

THE **GOOD** IN TOWN
SOCIETÀ BENEFIT
RELAZIONE DI IMPATTO
2021

Può darsi che non siate responsabili
della situazione in cui vi trovate
ma lo diventerete se non farete nulla per cambiarla.

Martin Luther King



INDICE

1. Fatti e persone che cambiano il mondo
2. Chi siamo
3. Finalità di beneficio comune
4. ESG: Enviromental, Social, Governance
5. The Good Economy
6. Gli strumenti del nostro impatto
7. Obiettivi 2022



THE GOOD IN TOWN

1 FATTI E PERSONE CHE CAMBIANO UN MONDO

Quest'anno ci ha portato a riflettere molto sul nostro ruolo di società benefit e sull'importanza di agire con efficacia in uno scenario profondamente cambiato e segnato da pandemia e guerre

Abbiamo compreso quanto fosse rilevante rileggere gli obiettivi di sviluppo sostenibile alla luce della situazione attuale per rendere più efficace e concrete le nostre azioni.

Sentiamo la chiamata ad agire non solo per gestire le emergenze umanitarie, sociali ed economiche che ci sono sempre state e che questi tempi stanno esasperando ma anche e soprattutto per cogliere l'opportunità di contribuire a diffondere modelli più sostenibili, per un futuro migliore.

Sara Serafini e Donatella Cambosu
Cofondatrici The Good in Town SB

2 CHI SIAMO

Siamo una Società Benefit che promuove l'impegno sociale, la comunicazione positiva e l'innovazione come leva di cambiamento e trasformazione. Realizziamo con le aziende progetti innovativi per la sostenibilità, con un impatto sociale o ambientale positivo, collaborando con l'ecosistema del benefit, delle imprese e dell'innovazione tecnologica. Valorizziamo l'impegno delle PMI e delle Corporation in attività ad impatto positivo per uno sviluppo sostenibile, aiutiamo le società benefit e B Corp a diffondere il loro modo nuovo di fare impresa. Siamo anche editori del magazine online The Good in Town - Fatti e persone che cambiano il mondo, il nostro strumento per fare divulgazione sui temi 'benefit' e per fare informazione inclusiva, positiva, cercando di rendere chiari anche i temi più complessi.

La nostra missione

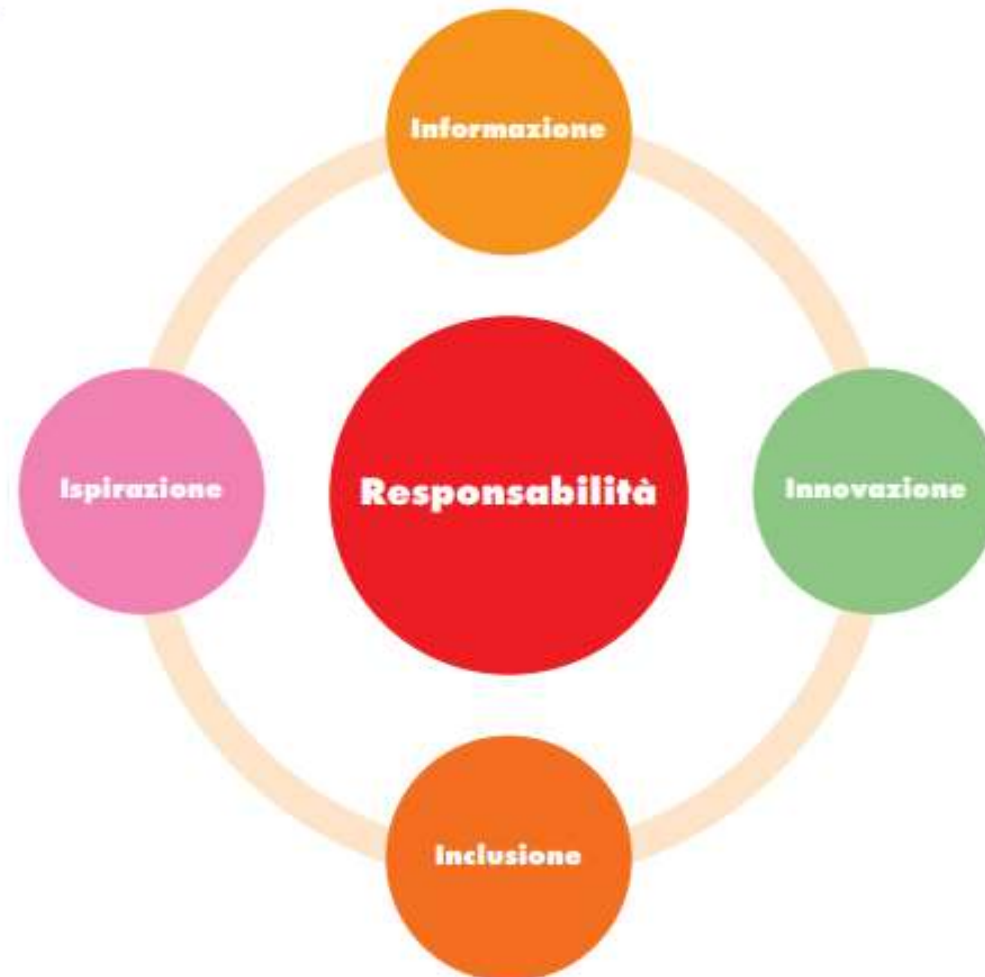
Vogliamo contribuire alla generazione di consapevolezza e ispirare azioni rivolte allo sviluppo sostenibile e alla responsabilità sociale, valorizzando con la comunicazione e con progetti concreti il positivo che porta al beneficio comune.

La nostra visione

Rendere il bene comune parte integrante della vita di tutti, grazie alla collaborazione e al supporto dell'innovazione e della tecnologia, facendo emergere la capacità delle persone di agire positivo e la loro unicità come motore del cambiamento positivo.

I Valori in cui crediamo

Le 4 I - informazione, innovazione, inclusione, ispirazione - sono i tasselli essenziali del nostro modello "benefit pop". Sono tutti elementi autonomi ma che, integrandosi a vicenda, costituiscono un sistema unico finalizzato a stimolare, attivare, accrescere il senso di responsabilità.



3 FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

Il percorso che abbiamo scelto ci invita a migliorare e trovare nuove modalità per perseguire i nostri obiettivi che ci portino a un risultato concreto e misurabile.

- **Informare e alimentare il dibattito sullo sviluppo sostenibile**, la responsabilità individuale e d'impresa, l'innovazione, il digitale, la diversity e l'inclusione, l'etica, l'ambiente, il benessere
- **Praticare e promuovere una comunicazione inclusiva** che aiuti a trasmettere valori, semplificare temi complessi e sotto-rappresentati (literacy), ridurre i pregiudizi
- **Sviluppare strumenti innovativi e digitali** per promuovere lo sviluppo sostenibile semplificando alle aziende la realizzazione di progetti di responsabilità sociale
- **Promuovere la sinergia interdisciplinare e le partnership for the goals** con enti, associazioni no profit, fondazioni, privati e imprese, territori e comunità come strumento per accelerare la transizione ecologica e digitale in un'ottica di beneficio comune e rigenerazione
- **Suggerire buone pratiche per la sostenibilità**, delle buone abitudini con cui possiamo introdurre concretamente la sostenibilità nella vita di ogni giorno



4 ESG

Enviromental

Nel rapporto di Valutazione dell'IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change), un organismo creato dalle Nazioni Unite per studiare il riscaldamento globale, si riconosce il concetto di interdipendenza tra clima, biodiversità e persone.

Crediamo che sia sempre più rilevante agire perché non c'è più tempo e perché la situazione si aggrava ulteriormente con guerre e pandemie.

La nostra azione concreta per contrastare il cambiamento climatico, è stato investire in **Forest Valley institute**, una piattaforma volta ad accelerare la **climate innovation** con attività di divulgazione e scouting di startup tecnologiche che propongono soluzioni in ambito climatico e di economia circolare.

ESG

THE GOOD IN TOWN



Social

La responsabilità di ridurre le disuguaglianze e dare coerenza ai nostri valori (informazione, innovazione, inclusione, ispirazione) si traduce nei progetti a impatto sociale positivo.

Progetti rivolti a profili che identifichiamo insieme ai Partner del nostro ecosistema restando in ascolto di bisogni e necessità.

Sono in particolare progetti di formazione e ricerca attiva del lavoro, rivolti all'inclusione e inserimento di persone che per ragioni sociali, culturali o economiche sono inoccupate.

ESG

THE GOOD IN TOWN

Governance

Crediamo che l'attenzione a persone e valori siano fondamentali nella guida delle aziende, lo abbiamo vissuto nelle nostre esperienze. La stesura del codice etico è stata una parte importante del nostro percorso, ci ha aiutato a sintetizzare elementi salienti che vorremmo mantenere saldi lungo la strada.

L'etica per noi è una guida per «scegliere e agire con responsabilità» e disciplina le regole di rapporto con i nostri stakeholder con i quali le condividiamo con trasparenza.

Il benessere e la formazione professionale dei nostri collaboratori è un altro elemento su cui abbiamo investito e vogliamo mantenere per creare un team che condivide i nostri valori.

ESG

THE GOOD IN TOWN

5 THE GOOD ECONOMY

Il 2021 ha segnato con decisione la volontà delle persone di cercare aziende nelle quali lavorare che avessero più attenzione allo sviluppo sostenibile. La Good Economy è cresciuta e continua a crescere. Gli obiettivi dell'Agenda 2030 ONU sono un riferimento per noi sempre presente e insieme alle aree di impatto del B Impact Assessment, ci aiutano a individuare le aree in cui possiamo dare maggiore contributo.

Rispetto allo scorso anno grazie alla collaborazione con l'ecosistema del bene siamo riuscite a implementare attività anche per gli obiettivi 13 e 8.



Goal 3 Salute e Benessere - L'obiettivo mira a raggiungere migliori standard per la salute e il benessere di tutti, a tutte le età e in tutto il mondo. Abbiamo dedicato diversi contenuti per aumentare la consapevolezza sull'importanza di prendersi cura della propria salute e del proprio benessere.

Goal 5 Parità di genere - L'obiettivo punta a raggiungere l'uguaglianza di genere e stimolare l'empowerment femminile. Abbiamo proseguito l'impegno editoriale nella valorizzazione di figure femminili che fossero di ispirazione e attivato collaborazioni con altre imprese e onlus al femminile. Siamo convinte che per lavorare a livello culturale realmente sulla parità di genere sia importante stimolare la riflessione non solo su opportunità paritarie a livello professionale ma anche su temi legati al parenting, come la suddivisione dei ruoli e dei compiti in famiglia e all'inclusione di altri generi.

Goal 8 Lavoro dignitoso e crescita economica – L'obiettivo è orientato a promuovere politiche di sviluppo per la creazione di lavoro dignitoso, la creatività, l'innovazione, l'imprenditorialità e l'occupazione giovanile. Il nostro impegno si è focalizzato soprattutto sui servizi di formazione e diritto al lavoro per persone in condizioni di fragilità socio-economica di tutte le età che non lavorano e non hanno possibilità di formarsi. In linea con le attività previste nel perseguimento di altri obiettivi (ad es. la parità di genere), abbiamo previsto percorsi rivolti in particolare alle donne che in molte culture non hanno accesso al mondo del lavoro o la possibilità di realizzare percorsi imprenditoriali.

AGENDA 2030

THE GOOD IN TOWN



Goal 9 Imprese, innovazione e infrastrutture – L'obiettivo si riferisce alla promozione di un tessuto economico e industriale più innovativo, responsabile e sostenibile. L'impegno nella valorizzazione del ruolo del digitale e dell'innovazione nei percorsi di sviluppo sostenibile è proseguito sia nella ricerca di Partner che collaborassero a progetti innovativi, che includessero digitale e tecnologia, sia nell'affinamento della piattaforma digitale volta ad agevolare lo sviluppo di progetti di CSR.

Goal 10 Ridurre le disuguaglianze - L'obiettivo riguarda il tema della disparità sociale ed economica all'interno dello Stato e tra le nazioni. A questo proposito è proseguita la collaborazione con enti no profit e istituzioni che sostengono l'alfabetizzazione e la formazione di profili svantaggiati per offrire loro strumenti di crescita e sviluppo. Ci siamo occupate in particolare del coinvolgimento e coordinamento di formatori e docenti per l'educazione finanziaria, il digitale e la sostenibilità che consideriamo competenze trasversali fondamentali per ridurre disuguaglianze e condividere la conoscenza.

Goal 12 Consumo e produzione responsabili – L'obiettivo si focalizza sulla promozione di modelli di consumo e produzione sostenibili e sull'aumento della consapevolezza nelle persone. Abbiamo prodotto diversi contenuti divulgativi sul magazine, suggerito "buone pratiche" attraverso la rubrica Good Habitz e Good App, lanciato una serie dedicata all'upcycling, alla sostenibilità digitale e allo spreco alimentare, collaborato all'organizzazione di eventi di sensibilizzazione su moda etica e consumi digitali responsabili.

AGENDA 2030

THE GOOD IN TOWN



Goal 13 Lotta per il cambiamento climatico – L'obiettivo si concentra su tutte le attività di sensibilizzazione e integrazione di progetti concreti per contrastare il climate change. Come società di servizi quindi poco coinvolta nei processi di produzione ad alto impatto ambientale abbiamo cercato un'attività che ci permettesse di contribuire concretamente a questo obiettivo che sentiamo urgente e sul quale è importante non procrastinare. Il nostro impegno si è quindi concentrato su Forest Valley Institute, nel quale abbiamo investito per la realizzazione di un ecosistema di progetti volti a contrastare il cambiamento climatico.

AGENDA 2030

THE GOOD IN TOWN



RISULTATI 2021

Finalità di beneficio comune	Sfida	Azioni	KPI	Obiettivi	Risultati	Note
Contribuire insieme alle altre società benefit alla transizione verso un nuovo modello di impresa improntato su valori etici e di sostenibilità che coinvolgano in prima istanza la società stessa	Costruire una "Good Economy" in cui l'impresa privata contribuisce al bene comune e alla rigenerazione	Aprire una sezione sul sito The Good in Town, dedicata alla divulgazione del modello	nr. articoli	200	Ob. Raggiunto e superato	
		Lancio campagna B-POP	nr. Interazioni social	10000	Ob. non raggiunto	Il lancio della campagna è stato rimandato con l'obiettivo di coinvolgere un maggiore numero di Società Benefit
Ridurre il divario comunicativo tra business e consumatore per stimolare modelli di innovazione sostenibile basati sugli obiettivi stabiliti dall'Agenda 2030 che coinvolgano entrambe le parti verso un obiettivo comune; promuovere la contaminazione generazionale, l'inclusione sociale, la parità di genere e la conoscenza quale strumento di transizione verso un'epoca nuova	Far crescere la conoscenza e la comprensione dei temi legati allo sviluppo sostenibile superando barriere socio-culturali	Format editoriale innovativo Le serie	nr. Episodi	50	Ob. Parzialmente raggiunto	
		Format editoriale innovativo Good Habitz	nr. Infografiche	20	Ob. Parzialmente raggiunto	
Valorizzare la professione giornalistica, offrendo ai propri collaboratori un trattamento equo e dignitoso, secondo le indicazioni date anche dall'Ordine Professionale	Sostenere la professione giornalistica di qualità e la sua resilienza nell'editoria online	Creare momenti di crescita professionali	nr. Corsi	1 corso sulla comunicazione inclusiva	Ob. Raggiunto e superato	Abbiamo aggiunto un corso professionale sugli strumenti di digital marketing
Progettare, sviluppare e avvalersi dell'utilizzo e/o lo sviluppo e la progettazione di piattaforme informatiche e prodotti che democratizzino l'accesso al digitale e che attraverso questo favoriscano la diffusione di una profonda cultura dell'innovazione purpose driven	Trovare punti di contatto e sinergie tra innovazione, digitale e sostenibilità	Pubblicare una piattaforma digitale per agevolare l'incontro tra bisogni e soluzioni	Delivery di una piattaforma	Pubblicazione entro l'anno	Ob. non raggiunto	Abbiamo preferito finalizzare meglio alcuni elementi e nuove esigenze nate in corso d'opera, la pubblicheremo entro il 2022
Sensibilizzare sull'importanza della realizzazione di progetti che producano un impatto positivo immediato e stimolino la generazione di nuove iniziative in ottica di "amplificazione positiva del fare e dei percorsi sostenibili"	Innovare e ispirare le best practice in ambito sostenibilità	Progetti di responsabilità sociale	Nr. Progetti	3	Ob. parzialmente raggiunto	Abbiamo integrato nei progetti elementi innovativi come nuove tecnologie a supporto della formazione lavoro
Divulgare i valori di sostenibilità con workshop, convegni, corsi, interviste e video, webinar, podcast.	Ampliare l'audience sui temi dello sviluppo sostenibile, della responsabilità individuale e aziendale	webinar	nr. Webinar	6	Ob. parzialmente raggiunto	
		eventi fisici	nr. Eventi	1	Ob. non raggiunto	Non è stato possibile realizzarlo a causa dell'emergenza sanitaria
		unpacking csr (video o audio)	nr. Video/audio	12	Ob. parzialmente raggiunto	
Avviare Partnership con enti di ricerca e startup che permettano di monitorare e analizzare i dati sulla sostenibilità e proporre nuovi percorsi di comunicazione innovativi	Promuovere l'innovazione purpose driven	Partnership con startup a impatto sociale	nr. Startup	3	Ob. parzialmente raggiunto	
		Partnership e collaborazioni for benefit	nr. Partner	1	Ob. Raggiunto e superato	Abbiamo avviato collaborazioni con NISB, Assobenefit, Redooc, Equiren, One Planet One Future
Garantire ai propri lettori la trasparenza e il rispetto del fact-checking rispetto a tutti i contenuti pubblicati	Rinnovare il patto di fiducia con i lettori	Adesione al Trust Project	Documento formale	Pubblicazione sul sito	Ob. non raggiunto	Abbiamo valutato di rimandare a un momento successivo all'iscrizione della nostra testata al registro
Valorizzare le caratteristiche del territorio e delle loro comunità con iniziative specifiche a loro dedicate di impatto ambientale e sociale	Accompagnare la transizione ecologica e digitale del territorio	Iniziative editoriali e territoriali sull'innovazione per la sostenibilità	nr. Contenuti	10	Ob. Raggiunto e superato	
Avvalersi di collaborazioni e fornitori coerenti con gli obiettivi di sviluppo sostenibile	Supportare la creazione di filiere sostenibili	Collaborazioni costanti con Società Benefit	nr.	5	Ob. parzialmente raggiunto	
		Collaborazioni costanti con enti terzo settore	nr.	3	Ob. Raggiunto e superato	
		Realizzazione di una policy fornitori	Documento formale	1	Ob. non raggiunto	Abbiamo completato la stesura del codice etico al quale seguirà la stesura della policy
Promuovere la sinergia interdisciplinare con enti, associazioni no profit, Fondazioni, enti di ricerca, privati e imprese per agevolare l'attività di ricerca e sviluppo, superare i confini di ruolo, territoriali e disciplinari per trovare insieme nuove soluzioni di comunicazione e sostenibilità	Far comprendere nel concreto la necessità di operare in modo sinergico e collaborativo (concetto interdipendenza)	Dare visibilità alla piattaforma come strumento di networking con azioni di comunicazione e divulgazione mirate	nr. Persone/enti/aziende	20	Ob. non raggiunto	L'obiettivo è strettamente vincolato alla delivery della piattaforma rimandata al 2022

6 GLI STRUMENTI DEL NOSTRO IMPATTO

Le nostre **Serie**, format editoriale dedicato a rendere più pop e inclusivi i temi legati allo sviluppo sostenibile e alla comprensione dell'innovazione, si sono arricchite delle collaborazioni con **imprese e Società Benefit** con la volontà di rafforzare l'ecosistema per il beneficio comune.

I **Good Habitz** e le **Good App**, sono consigli sulle buone abitudini che possiamo introdurre nella vita di ogni giorno.

Gli **storytelling** e i **progetti di formazione** a impatto sociale positivo.

Gli **eventi divulgativi** per generare maggiore consapevolezza



INCLUSIONE E DIRITTO AL LAVORO

AL LAVORO 4.0

Contribuito alla realizzazione del progetto di Digital360, Fondazione San Carlo e Caritas Ambrosiana rivolto a giovani NEET sulle competenze digitali per sviluppare una maggiore conoscenza delle trasformazioni in atto nel mondo manifatturiero. Il progetto ha coinvolto un ecosistema virtuoso di aziende del territorio.

Numeri: 14 ragazzi dai 18 ai 25 anni, 400 ore di formazione e 3 mesi di tirocinio

Aziende coinvolte: Sew Eurodrive, Smc, Fluidotech, Torneria Automatica Colombo, Var Group, Trillium, Schneider Electric

RESKILLING JOBS

Implementing Partner del Progetto di reskilling organizzato in collaborazione con JP Morgan Chase, Fondazione S. Carlo, Caritas Ambrosiana. L'obiettivo è reinserire nel mondo del lavoro circa 100 inoccupati nell'arco di 3 anni e formarli su competenze professionali verticali ma anche su educazione finanziaria, digitale e sostenibilità.

La selezione delle aziende coinvolte nel progetto si è concentrata su società benefit e B Corp e realtà innovative.

ECONOMIA CIRCOLARE E DIVULGAZIONE

GREEN FASHION DATA

Il primo evento di una serie dedicata alla moda etica e circolare organizzato in collaborazione con Cikis Studio.

Aziende coinvolte: Cikis Studio, TheBrandSitter, Rewoolution - Gruppo Reda, Guffanti Showroom, Fashion Technology Accelerator, Greenchic, Renoon



THE ISLANDS RULE

Serie reportage, un viaggio tra le isole dei pionieri, isole che si stanno distinguendo nel loro impegno per la sostenibilità ambientale, economica e sociale.

Nel 2021 abbiamo raccontato Elba, Pantelleria, Danimarca, Procida, Saint Lucia, Creta.



BUONGIORNISSIMO, NO GRAZIE!

Serie divulgativa sui costi dormienti del digitale e su quel che si può fare per ridurre il nostro impatto.

Nel 2021 abbiamo raccontato i costi di videoconferenze, bitcoin, criptovalute, email, smartphone con articoli e webinar.



CLIMATE CHANGE

FOREST VALLEY

Piattaforma volta ad accelerare la climate innovation con attività di divulgazione e scouting di startup tecnologiche che propongono soluzioni in ambito climatico e di economia circolare.

www.forestvalley.org

The logo for Forest Valley, featuring the words "FOREST" and "VALLEY" stacked vertically in a bold, white, sans-serif font on a dark blue rectangular background.

AMBIENTE, ARTE, EDUCAZIONE

L'arte e l'educazione sono grandissimi alleati nella lotta al cambiamento climatico e nella formazione di una cultura più sensibile e competente sui temi ambientali.

Un evento dedicato a queste tematiche in collaborazione con Redooc e One Planet One Future



7 OBIETTIVI 2022

Nel 2022 vorremmo proseguire l'impegno nel leggere l'evoluzione del contesto nel quale ci inseriamo come società benefit per perseguire in modo efficace le nostre finalità.

Cercheremo di ampliare gli argomenti sui quali generare consapevolezza e riflessione come la parità di genere, rivolgendoci più al mondo della diversità in generale e dell'intersezionalità.

I progetti di formazione finalizzati all'inserimento lavorativo continueranno ad arricchirsi di nuove Partnership dell'ecosistema del bene e di moduli trasversali su digitale e sostenibilità per rispondere alle crescenti esigenze di nuovi profili professionali.

La campagna BPOP per far conoscere le società benefit a tutti resterà una priorità così come la messa online della piattaforma digitale volta ad agevolare la realizzazione di progetti di CSR.

Infine abbiamo gettato le basi per nuove collaborazioni con Global Compact e organizzazioni internazionali che fanno fronte alle emergenze economiche ed umanitarie dei nostri tempi.



PERCORSO B CORP

Nel nostro percorso per diventare B Corp certificata, il monitoraggio attraverso il B Impact Assessment di B Lab, ci aiuta a individuare le aree da potenziare e da misurare.

Abbiamo scelto di darci il tempo di crescere in modo graduale e perseguire con maggiore concretezza le nostre finalità.

The Good in Town

Data di fine dell'anno fiscale **December 31st, 2021**

91.9