, della creazione di valore: Il Prodotto (1), Il Lavoro (2) e Il Valore Economico (3). In questa stessa struttura tripartita, trovano collocazione anche le tre Finalità di Beneficio Comune di Be Relevant SRL SB, illustrate alla fine di ciascun capitolo, attraverso le quali essa 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.

C. La terza parte osserva invece la Sostenibilità Sociale e Ambientale, ovvero la capacità dell'impresa di creare valore, soddisfacendo i bisogni dei propri stakeholder "senza compromettere la possibilità per le generazioni future di realizzare i propri bisogni".

D. Le considerazioni conclusive rispetto al beneficio comune generato, rispetto alla sostenibilità dell'impresa e alla sua capacità di continuare a creare valore nel tempo.

L'AZIENDA E LA GOVERNANCE

1. *Chi siamo: storia, visione, missione*

L'impresa Be Relevant SRL SB viene incarnata fin dalla propria nascita da Deborah Ghisolfi ([Deborah Ghisolfi | LinkedIn](#)): Coach, Consulente e Trainer di Agile Marketing. La società nasce nel 2018 come SRLS per poi essere trasformata alla fine del 2022 in SRL ordinaria con la qualifica di Società Benefit e PMI innovativa. Un passaggio molto importante, questo, per avvicinare la forma societaria ad un modello organizzativo che si avvicina e rispecchia in modo pieno ad autentico l'approccio che la fondatrice ha verso il business in termini di processo di creazione e condivisione del valore con i propri stakeholder.

Deborah è sia socio unico che amministratore unico di Be Relevant SRL SB e si pone come la principale referente nel nostro paese, attraverso la sua organizzazione, del nuovo approccio di fare marketing denominato "Agile Marketing" oltre che essere titolare del Marchio "Agile Marketing italia" e coautrice del libro "Agile Marketing".

Be Relevant SRL SB nello svolgimento della propria attività adotta nel proprio interno un modello organizzativo "agile" oltre che diffondere questo approccio presso i propri clienti.

Questo approccio prevede che vengano messi davanti agli strumenti e ai processi aziendali le persone e le relazioni e ogni decisione strategica ed operativa venga condivisa e presa insieme al proprio gruppo di riferimento. Attraverso il modello OKR (modello degli obiettivi e dei risultati chiave) prendono forma sia la strategia che gli obiettivi di ogni anno in un processo di condivisione con il proprio gruppo di collaboratori più stretti. Nascono quindi attraverso la creazione di una road map le attività operative, i processi e i servizi che permetteranno di realizzare gli obiettivi strategici. Il tutto mappando su una apposita piattaforma i passaggi necessari per raggiungere tali obiettivi.

Elemento molto importante è che la società adotta su sé stessa prima che sugli altri quello che andrà poi ad offrire ai propri clienti, definendosi in questo modo come: "la prima fruitrice dei propri prodotti". In questo senso Be relevant SRL SB andrà quindi a sperimentare in prima persona la metodologia agile per far emergere creatività e concretezza nel raggiungere gli obiettivi di business. Condividerà con i clienti l'esperienza di abilitare le persone a percepire i cambiamenti e agire prontamente per affrontarli senza subirli. Ispirerà gli altri mostrando le sfide che ha affrontato e superato adottando il Mindset Agile.

In questo senso ha ottenuto dai propri clienti nel corso degli anni riscontri assolutamente positivi.

Gli elementi costitutivi della "Vision" in Be Relevant sono:

- Volontà che l'Agile entri nei reparti marketing aziendali attraverso un apprendimento completo e continuo che parta dalla teoria, ai corsi, fino alla messa a terra del metodo, concreta e pratica, senza nessun momento di smarrimento.
- Essere un acceleratore di innovazione e trasformazione culturale agile per diffondere e creare consapevolezza sulla strategicità della business Agility in Italia e in Europa.

- Far capire alle persone che Agile è prima di tutto un CAMBIAMENTO DI MINDSET e che ottenere un'evoluzione è possibile ma richiede un ALLENAMENTO e la pratica dei Principi dell'Agile.

Accanto alla visione gli elementi fondanti dalla "Mission" di Be Relevant sono:

- Non essere solo un'azienda che crea formazioni e consulenza ma che desidera ascoltare le persone.
- Trasformare il modo in cui le imprese innovano guidando la spinta creativa per tradurre le idee in realtà e realizzando percorsi personalizzati di accelerazione strategica che aiutino manager ed imprenditori a prendere decisioni rapide e profittevoli.

Allineare il "mindset" Agile attraverso:

- una comunità di pratica che consenta a tutti i membri di confrontarsi, crescere, proporre idee e co-progettare il proprio apprendimento.
- Meetup di approfondimento.
- Corsi Verticali.
- Consulenze.

Lo scopo (purpose) di Be Relevant, il "perché" l'azienda esiste ed opera creando un impatto positivo è:

- Trasformare la complessità e l'incertezza in opportunità di crescita.
- Credere che le persone siano degli attivatori del progresso e che da loro dipende il miglioramento del mondo che ci circonda.
- Creare insieme alle persone un terreno fertile per l'innovazione, l'eccellenza organizzativa, in imprese che crescono esponenzialmente.

L'azienda al momento non ha dipendenti per cui date le dimensioni, la struttura organizzativa è molto appiattita: l'unica socia svolge, allo stesso tempo, funzioni di governance, di management e le attività operative nell'ambito dei progetti di consulenza avvalendosi di un gruppo di collaboratori a partita iva.

L'azienda si avvale quindi di una rete di relazioni con singoli professionisti e agenzie, allo scopo di offrire ai clienti un servizio il più possibile completo. Si tratta, per la gran parte, di relazioni strette e di lungo periodo, che hanno fatto diventare questi collaboratori "esterni" una parte integrante del gruppo di lavoro di Be Relevant SRL SB.

2. Impegno come Società Benefit

La finanziaria 2016 ha introdotto in Italia la qualifica giuridica di Società Benefit 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 ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse”.

Per la prima volta, il Codice civile italiano prevede la possibilità di associare al fare impresa scopi “altri” rispetto al solo profitto: sono le cosiddette “Finalità di Beneficio Comune”, che vengono indicate specificatamente nell’oggetto sociale della Società Benefit e diventano quindi parte integrante della sua identità e dei suoi obblighi.

Le finalità di beneficio comune previste nello statuto di Be Relevant SRL SB sono:

Area 1 – Collaboratori

- ✓ Il benessere e la conciliazione vita-lavoro dei collaboratori: ognuno può lavorare dove vuole e quando vuole. Non ci sono timbrature e giorni prestabiliti in presenza con facoltà di effettuare incontri on line utili alla focalizzazione.
- ✓ Si prevedono due incontri annuali di confronto in presenza per attività di team building e rafforzamento delle relazioni.
- ✓ Una percentuale fino al 50% del risultato economico di esercizio misurato da indicatori di redditività aziendale sarà distribuita ad amministratori e collaboratori ogni anno in base al contributo che ognuno ha dato per far crescere la società in termini di riconoscibilità sul mercato, impatto sociale e sostenibilità dell’impresa.

Area 2 – Clienti

- ✓ Alta concentrazione verso i cosiddetti stakeholder evitando il più possibile di svolgere o far svolgere ai nostri clienti azioni che non siano realmente necessarie.
- ✓ Impegno di contribuire alla crescita dei nostri clienti focalizzandoci sul cosiddetto “job to be done”, ovvero sul lavoro effettivamente da realizzare senza forzature e nel rispetto dei budget e delle disponibilità di tempo e di impegno attivo sempre dei nostri clienti.
- ✓ Condurre i nostri clienti a capire sia che i modelli di business sostenibili sono i più innovativi sia che il marketing e la comunicazione etica, interna ed esterna, creano relazioni forti e rendono profittevole l’azienda nei suoi tre pilastri: etica – competenza – legame.

Area 3 – Il territorio cremonese

☒Attraverso collaborazioni con Università, Associazioni di categoria e altri portatori di innovazione del territorio si vuole:

- ✓ essere propulsori e trasformatori di cultura aziendale e di impresa affinché gli imprenditori locali e territoriali continuino ad evolvere ed essere attrattivi per giovani e non;

- ✓ essere propulsori e trasformatori del territorio cremonese creando indotto nel commercio, nel turismo e nei servizi, affinché grazie anche alla capacità di spesa di nuove persone, queste scelgano di vivere, operare e lavorare con preferenza a Cremona senza sentire il bisogno di spostarsi in altri luoghi

Rispetto alle finalità di beneficio comune indicate, considerando il primo anno di Be Relevant come società benefit, gli indicatori presi come metrica dell'output a breve termine costituiscono anche una adeguata misura per valutare l'outcome a medio-lungo termine ed il relativo impatto generatore di cambiamento di lungo periodo.

3. Modello di Business

Un elemento molto rilevante per Be Relevant è il fatto che la stessa si pone come un acceleratore di innovazione agile che attraverso i propri valori aiuta le persone che lavorano nelle aziende a ideare e implementare la strategia più efficace per massimizzare il successo del modello di business.

Adotta un approccio sistemico all'innovazione organizzativa, come elemento chiave della crescita delle aziende.

Il modello di business di Be Relevant SRL SB, nello specifico, può essere così rappresentato rispetto ai suoi elementi costitutivi:

☒ Prodotto (cosa faccio?)

I prodotti offerti sul mercato dalla società si possono così riassumere:

- Consulenze Agile in azienda con Agile Coach e Scrum Master per agire sui flussi di lavoro.
- Costruzione ed "affitto" un team di marketing per raggiungere gli obiettivi.
- Creazione condivisa di una strategia di marketing.
- Formazione dei collaboratori con corsi mirati.

☒ Target di riferimento (a chi mi rivolgo?)

I target di riferimento della società sono in ambito organizzativo e precisamente:

- Marketing Manager.
- Direttori Vendite e commerciale.
- Enti di formazione.
- Marketers (addetti al marketing).
- Imprenditori.
- HR Manager (gestori risorse umane).

☒ I clienti scelgono Be Relevant SRL SB perché (la relazione)?

- Perché Be Relevant porta nelle aziende pratiche "Agile" innovative che abilitano le persone a percepire i cambiamenti e a rispondere tempestivamente agendo prontamente per cavalcare i cambiamenti, senza subirli.
- Perché Be Relevant crea insieme alle persone terreno fertile per l'innovazione, necessaria a rendere efficace e profittevole il business.

- Perché attraverso Be Relevant le persone diventano gli attivatori di un cambiamento culturale che porta il team a lavorare con un efficiente metodo strutturato.

☒ *Valori creati e condivisi attraverso le attività svolte:*

- Competenza.
- Innovazione.
- Fiducia.
- Etica.
- Coerenza.

☒ *Per creare l'impatto desiderato utilizza i seguenti canali (il come?)*

- Pagine linkedin AMI (Agile Marketing Italia).
- Pagina linkedin della titolare.
- Pagina linkedin dei collaboratori/Partner.
- Sito AMI.
- Newsletter.

☒ *Con quali attività?*

- Formazione e consulenza in azienda.
- Corsi.

☒ *Struttura dei ricavi e dei costi di esercizio*

La struttura dei costi e dei ricavi è quella di un'azienda che da una parte realizza ricavi per la prestazione di servizi come sopra descritti e come voci di costo le principali sono: la remunerazione dell'amministratore, i compensi dei collaboratori, i costi per la gestione dei corsi di formazione e le spese di trasferta.

Queste voci possono facilmente essere individuate da una lettura del conto economico.

☒ *Collaboratori*

Si tratta, in primis, delle persone che condividono il percorso professionale della titolare e sono esperti di agile marketing.

In aggiunta tra le altre figure abbiamo il commercialista, il consulente del lavoro, il redattore della valutazione di impatto oltre che alle figure di volta in volta necessarie per svolgere l'attività aziendale.

4. Processi strategici e di trasparenza

Uno dei principi su cui si fonda la governance nella società è quello della responsabilità personale dei collaboratori e sulla trasparenza delle persone verso l'organizzazione.

In questo senso il flusso di lavoro è organizzato in modo tale che, se un collaboratore non riesce a portare a termine il proprio compito, lo stesso viene ascoltato ed aiutato dal gruppo, in uno dei frequenti meeting settimanali, cercando di arrivare, comunque, allo svolgimento dell'attività

definita. Si passa, quindi, in azienda, attraverso una responsabilità guidata in cui si libera il tempo per lo sviluppo della leadership individuale e collettiva.

Questo approccio è la base di funzionamento interno delle relazioni in Be Relevant e anche delle consulenze che vengono proposte ai clienti finali con diversi gradi di coinvolgimento.

In questo modo si capisce come la società diventi un vero e proprio agente di cambiamento culturale sia interno che esterno non essendo i suoi servizi adatti a tutte le organizzazioni ma solo a quelle che accettano questa modalità di “essere Agile”.

La struttura dell’offerta di valore prevede che la società si rivolga sia ad organizzazioni che sono interessate ad applicare al proprio interno i principi di “Agile Marketing” oltre che a clienti privati per lo sviluppo di comunità di pratica. La comunità prevede l’utilizzo di una piattaforma in cui si mettono a fattor comune con i partecipanti i principi di Agile Marketing, facendo network, seguendo seminari e condividendo esperienze sempre con un approccio innovativo che diventa l’elemento essenziale dell’offerta di valore di Be Relevant.

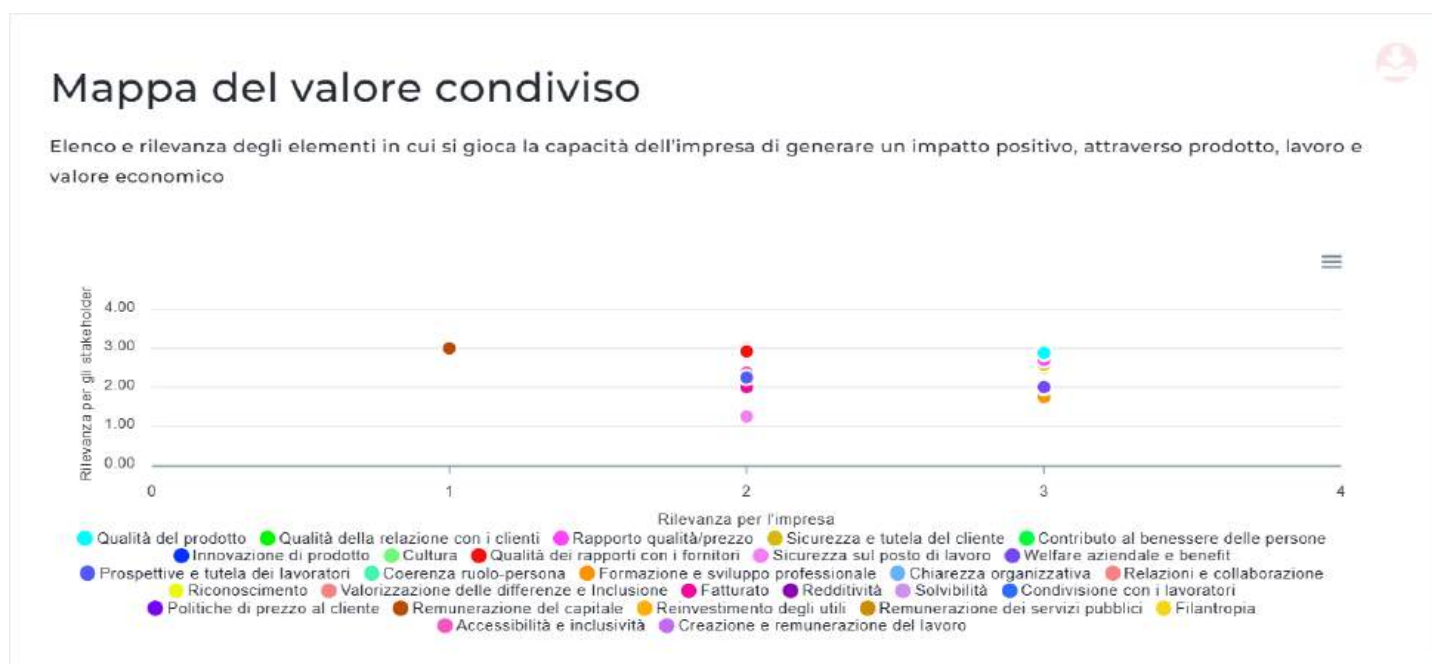
La società si pone, quindi, come un agente di cambiamento culturale attraverso un nuovo approccio per gestire il business.

B) LE FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE: RENDICONTAZIONE E VALUTAZIONE DI IMPATTO

1. La mappa del valore condiviso

A monte del percorso di rendicontazione e valutazione rispetto al beneficio comune, sono stati identificati per ciascuno dei 3 pilastri di rendicontazione gli elementi chiave in cui riteniamo si giochi la capacità dell'impresa di generare un impatto positivo.

A ciascuno degli elementi del Modello della Buona Impresa è stata attribuita una rilevanza (da 0=Non rilevante/Non applicabile 1=Poco rilevante 2=Abbastanza rilevante 3=molto rilevante), sia da parte dell'azienda che da parte degli stakeholder, confluita nella matrice qui sotto



rappresentata.

Ognuno degli elementi ritenuti rilevanti (quindi con una valutazione di rilevanza media >2 sia per l'impresa che per gli stakeholder) è oggetto di valutazione e rendicontazione nei paragrafi che seguono. Si tratta della parte in alto a destra del grafico.

La mappa del valore condiviso ad oggi non tiene ancora conto delle risposte di Università ed enti del territorio che stiamo comunque supportando e che hanno bisogno di maggiore impegno per creare cultura del feedback.

Nella prossima rendicontazione di impatto verranno evidenziati i relativi risultati.

2. La struttura del report

Nelle pagine seguenti verranno descritte le performance di Be Relevant SRL SB relative all'anno 2023, in termini di creazione di valore per il contesto attraverso i 3 pilastri fondamentali dell'attività della Buona Impresa: Il Prodotto (1), Il Lavoro (2) e Il Valore Economico (3).

In questa stessa struttura tripartita, trovano collocazione anche le tre finalità di beneficio comune di Be Relevant, illustrate alla fine di ciascun capitolo.

Ciascuno dei tre pilastri è osservato sotto due punti di vista: la creazione di valore condiviso e la capacità di continuare a crearlo nel lungo periodo.

Rispetto alla creazione di valore, ciascuno dei 3 capitoli si apre con un grafico a ragnatela che rappresenta la valutazione dell'impresa rispetto agli elementi che la qualificano, costruita attraverso lo *Strumento di Autovalutazione partecipata della Buona Impresa*, su una scala da 1 a 6 (1= forte criticità; 2= qualche problema; 3= ok ma migliorabile; 4= ben presidiato; 5= un risultato speciale; 6= insuperabile).













Tale valutazione mette a confronto, su ciascun elemento, l'autovalutazione dell'impresa e la valutazione assegnata dagli stakeholder di riferimento: i clienti per il capitolo prodotto, i lavoratori e i fornitori per il capitolo lavoro, i soci per il capitolo sul valore economico.

Nei grafici radar chart di seguito riportati in ogni paragrafo, viene raffigurata la creazione di valore per ogni pilastro dell'attività di impresa (Prodotto, Lavoro, Valore economico). Negli assi sono rappresentati solo gli elementi rilevanti scelti dall'impresa relativi alle prime due dimensioni del modello della Buona Impresa (elementi che creano valore e elementi che qualificano una buona creazione di valore); la scritta in rosso corrisponde agli elementi valutati "molto rilevanti" dall'impresa, in fase di definizione della "Materialità".

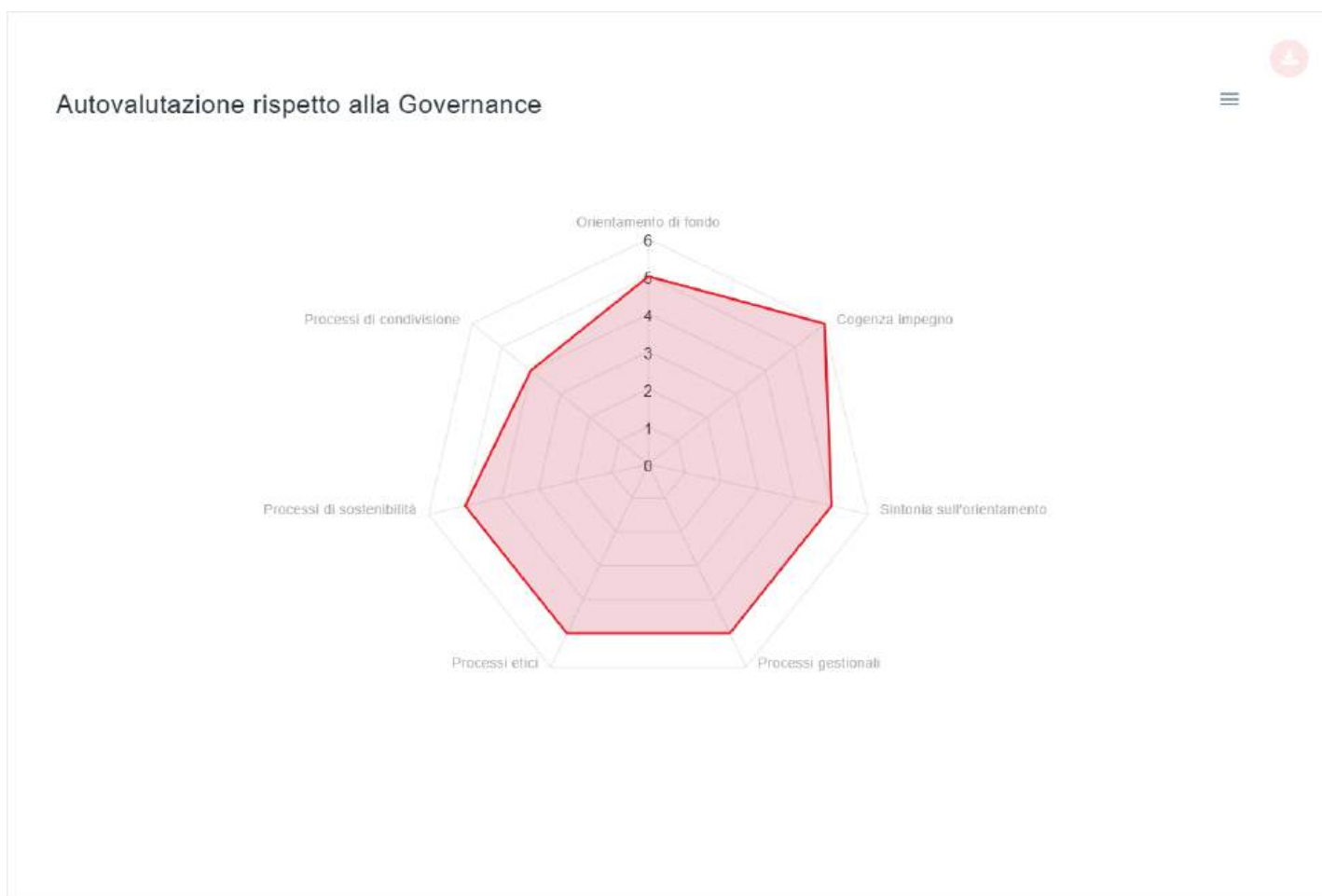
La linea rossa corrisponde alla valutazione assegnata dall'impresa mentre – ove i dati sono disponibili – la linea marrone disegna la media delle valutazioni assegnate dagli stakeholder.

Segue al grafico radar una tabella con il dettaglio delle valutazioni e la rilevanza attribuita a ciascun elemento dall'impresa e, se disponibile, dagli stakeholder.

Per ogni pilastro, infine, è presente una tabella che sintetizza gli elementi relativi alla "terza dimensione" di valutazione: la capacità dell'impresa di continuare a creare valore nel lungo periodo, ovvero la sostenibilità nel tempo dell'impresa come bene comune.

Pilastri di valutazione		Dimensioni di valutazione		
		<i>Elementi determinanti della finalità</i>	<i>Componenti qualificanti la creazione di valore</i>	<i>Sostenibilità del valore creato nel tempo</i>
	Portare sul mercato buoni PRODOTTI/ SERVIZI	 Qualità dell'offerta	 Contributo alla società	 Sostenibilità dell'offerta
	Creare e organizzare un BUON LAVORO	 Impegno contrattuale e welfare	 Sviluppo individuale e partecipazione	 Sostenibilità del modello organizzativo
	Creare e condividere VALORE ECONOMICO	 Equilibrio reddituale	 Equa ripartizione del valore generato	 Sostenibilità economica

3. La governance



Dal punto di vista della governance il socio unico valuta in modo importante (5=un risultato speciale) l'orientamento di fondo, sintonia sull'orientamento, processi gestionali, processi etici e i processi di sostenibilità.

La maggior valutazione emerge in tema di "cogenza ed impegno" per il fatto che alla fine del 2022 Deborah Ghisolfi ha deciso la trasformazione di Be Relevant SRL in società benefit dal 01/01/2023 manifestando così un forte impegno verso l'apertura agli stakeholder e un mutamento importante di cultura aziendale.

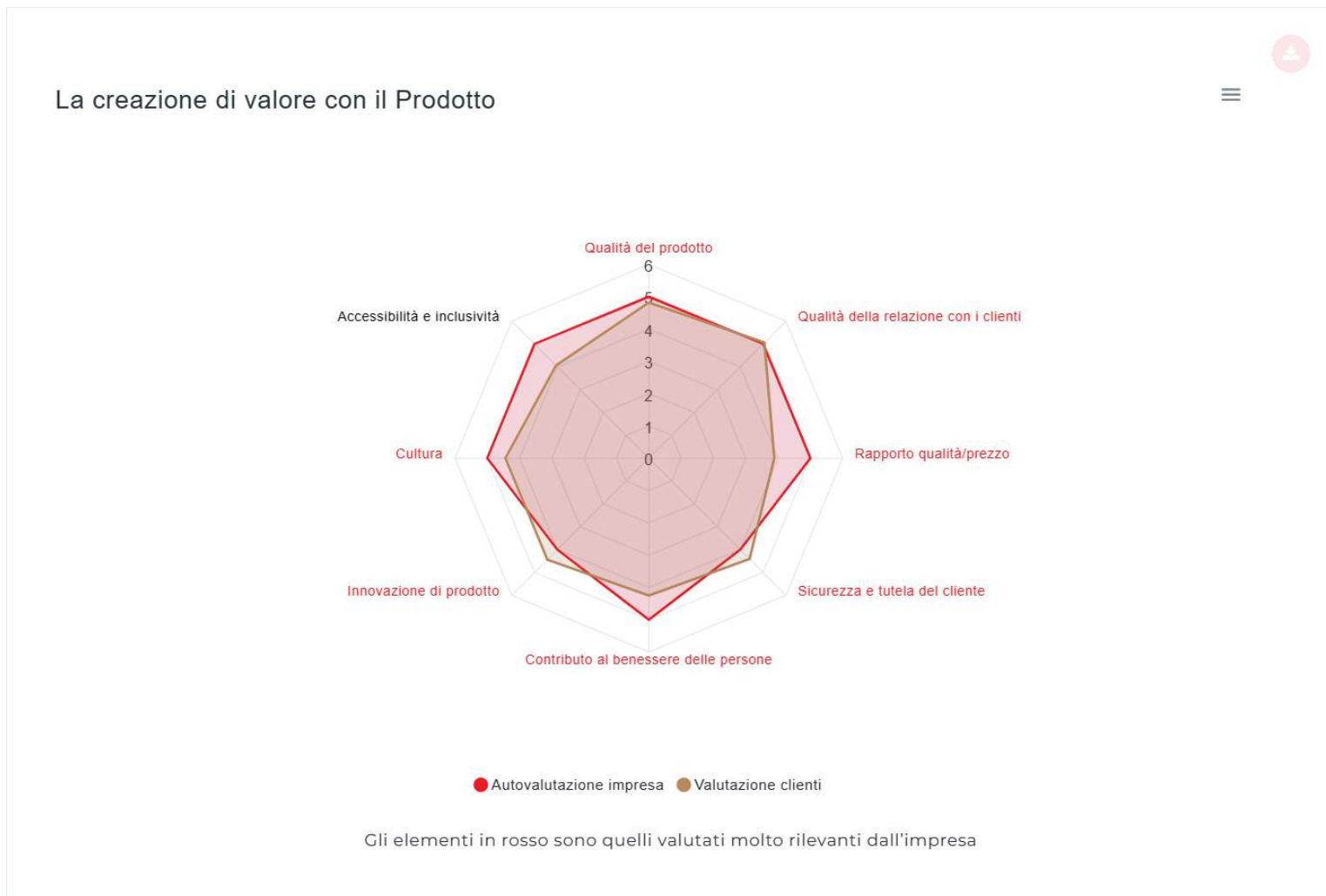
La valutazione relativa ai "processi di condivisione" risulta pari a "4=ben presidiata" visto che la società dopo la trasformazione in società benefit si sta aprendo all'ascolto degli stakeholder nel processo di creazione del valore ed essendo il 2023 il primo anno di rendicontazione.

Le dimensioni di valutazione e gli elementi di valutazione sono così riassunti:

Dimensione di valutazione	Elemento di valutazione
Visione e impegno	Orientamento di fondo Perseguire allo stesso tempo la prosperità dell'impresa e lo sviluppo della società
	Cogenza impegno Assumere formalmente l'impegno a svolgere il proprio ruolo sociale.
	Sintonia sull'orientamento Contare su un buon livello di adesione da parte dei vertici e della compagine sociale riguardo a visione, scopo e impegno dell'impresa.
Processi e strumenti	Processi gestionali Dotarsi di processi gestionali che integrino al loro interno gli obiettivi sociali.
	Processi etici Dotarsi di processi che presidino l'etica e la trasparenza.
	Processi di sostenibilità Dotarsi di strumenti, processi e pratiche che presidino la Sostenibilità Sociale e Ambientale.
	Processi di condivisione Dotarsi di strumenti, processi e pratiche che garantiscano un buon coinvolgimento degli stakeholder.

4. La nostra missione con i clienti: concentriamoci sul "Job to be done"

Rispetto al primo pilastro del modello della buona impresa il grafico seguente riassume il processo di creazione di valore attraverso il prodotto.



Rispetto al primo pilastro, riportiamo gli elementi che creano valore e gli elementi che qualificano una buona creazione di valore con le singole valutazioni:



Elemento di valutazione	Rilevanza per impresa	Autovalutazione	Rilevanza per stakeholder	Media valutazione stakeholder
Qualità del prodotto	Molto rilevante	5	Molto rilevante	4.82
Qualità della relazione con i clienti	Molto rilevante	5	Molto rilevante	5.06
Rapporto qualità/prezzo	Molto rilevante	5	Molto rilevante	3.88
Sicurezza e tutela del cliente	Molto rilevante	4	Molto rilevante	4.41
Contributo al benessere delle persone	Molto rilevante	5	Molto rilevante	4.25
Innovazione di prodotto	Molto rilevante	4	Molto rilevante	4.44
Cultura	Molto rilevante	5	Molto rilevante	4.44
Accessibilità e inclusività	Abbastanza rilevante	5	Abbastanza rilevante	4.06

Gli elementi relativi alla “terza dimensione” di valutazione: la capacità dell’impresa di continuare a creare valore nel lungo periodo, ovvero la sostenibilità nel tempo dell’impresa come bene comune sono riportati nella tabella seguente. Di questi viene fatta una sola autovalutazione da parte dell’impresa.



La sostenibilità dell’offerta nel tempo

Elemento di valutazione	Rilevanza per impresa	Autovalutazione
Intercettazione e reazione ai bisogni	Molto rilevante	4. BEN PRESIDATO
Fidelizzazione dei clienti	Molto rilevante	5. UN RISULTATO SPECIALE

1. QUALITA’ DEL PRODOTTO

Valutazione impresa: 5	Valutazione stakeholder: 5,06
-------------------------------	--------------------------------------

Per quanto concerne la qualità del prodotto intesa come offrire un prodotto/servizio che risponda ai bisogni del cliente e soddisfi le finalità per le quali è stato acquistato, i clienti aziendali hanno ricevuto e ricevono ogni 3 mesi dei report numerici e qualitativi sul raggiungimento degli obiettivi fissati a fine anno. La formazione in aula viene sempre chiusa compilando un questionario di gradimento. La valutazione è quindi a livelli alti (5-Risultato speciale) e trova riscontro anche da parte degli stakeholder.

2. QUALITÀ DELLA RELAZIONE CON I CLIENTI

Valutazione impresa: 4	Valutazione stakeholder: 3,67
-------------------------------	--------------------------------------

Dal punto di vista della qualità della relazione con i clienti intesa come prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche una relazione caratterizzata da cordialità, disponibilità, fiducia reciproca, le valutazioni sono in entrambi i casi abbastanza alte.

Nel 2023 Be Relevant ha svolto anche attività che non rientrano nel servizio offerto ma che hanno mirato a creare sinergie e collaborazioni con i clienti.

In tre casi Be Relevant è riuscita a far ottenere un finanziamento di formazione agevolata per i clienti al fine di pagare il corso svolto. Inoltre, in un caso, Be Relevant ha accompagnato un cliente in una associazione di categoria per aiutarlo a trovare i bandi più opportuni alla formazione da effettuare. Per cui tende ad andare oltre il normale rapporto commerciale trasformandolo in una vera e propria partnership di lungo termine.

3. RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO

Valutazione impresa: 5	Valutazione stakeholder: 3,88
-------------------------------	--------------------------------------

Questo punto attiene alla capacità dell'impresa di proporre un prezzo congruo rispetto alla qualità e al valore per il cliente del prodotto/servizio e al mercato di riferimento.

In Be Relevant si tiene sempre in considerazione la capacità di spesa del cliente nel momento in cui viene emessa l'offerta commerciale. Tale aspetto ha una rilevanza inferiore per gli stakeholder ed indica la necessità di condividere meglio questo aspetto nella relazione commerciale rendendolo più chiaro ed esplicito.

4. SICUREZZA E TUTELA DEL CLIENTE

Valutazione impresa: 4	Valutazione stakeholder: 4,41
-------------------------------	--------------------------------------

Questo punto viene declinato come la capacità di garantire al cliente i migliori standard di sicurezza per tutte le fasi di vita del prodotto o del servizio.

Nel caso di Be Relevant parlando di erogazione di servizi viene sempre assicurata la massima aderenza a quanto indicato dalla normativa GDPR.

La valutazione è nella sostanza la stessa tra l'azienda e i propri stakeholder per cui il valore espresso corrisponde a un risultato "ben presidiato".

5. CONTRIBUTO AL BENESSERE DELLE PERSONE

Valutazione impresa: 5	Valutazione stakeholder: 4,25
-------------------------------	--------------------------------------

Questo punto afferisce alla capacità del prodotto/servizio di essere strutturalmente funzionale a generare un impatto positivo nel breve e nel lungo periodo, sulla qualità della vita delle persone (o, indirettamente, sul benessere della società).

I servizi di Be Relevant vanno in questa direzione avendo una componente legata al tema della facilitazione e del coaching, cioè delle tecniche che permettono di rendere più semplice la presa di consapevolezza delle decisioni più importanti consentendo di programmare il lavoro quotidiano in modo sostenibile. Le valutazioni sia interne che esterne sono abbastanza allineate.

6. INNOVAZIONE DI PRODOTTO

Valutazione impresa: 4	Valutazione stakeholder: 4,44
-------------------------------	--------------------------------------

L'innovazione di prodotto viene intesa nel senso di puntare sull'innovazione continua nell'ottica del miglioramento del servizio alle persone e alla società.

I valori interni ed esterni sono abbastanza allineati.

L'azienda quando lavora in formazione applica tecniche innovative per appropiare l'apprendimento in modo ludico, la stessa cosa non è ancora in grado di farla nelle attività di consulenza su cui sta cercando elementi e tecniche di miglioramento.

7. CULTURA

Valutazione impresa: 5	Valutazione stakeholder: 4,44
-------------------------------	--------------------------------------

Cultura intesa nel senso di contribuire alla crescita culturale del settore di riferimento, e in generale della società, attraverso la condivisione di informazioni e saperi.

Be Relevant porta nelle aziende e nelle organizzazioni la cultura "agile" e l'innovazione di prodotto/servizio in tutte le aziende clienti. E' un obiettivo di beneficio comune, e come tale è per l'azienda un risultato speciale.

8. ACCESSIVITA' ED INCLUSIVITA'

Valutazione impresa: 5	Valutazione stakeholder: 4,06
-------------------------------	--------------------------------------

Questo elemento riguarda quanto il servizio è accessibile a categorie con minore accesso alla sua fruizione, in termini di prezzo, distribuzione, informazioni fornite, etc.

Nella erogazione dei servizi offerti Be Relevant valuta sempre l'accessibilità da parte del cliente (esempio di casi con bdg limitati), oltre a modalità di fruizione on line o video registrati.

SOSTENIBILITÀ DELL'OFFERTA NEL TEMPO

INTERCETTAZIONE E REAZIONE AI BISOGNI

Valutazione impresa: 4 - Ben Presidiato	
--	--

Questo elemento indica la capacità di intercettare i bisogni del mercato, reagire e adattarsi ai mercati che cambiano.

Be Relevant ritiene che, da questo punto di vista, pur essendo un aspetto ben presidiato, esista una possibilità di miglioramento sfruttando meglio le ricerche di mercato e inserendo qualche domanda di feedback aggiuntiva nei questionari che compilano i clienti al termine delle formazioni.

FIDELIZZAZIONE DEI CLIENTI

Valutazione impresa: 5 Risultato speciale	
--	--

Questo punto indica la capacità dell'impresa di creare con i clienti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in grado di garantire il successo dell'impresa attraverso l'acquisizione di quote di mercato (ritorno di breve periodo) e l'apprezzamento del brand.

Su questo elemento Be Relevant ritiene di avere una buona fidelizzazione dei clienti anche di durata pluriennale.

Il tasso di permanenza dei clienti in Be Relevant è mediamente di circa 3 anni.

Rispetto alle dimensioni di valutazione riportiamo la seguente tabella riassuntiva:

Dimensione di valutazione	Elemento di 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.
	Qualità della Relazione con i clienti Prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche una relazione caratterizzata da cordialità, disponibilità, fiducia reciproca.
	Rapporto qualità/prezzo Proporre un prezzo congruo rispetto alla qualità e al valore per il cliente del prodotto/servizio e al mercato di riferimento.
	Sicurezza e tutela del cliente Garantire al cliente i migliori standard di sicurezza per tutte le fasi di vita del prodotto o del servizio.
Contributo alla società	Contributo al benessere Realizzare in modo strutturale, attraverso l'offerta di beni e servizi, un impatto positivo nel breve e nel lungo periodo, sulla qualità della vita del cliente (o, indirettamente, sul benessere della società).
	Innovazione di prodotto Puntare sull'innovazione continua nell'ottica del miglioramento del servizio alle persone e alla società.
	Prodotti o servizi sostenibili Offrire prodotti e servizi che, a partire dal processo di produzione e/o nell'arco del loro

	ciclo di vita, incidano il meno possibile sul consumo, la dispersione e/o il danneggiamento di risorse naturali e la cui offerta al cliente (in termini di qualità o prezzi) non comporti compromessi rispetto ai diritti umani e alla dignità del lavoro.
	Cultura Contribuire alla crescita culturale del settore di riferimento, e in generale della società, attraverso la condivisione di informazioni e saperi.
	Accessibilità e inclusività Favorire l'accessibilità del prodotto a categorie con minore accesso alla sua fruizione, in termini di prezzo, distribuzione, informazioni fornite, etc.
Condizioni di sostenibilità dell'offerta	Fidelizzazione dei clienti Creare con i clienti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in grado di garantire il successo dell'impresa attraverso l'acquisizione di quote di mercato (ritorno di breve periodo) e l'apprezzamento del brand (ritorno di lungo periodo)
	Autonomia e indipendenza produttiva Disporre direttamente della produzione o poter controllare la filiera produttiva, in modo da poter gestire gli imprevisti e dare così continuità al servizio al cliente.
	Intercettazione dei bisogni del mercato e capacità di adattamento Sviluppare la capacità di intercettare i bisogni del mercato, reagire e adattarsi a mercati che cambiano.

Dal punto di vista degli obiettivi di beneficio comune afferenti a questa area:

Alta concentrazione verso i cosiddetti stakeholder evitando il più possibile di svolgere o far svolgere ai nostri clienti azioni che non siano realmente necessarie.

La misurazione dell'impatto generato avviene attraverso il numero di clienti che, utilizzando il metodo O.K.R. o M.B.O. portano alla luce con risultati numerici gli obiettivi e i benefici ottenuti. Nel 2023 sono stati 5.

Impegno di contribuire alla crescita dei nostri clienti focalizzandoci sul cosiddetto “job to be done”, ovvero sul lavoro effettivamente da realizzare senza forzature e nel rispetto dei budget e delle disponibilità di tempo e di impegno attivo sempre dei nostri clienti

La misurazione dell’impatto generato avviene con l’aiuto della teoria dei “Jobs to be done”, detta anche “Jobs Theory”. La teoria sostiene che le persone non comprano i prodotti o servizi, ma li “assumono” per svolgere un determinato lavoro, per risolvere un problema, o soddisfare una necessità. Mentre la maggior parte delle aziende tende a definire un mercato attorno a un prodotto, una tecnologia o una soluzione, quando si applica la teoria del “job-to-be-done”, un mercato viene definito come un esecutore di lavoro e il lavoro che l'esecutore sta cercando di fare.

Condurre i nostri clienti a capire sia che i modelli di business sostenibili sono i più innovativi sia che il marketing e la comunicazione etica, interna ed esterna, creano relazioni forti e rendono profittevole l’azienda nei suoi tre pilastri: etica – competenza – legame.

La misurazione dell’impatto legato a questo obiettivo di beneficio comune è legata al numero di clienti che hanno aderito a modelli di business sostenibili che nel 2023 sono stati 3.

La chiave del successo è stata capire, dal punto di vista del cliente, quale è il vero lavoro e fare solo quel tipo di attività facendola diventare il punto focale della creazione di valore per i loro clienti e, di riflesso, anche per loro.

Si ritiene che queste misurazioni siano anche delle buone proxy per valutare gli impatti nel medio-lungo termine e i relativi outcome di lungo periodo considerando anche che il 2023 costituisce il primo anno di rendicontazione di Be Relevant SRL SB.

Gli obiettivi per l’anno 2024 verranno indicati alla fine della presente relazione di impatto per ogni obiettivo di beneficio comune scritto nello statuto della società.

5. La nostra missione con i collaboratori: benessere e conciliazione vita lavoro

Rispetto al secondo pilastro del modello della buona impresa il grafico seguente riassume il processo di creazione di valore attraverso il lavoro.



Rispetto al secondo pilastro, riportiamo gli elementi che creano valore e gli elementi che qualificano una buona creazione di valore:

La creazione di valore con il lavoro



Elemento di valutazione	Rilevanza per impresa	Autovalutazione	Rilevanza per stakeholder	Media valutazione stakeholder
Creazione e remunerazione del lavoro	Molto rilevante	3	Molto rilevante	5.00
Qualità dei rapporti con i fornitori	Abbastanza rilevante	4	Molto rilevante	4.54
Sicurezza sul posto di lavoro	Abbastanza rilevante	4	Molto rilevante	5.00
Welfare aziendale e benefit	Molto rilevante	5	Molto rilevante	4.50
Prospettive e tutela dei lavoratori	Abbastanza rilevante	4	Molto rilevante	4.50
Coerenza ruolo-persona	Molto rilevante	4	Molto rilevante	5.25
Formazione e sviluppo professionale	Molto rilevante	4	Molto rilevante	4.75
Chiarezza organizzativa	Molto rilevante	4	Molto rilevante	4.75
Relazioni e collaborazione	Molto rilevante	5	Molto rilevante	5.25
Riconoscimento	Molto rilevante	4	Molto rilevante	4.50
Valorizzazione delle differenze e inclusione	Abbastanza rilevante	4	Molto rilevante	5.25

Gli elementi relativi alla “terza dimensione” di valutazione: la capacità dell’impresa di continuare a creare valore nel lungo periodo, ovvero la sostenibilità nel tempo dell’impresa come bene comune sono riportati nella tabella seguente. Di questi viene fatta una sola autovalutazione da parte dell’impresa.

La sostenibilità del modello organizzativo nel tempo



Nome	Rilevanza	Valutazioni
Coesione con i lavoratori	Molto rilevante	4. BEN PRESIDATO
Coesione con i fornitori	Abbastanza rilevante	4. BEN PRESIDATO
Presidio delle competenze distintive	Molto rilevante	5. UN RISULTATO SPECIALE
Innovazione organizzativa	Molto rilevante	5. UN RISULTATO SPECIALE

1. CREAZIONE E REMUNERAZIONE DEL LAVORO

Valutazione impresa: 3	Valutazione collaboratori: 5
-------------------------------	-------------------------------------

Questo elemento ha come scopo quello di andare a misurare come creare lavoro a condizioni eque e trasparenti, correttamente retribuito e contrattualizzato, in modo congruo rispetto al settore, lo stadio di vita dell'azienda e le aspettative dei lavoratori (dipendenti, collaboratori, imprenditore stesso).

La diversa valutazione tra azienda e stakeholder è legata alla necessità di prendere consapevolezza di quello che l'azienda sta già facendo in merito a questo punto e che viene percepito in modo molto forte da parte dei soggetti esterni più che dalla azienda stessa (5=Un risultato speciale che vogliamo continuare a mantenere e migliorare).

2. QUALITA' DEI RAPPORTI CON I FORNITORI

Valutazione impresa: 4	Valutazione collaboratori: 4,54
-------------------------------	--

Questo punto attiene alla capacità dell'impresa di garantire ai fornitori condizioni contrattuali soddisfacenti, ricercando equità e correttezza.

La valutazione interna ed esterna risultano essere allineate.

3. SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO

Valutazione impresa: 4	Valutazione collaboratori: 5
-------------------------------	-------------------------------------

Da questo punto di vista l'azienda il modello confronta come offrire un ambiente di lavoro sicuro, accogliente, pulito e curato. Garantire i massimi livelli di sicurezza possibili, adeguandosi alle normative esistenti.

La valutazione sia interna che esterna si pongono su livelli elevati con un feedback esterno molto positivo e di rilievo.

4. WELFARE AZIENDALE E BENEFIT

Valutazione impresa: 5	Valutazione collaboratori: 4,50
-------------------------------	--

In questo punto si focalizzano le misure volte a migliorare la vita privata e lavorativa dei collaboratori, e la conciliazione tra le due.

Negli obiettivi di beneficio comune indicati nello statuto, Be Relevant ha manifestato la volontà di suddividere il margine lordo realizzato tra i collaboratori di Be Relevant nella misura della loro partecipazione allo sviluppo aziendale.

5. PROSPETTIVE A TUTELA DEI LAVORATORI

Valutazione impresa: 4	Valutazione collaboratori: 4,50
-------------------------------	--

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

Le valutazioni sia interna che esterna oltre che essere allineate sono su valori molto alti.

6. COERENZA RUOLO-PERSONA

Valutazione impresa: 4	Valutazione collaboratori: 5,25
-------------------------------	--

Curare la coerenza tra il ruolo e le competenze, attitudini e aspirazioni delle persone, in modo da favorire la loro realizzazione professionale.

Da questo punto di vista in Be Relevant cura la formazione delle proprie risorse sia con un accompagnamento individuale (soft skills) che con l'acquisizione di certificazioni in linea con il proposito individuale ed organizzativo. Molto buona la valutazione degli stakeholder che apprezzano parecchio questo aspetto.

9. FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE

Valutazione impresa: 4	Valutazione collaboratori: 4,75
-------------------------------	--

Questo punto riguarda la possibilità di fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata.

Da questo punto di vista Be Relevant è molto allineata a quanto riportato al punto "6. Coerenza ruolo-persona".

10. CHIAREZZA ORGANIZZATIVA

Valutazione impresa: 4	Valutazione collaboratori: 4,75
-------------------------------	--

La chiarezza organizzativa riguarda la capacità di trasmettere alle persone il senso del loro ruolo all'interno del sistema azienda, definendo e comunicando con chiarezza e trasparenza ruoli, processi, scelte, obiettivi (sia individuali che aziendali) e le altre informazioni aziendali rilevanti.

Da questo punto di vista Be Relevant sta implementando (al momento in fase di test) un piano di lavoro e di coinvolgimento dei collaboratori che prevede un incontro mensile fuori sede con natura sia ludica che creativa. Durante questa giornata ci si prende uno spazio per riflettere insieme, si analizzano ed esplorano i risultati raggiunti e si propone un piano operativo di miglioramento che verrà verificato il mese successivo.

11. RELAZIONI E COLLABORAZIONE

Valutazione impresa: 5	Valutazione collaboratori: 5,25
-------------------------------	--

Stimolare tra le persone collaborazione, solidarietà, spirito di squadra, valorizzando complementarietà, confronto e dialogo sia tra pari che tra capo e collaboratori.

I risultati indicati sono ottimi sia sul fronte della valutazione interna che esterna e si rifanno anche a quanto specificato nelle azioni indicate al punto precedente.

12. RICONOSCIMENTO

Valutazione impresa: 4	Valutazione collaboratori: 4,50
-------------------------------	--

Questo punto attiene alla capacità dell'organizzazione di riconoscere il contributo del lavoro dei singoli, valorizzando impegno e risultati ottenuti, in modo da favorire soddisfazione, motivazione e partecipazione al progetto.

Nelle giornate di lavoro di Be Relevant esiste un momento in cui darsi dei feedback sia tra pari che dal "capo" verso i collaboratori e viceversa facilitando quindi il riconoscimento di un feedback per le persone che lavorano.

13. VALORIZZAZIONE DELLE DIFFERENZE ED INCLUSIONE

Valutazione impresa: 4	Valutazione collaboratori: 5,25
-------------------------------	--

Il punto riguarda il garantire condizioni inclusive che favoriscano la piena espressione di ciascuna persona nella propria unicità e diversità; favorire l'accesso al lavoro e la qualità della partecipazione anche da parte di categorie che affrontano particolari difficoltà sul mercato del lavoro (giovani, donne, categorie fragili, etc).

Questo punto viene valutato in modo molto “positivo” da parte degli stakeholder anche perché Be Relevant ha iniziato a collaborare con professionisti giovani e con persone che hanno bisogno di ritagliarsi del tempo per la propria cura. La vicinanza con l'Università Cattolica consolida questa volontà e prassi aziendale. La valutazione degli stakeholder è di assoluto rilievo.

SOSTENIBILITÀ DEL MODELLO ORGANIZZATIVO NEL TEMPO

14. COESIONE CON I LAVORATORI

Valutazione impresa: 4

Creare con i lavoratori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in modo da favorire il successo dell'impresa attraverso l'efficacia del lavoro svolto (ritorno di breve periodo) e la piena adesione al progetto dell'impresa (lungo periodo).

La valutazione di “4 – Ben presidiato” nasce dalla volontà aziendale di creare e sviluppare momenti di condivisione in cui tutti i collaboratori vengono invitati a dare dei feedback in merito alla relazione con l'organizzazione e le persone con cui lavorano.

15. COESIONE CON I FORNITORI

Valutazione impresa: 4

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

La valutazione interna data (4 – Ben presidiato) nasce dalla situazione aziendale che vede relazioni con fornitori di software e di servizi di consulenza consolidati dal 2020 in un'ottica di partnership di lungo periodo.

16. PRESIDIO DELLE COMPETENZE DISTINTIVE

Valutazione impresa: 5

Questo punto attiene alla capacità di identificare e presidiare le competenze necessarie all'attività di impresa, adottando modalità efficaci per diffonderle e mantenerle adeguate e salvaguardate nel tempo.

La valutazione interna è molto buona visto che Be Relevant è l'unica azienda certificata per erogare corsi di Agile Marketing e due volte all'anno viene chiamata a tenere relazioni, convegni o workshop sul tema dalla comunità nazionale di Business Agility, essendo questa una competenza distintiva dell'azienda.

17. INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA

Valutazione impresa: 5

Il punto riguarda l'attivazione di nuove modalità di lavoro e saper adattare i ruoli a fronte di cambiamenti di contesto permettendo la costante evoluzione dell'organizzazione.

Questo punto viene valutato molto bene da Be Relevant perché si basa sull'osservazione di fatti reali. Nel 2022 Be Relevant ha portato sul mercato un prodotto che non ha dato i risultati sperati e, per quanto sia stato difficile, ha deciso di chiudere la linea di business a favore di nuovi servizi più verticali legati alla consulenza. Be Relevant per prima applica su se stessa i concetti che poi porta ai propri clienti in termini di formazione e consulenza.

In tali circostanze è stato decisivo per l'azienda avere la capacità di innovarsi e di trasformarsi attraverso interventi e percorsi formativi mirati allo sviluppo e alla valorizzazione delle competenze e, più in generale, delle Risorse Umane.

Si tratta di un esempio molto concreto di come l'innovazione organizzativa sia nelle corde della azienda. Da qui la valutazione particolarmente virtuosa.

Rispetto alle dimensioni del lavoro riportiamo gli elementi caratterizzanti nella seguente tabella di sintesi:

Dimensione di valutazione	Elemento di valutazione
Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del 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 (dipendenti, collaboratori, imprenditore stesso).
	Qualità dei rapporti con i fornitori Garantire ai fornitori condizioni contrattuali soddisfacenti, ricercando equità e correttezza lungo la filiera.
	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.
	Welfare aziendale e benefit Prevedere misure volte a migliorare la vita privata e lavorativa dei collaboratori, e la conciliazione tra le due
	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. Prevedere, in fase di start up, in momenti di crisi aziendale o in situazioni di emergenza socioeconomica, la massima trasparenza possibile e l'adozione di misure cautelative
Realizzazione professionale	Coerenza ruolo-persona Curare la coerenza tra il ruolo e le competenze, attitudini e aspirazioni delle persone, in modo da favorire la loro realizzazione professionale.
	Formazione e sviluppo professionale Fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata.
	Chiarezza organizzativa Trasmettere alle persone il senso del loro ruolo all'interno del sistema azienda, definendo e comunicando con chiarezza e trasparenza ruoli, processi, scelte, obiettivi (sia individuali che aziendali) e le altre informazioni aziendali rilevanti.

	Relazioni e collaborazione Stimolare tra le persone collaborazione, solidarietà, spirito di squadra, valorizzando complementarità, confronto e dialogo sia tra pari che tra capo e collaboratori.
	Riconoscimento Riconoscere il contributo del lavoro dei singoli, valorizzando impegno e risultati ottenuti, in modo da favorire soddisfazione, motivazione e partecipazione al progetto.
	Valorizzazione delle differenze e Inclusione Garantire condizioni inclusive che favoriscano la piena espressione di ciascuna persona nella propria unicità e diversità; favorire l'accesso al lavoro e la qualità della partecipazione anche da parte di categorie che affrontano particolari difficoltà sul mercato del lavoro (giovani, donne, categorie fragili, etc).
	Sostegno all'indotto (fornitori e partner) Rafforzare l'indotto, con particolare riferimento alle imprese di piccole dimensioni, attraverso la condivisione di competenze, la formazione, la creazione di strumenti economico-finanziari, etc.
Sostenibilità del modello organizzativo	Coesione con i lavoratori Creare con i lavoratori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in modo da favorire il successo dell'impresa attraverso l'efficacia del lavoro svolto (ritorno di breve periodo) e la piena adesione al progetto dell'impresa (lungo periodo).
	Coesione con i fornitori Creare con i fornitori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in modo da favorire il successo dell'impresa attraverso l'efficacia della collaborazione (ritorno di breve periodo) e la partnership con l'impresa (lungo periodo).
	Presidio delle competenze Identificare e presidiare le competenze necessarie all'attività di impresa, adottando modalità efficaci per diffonderle e mantenerle adeguate e salvaguardate nel tempo.
	Innovazione organizzativa Attivare nuove modalità di lavoro e saper adattare i ruoli a fronte di cambiamenti di contesto permettendo la costante evoluzione dell'organizzazione.

Dal punto di vista degli obiettivi di beneficio comune afferenti a questa area:

Il benessere e la conciliazione vita-lavoro dei collaboratori: ognuno può lavorare dove vuole e quando vuole. Non ci sono timbrature e giorni prestabiliti in presenza con facoltà di effettuare incontri on line utili alla focalizzazione.

Nel 2023 Be Relevant ha organizzato oltre 50 incontri on line.

Si prevedono due incontri annuali di confronto in presenza per attività di team building e rafforzamento delle relazioni.

Nel 2023 la società ha organizzato 2 incontri di formazione e team building per andare nella direzione di rafforzare le relazioni all'interno del team.

Una percentuale fino al 50% del risultato economico di esercizio misurato da indicatori di redditività aziendale sarà distribuita ad amministratori e collaboratori ogni anno in base al contributo che ognuno ha dato per far crescere la società in termini di riconoscibilità sul mercato, impatto sociale e sostenibilità dell'impresa.

Be Relevant ha individuato come indicatore di redditività aziendale la differenza indicata nel Conto Economico come (A)-(B) <Differenza tra costi e ricavi della produzione> che nel 2023 risulta essere di 31.558 eur. Sulla base di questo risultato ha deciso di distribuire ai propri collaboratori la cifra di eur 1.000= cadauno.

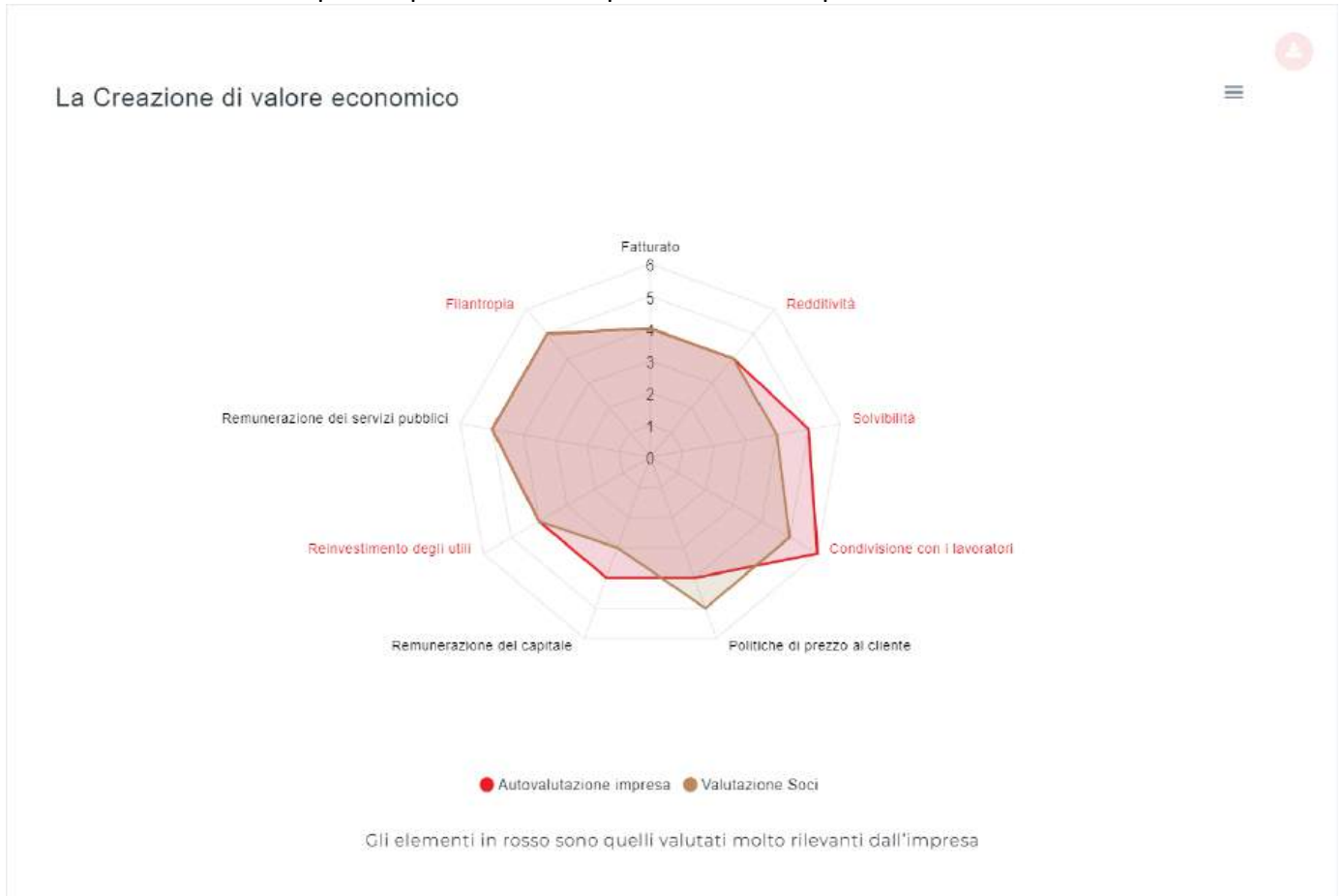
Per il 2024 in accordo con i propri collaboratori il contributo sarà erogato sotto forma di buoni carburante o buoni spesa.

Il contributo dei collaboratori è stato misurato in termini di:

- Lead (ownership del contatto).
- Coinvolgimento dei collaboratori nelle attività sui social (numero di condivisioni, commenti, like).
- Partecipazioni volontarie dei collaboratori alle attività benefit.

6. La nostra missione con il territorio: diventare propulsori e trasformatori di cultura aziendale

In questa parte della relazione andremo a vedere come il valore economico creato e distribuito da Be Relevant permette di diventare propulsori e trasformatori di cultura aziendale rispetto alla zona di Cremona in cui l'impresa opera e su cui impatta in modo importante.



Rispetto al terzo pilastro, riportiamo gli elementi che creano valore e gli elementi che qualificano una buona creazione di valore:

La Creazione di valore economico

Elemento di valutazione	Rilevanza per impresa	Autovalutazione	Rilevanza per stakeholder	Media valutazione stakeholder
Fatturato	Abbastanza rilevante	4	Abbastanza rilevante	4.00
Redditività	Molto rilevante	4	Molto rilevante	4.00
Solvibilità	Molto rilevante	5	Molto rilevante	4.00
Condivisione con i lavoratori	Molto rilevante	6	Molto rilevante	5.00
Politiche di prezzo al cliente	Abbastanza rilevante	4	Molto rilevante	5.00
Remunerazione del capitale	Poco rilevante	4	Molto rilevante	3.00
Reinvestimento degli utili	Molto rilevante	4	Molto rilevante	4.00
Remunerazione dei servizi pubblici	Abbastanza rilevante	5	Molto rilevante	5.00
Filantropia	Molto rilevante	5	Molto rilevante	5.00

Gli elementi relativi alla “terza dimensione” di valutazione: la capacità dell’impresa di continuare a creare valore nel lungo periodo, ovvero la sostenibilità nel tempo dell’impresa come bene comune sono riportati nella tabella seguente. Di questi viene fatta una sola autovalutazione da parte dell’impresa.

La sostenibilità economica nel tempo

Nome	Rilevanza	Valutazioni
Solidità patrimoniale	Abbastanza rilevante	4. BEN PRESIDATO
Investimenti	Molto rilevante	5. UN RISULTATO SPECIALE
Indipendenza	Molto rilevante	5. UN RISULTATO SPECIALE
Fiducia degli investitori	Abbastanza rilevante	5. UN RISULTATO SPECIALE

In merito a questo punto e alle relative valutazioni si ricorda come detto all’inizio della relazione nella parte relativa alla governance che Be Relevant ha un unico socio che ricopre anche la carica di amministratore unico.

Per quanto concerne la creazione di valore economico, riportiamo la spiegazione punto per punto e un commento quando ritenuto rilevante:

1.FATTURATO

Valutazione impresa: 4	Valutazione soci: 4
-------------------------------	----------------------------

Questo aspetto attiene alla dimensione economica del business.

Sia l'autovalutazione aziendale che la valutazione da parte dei soci è allineata.

Be relevant chiude l'anno 2023 con un fatturato pari ad eur 136.473,72= in aumento rispetto all'anno precedente del 20%.

2. REDDITIVITA'

Valutazione impresa: 4	Valutazione soci: 4
-------------------------------	----------------------------

Questo aspetto riguarda la capacità di Be Relevant di produrre un risultato economico (EBIT) positivo, consistente e coerente con dimensioni e stadio di vita dell'impresa

Da considerare in questo senso il risultato di chiusura del 2023 con un EBIT $<(A)-(B)>$ pari ad eur 31.558 mila eur pari al 23,12% del Valore della produzione.

3.SOLVIBILITA'

Valutazione impresa: 5	Valutazione soci: 4
------------------------	---------------------

Questo punto riguarda la capacità dell'azienda di disporre di liquidità sufficiente a far fronte ai propri impegni nei confronti dei creditori.

Be Relevant ritiene questo punto di aver raggiunto un risultato speciale visto che mediamente i fornitori vengono pagati a 30 gg.

4.CONDIVISIONE CON I LAVORATORI

Valutazione impresa: 6	Valutazione soci: 5
-------------------------------	----------------------------

Questo aspetto attiene alla coerenza tra i risultati economici dell'azienda e il valore economico generato per i lavoratori.

Be Relevant ritiene di aver avuto un risultato insuperabile considerato l'inserimento nello statuto come obiettivo di beneficio comune la distribuzione di una parte dell'EBIT ai collaboratori già avvenuta nel 2023.

5. POLITICHE DI PREZZO AL CLIENTE

Valutazione impresa: 4	Valutazione soci: 5
------------------------	---------------------

Questo punto riguarda l'adozione di politiche di prezzo orientate alla creazione di un margine equo per l'azienda.

La valutazione è assolutamente positiva.

6. REMUNERAZIONE DEL CAPITALE

Valutazione impresa: 4	Valutazione soci: 3
-------------------------------	----------------------------

Il punto riguarda la creazione di valore economico per i soci attraverso la distribuzione di dividendi e l'aumento di valore delle quote.

7. REINVESTIMENTO DEGLI UTILI

Valutazione impresa: 3	Valutazione soci: 5
-------------------------------	----------------------------

Il punto riguarda il sostentamento delle esigenze di finanziamento dell'impresa attraverso il reinvestimento degli utili in azienda.

Da questo punto di vista il socio unico ha sempre adottato una politica di reinvestimento degli utili in azienda.

8. REMUNERAZIONE DEI SERVIZI PUBBLICI

Valutazione impresa: 5	Valutazione soci: 5
-------------------------------	----------------------------

Questo punto riguarda il pagamento delle tasse, evitando politiche fiscali aggressive o elusive

Be Relevant ha sempre rispettato la normativa fiscale in essere. Non è mai arrivato nessun avviso di irregolarità fiscale e/o contributiva.

9. FILANTROPIA

Valutazione impresa: 5	Valutazione soci: 5
-------------------------------	----------------------------

Il punto riguarda l'eventuale destinazione di una parte del valore prodotto dall'azienda a investimenti per comunità, sotto qualunque forma.

Be Relevant ha inserito nelle proprie finalità di beneficio comune anche la volontà di creare un impatto positivo rispetto al territorio di Cremona tanto da inserirlo negli obiettivi di beneficio comune. Questo ha permesso di valutare in modo estremamente positivo questo punto essendo un aspetto legato a questo obiettivo ma non esaurendolo.

SOSTENIBILITÀ DEL MODELLO ORGANIZZATIVO NEL TEMPO

10. SOLIDITA' PATRIMONIALE

Valutazione impresa: 4

Questo punto riguarda la capacità dell'azienda di bilanciare la struttura patrimoniale in termini di apporto di capitale proprio (patrimonio netto) e capitale di terzi (debito).

Be Relevant ha estinto ad Ottobre 2023 un prestito di eur 20.000 ottenuto per avviare l'attività imprenditoriale e dispone anche dal punto di vista finanziario di un fido di cassa di eur 15.000= da utilizzare in caso di necessità dimostrando in questo senso una attenta e costante solidità patrimoniale

11. INVESTIMENTI

Valutazione impresa: 5

Questo punto attiene alla capacità dell'azienda di elaborare strategie di investimento adeguate a sostenere lo sviluppo futuro del business (es. Ricerca e sviluppo, macchinari e impianti, tecnologie, etc)

Il risultato da questo punto di vista viene considerato speciale (5) perché i collaboratori vengono formati e se ritengono opportuno l'acquisto di un software o di altro materiale necessario si valuta e si acquista insieme costituendo il primo passo verso strategie che presidiano lo sviluppo futuro del business.

12. INDIPENDENZA

Valutazione impresa: 4

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

Be Relevant ha un fatturato ben distribuito e non ha mai ottenuto contributi a fondo perduto. La sua attività non dipende da licenze e/o autorizzazioni.

13. FIDUCIA DEGLI INVESTITORI

Valutazione impresa: 4

Creare con gli investitori (soci e finanziatori) una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in modo da favorire il successo dell'impresa nel lungo periodo.

Rispetto a questo punto lo sviluppo di Be Relevant è anche mirato a far entrare nuovi soci nella compagine sociale che se ne prendano cura con lo stesso "amore" con cui se ne prende cura l'attuale proprietà oltre che valutare nuove opportunità di investimento in altre realtà imprenditoriali.

Per quanto concerne le dimensioni di valutazione di questo pilastro le riportiamo nello specifico:

Dimensione di valutazione	Elemento di valutazione
Creazione di valore economico	Fatturato Produrre valore economico attraverso l'attività di business.
	Redditività Produrre un risultato economico (EBIT- ante imposte) positivo, consistente e coerente con dimensioni e stadio di vita dell'impresa.
	Solvibilità Disporre di liquidità sufficiente a far fronte ai propri impegni nei confronti dei creditori.
Condivisione del valore economico	Condivisione con i lavoratori Curare la coerenza tra i risultati economici dell'azienda e il valore economico generato per i lavoratori.
	Politiche di prezzo al cliente Adottare politiche di prezzo orientate alla creazione di un margine equo per l'azienda
	Remunerazione del capitale Creare valore economico per i soci attraverso la distribuzione di dividendi e l'aumento di valore delle quote
	Reinvestimento degli utili Sostenere le esigenze di finanziamento dell'impresa attraverso il reinvestimento degli utili in azienda

	Remunerazione dei servizi pubblici Pagare le tasse, evitando politiche fiscali aggressive o elusive.
	Filantropia Eventuale destinazione di una parte del valore prodotto dall'azienda a investimenti per comunità, sotto qualunque forma
Condizioni di sostenibilità economico finanziaria	Fiducia degli investitori Creare con gli investitori (soci e finanziatori) una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in modo da favorire il successo dell'impresa nel lungo periodo.
	Solidità patrimoniale Bilanciare la struttura patrimoniale in termini di apporto di capitale proprio (patrimonio netto) e capitale di terzi (debito).
	Investimenti Elaborare strategie di investimento adeguate a sostenere lo sviluppo futuro del business (es. Ricerca e sviluppo, macchinari e impianti, tecnologie, etc.).
	Indipendenza Gestire con attenzione e coerenza il ricorso a contributi a fondo perduto, utilizzandoli per investimenti e non per la copertura di costi di gestione corrente; differenziare per quanto possibile la propria clientela; essere consapevoli dei rischi connessi alla dipendenza da licenze o autorizzazioni e fare il possibile per mantenerle.

Dal punto di vista degli obiettivi di beneficio comune afferenti a questa area:

Area 3 – Il territorio cremonese

Attraverso collaborazioni con Università Associazioni di categoria e altri portatori di innovazione del territorio si vuole:

essere propulsori e trasformatori di cultura aziendale e di impresa affinché gli imprenditori locali e territoriali continuino ad evolvere ed essere attrattivi per giovani e non;

Come obiettivo del 2023 Be relevant ha misurato l'output realizzato in termini di collaborazioni avviate con organismi del territorio facendo seminari e workshop gratuiti. L'impatto viene misurato attraverso il numero di clienti che hanno iniziato una vera e propria trasformazione organizzativa nel 2023 che sono stati 3.

essere propulsori e trasformatori del territorio cremonese creando indotto nel commercio, nel turismo e nei servizi, affinché grazie anche alla capacità di spesa di nuove persone, queste scelgano di vivere, operare e lavorare con preferenza a Cremona senza sentire il bisogno di spostarsi in altri luoghi

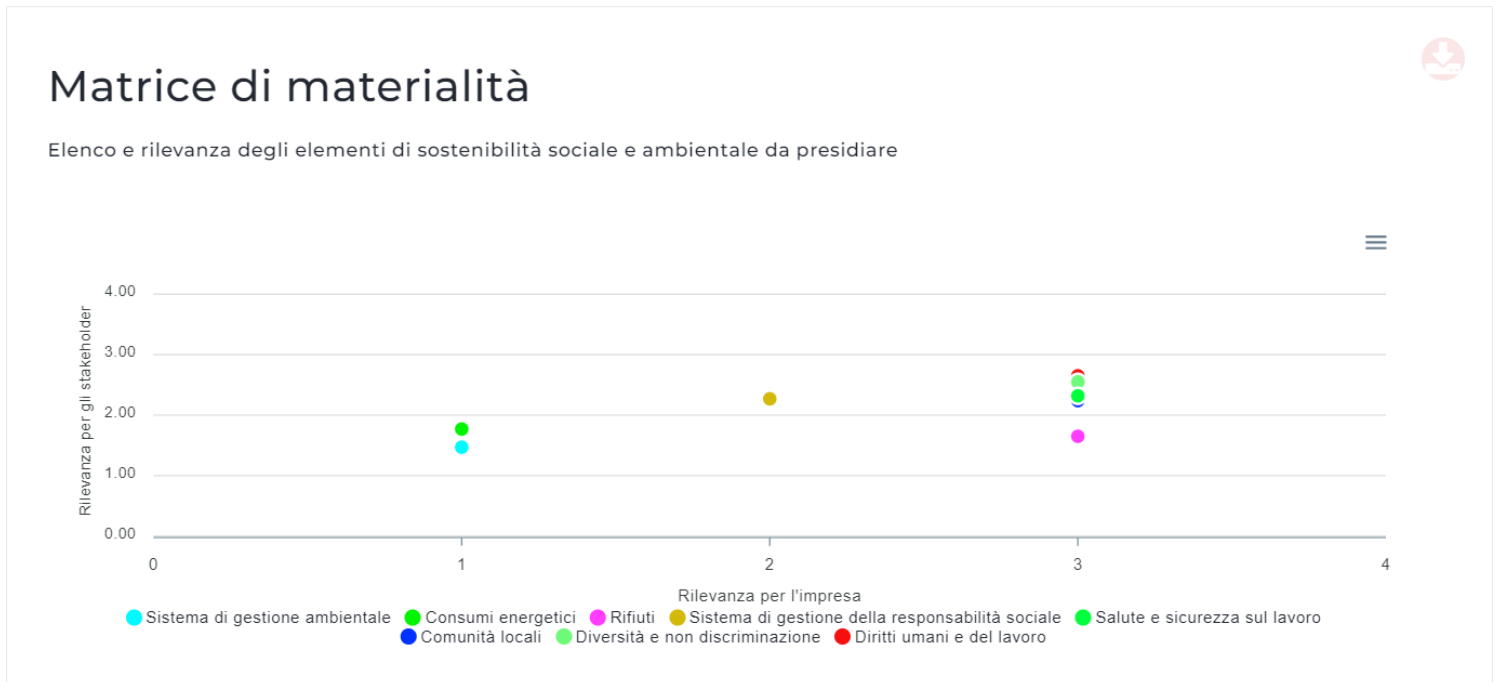
Una misura di questo output è data dal numero di incontri effettuati nel polo tecnologico di Cremona (luogo dove si crea indotto). Nel 2023 sono stati 4.

Rispetto allo stakeholder di riferimento nel 2024 abbiamo anche programmato ed ipotizzato una serie di domande specifiche per misurarne il relativo coinvolgimento in una attività di stakeholder engagement.

C) La sostenibilità sociale ed ambientale: “First do no harm”

1. Matrice di materialità

Si riporta la matrice di materialità emersa dal modello SABI in relazione alla sostenibilità sociale ed ambientale di Be Relevant



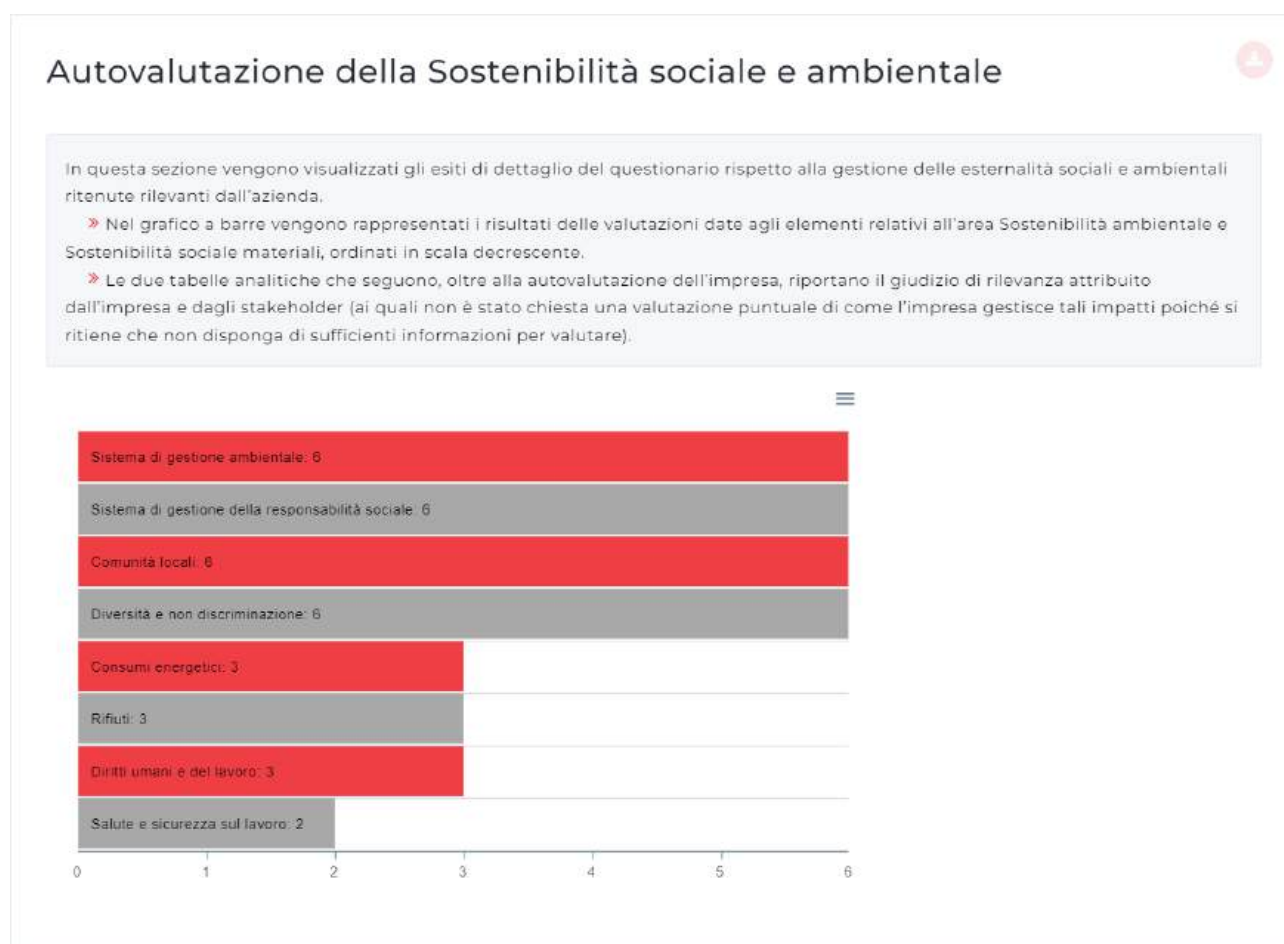
Emerge chiaramente come i consumi energetici e i sistemi di gestione ambientale hanno una scarsa importanza sia per Be Relevant che per gli Stakeholder. All'estremo opposto essendo una società di servizi dove il fattore umano è prevalente (pilastro “Social”) il tema “diritti umani e del lavoro” è uno dei più importanti sia per l'azienda che per stakeholder.

Questo è legato anche al fatto che la società eroga servizi per cui da una parte questi aspetti sono legati strettamente alla attività svolta e dall'altra il presidio di eventuali esternalità negative di natura sociale ed ambientale (*do not harm*) è di assoluto rilievo.

2. La sostenibilità ambientale e sociale

Dal punto di vista degli uffici in cui abbiamo deciso di inserire la nostra sede operativa la struttura coniuga tecnologia e sostenibilità per diventare un modello di innovazione della città di Cremona. L'innovazione viaggia di pari passo con la sostenibilità: l'intera area su cui è stata creata la struttura, estesa su una superficie di 13 mila mq tra spazi interni, parcheggi e aree verdi, è pressoché autosufficiente dal punto di vista energetico, grazie all'installazione di un impianto fotovoltaico e alla progettazione strutturale, volta a garantire la massima efficienza energetica.

Un edificio green, ma anche smart: l'intera struttura è progettata in ottica Building Management System, con un elaborato sistema di automazione che permette di gestire efficientemente gli impianti HVAC, l'illuminazione, la schermatura solare ma anche gli elementi legati alla sicurezza, come il controllo degli accessi e la videosorveglianza.



Be Relevant e i propri stakeholder attribuiscono un valore di rilievo ai sistemi di gestione ambientale e sociale oltre che ai temi della diversità e delle comunità locali.

Per quanto concerne le dimensioni di valutazione della sostenibilità sociale ed ambientale le stesse sono riportate nella seguente tabella:

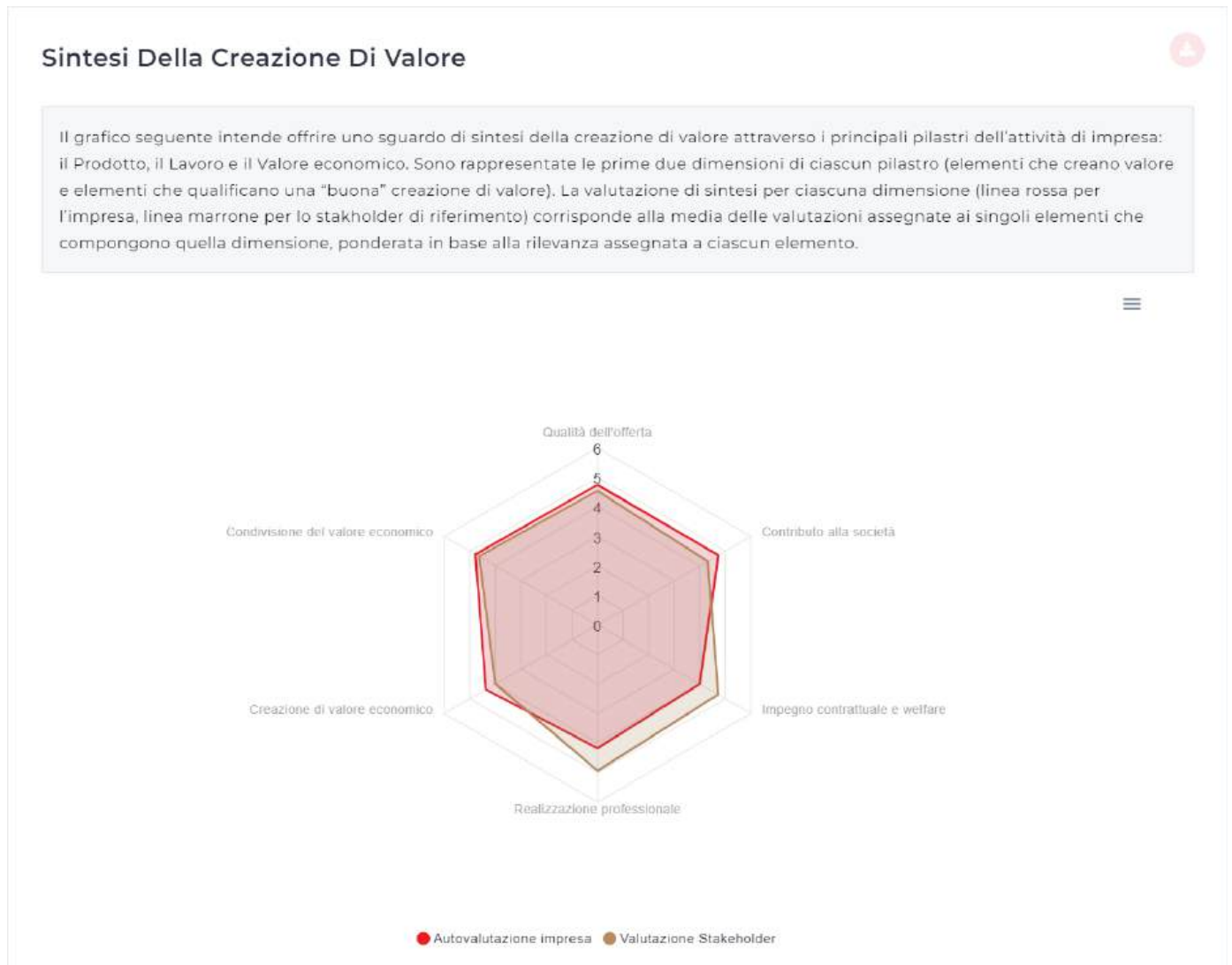
Dimensione di valutazione	Elemento di valutazione
Sostenibilità Ambientale	Sistema di gestione ambientale Osservare e gestire le potenziali ricadute ambientali negative che si possono creare in conseguenza all'attività dell'impresa.
	Materie prime Osservare e gestire l'utilizzo di materie prime nella produzione o commercializzazione del prodotto, che possono avere ricadute negative sull'ambiente.
	Emissioni Osservare e gestire le potenziali emissioni di gas climalteranti prodotte dall'azienda.
	Consumi energetici Osservare e gestire i consumi energetici prodotti dall'azienda ai fini di ridurre i potenziali impatti negativi sull'ambiente.
	Acqua e scarichi idrici Osservare e gestire i consumi idrici aziendali, ai fini di ridurre i potenziali impatti ambientali legati al consumo e allo scarico di acqua.
	Ecosistema e Biodiversità Osservare e gestire i potenziali impatti negativi che l'impresa può avere sull'ecosistema (terreni, flora e fauna e biodiversità) in ottica di riduzione degli stessi.
	Rifiuti Osservare e gestire la produzione e lo smaltimento di rifiuti all'interno dell'impresa, in un'ottica di riduzione delle potenziali ricadute ambientali
	Supply chain – valutazione ambientale Osservare e gestire, attraverso un sistema di controllo e/o monitoraggio, l'operato dei fornitori riguardo alle tematiche ai punti precedenti.
Sostenibilità Sociale	Sistema di gestione della Responsabilità Sociale Osservare e gestire le ricadute sociali dei processi dell'impresa, in un'ottica di miglioramento delle stesse.
	Salute e Sicurezza sul lavoro Osservare e gestire le tematiche di salute e sicurezza dei lavoratori ai fini di garantire un ambiente di lavoro salubre e sicuro per tutti i lavoratori.

	Comunità locali Osservare e gestire i potenziali impatti negativi che l'operato dell'impresa può avere nei confronti delle comunità locali nei territori in cui opera.
	Diversità e Non discriminazione Osservare e gestire i temi legati alla diversità e non discriminazione che si possono presentare all'interno dell'impresa.
	Diritti Umani e del lavoro Osservare e gestire i potenziali rischi legati alla tutela dei diritti umani e del lavoro all'interno dell'impresa.
	Supply Chain - valutazione sociale Osservare e gestire le potenziali ricadute negative di natura sociale legate all'operato dei fornitori, nei confronti delle tematiche sopra citate.
	Salute e Sicurezza dei clienti Osservare e gestire i potenziali rischi legati ai prodotti o alle attività dell'impresa sulla salute e sicurezza dei clienti.

D) Considerazioni conclusive: Be Relevant SB come Buona Impresa

1. Creare valore e continuare a creare valore attraverso il sistema impresa

Si riportano i grafici di sintesi emersi dall'applicazione del modello della buona impresa.



La sostenibilità nel tempo della Creazione di valore

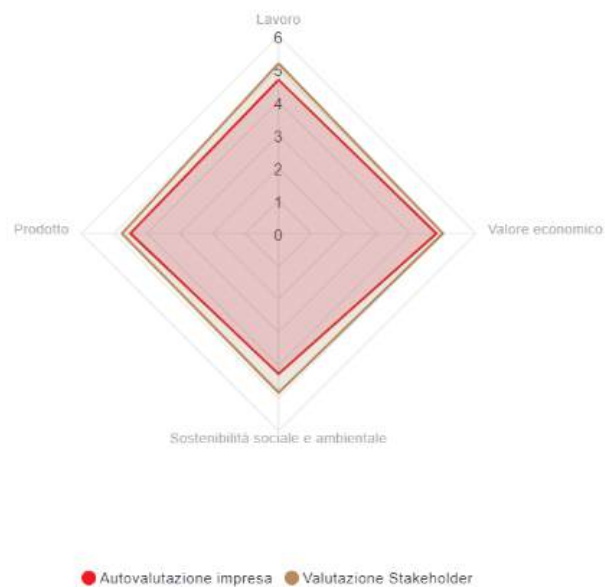
Questo grafico intende restituire uno sguardo d'insieme rispetto ad un elemento caratterizzante dell'osservazione del modello della Buona Impresa, ovvero la capacità di continuare a generare valore per la società nel lungo periodo.

» Nei tre vertici superiori, vengono rappresentate le "terze dimensioni" relative a Prodotto, Lavoro e Valore economico (rispettivamente: sostenibilità dell'offerta, sostenibilità organizzativa, sostenibilità economica). In particolare: per l'impresa viene espressa la media ponderata delle valutazioni negli elementi selezionati come rilevanti; la valutazione degli stakeholder invece è la media delle risposte date alle domande rispetto al futuro della relazione con l'impresa (intenzione d'acquisto futuro da parte dei clienti; prospettive di restare in azienda per i lavoratori; continuità dell'investimento per i soci).

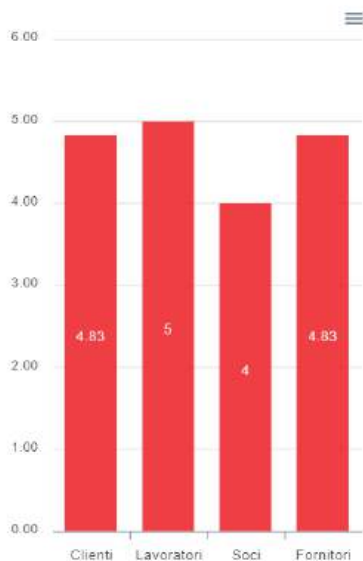
» Il vertice inferiore invece, rappresenta la valutazione di sintesi rispetto alla Sostenibilità Sociale e Ambientale, interpretata come un fattore determinante per garantire il successo nel tempo dell'attività di impresa. Anche in questo caso: per l'impresa viene espressa la media ponderata delle valutazioni negli elementi selezionati come rilevanti; la valutazione degli stakeholder invece è la media delle risposte date dall'insieme degli stakeholder alla domanda sullo sviluppo armonico dell'impresa con il contesto.

Download SVG

Download
PNG



Valutazione degli Stakeholder sulla Buona Impresa



I grafici di sintesi mostrano come Be Relevant nella sua attività durante il 2023 sia riuscita a ricondurre ad unità i pilastri di Prodotto, Lavoro e Valore Economico, favorendo le sinergie ed evitando prevaricazioni tra i diversi elementi con valutazioni sui pilastri su livelli importanti (≥ 4). Inoltre, esiste un sostanziale equilibrio tra le valutazioni interne e quelle degli stakeholder al netto di alcuni specifici punti individuati nel documento.

Un passo in avanti potrebbe essere fatto nella comunicazione agli stakeholder per il pilastro “lavoro” dove la loro valutazione è stata mediamente superiore a quella interna aziendale oltre che lavorare sullo stakeholder engagement di certe categorie di portatori di interesse (università e enti di ricerca).

La conferma di questa sana integrazione tra i pilastri della buona impresa viene anche dal grafico relativo alla sostenibilità nel tempo della creazione di valore rispetto ad uno sguardo di più lungo periodo. Anche su questo versante Be Relevant tende a valutarsi in modo più prudente di quanto non lo facciano i propri stakeholder denotando la necessità di portare e far emergere in modo più chiaro rispetto agli stakeholder quello che l'azienda fa e come lo fa.

Be Relevant si ritiene pertanto soddisfatta del valore creato nel corso del 2023 e un feedback positivo di insieme arriva in questo senso anche da tutti gli stakeholder coinvolti.

2. La valutazione dell’impatto: gli obiettivi di sviluppo sostenibile

Il 25 settembre 2015, le Nazioni Unite hanno approvato l’Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, un piano di azione globale per le persone, il pianeta e la prosperità.

L’agenda è stata sottoscritta da 193 Paesi delle Nazioni Unite, tra cui l’Italia, per condividere l’impegno a garantire un presente e un futuro migliore al nostro Pianeta e alle persone che lo abitano. L’Agenda globale definisce 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals - SDGs nell’acronimo inglese) da raggiungere entro il 2030, articolati in 169 Target, che rappresentano una bussola per porre l’Italia e il mondo su un sentiero sostenibile. Il processo di cambiamento del modello di sviluppo viene quindi monitorato attraverso dei Target con oltre 240 indicatori: rispetto a tali parametri, ciascun Paese viene valutato periodicamente in sede ONU e dalle opinioni pubbliche nazionali e internazionali.

Per un aggiornamento su come il nostro paese stia andando rispetto alla agenda 2030:

[Rapporto ASviS 2023 - Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile](#)

Di seguito vengono ricapitolati gli SDGs su cui l’impresa produce un impatto positivo attraverso la sua attività, con i dettagli degli elementi che lo hanno generato, così come emergono da SABI - Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa.

Sono inoltre indicati i rischi e le relative azioni di mitigazione messi in atto.

L'impatto generato sugli SDGs

Di seguito vengono ricapitolati gli SDGs su cui l'impresa produce un impatto positivo attraverso la sua attività, con i dettagli degli elementi che lo hanno generato. L'impatto generato attraverso il Prodotto viene attribuito direttamente dall'impresa, mentre gli impatti generati attraverso gli altri Pilastri dell'attività di impresa sono assegnati in automatico.

Ai fini della presente rappresentazione, è considerato impatto positivo se la valutazione media complessiva dell'elemento data dall'impresa e dalle 4 categorie di Stakeholder è superiore a 3,5.


	<p>Welfare aziendale e benefit attraverso il prodotto</p>		<p>Formazione e sviluppo professionale attraverso il prodotto</p>
	<p>Welfare aziendale e benefit Valorizzazione delle differenze e Inclusionione Creazione e remunerazione del lavoro attraverso il prodotto</p>		<p>Qualità dei rapporti con i fornitori Welfare aziendale e benefit Prospettive e tutela dei lavoratori Riconoscimento Fatturato Redditività Solvibilità Condivisione con i lavoratori Reinvestimento degli utili Creazione e remunerazione del lavoro attraverso il prodotto</p>
	<p>Qualità dei rapporti con i fornitori Welfare aziendale e benefit Prospettive e tutela dei lavoratori Valorizzazione delle differenze e Inclusionione Creazione e remunerazione del lavoro</p>		<p>Filantropia</p>

I rischi rispetto agli SDGs

Vengono qui rappresentati gli SDGs che sono impattati dagli elementi a cui l'impresa, o una categoria di stakeholder, ha dato una valutazione media non soddisfacente (inferiore a 3): impatti dunque potenzialmente negativi per l'ambiente o per la società.

8

LAVORO DIGNITOSO
E CRESCITA
ECONOMICA



Salute e sicurezza sul lavoro

Si tratta di un rischio evidenziato su cui l'impresa si sta focalizzando nel 2024 con opportune azioni di mitigazione tenendo conto sia del modello di business della società che della forza lavoro impiegata che è costituita essenzialmente da una rete di collaboratori esterni.

3. Punti di miglioramento verso la buona impresa

Punti di miglioramento verso la Buona Impresa

Di seguito, vengono rappresentati gli elementi rispetto ai quali l'impresa ha assegnato una valutazione non pienamente soddisfacente, accompagnati dalla corrispondente valutazione degli stakeholder. In particolare, il colore rosso corrisponde a una valutazione inferiore a 1,5, il colore arancio corrisponde a una valutazione tra 1,5 e 2,5; il colore giallo corrisponde a una valutazione tra 2,5 e 3,5; il colore verde (presente solo per gli stakeholder) corrisponde a una valutazione superiore a 3,5.

Nota bene: l'elenco è frutto di un calcolo automatico, derivato dalle valutazioni espresse. Naturalmente, la definizione degli obiettivi di miglioramento e delle priorità resta in capo all'azienda, che potrà usare questo strumento - da solo o con l'aiuto di consulenti specializzati - come punto di partenza per focalizzare le priorità e costruire un piano d'azione.

Elemento di valutazione	Autovalutazione impresa	Rilevanza impresa	Valutazione stakeholder	Rilevanza stakeholder
Lavoro				
Creazione e remunerazione del lavoro	●	Molto rilevante	●	Molto rilevante
Sostenibilità sociale e ambientale				
Consumi energetici	●	Poco rilevante	●	Abbastanza rilevante
Rifiuti	●	Molto rilevante	●	Abbastanza rilevante
Salute e sicurezza sul lavoro	●	Molto rilevante	●	Abbastanza rilevante
Diritti umani e del lavoro	●	Molto rilevante	●	Molto rilevante

Dei tre pilastri caratterizzanti il modello della buona impresa Be Relevant rileva la necessità di lavorare meglio sul pilastro del lavoro comunicando in modo diverso e più incisivo le attività che svolge.

Sul versante della sostenibilità sociale ed ambientale i temi su cui lavorare nel 2024 saranno afferenti all'area dei consumi energetici, dei rifiuti e della salute e sicurezza sul lavoro, partecipando attivamente alle strategie del Polo Tecnologico in cui siamo inseriti con la dimensioni aziendali e la natura della società.

Questo sarà possibile grazie alla nostra partecipazione mensile alle riunioni di staff del Polo Tecnologico di Cremona.

4. Obiettivi 2024 e piano di azione strategico

Be Relevant si pone in relazione agli obiettivi di beneficio comune i seguenti target per l'anno corrente confrontandoli con quelli del 2023:

Obiettivo di beneficio comune	Metrica	2023	2024
Il benessere e la conciliazione vita-lavoro dei collaboratori: ognuno può lavorare dove vuole e quando vuole. Non ci sono timbrature e giorni prestabiliti in presenza con facoltà di effettuare incontri on line utili alla focalizzazione	Numero di incontri on line	50	60
Si prevedono due incontri annuali di confronto in presenza per attività di team building e rafforzamento delle relazioni.	Numero di incontri di retreat e team building	2	4
Una percentuale fino al 50% del risultato economico di esercizio misurato da indicatori di redditività aziendale sarà distribuita ad amministratori e collaboratori ogni anno in base al contributo che ognuno ha dato per far crescere la società in termini di riconoscibilità sul mercato, impatto sociale e sostenibilità dell'impresa.	% del risultato economico (margine "A-B") distribuito	Eur 1.000 a ogni collaboratore	Euro 1.000 a ogni collaboratore
Alta concentrazione verso i cosiddetti stakeholders evitando il più possibile di svolgere o far svolgere ai nostri clienti azioni che non siano realmente necessarie	Numero di clienti che utilizzano il metodo Agile e il metodo OKR	5	6
Impegno di contribuire alla crescita dei nostri clienti focalizzandoci sul cosiddetto "job to be done", ovvero sul lavoro effettivamente da realizzare senza forzature	Obiettivo qualitativo: Crescita dei clienti focalizzandoci su "Job to be done".	Obiettivo qualitativo: Crescita dei clienti focalizzandoci su "Job to be done".	Obiettivo qualitativo: Crescita dei clienti focalizzandoci su "Job to be done".

e nel rispetto dei budget e delle disponibilità di tempo e di impegno attivo sempre dei nostri clienti			
Condurre i nostri clienti a capire sia che i modelli di business sostenibili sono i più innovativi sia che il marketing e la comunicazione etica, interna ed esterna, creano relazioni forti e rendono profittevole l'azienda nei suoi tre pilastri: etica – competenza – legame.	Numero di clienti che hanno aderito a modelli di business sostenibili	3	4
<i>Attraverso collaborazioni con Università Associazioni di categoria e altri portatori di innovazione del territorio si vuole:</i>	-----	-----	-----
essere propulsori e trasformatori di cultura aziendale e di impresa affinché gli imprenditori locali e territoriali continuino ad evolvere ed essere attrattivi per giovani e non;	Collaborazioni avviate con organismi del territorio	3	3
essere propulsori e trasformatori del territorio cremonese creando indotto nel commercio, nel turismo e nei servizi, affinché grazie anche alla capacità di spesa di nuove persone, queste scelgano di vivere, operare e lavorare con preferenza a Cremona senza sentire il bisogno di spostarsi in altri luoghi	Incontri effettuati presso il polo tecnologico di cremona	4	5

L'obiettivo sistemico per il 2024 sarà quindi legato sempre di più al sostegno al territorio. Come? L'ambizione è quella di creare, entro la fine del 2024, una "rete" di imprese e collaboratori che iniziano il loro percorso come aziende di riferimento per la città di Cremona. Abbiamo deciso di modificare e ampliare la nostra linea di business con una progressiva acquisizione di quote societarie di altre aziende del territorio e non, che già collaborano con noi da tempo come partner. Più che il valore economico ci interessa monitorare la marginalità, la solvibilità e l'impatto economico e sociale dei nostri clienti.

Da un punto di vista del valore che diamo ai nostri collaboratori continueremo il percorso di talent retention attraverso nuove strategie che vogliamo far nascere da loro e che siano collegate alle loro reali necessità.

In chiusura della relazione di impatto 2023 Be Relevant SRL SB ringrazia tutti i propri stakeholder per il lavoro svolto insieme e rendicontato nella presente relazione.

Cremona, 29/03/2024

L'amministratore Unico
Deborah Ghisolfi