



deLAB 

IMPACT REPORT  
2021



# INDICE

- Lettera dal CEO
- Governance e Metodologia
  - Identità: Vision, Mission e Valori
  - Stakeholder mapping
  - Analisi dei livelli
  - Stakeholder engagement
  - Matrice della Materialità
  - Manifesto
- Persone
  - Risorse Umane
    - Holacracy & Smart Working in De-LAB
    - Formazione Interna
  - Fornitori
  - Clienti
- Ambiente
  - Mobilità
  - Merchandising
- Sociale
  - Obiettivo d'impatto: UN Sustainable Goal 4
  - Obiettivo d'impatto: UN Sustainable Goal 12
  - Obiettivo d'impatto: UN Sustainable Goal 17
  - Il progetto KOKONO
  - Charity
- Comunicazione
  - Saper fare e far sapere
  - Eventi e Networking
  - Sito Web e Social Media
- Riconoscimenti
  - Affiliazioni
  - Premi e Riconoscimenti 2021
- Non conclusioni e prossimi passi
- Obiettivi e KPI di monitoraggio 2021: esiti e performance
- Tabella riepilogativa obiettivi
- Glossario





## Lettera del CEO

Il 2021 è un anno di parziale ripresa dopo lo shock esogeno del Covid. Non siamo ancora fuori dall'emergenza ma siamo in grado di vedere una luce in fondo al periodo di incertezza e conseguente instabilità che ci siamo appena lasciati alle spalle. Anche per De-LAB, questo sarà un anno di ripresa della progettazione, forti di un bisogno di pianificazione ed organizzazione delle attività che per noi è la linfa vitale del nostro lavoro quotidiano.

Dal punto di vista dei nostri impatti, manterremo per quest'anno un approccio conservativo, sforzandoci di mantenere le performance del precedente anno ed integrando solo alcuni dei goal annuali.

Rimane ovviamente la speranza di correggere la rotta in itinere, potenziando le nostre attività ad impatto legate ai progetti e, quindi, al mercato.

Siamo sicuri che anche quest'anno potremo testimoniare il nostro impegno concreto per il bilanciamento delle finalità economiche e socio-ambientali, come da statuto Benefit. Il percorso iniziato continuerà a condurci verso nuovi obiettivi di miglioramento, consci che la strada per la realizzazione di un modello di impresa ad impatto sia ancora lunga e molto sfidante. La buona notizia o, meglio, la conferma, è che De-LAB c'è!

*Lucia Dal Negro*

Founder & Director De-LAB srl Società Benefit



## IDENTITÀ: VISION, MISSION E VALORI

In qualità di Società Benefit intendiamo perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti o associazioni ed altri portatori di interesse.

La nostra identità emerge dalle tre aree di lavoro entro cui proiettiamo passione, esperienza e competenze tecniche e teoriche di tutti i soci e collaboratori.

**Inclusive Business:** realizzando progetti e studi per imprese interessate a sviluppare processi di co-creation applicati su prodotti e servizi rivolti a mercati e comunità in via di sviluppo, via Cooperazione allo Sviluppo o Innovazione Frugale;

- **Innovazione Sociale:** realizzando progetti di Innovazione Sociale realizzati nel contesto italiano ma replicabili anche all'estero, generativi di impatti sociali e/o ambientali positivi e capaci di rafforzare la reputazione dell'ente attivatore del progetto;

**Comunicazione Etica d'Impresa:** ideando soluzioni comunicative pensate attraverso linguaggi nuovi, essi stessi portatori di impatti positivi nel medio-lungo periodo, impiegati per restituire il valore aggiunto di iniziative sociali o ambientali promosse dalle aziende.

La nostra mission è quella di studiare, ideare, realizzare, comunicare e misurare iniziative e strumenti ad impatto socio-ambientale positivo, inclusivi e co-creati, permettendone la scalabilità e l'integrazione nei processi imprenditoriali in Italia o all'estero. Accompagniamo il settore privato all'interno di business model ad impatto sociale: innovativi, sostenibili ed inclusivi.

La nostra vision è quella di diffondere modelli di Purpose Economy sostenuti da ecosistemi di sviluppo ibridi (profit/non-profit/pubblico), sistemici e rigenerativi.

I nostri valori sono:

**Curiosità:** non ci fermiamo davanti a ciò che si è sempre fatto, spingiamo verso un aggiornamento continuo dei

modelli e non abbiamo paura di conoscere e operare in campi nuovi, sperimentali e con attori di diversa natura. Per questo motivo accettiamo e ripartiamo dagli eventuali errori, che consideriamo momenti di verifica delle ipotesi ed apprendimento.

**Coerenza:** ci piace conoscere ciò che chiediamo al cliente, metterci nei suoi panni e garantire progetti seri e collaborazioni affidabili e trasparenti. Ciò che noi garantiamo è ciò che noi ci aspettiamo, all'interno di un rapporto di reciproca fiducia e coerenza.

**Collaborazione:** ci piace lavorare in squadra e condividere i nostri lavori con partner e clienti orientati verso gli stessi obiettivi. Crediamo che la rete e la condivisione, se organizzate e governate, siano architetture capaci di rendere più efficiente e semplice il lavoro di tutti.

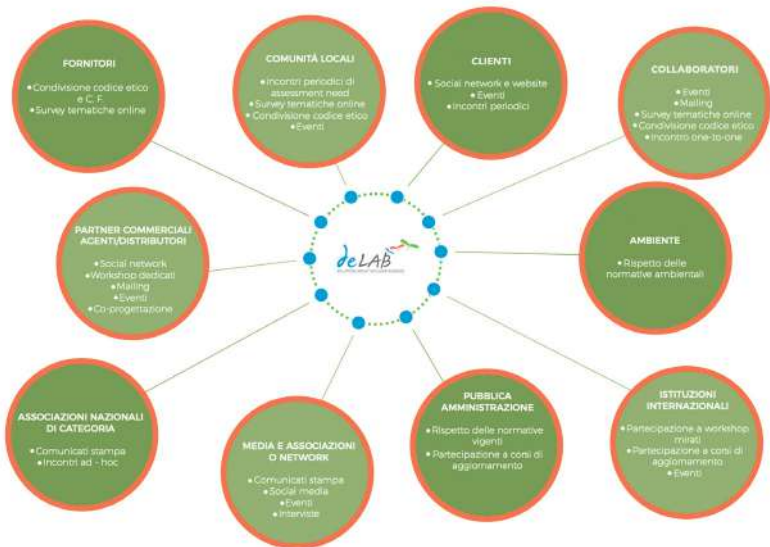
## STAKEHOLDER MAPPING

Secondo gran parte della letteratura sulla Stakeholder Analysis, la mappatura dei portatori di interessi risulta evidente dalla visione del contesto generale, concentrandosi maggiormente sulla categorizzazione con lo scopo di individuare interessi e relazioni dei vari stakeholder (Pronti A., Nobile G., Pagliarino E., 2018). Questo processo di identificazione è stato eseguito da De-LAB analizzando le proprie relazioni e i propri processi, andando ad identificare i target principali verso cui orientiamo il nostro interesse.

In seguito alla mappatura degli stakeholder, strumento analitico fondamentale di un approccio di business "human centered", sono emerse diverse categorie di persone interessate e coinvolte nel progetto, con ruoli e pesi decisionali differenti. In generale, gli stakeholder rientrano in due macro-categorie: coloro che contribuiscono ad un progetto (interni) e coloro che ne sono impattati (esterni). In una Benefit Corporation, quale è De-Lab, tra gli stakeholder interni troviamo il Presidente del CdA, il Consigliere, sei dipendenti che lavorano a molteplici progetti condivisi, e diversi fornitori locali e indipendenti (Grafici, Legali, Webmaster, Agenzia di Comunicazione). Per quanto riguarda gli stakeholder esterni, a livello di coinvolgimento diretto troviamo tutti quegli enti con cui De-Lab è riuscita a creare una partnership caratterizzata dalla collaborazione e dal supporto: si tratta di affiliazioni a comunità come quelle del Global Compact (UN), il BOP Global Network, Fondazione Bassetti, iBAN, associazioni quali Assobenefit e APIS, onlus come Amref Health Africa e università come quella di Ferrara. A livello di coinvolgimento indiretto troviamo sia il mondo dei Media più attento alle tematiche sociali e ambientali, sia



l'importante gruppo dei clienti alla ricerca di una consulenza per quanto riguarda l'implementazione di una politica e di una comunicazione che rendano centrali l'idea e la messa in pratica dell'innovazione sociale e del business inclusivo.



## ANALISI DEI LIVELLI

In seguito all'identificazione, differenziare e categorizzare gli stakeholder in gruppi omogenei a seconda delle caratteristiche diventa un'attività di fondamentale importanza, in modo da fornire un'approfondita descrizione del livello di coinvolgimento di ogni possibile sottogruppo di attori presenti nell'arena decisionale aziendale (Luyet et al., 2012). Il metodo utilizzato per compiere questa analisi segue un approccio top down, detto "categorizzazione analitica", in cui la classificazione è effettuata direttamente da chi svolge il rapporto, basandosi esclusivamente sulle osservazioni dall'alto del fenomeno in questione. Non è specificatamente richiesta la partecipazione diretta di tutti gli stakeholder in vista della costruzione dei risultati (attraverso, per esempio, focus group o interviste semi-strutturate). In quest'ottica, De-LAB ha inteso organizzare i livelli come specificato in basso.

Come prima categoria di portatori d'interessi consideriamo i dipendenti; essi sono il gruppo maggiormente coinvolto, con una forza specifica nell'influenzare l'area decisionale in quanto agiscono in prima persona nella creazione e sviluppo dei progetti De-LAB. Lavorano attraverso canali di comunicazione diretti con i soci fondatori.

Nella seconda categoria rientrano i partner dell'azienda e l'insieme dei collaboratori interessati a supportare sia la visione valoriale di De-Lab sia i processi concreti che portano al concretizzarsi degli obiettivi strategici. Le persone che collaborano al progetto KOKONO, a Kampala (Uganda), gli

enti che hanno aiutato e aiutano a realizzarlo, le associazioni e le comunità con cui De-Lab condivide momenti formativi e di crescita comune. Questi portatori d'interesse godono di un coinvolgimento continuativo con la realtà aziendale, attraverso uno scambio di informazioni che avviene attraverso focus group, telefonate, contatti mail, partecipazione a eventi e newsletter.

Considerando come terzo gruppo relativamente omogeneo i fornitori, essi svolgono lavori su commissione che permettono la realizzazione delle tematiche e dei prodotti concepiti da fondatori e collaboratori, apportando diverse tipologie di contenuti. La comunicazione coi fornitori avviene attraverso telefonate e mail riguardanti lavori specifici e newsletter in funzione di aggiornamento generale degli sviluppi aziendali. Il quarto gruppo d'interesse riguarda i media e la rete di conoscenze che porta De-Lab sia a contattare e intervistare diversi esperti in vista di uno scambio di informazioni che, per esempio, viene presentato attraverso le interviste inserite nelle newsletter; sia a essere invitati e partecipare a convegni, conferenze e interviste che presentano la possibilità di dimostrare l'operato aziendale.

Nella quinta categoria di stakeholder ci sono i clienti, i quali sono coinvolti nella condivisione dei valori e delle conoscenze ma non hanno peso per quanto riguarda le scelte strategiche dell'azienda. Essi rimangono nella sfera d'influenza di De-Lab maggiormente tramite i social media e la newsletter.

Un ulteriore gruppo d'interesse viene individuato nella comunità locale, per la quale esiste un livello di coinvolgimento medio dati tutti gli incontri a cui De-LAB partecipa gratuitamente per diffondere informazioni e conoscenze, e anche a seguito di donazioni come nel caso del Festival del Giornalismo di Verona.

La categoria della pubblica amministrazione è uno stakeholder coinvolto a livello minimo, attraverso la conformità ai regolamenti fiscali e amministrativi.

Infine, un ultimo stakeholder De-LAB è l'ambiente, anch'esso coinvolto con un livello minimo di operazioni dacché De-LAB, essendo un'attività di consulenza e servizi, non è soggetta a normativa ambientale particolare. Nondimeno, l'azienda opera nel pieno rispetto delle normative vigenti, attivando iniziative di sostenibilità ambientale descritte nel capitolo dedicato.

## I LIVELLI DI ENGAGEMENT



## STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Lo Stakeholder Engagement costituisce un processo in grado di gestire il rischio sociale di un'impresa, creare relazioni con gli stakeholder e costruire un capitale sociale che permetta all'azienda di superare momenti di difficoltà o di evoluzione. È un metodo basato sul networking, all'interno di una visione relazionale e process-oriented nei confronti di tutti i portatori d'interesse e si è sviluppato nell'idea che un'azienda debba essere consapevole dei livelli di collaborazione che porta avanti nella costruzione di relazioni a lungo termine con qualsiasi tipologia di stakeholder. Questo approccio può portare all'azienda molteplici benefici come condurre a uno sviluppo sociale più equo e sostenibile, permettere una migliore gestione del rischio e tenere conto dell'insieme delle risorse, accrescendo la propria reputazione e agevolando la comprensione in profondità dell'ambiente in cui opera l'impresa (Oliveti, 2015). Uno degli output più importanti di tale analisi è la matrice della materialità, la quale evidenzia gli interessi e i valori per cui l'azienda e gli stakeholder trovano un più alto grado di condivisione.

Il processo di coinvolgimento degli stakeholder portato avanti da De-Lab prosegue verso un duplice scopo, ovvero migliorare le strategie aziendali interne e migliorare l'operatività di alcuni processi operativi. Infatti, il mantenimento e miglioramento dei rapporti dell'azienda con i collaboratori con cui condivide interessi e valori passa attraverso una strategia quotidiana che prevede un lavoro di coinvolgimento filtrato all'interno di un'alta percentuale di operazioni decisionali. Questo lavoro significa inoltre tenere aggiornati gli stakeholder all'interno dei percorsi di innovazione e crescita che devono iniziare o che sono appena iniziati. I canali utilizzati come piattaforma per mettere in

condivisione queste scelte e queste operazioni sono:

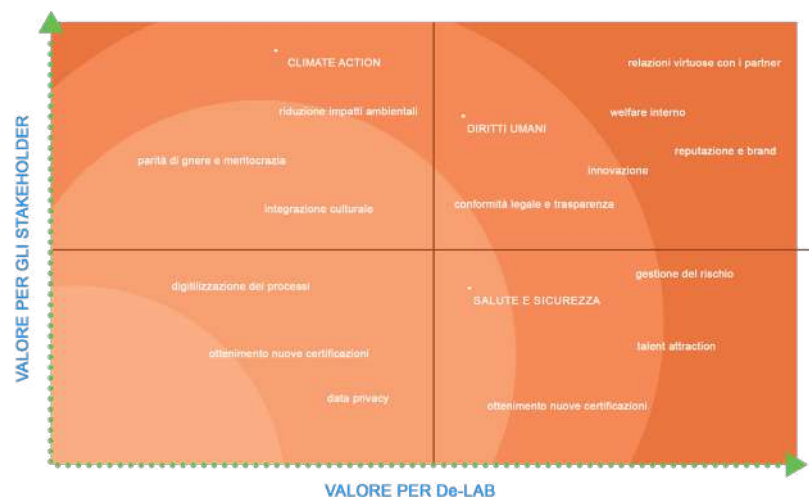
- Media
- Sito istituzionale
- Documenti di progetto
- Policy and Value Paper
- Partecipazione ad eventi e conferenze
- Partnership pubblico-privato
- Focus-group
- Riunioni con stakeholder ad-hoc
- Progetti condivisi
- Iniziative multi-stakeholder

Nel corso del 2021, tutti gli stakeholder De-LAB sono stati coinvolti attraverso una survey quali-quantitativa mirata alla identificazione degli aspetti tematici di maggiore interesse (in previsione della costruzione della matrice della materialità) e alla raccolta di spunti per migliorare il rapporto con il cliente nella gestione operativa dei progetti di consulenza.

### MATRICE DELLA MATERIALITA'

Lo strumento noto come Matrice della Materialità aiuta a sintetizzare nella maniera più efficiente i risultati dell'analisi frutto dei processi di coinvolgimento degli stakeholder. I temi individuati come maggiormente rilevanti sono quelli su cui poi si concentra la strategia ad Impatto di De-LAB, stabilendo obiettivi e aspettative.

L'immagine sotto riportata rappresenta la Matrice della Materialità De-Lab. In orizzontale si riporta la rilevanza data dall'azienda ai temi emersi dallo stakeholder engagement, mentre in verticale si riporta la rilevanza data dagli stakeholder coinvolti. I temi rappresentati nel primo, secondo e terzo quadrante sono meno rilevanti perché non materiali, mentre quelli presenti nel quarto quadrante sono stati tematizzati dall'azienda sia a livello interno che esterno, rappresentando informazioni chiave per definire le attività di Innovazione Sociale e Responsabilità Sociale d'Impresa proprie della natura di De-Lab.



## Essere una Società Benefit

Per De-LAB essere una Società Benefit significa essersi impegnata nel lungo periodo vincolando il proprio Statuto all'obiettivo di bilanciamento delle proprie finalità economiche, sociali ed ambientali. Significa credere di poter rappresentare un modello per altre società di servizi, esemplificando nel nostro quotidiano quell'impegno di coerenza e innovazione che crediamo faccia la differenza nel mondo del lavoro. Dopo l'impatto del Covid molte aziende hanno scoperto la flessibilità, l'ascolto del dipendente, il valore della territorialità e della "cosa pubblica". Per noi tutto ciò è sempre esistito come principio del nostro essere e del nostro fare, consci che – dopo aver sperimentato gli effetti disgreganti della pandemia - cioè che occorre adesso non è la resilienza, ossia la capacità di piegarsi per poi tornare come prima, ma l'adattività ad un mondo cambiato che richiede a noi imprese di dare l'esempio concreto della nostra nuova missione: creare valori, non più solo valore.

## Essere una B-Corp

La Certificazione B-Corp ci è stata rilasciata dall'ente certificatore B-Lab a ottobre 2020.

B-Corp è un movimento globale che si occupa di diffondere un nuovo modello di business più evoluto. Oltre a rispettare alti standard di performance, che vengono analizzati e certificati in quattro aree da B-Lab, la scelta di diventare B-Corp ha altri vantaggi, tra cui: misurare e migliorare continuamente le nostre performance grazie al B Impact Assessment (BIA), attrarre nuovi talenti di giovani, i quali sono sempre più interessati a lavorare per aziende che prestano attenzione alla responsabilità sociale d'impresa e, infine, rassicurare gli investitori.

Essere B-Corp significa prendere parte a una comunità internazionale, nata negli Stati Uniti, ma ormai in continua espansione nel resto del mondo tanto che si contano più di 70 paesi membri che operano per raggiungere lo stesso obiettivo: ridefinire un nuovo paradigma di business che sia concreto, replicabile e che si adatti alle sfide dell'oggi.

Per ottenere questa certificazione è necessario raggiungere almeno un punteggio pari a 80/200. De-Lab, ad oggi, ha ottenuto 87.6 che è la somma dei punteggi ottenuti nelle quattro aree di impatto:

**Governance.** Questa categoria fa riferimento al modello valoriale che caratterizza De-Lab in termini di trasparenza, correttezza e competenza.

**Persone.** In De-Lab ci teniamo particolarmente a creare rapporti con i dipendenti rispettando i diritti e valorizzando le abilità.

**Comunità.** B-Corp per noi significa anche generare impatti positivi sulla società, a partire dalla comunità locale ai fornitori.

**Ambiente.** Monitoriamo la sostenibilità ambientale nei processi e nei prodotti che utilizziamo durante il nostro lavoro

Rispettando questi pilastri ci impegniamo a valorizzare l'aspetto sociale, e non solo a perseguire il mero profitto, perché vogliamo generare un impatto positivo per chi ci circonda e per il futuro.

Abbiamo scelto di intraprendere un percorso di certificazione B-CORP, che normalmente eroghiamo per i nostri clienti, ed applicarlo a De-LAB. La preparazione del B-Impact Assessment ha permesso di raccogliere informazioni utili sui processi sociali ed ambientali di De-LAB, evidenziando aree di progresso e altre di miglioramento. Una volta compilato il questionario, abbiamo iniziato il percorso di verifica che ha impiegato sette mesi a concludersi positivamente, con il punteggio di 87 punti e quindi l'ottenimento della certificazione B-CORP.

Concretamente, dall'essere B-CORP, De-LAB ha ottenuto un'ulteriore forte apertura verso i temi socio-ambientali, che l'azienda sta sforzandosi di mantenere al centro del proprio operato. La partecipazione De-LAB alle attività della Community B-CORP si concretizza nella partecipazione alle call mensili di B-LAB e agli eventi istituzionali, forti della consapevolezza di essere all'interno di un movimento che fa advocacy internazionale per dimostrare che anche le realtà profit possono fare impatto sociale, rafforzando un'idea di business che non sia più solo finalizzata alla massimizzazione degli utili.

## MANIFESTO

Nel 2020 abbiamo iniziato un percorso di brand identity che ci ha permesso di esplicitare una serie di valori che per molto tempo consideravamo intrinseci al nostro modo di essere e di lavorare, al punto di non renderli chiari per i nostri stakeholder esterni in quanto dati – erroneamente - per scontato. Il tempo guadagnato dai mancati viaggi è stato quindi investito in un percorso interno di revisione dei nostri principi fondamentali rapportati all'agire professionale: abbiamo così elencato una serie di punti fondamentali del nostro posizionamento di brand ma, ancora prima, di persone che operano nel mondo della consulenza e della progettazione.

Attraverso la creazione di questo manifesto, vogliamo mettere in risalto il modo in cui ci piace lavorare e i principi

inderogabili del nostro agire. Il manifesto è fruibile sul nostro sito web, sia nella versione italiana che inglese, ed è stato realizzato con diversi colori e geometrie dall'illustratrice Camilla Falsini, a rappresentare il modo in cui siamo soliti progettare: unendo logiche diverse e combinando iniziative che restituiscano valore.

In dettaglio, i nostri principi rispecchiano le riflessioni raccontate sotto:

*Progettiamo Economie nuove ed inclusive: siamo nati per questo.*

*Il business non è il fine, bensì il mezzo. Lo teniamo sempre in mente.*

*Somiglianze tra profit e non-profit: da sempre raccontiamo e dimostriamo come insieme si possono creare modelli ibridi più efficaci.*

*Costruiamo opportunità, non carità: non siamo un ente del terzo settore, non chiediamo donazioni, ma al contrario vogliamo costruire opportunità per gli attori vulnerabili che sono i nostri beneficiari.*

*L'etica è la vera eccellenza d'impresa, e ci guida nel nostro essere De-Lab.*

*Il valore dell'ascolto, che ci aiuta ad approfondire e metterci nei panni dei nostri clienti e dei nostri beneficiari.*

*Il senso dell'errore: non siamo perfetti, per questo crediamo che gli errori insegnino più delle vittorie.*

*Coerenza: la nostra stella polare.*

*Diversità e Complessità: non ci spaventano, anzi, ci appassionano perché sono per noi delle forze arricchenti*

*Fuffa: nel nostro settore ce n'è molta. Noi la evitiamo, per noi e per gli altri.*

*Aprire nuove strade: per raggiungere un obiettivo ci sono diverse strade, a noi piace trovarne di nuove e aprire percorsi originali, scoprendoli per primi.*

*Gentilezza: non è solo una questione di forma, ma di sostanza. Se non sei gentile, non potrai mai capire il nostro lavoro.*



PROGETTIAMO ECONOMIE  
NUOVE ED INCLUSIVE.



IL BUSINESS NON È IL FINE,  
MA IL MEZZO.



TRA PROFIT E NON-PROFIT  
CI SONO MOLTE PIÙ SOMIGLIANZE  
CHE DIFFERENZE.



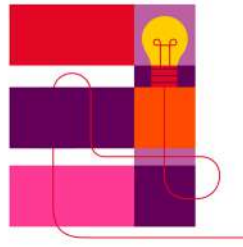
COSTRUIAMO OPPORTUNITÀ,  
NON CARITÀ.



L'ETICA È LA VERA  
ECCELLENZA D'IMPRESA.



PRIMA ASCOLTIAMO,  
POI AGIAMO.



CREDIAMO CHE GLI ERRORI  
RAFFORZINO LE IDEE.



RICERCHIAMO COERENZA IN  
TUTTE LE NOSTRE RELAZIONI E  
AZIONI.



NON TEMIAMO LA COMPLESSITÀ,  
NÉ LA DIVERSITÀ.



EVITIAMO LA FUFFA.



CI PIACE APRIRE NUOVE STRADE,  
ARRIVANDOCI PER PRIMI.



SE NON SEI GENTILE,  
NON LAVOREREMO MAI ASSIEME.



# PERSONE

## Risorse Umane

Nel CdA di De-LAB srl siedono due persone, una donna e un uomo, in qualità di Presidente del Consiglio di Amministrazione e Consigliere. Attorno al cuore amministrativo e gestionale della società, ruotano sei collaboratori che col tempo hanno scelto di restare nel Team attivandosi su progetti condivisi e affini alle proprie competenze e passioni. A questi, si sono aggiunti due collaboratori specificatamente dedicati al progetto KOKONO, che seguono da Kampala (Uganda) dove risiedono. Nessun progetto realizzato da De-LAB è portato avanti solo da una persona, poiché crediamo che, come in tutti i laboratori di ricerca e progettazione, sia la squadra a fare la differenza.

Tutti i collaboratori e i partner De-LAB entrano in possesso di una copia del Codice Etico e di Condotta che, reperibile e scaricabile gratuitamente dal sito aziendale, rappresenta il documento-base con le linee guida comportamentali e professionali cui si devono attenere tutti i professionisti che entrano in contatto con l'operato De-LAB.

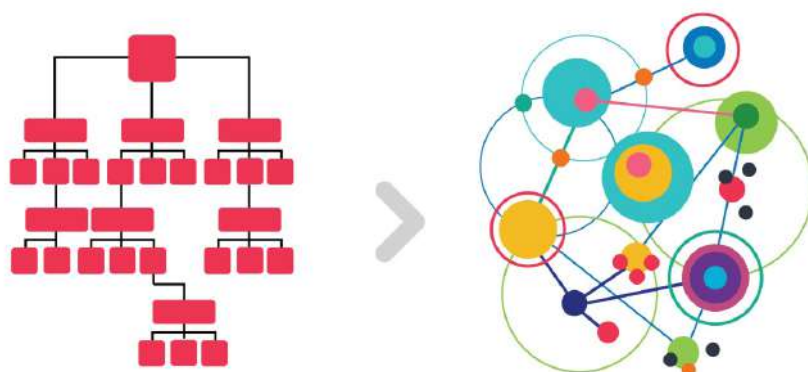
## Holacracy e smart working in De-LAB

Soci e collaboratori di De-LAB lavorano e vivono in città diverse, secondo un preciso disegno per cui non crediamo sia il luogo fisico a garantire la qualità delle relazioni lavorative, per quanto la faciliti, bensì il coordinamento efficace di tutte le esigenze e le aspettative personali. Superando quindi il modello organizzativo-relazionale di tipo gerarchico, contestuale ad una sede condivisa (i), a degli orari rigidi (ii) e a dei ruoli gerarchici verticali (iii), abbiamo concretizzato la nostra aspirazione verso un modello innovativo di gestione aziendale. Abbiamo abbandonato l'idea della piramide decisionale e gestionale per rendere il nostro lavoro più motivante, organizzativamente snello e compatibile con il work-life balance dei professionisti De-LAB. La scelta è stata quella di adottare il modello Holacracy, le cui principali caratteristiche applicate alla governance aziendale sono:

- Un potere distribuito in ruoli definiti in modo chiaro e rappresentanti un preciso obiettivo aziendale
- Autorità e creatività per raggiungere l'obiettivo, cosicché tutti diventino imprenditori nel proprio specifico ruolo
- Completa libertà di guidare il ruolo a condizione che ciò non danneggi altri ruoli o l'organizzazione nel suo complesso
- Organizzazione dei ruoli in circoli definiti. In un circolo (per esempio: social media circle) vengono riuniti diversi ruoli e

responsabilità.

Holacracy è un modello gestionale ed organizzativo che trova la sua base teorica e pratica nel concetto di lavoro agile (e.g. metodologia Scrum), uno dei più interessanti per realtà – come De-LAB – che si evolvono seguendo il veloce aggiornamento e avvicendamento delle tematiche in cui opera. Dovendo ottimizzare tempi e spazi di collaborazione, il pragmatismo e l'autonomia procedurale dei processi Holacracy permette a team diffusi, come quelli di De-LAB, di arrivare al risultato semplificando il numero di interazioni e feedback tra i diversi snodi operativi.



### Formazione Interna

La formazione è un momento importante nella vita aziendale non solo perché si aggiungono saperi e competenze ma anche perché si crea un momento di confronto, stimolo e di condivisione delle dinamiche interne all'organizzazione. Per questo riteniamo sia importante la formazione continua e permanente del management e dei collaboratori per sviluppare le conoscenze necessarie all'organizzazione, per raggiungere gli obiettivi strategici, per supportare processi di cambiamento e, infine, per il miglioramento della performance organizzativa e delle motivazioni individuali. Per questo motivo ci aggiorniamo e programiamo la partecipazione a corsi ed approfondimenti di importanza locale o nazionale sui temi della sostenibilità, della cooperazione allo sviluppo, della responsabilità sociale d'impresa - oppure tecniche e strategie organizzative e di mercato.

Da gennaio a dicembre 2021 il Team De-LAB ha partecipato a questi percorsi di formazione:

*Partecipazione al tavolo tematico "Life Sciences", dietro invito dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo a partecipare ai Cooperation Lab, occasioni di confronto tra tecnici ed esperti di cooperazione, nell'ambito del progetto SviluPA. (27/05)*

*Partecipazione alla "co-design Masterclass" organizzata da ideoorg e opendotlab. Focus: co-progettazione di prodotti e servizi. (28/05)*

*Partecipazione all'assemblea dei soci Assobenefit per contribuire alla definizione della Giornata Nazionale delle Società Benefit e dei successivi impact talks. (25/06)*

## Fornitori

Nel corso del 2021 De-LAB ha continuato il lavoro iniziato con i fornitori storici, principalmente, Grafici, Legali e Webmaster. A questi, si è aggiunta un'agenzia di comunicazione che segue i profili social e il sito rinnovato di De-LAB.

Scegliamo persone che abbiano un progetto personale che le caratterizzi, competenze specifiche e obiettivi chiari: con loro instauriamo un rapporto di collaborazione diretta e talvolta di complicità nell'aggiornarci reciprocamente di novità incontrate in occasioni speciali o progetti paralleli. In poche parole, cerchiamo e valorizziamo fornitori che non operino in maniera meccanica e procedurale ma riescano a mantenere quell'artigianalità necessaria per accontentare team e progetti in evoluzione come quelli di De-LAB srl Società Benefit. Inoltre, i nostri fornitori sono tenuti a rispettare il Codice Etico De-LAB, prendendone visione e comunicandoci eventuali criticità. In esso, si raccolgono tutti i principi etici che sono alla base delle nostre scelte commerciali nel ciclo commerciale passivo della Società Benefit.

Dal punto di vista del supporto alle comunità in cui De-LAB opera, ci sforziamo di scegliere fornitori locali ed indipendenti per la quasi totalità delle nostre forniture, rappresentate da: servizi web, grafica, merchandising, legale, amministrativo, comunicazione. Il solo fornitore localizzato in un territorio lontano dalle usuali sedi operative di De-LAB è l'agenzia di comunicazione pugliese. Dopo l'indipendenza dell'agenzia e la territorialità, il criterio di selezione dei fornitori – a parità di prezzo/tempo di consegna e qualità del lavoro – è la loro performance e visione green, ossia la presenza di proposte più ecologiche per i nostri bisogni. Infine, compatibilmente ai criteri suddetti, favoriamo imprese che hanno bisogno di avviare la propria attività o in cui lavorano appartenenti a categorie svantaggiate.

Anche per i fornitori, come per De-LAB, è stata monitorata la loro diversità, cercando di mantenere un equilibrio di genere al loro interno e offrendo loro, laddove necessario, un supporto assistenziale conforme ai principi 1, 2 e 6 del Global Compact delle Nazioni Unite e in linea con il Codice Etico De-LAB e con la Policy interna sul tema della Diversity,

dettagliando ulteriormente quanto sopra annunciato.

Un risultato molto interessante del nostro operato con i fornitori è stato quello di sensibilizzarne alcuni sui temi B-CORP e Società Benefit raccontando loro l'importanza di immaginare il business come forza positiva della società. Il dialogo, ancora aperto, porterà sicuramente a degli sviluppi collaborativi.

## Clienti

La nostra caratteristica è di rappresentare un soggetto privato ibrido ossia intermedio, per competenze, tra il Terzo Settore, il Pubblico e il Privato, in grado di facilitare e coordinare linguaggi e progettualità diverse attorno ai principi dell'Innovazione Frugale, della Brand Reputation e dell'Accountability, applicati al Business Inclusivo, all'Innovazione Sociale e alla Comunicazione Etica d'Impresa. Per questo i nostri interlocutori possono essere:

**Profit >** consapevoli che la competizione di mercato si basa anche sul valore associato alla reputazione del brand

**Non profit >** consapevoli che collaborare con il privato profit richiede metodi di coinvolgimento che si affianchino alla filantropia;

**Pubbliche Amministrazioni >** consapevoli che un partner tecnico può aiutare ad allineare diversi attori, gestirne le relazioni e valutarne l'operato da attore terzo, neutro e quindi super-partes.

I nostri clienti sono i modelli su cui disegnare e cucire progetti speciali. Li consideriamo centrali nel nostro operato, tenendoli aggiornati costantemente sul lavoro svolto e su quello da realizzare. Le nostre iniziative non sono mai preesistenti, bensì nascono ad hoc per rispondere al bisogno del nostro cliente e quindi per noi è di fondamentale importanza restare flessibili e aperti al dialogo e alla discussione costruttiva, affinché il risultato sia unico e renda soddisfatti progettisti e clienti.

Dal punto di vista operativo, i nostri clienti sono informati delle modalità di lavoro di De-LAB attraverso la condivisione delle condizioni generali di vendita, reperibili e scaricabili gratuitamente dal sito De-LAB, che affianchiamo a tutti i contratti che segnano l'avvio dei nostri lavori. Inoltre, i nostri clienti sono tenuti a prendere visione del Codice Etico De-LAB, comunicandoci eventuali criticità. In esso, si raccolgono tutti i principi etici che sono alla base delle nostre scelte commerciali nel ciclo commerciale attivo della Società Benefit.

# AMBIENTE

Orientarsi ed agire nel campo della sostenibilità, in questo capitolo si approfondisce in particolar modo la prospettiva ambientale, è prima di tutto una vera e propria impostazione mentale con cui si compiono scelte aziendali che definiscono il modello di organizzazione interna: una strategia da perseguire quotidianamente, che dà frutti nel medio e lungo periodo.

La sostenibilità ambientale non è una moda ma è un vero e proprio impegno, lo specchio di una rinnovata mentalità e sensibilità del fare impresa. Le imprese sostenibili e virtuose sono quelle in grado di ottimizzare processi e prodotti per ridurne al massimo l'impronta ambientale.

Come De-LAB siamo particolarmente attenti al tema ambientale per quanto di rilevante nel nostro settore, quello dei servizi di progettazione e consulenza. Non lavorando con dotazioni di capitale tangibile particolarmente onerose, dal punto di vista ambientale, abbiamo focalizzato i nostri sforzi nei tre settori sottoelencati, principalmente riferibili al controllo delle emissioni di CO2 in scope 3.



## Mobilità

I viaggi di De-LAB si suddividono in tre categorie:

- Viaggi per riunioni interne
- Viaggi per incontri con clienti
- Viaggi di progetto/missione

In tutti i casi, la nostra policy interna prevede di utilizzare solo mezzi pubblici (treni, autobus, metropolitana). Partiamo principalmente da Milano e Verona sia per raggiungere i nostri clienti, sia per le riunioni interne, queste ultime svolte per lo più a Milano.

Nel corso del 2021 non abbiamo realizzato viaggi di lavoro, effettuando incontri di lavoro solo da remoto.

### Operatività interna

Il nostro quotidiano impegno verso modelli operativi interni coerenti con i messaggi che diffondiamo tra i nostri stakeholder, soprattutto i nostri clienti, ci ha portato a selezionare una serie di strumenti e modalità di lavoro a basso impatto ambientale.

Di per sé siamo da sempre consapevoli che lavorando da home-office gli impatti siano minori e spesso influenzati dal tipo di case in cui si lavora e dal numero di persone che ci abitano, per questo motivo, abbiamo comunque inserito nella nostra Policy Ambientale l'impegno ad attenersi a pratiche green (con un focus sull'home-office dettagliato nella Politica Ambientale) mettendo a disposizione risorse extra per efficientare i processi e condividere buone pratiche sullo smaltimento dei rifiuti, in particolare cartucce per stampanti e materiale elettronico. Dall'avvio della propria attività e anche per l'anno 2021, De-LAB non ha dovuto attingere a tali risorse, stimate in 500€ extra, per ottemperare alle leggi in materia di smaltimento dei rifiuti, che sono state regolarmente rispettate a costo zero, o riduzione degli impatti ambientali legati al lavoro di De-LAB.

### Compensazione CO2 emessa durante viaggi aerei e utilizzo del sito web aziendale

Dal 2020 abbiamo scelto di affidarci ad un'organizzazione specializzata in compensazione di CO2 tramite riforestazione per calcolare e compensare la CO2 emessa dagli utenti durante la consultazione del sito web De-LAB e quella legata agli spostamenti di lavoro via aerea del personale De-LAB. Nel 2021 non abbiamo effettuato riforestazione in quanto non abbiamo preso aerei o mezzi ad alto impatto ambientale.

### Motori di ricerca

Il motore di ricerca utilizzato dai progettisti De-LAB è ECOSIA. Si tratta di un motore di ricerca standard, ma con una differenza sostanziale: utilizza i proventi generati dalla pubblicità per piantare alberi nei luoghi dove la natura e l'uomo risentono maggiormente della loro carenza. La comunità Ecosia ha già piantato milioni di alberi in Etiopia, Brasile, Indonesia, Spagna e in molti altri territori dove salvaguardare la biodiversità.

In alternativa ad ECOSIA, DE-LAB utilizza Gexsi, un browser di ricerca web che utilizza i ricavi del suo operato via ads per supportare imprese sociali nate per contribuire all'avanzamento dei Sustainable Development Goals. I criteri di selezione di Gexsi per individuare le iniziative da supportare sono: rafforzamento delle fasce più deboli, integrazione sociale, miglioramento del benessere globale, protezione del

pianeta ed uso responsabile delle risorse.

### Font di scrittura

Il font che utilizziamo nelle comunicazioni istituzionali, per i titoli delle slide è il Ryman Eco: i creatori l'hanno disegnato riflettendo sulle quantità di inchiostro (e quindi petrolio) necessarie nella stampa di documenti. Per esemplificare: ci vogliono circa 2,5 onces di olio per la produzione di una nuova cartuccia d'inchiostro a getto e più di un gallone di olio per la fabbricazione di una nuova cartuccia toner. Ryman Eco ne utilizza il 33% in meno. Il risultato è possibile grazie alle venature presenti in ogni lettera, che equivalgono a spazi vuoti che non vengono stampati, non impiegando inchiostri inquinanti.

### Timbri aziendali

Il timbro aziendale che utilizziamo per contratti, bandi e comunicazione istituzionale è ecologico, realizzato con la più alta concentrazione di plastica riciclabile che si possa utilizzare per produrre l'oggetto (progettato di per sé per contenerne il 30% in meno della media). La rimanente quota di plastica non riciclata è compensata, in termini di CO2, con l'acquisto di certificati Gold Standard verificati da WWF.

### Carta riciclata per uso ufficio, buste e materiali postali

La carta riciclata è prodotta utilizzando la carta da macero (carta o cartone). La produzione della carta riciclata si basa sulla raccolta, lavorazione e riciclaggio dei prodotti di carta al termine del loro ciclo di vita. Pertanto, la materia prima non è fornita da alberi ma da rifiuti. Utilizzare carta riciclata significa:

*Evitare l'abbattimento degli alberi;*

*Ridurre i rifiuti;*

*Incentivare la green economy.*

De-LAB nel 2021 ha consumato 1 risma di carta riciclata per uso ufficio, mantenendo l'obiettivo previsto l'anno precedente di riduzione del consumo di carta. Parte del risultato è dovuto alla riduzione dei documenti cartacei dovuta alla dematerializzazione completa di molti servizi, causata dal lockdown e dal relativo lavoro 100% da remoto. In parallelo, la progressiva digitalizzazione dei meccanismi di contabilità e l'uso sempre più ridotto di stampe per materiali di letteratura o formazione hanno reso strutturale questo trend di riduzione dell'uso della carta.

Anche nel corso del 2021, tutti i materiali postali (buste di varia dimensione e adesivi), sono stati scelti tra quelli prodotti in modo responsabile e "CO2 Neutral".



## Merchandising

### Brochure

Le brochure e i company profile De-LAB sono tutte prodotte in carta riciclata. In fase di progettazione sono stampate in piccoli numeri, per evitare lo spreco di materiale e gli avanzzi di magazzino, che rappresenterebbero inefficienze nella fornitura di materiali e ingombri inutili di spazio nelle sedi operative. Inoltre, dato l'aggiornamento continuo dei nostri progetti preferiamo scegliere poche tirature di stampa per avere sempre brochure aggiornate e corrette.

### Merchandising

I gadget De-LAB sono interamente prodotti in materiale riciclato. Si tratta di:

- Borse in fibra di legno e cellulosa naturale
- Bloc-notes in cartone riciclato
- Penna in cartone e parti in plastica biodegradabile
- Sacchetti di cartone riciclato e nastri in juta per decorazione

Anche in questo caso, preferiamo produrre piccole quantità di materiali, consapevoli che i costi in questo caso siano più alti, così da non accumulare materiali cartacei non aggiornati che andrebbero sprecati.

Sforzandoci di scegliere prodotti e servizi il più possibile a KMO, preferiamo fornitori che risiedano nelle nostre comunità locali: questi ultimi rappresentando più del 90% degli attuali fornitori De-LAB.

I progetti e le consulenze De-LAB sono rivolti ad imprese che vogliono avviare iniziative di sostenibilità ambientale e sociale, pertanto la maggior parte degli impatti addizionali, intenzionali e misurabili sono indiretti, ossia indotti dalle



consulenze De-LAB ma poi realizzati dalla aziende clienti.  
In generale, è possibile affermare che il modo di processare le consulenze e quindi di erogare i servizi viene comunque impostato perchè esso stesso generi impatti positivi, principalmente riferibili ai seguenti SDGs:



## OBIETTIVO D'IMPATTO: UN SUSTAINABLE GOAL 4

La progettazione De-LAB ha generato impatti in linea con questo Goal all'interno di percorsi di consulenza e definizione della strategia di impatto sociale per clienti profit attivi nel settore dell'educazione accessibile a categorie svantaggiate. Inoltre, il goal 4 è stato altresì raggiunto nello sviluppo di percorsi di formazione universitaria in cui De-LAB è stato coinvolto nell'erogazione di moduli formativi sulla cooperazione allo sviluppo. Infine, abbiamo sviluppato dei moduli di facilitazione sul tema della progettualità condivisa, coinvolgendo stakeholder del territorio Emiliano (Ferrara) all'interno di iniziative che beneficiassero le comunità locali. Il nostro intervento è stato sia nella parte di facilitazione, che nella parte di formazione ed engagement degli stakeholder locali.

A livello indiretto, i clienti che hanno generato impatti affiancabili a quelli diretti De-LAB, nel suddetto Goal sono stati:

### Amref Italia:

Workshop a Roma dedicato all'innovazione di processo per le unit fundraising, comunicazione, e digital marketing.

### Formaper - Cam. Com Milano, Monza, Brianza - Brand Activism:

percorso di formazione legato alla realizzazione di campagne di Attivismo di Brand nel settore turistico lombardo.

### CISE - Cam.Com della Romagna - Post Purpose Marketing:

percorso di formazione legato alla comunicazione dei valori aziendali oltre la CSR: modelli, tecniche e casi-studio. Affiancamento di aziende del settore del ciclo, della chimica e dei servizi industriali.

### Centoform / Cam.Com Ferrara – Formazione:

Percorso di formazione legato alla sostenibilità e alla CSR nel settore edilizio.

### OboSpace srl - contenuti e materiali di CSR, identità e valori:

Percorso di accompagnamento su tematiche di CSR finalizzato alla definizione di materiali di approfondimento su identità, mission, valori e CSR aziendali.



## OBIETTIVO D'IMPATTO: UN SUSTAINABLE GOAL 12

La progettazione De-LAB ha generato impatti in linea con questo Goal principalmente all'interno del progetto KOKONO (box dedicato). Per quanto riguarda le consulenze e le progettazioni da noi sviluppate, la sostenibilità dei nostri modelli è intrinseca ai metodi di Innovazione Sociale

e Business Inclusivo che noi utilizziamo, scegliendo soluzioni e proposte per i nostri clienti che allineino sempre la parte ambientale, sociale ed economica della nostra società. Non eroghiamo, quindi, servizi di comunicazione morde e fuggi ma, al contrario, percorsi di avvicinamento, sviluppo o scaling di iniziative complesse e rigenerative. Nei nostri modelli teorici, dunque, risiede il principio che incardina il nostro operato al SDG 12.

A livello indiretto, i clienti che hanno generato impatti affiancabili a quelli diretti De-LAB, nel suddetto Goal sono stati:

**Maxfone srl - Formazione aziendale su CSR e stesura del Codice Etico:**

percorso di formazione aziendale sui temi di Responsabilità Sociale d'Impresa e realizzazione del Codice Etico Aziendale.

**Ambrosiae srl - Percorso Società Benefit:**

accompagnamento consulenziale alla registrazione in forma di Società Benefit di questa società marchigiana di quality food bio

**Skinius srl – Contenuti e sezione online di CSR:**

Percorso di accompagnamento su tematiche di CSR finalizzato alla predisposizione della sezione web istituzionale dedicata a raccogliere progetti ed obiettivi di CSR aziendali.

**Multinazionale Italiana settore valvole – Assessment ESG:**

Accompagnamento all'interno di una consulenza di sostenibilità, finalizzata alla realizzazione di un'analisi ESG aziendale.

**Camst Group Soc.Coop. - Workshop di co-progettazione su sostenibilità aziendale:**

Progettazione e realizzazione di un workshop dedicato all'inserimento della sostenibilità ambientale nel piano strategico, rivolto alle unit logistica e acquisti.



**OBIETTIVO D'IMPATTO: UN SUSTAINABLE GOAL 17**

Anche in questo caso, l'aderenza della progettazione De-LAB all'obiettivo 17 è relativa al tipo di progettazione partecipata che eroghiamo all'interno di tutti i nostri lavori. In ogni servizio che realizziamo, infatti, è cruciale coinvolgere attori di diversa natura (profit/non-profit/pubblici) in modo da contribuire a realizzare quelle "Enabling Conditions" richiamate dell'Agenda 2030 che portano alla generazione di ecosistemi di Sviluppo Inclusivo. Parte di questo mandato deriva dal nostro ruolo di attori ibridi, metà profit e metà

non-profit (“Quarto settore” come viene chiamato il mondo delle Società Benefit), e parte dal nostro intento di aprire strade nuove verso la massimizzazione delle collaborazioni tra attori profit e non profit, nelle operations, quindi non solo nella parte di Marketing e Comunicazione.

A livello indiretto, i clienti che hanno generato impatti affiancabili a quelli diretti De-LAB, nel suddetto Goal sono stati:

#### Carriere.it:

progetto di educazione accessibile promosso da Luca La Mesa e Giulia Lapertosa, in cui De-LAB ha studiato un percorso di impostazione della strategia di impatto sociale funzionale al riconoscimento dello status di Società Benefit. L'affiancamento, ancorato alla revisione e all'aggiornamento dello statuto, ha portato al riconoscimento dello status SB e allo sviluppo di percorsi di CSR basati sull'accessibilità dei servizi di formazione e upcycling delle competenze digitali.

#### Fondazione CARIPARO - Strategia, coinvolgimento stakeholder e restituzione:

progetto triennale VALI dedicato all'orientamento lavorativo di cui De-LAB segue la strategia di engagement degli stakeholder e la comunicazione sociale online.

Fondazione Maggiore – progetto “Open Badge”:  
Disseminazione online progetto Cariplo “Open Badge” e realizzazione del Workshop di restituzione.



## IL PROGETTO KOKONO

Kokono™ è un progetto di Inclusive Business ideato e avviato da De-LAB in Uganda. Si tratta di un dispositivo innovativo progettato secondo i modelli dello human-centered design e dell'innovazione frugale e inserito all'interno di un modello di business inclusivo.

Kokono™ è una culla in plastica biodegradabile pensata per proteggere i neonati e si pone l'obiettivo di generare impatti economici positivi per le comunità in cui verrà adottato (la produzione avverrà in Uganda), oltre che sociali, mirando alla diminuzione delle morti infantili sotto il primo anno d'età dovute a incidenti domestici e vettori infettivi. Dal punto di vista ambientale, la culla è progettata per essere realizzata in materiali plastici biodegradabili, capaci di accorciare il tempo di decomposizione della scocca a tre anni, generando humus, plastica, metano e acqua come prodotti di scarto. Il progetto KOKONO™ si avvale di partnership con attori locali ed internazionali, profit e non-profit, tra cui la Federazione delle PMI Ugandesi, Amref Health Italia e Amref Health Uganda.

Nel corso del 2021 - anno in cui il progetto è stato "sospeso" per 4 mesi" - le attività portate avanti da De-LAB sul progetto KOKONO sono state principalmente incentrate sulla produzione dello stampo. La realizzazione è stata fatta all'estero (non in Africa perchè assenti fonderie in grado di lavorare la dimensione di KOKONO) per un totale di un anno e otto mesi di progettazione.

In parallelo è stata condotta una Campagna di Crowdfunding per KOKONO sul portale "Produzioni Dal Basso", della durata di un mese, al fine di produrre cento culle da regalare ad orfanotrofi, NGO e maternità Ugandesi, col supporto in-kind di Infinity+, la pay TV di Mediaset. L'iniziativa, che ci ha permesso di arrivare in zone remote del Paese, ha avuto estremamente successo, permettendo di superare il goal di 3000 euro già dopo la prima settimana.

Sempre nel corso del 2021, il progetto KOKONO è stato inserito come caso studio all'interno del libro edito da Hoepli e scritto da Margherita Sboarina "Italiano nello zaino", dedicato al biennio delle scuole superiori e focalizzato sull' Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

## Obiettivi d'impatto Progetto KOKONO

- miglioramento salute infantile
- miglioramento della condizione femminile
- aumento occupazione femminile
- partnership istituzionali per lo sviluppo locale
- progettazione partecipata
- crescita sostenibile e inclusiva
- produzione e consumo sostenibile

### *Alcune metriche:*

- diminuzione degli indici di mortalità infantile,
- aumento dell'autonomia femminile sul luogo di lavoro,
- creazione di un ecosistema di business inclusivo,
- aumento dell'occupazione locale
- generazione di un modello di produzione e consumo sostenibile

## CHARITY

Per De-LAB la filantropia è un'attività che riveste un ruolo residuale rispetto al nostro modo di lavorare. Abbiamo internalizzato lo sforzo per fare impatto socio-ambientale positivo direttamente nelle nostre strategie di crescita e non operiamo come se il "fare del bene" fosse un di più, da erogare alla fine dell'anno. Collegiamo le donazioni pro-bono a temi emergenziali, dove il tempo di reazione è molto poco e dove il nostro impegno a 360 gradi non riuscirebbe a sortire effetto: in altre parole, operiamo in modalità charity solo quando ci sono gravi crisi o, egualmente, progetti culturali che necessitano di un supporto in avvio.

Nel corso del 2021, De-LAB ha supportato la prima edizione del Festival del Giornalismo di Verona (1-5 Luglio, Antica Dogana di Fiume).



## COMUNICAZIONE

### SAPER FARE E FAR SAPERE

In De-LAB crediamo sia di fondamentale importanza aggiornarsi e sensibilizzare sui temi della sostenibilità e dell'innovazione sociale. Per noi è molto importante contribuire alla generazione di un ambiente consapevole e aperto rispetto a queste tematiche, aggregando l'interesse di giovani, adulti, attivisti, istituzioni, operatori di mercato, curiosi. Per questo motivo, durante l'anno ci fa piacere essere tra i protagonisti di convegni e iniziative dedicate. In particolare, per il 2021, abbiamo partecipato come speaker, o contribuito con articoli, ai seguenti momenti di formazione e dibattito:

#### Eventi e Networking

International Winter School in "Entrepreneurship and Innovation", Università Cattolica del Sacro Cuore. Temi trattati: business inclusivo e progettazione in contesti di povertà (15-01-2021)

Intervista per CLUED-iN: i temi trattati riguardano la gestione dell'equilibrio mentale in quanto progettisti di business inclusivo, e quali argomenti hanno influenzato il modo di lavorare nell'ultimo anno di De-LAB.

Intervento alla Seconda Giornata Nazionale delle Società Benefit (18/02). Focus: rapporto tra Profit e Non-Profit.

Partecipazione all'evento "Combo - Partenariati inclusivi per lo sviluppo", promosso da Regione Toscana e da Arci Toscana con l'obiettivo di creare opportunità di sviluppo che coinvolgano soggetti imprenditoriali e migranti già presenti in Italia. (25/02)

Partecipazione durante il mese di Marzo alla campagna globale per celebrare cosa significhi essere una B-Corp™ e raccontare la storia di De-LAB riguardante la promozione del Better Business. (4/03)

Intervista per L'Italia che va (Radio Rai GR Parlamento). Tema: infanzia, presentazione e ultimi aggiornamenti sul progetto di business inclusivo KOKONO™. (9/03)

Intervento alla Milano Digital Week nel panel "Le imprese raccontano l'innovazione". Tema: spazi di inclusione sociale: confini, progettazione ed impatti. (17/03)

Articolo sull'economia circolare in contesti di povertà: un "diario di campo" scritto a partire dalle esperienze per "The Map Report". (29/03).

Intervento all'Università Cattolica del Sacro Cuore all'interno del corso di "Cooperazione allo Sviluppo: modelli istituzionali". (31/03)

Intervento nel webinar per Impresa Etica, illustrando la natura delle società benefit, le quali integrano nel proprio oggetto sociale obiettivi di profitto e lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sulla biosfera. (28/04)

Articolo su "L'Arena.it" riguardante la campagna di crowdfunding per KOKONO. (6/05)

Articolo su "la Repubblica" riguardante la campagna di crowdfunding per KOKONO. (11/05)

Partecipazione al seminario "Privato, profit e cooperazione internazionale" per la Camera di commercio della Romagna. Focus: il coinvolgimento delle imprese private nel Bando Profit Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo. (12/06)

Intervista e articolo da parte di "Heraldo" e "InBlu2000" circa il progetto KOKONO. (22/06)

Intervento alla ASA - Alta Scuola per l'Ambiente - dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Brescia, nel Master in Governance dell'Ambiente per l'Ecologia Integrale, modulo dedicato alle "Risorse e disuguaglianze nel contesto dei cambiamenti climatici". (4/06)

Partecipazione al Festival della sostenibilità Ambientale della provincia di Ferrara. Tema: economia circolare in Africa, portando come testimonianza il progetto KOKONO. (08/06)

Partecipazione alla Summer School ALTIS dedicata all'imprenditorialità sociale. Illustrazione dell'esperienza di De-LAB come società benefit attiva in Italia e all'estero. (28/06)

Partecipazione al convegno promosso da Regione Toscana sul Sistema Toscano di Cooperazione dedicato al nuovo orientamento della Cooperazione: Agenda 2030 e Obiettivi. (7/07)

Intervento al Web Marketing Festival di Rimini, presentando una riflessione sull'uso del crowdfunding come leva per supportare progetti profit ad impatto sociale, come il progetto Kokono. (16/07)

Intervento al Festival Mondovisioni a Verona - I documentari



di Internazionale per discutere la proiezione THE FEVER, di Katarina Weingartener, sul tema della medicina locale africana e sul suo controverso rapporto con la ricerca scientifica finanziata da privati. (9/09)

Intervista sul “Corriere del Veneto” riguardo ai legami tra il lavoro di progettazione sociale di De-LAB e la riduzione dell’ineguaglianza globale.

### Sito Web e Social Media

La comunicazione De-LAB passa attraverso vari canali, di cui i più importanti sono il sito, le pagine social e la newsletter. Nel corso del 2021, dopo aver rinnovato il sito l’anno precedente, non abbiamo inaugurato nuovi canali di comunicazione, focalizzandoci sul rafforzamento di quelli già in uso.

In parallelo, sia il progetto KOKONO™ che il progetto Voilà©, hanno un sito a loro dedicato in cui vengono pubblicati informazioni e aggiornamenti in merito ai singoli progetti.

Per quanto riguarda i Social Media, nel corso del 2021 abbiamo rafforzato la strategia di comunicazione adottando un piano più ricco di contenuti e di approfondimenti. Il nostro posizionamento sui social è di tipo rendicontativo, più che proattivo, ossia non attiviamo il nostro pubblico coinvolgendolo in scelte, votazioni, test, ecc. Raccontiamo cosa facciamo e con chi, per dare il senso di un’evoluzione costante dei nostri lavori. In parallelo, sdrammatizziamo i contenuti preparando delle vignette ironiche sull’essere consulenti, che alleggeriscono il tono della nostra comunicazione facendo luce – in modo lieve – sugli aspetti problematici della nostra professione.

Siamo attivi su YouTube, LinkedIn, Facebook, Instagram e Twitter. In particolare, il progetto KOKONO ha una propria pagina FB e Instagram dedicate.

A titolo esemplificativo, in basso presentiamo l’elenco di alcune rubriche del piano editoriale De-LAB:

**Take action** > sensibilizziamo i nostri utenti attraverso la pubblicazione di post che celebrano un particolare avvenimento, come le giornate mondiali.

**Eventi** > riportiamo gli eventi a cui De-LAB interviene come ospite.

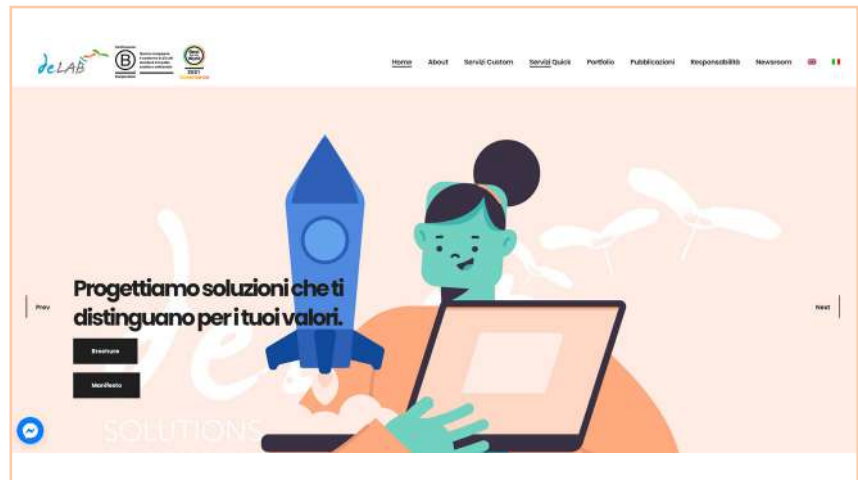
**News** > raccontiamo i progetti in cui De-LAB viene coinvolto.

**Smile** > attraverso l’ironia evidenziamo tematiche legate alla nostra professione che riteniamo importanti e che spesso vengono messe in secondo piano.

**Press** > in questa categoria vengono riportati gli articoli scritti su di noi.

**Quotes** > pubblichiamo frasi che ispirano il nostro lavoro e nelle quali si ritrovano i valori di De-LAB.

Dal 2020, abbiamo rivolto in particolare la nostra attenzione su Instagram, che ci permette di raggiungere un pubblico più giovane e quindi sensibile alle tematiche a cui lavoriamo. Egualmente, ci rapportiamo, attraverso Instagram, a progetti imprenditoriali indipendenti e in crescita, con i quali spesso condividiamo visione e obiettivi.



## PREMI, AFFILIAZIONI E PARTNERSHIP

### AFFILIAZIONI

#### Global Compact delle Nazioni Unite

Da dicembre 2018 De-LAB fa parte delle imprese che supportano il Global Compact delle Nazioni Unite, l'iniziativa strategica di cittadinanza d'impresa più ampia al mondo, nata dalla volontà di promuovere un'economia globale sostenibile, rispettosa dei diritti umani e del lavoro, della salvaguardia dell'ambiente e della lotta alla corruzione. È stata proposta, per la prima volta nel 1999, presso il World Economic Forum di Davos, dall'ex segretario delle Nazioni Unite Kofi Annan, il quale, in quell'occasione, ha invitato i leader dell'economia mondiale presenti all'incontro a sottoscrivere con le Nazioni Unite un "Patto Globale", al fine di affrontare in una logica di collaborazione gli aspetti più critici della globalizzazione. Mai, prima, era stata proclamata così nettamente la volontà di allineare gli obiettivi della comunità internazionale con quelli degli interessi privati del mondo degli affari.

Così, a partire dal luglio del 2000, è stato lanciato operativamente dal Palazzo delle Nazioni Unite di New York il Global Compact delle Nazioni Unite. Da allora, vi hanno aderito oltre 18.000 aziende provenienti da 160 paesi nel mondo, dando vita a una nuova realtà di collaborazione mondiale.

Il Global Compact delle Nazioni Unite è, in senso ampio: un'iniziativa volontaria di adesione a un insieme di principi che promuovono i valori della sostenibilità nel lungo periodo attraverso azioni politiche, pratiche aziendali, comportamenti sociali e civili che siano responsabili e tengano conto anche delle future generazioni;

un impegno, siglato con le Nazioni Unite dai top manager delle aziende partecipanti, a contribuire a una nuova fase della globalizzazione caratterizzata da sostenibilità, cooperazione internazionale e partnership in una prospettiva multi-stakeholder.

Da un punto di vista operativo si tratta di:

un network che unisce governi, imprese, agenzie delle Nazioni Unite, organizzazioni sindacali e della società civile, con lo scopo di promuovere su scala globale la cultura della cittadinanza d'impresa;

una piattaforma di elaborazione di policy e linee guida per gestire economie e politiche sostenibili;

una struttura operativa per aziende che sono impegnate in business responsabili per sviluppare, implementare, mantenere e diffondere pratiche e politiche sostenibili;

un forum nel quale conoscere, affrontare e condividere esperienze di business e aspetti critici della globalizzazione  
De-LAB è riconosciuto e collabora all'interno del BoP

Global Network, la comunità di consulenti ed esperti di Inclusive Business attiva in 33 Paesi e dedica alla ricerca e disseminazione di teoria/pratiche per la realizzazione di business sostenibile alla base della piramide di reddito.

### BOP Global Network

Il BoP Global Network studia, sviluppa e applica win-win solutions che aprano nuove opportunità di business rafforzando lo sviluppo sostenibile di persone e comunità in contesti a basso reddito.

I membri del BoP Global Network condividono i seguenti principi:

strategie di Business Inclusivo riescono a generare enormi miglioramenti sociali e devono essere perseguite in modo da valorizzare le capacità delle comunità locali;

la ricerca applicata all'impresa è un vettore fondamentale per stimolare questo nuovo settore di sviluppo;

la collaborazione tra imprese, ONG, universitari, imprenditori e altri attori crea benefici per tutti i soggetti interessati;

innovare è essenziale per realizzare crescita economica in comunità a basso reddito e

le comunità locali sono partner competenti, nonché risorse strategiche, per lo sviluppo della tecnologia e del business inclusivo nel lungo periodo.

### Assobenefit

Le Società Benefit nascono in Italia nel 2016 con una legge che fa del nostro paese il primo stato sovrano al mondo ad avere voluto e consentito società a duplice scopo: profitto e beneficio comune. La legislazione ha chiesto agli imprenditori di puntare sul proprio sogno di sempre, ovvero produrre un beneficio per sé e per gli altri, avendo coscienza che non vi può più essere spazio per l'impresa che, mossa esclusivamente dalla ricerca del profitto, ignori la necessità di concorrere simultaneamente a migliorare le condizioni di vita ambientali e sociali di tutti i cittadini, siano essi clienti, fornitori, portatori di interesse.

Assobenefit è l'Associazione italiana per le Società Benefit e lavora per condividere con tutte le proprie associate gli strumenti giuridici, tecnici e organizzativi, perché il passaggio verso l'applicazione di un modello Benefit sia davvero compiuto.

De-LAB è membro di Assobenefit dal 2019.

### Fondazione Giannino Bassetti

Fondazione Giannino Bassetti nasce a Milano nel 1994 e nel 2016 diventa Fondazione di Partecipazione. In coerenza con i valori espressi dalla Famiglia Bassetti, scopo della Fondazione è promuovere l'esercizio responsabile

dell'innovazione, in ambito nazionale ed internazionale, assistendo i soggetti istituzionali, privati e associativi, orientando i fini e considerandola fattore di incivilimento per l'intera società.

La Fondazione di partecipazione intende contribuire a rendere consapevoli delle conseguenze, e responsabili del proprio ruolo, tutti gli attori che partecipano a decisioni innovative; agevolare il rapporto tra società civile e istituzioni, contribuendo alla ricerca scientifica ed elaborando strumenti per la diffusione della Responsabilità nelle tecno-scienze, nelle scienze della vita, nella bioetica, nella finanza, nell'impresa.

De-LAB è partner di Fondazione Giannino Bassetti per quanto concerne il tema dell'Innovazione Responsabile, applicata in contesti e scenari dove si possono applicare modelli di Business Inclusivo e Innovazione Sociale.

### APIS – Associazione Italiana Progettisti Sociali

L'Associazione Italiana Progettisti Sociali (APIS) si è costituita il 20 luglio 2009, concludendo e consolidando un ricco percorso di scambio e collaborazione attivatosi tra professionisti esperti di progettazione sociale, project mgt e misurazione d'impatto. L'obiettivo di APIS è quello di rinnovare metodologie e pratiche attraverso un processo di collaborazione e "contaminazione", orientando l'operato e le riflessioni pratiche sulla progettazione sociale in Italia. De-LAB è socio di APIS e membro del Consiglio Direttivo.

### Amref Health Africa

Fondata nel 1957 in Kenya, Amref Health Africa è la più grande onlus sanitaria africana che interviene in Africa subsahariana.

Amref Health Africa promuove progetti di salute nelle aree più isolate dell'Africa, affinché ogni persona si veda riconosciuta la possibilità di vivere dignitosamente, crescere e dare forma al proprio futuro. A oltre 60 anni dalla sua fondazione, oggi Amref è la più grande organizzazione sanitaria africana senza fini di lucro che opera nel continente. Amref Italia e Amref Uganda sono partner di De-LAB per il progetto KOKONO e collabora con il team De-LAB per attività di fundraising, promozione e misurazione degli impatti in loco di KOKONO. Ulteriori dettagli qui: [www.kokono.life](http://www.kokono.life).

### IBAN Network

L'Inclusive Business Action Network (iBAN) è un'iniziativa globale che sostiene la scalabilità e la replicabilità dei modelli di business inclusivi. iBAN gestisce un'innovativa piattaforma di conoscenza online sul business inclusivo

([www.inclusivebusiness.net](http://www.inclusivebusiness.net)). iBAN è finanziato dal Ministero federale tedesco per la cooperazione economica e lo sviluppo e dall'Unione europea. È implementato dalla Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.

De-LAB è partner di iBAN e ha sottoscritto un MoU come referente Italiano in iBAN in materia di Inclusive Business.

### Università degli studi di Ferrara

De-LAB è partner dell'Università degli Studi di Ferrara e collabora attivamente all'ideazione e realizzazione di moduli formativi in materia di Circular Economy in Africa e Fugal Innovation.

## PREMI E RICONOSCIMENTI 2021

Lo score De-LAB nell'area di impatto GOVERNANCE è risultato tra i 5% migliori al mondo nella categoria Benefit Corporations. De-Lab è "Best for the World" nella comunità B-Corp per l'area Governance.



### Rapporti con le università

#### Tirocini

Come tutti i laboratori, anche De-LAB opera sia con personale già qualificato e con esperienza, che con studenti e stagisti che stanno per avviarsi verso l'ingresso nel mondo del lavoro e della progettazione sociale. Nel 2021 è stata avviata una collaborazione con SISTAC (Social Impact Startup Academy), promossa da Bayer Foundation e WFI Ingolstadt School of Management per il modulo formativo "Social Innovation II". De-Lab si è impegnata nell'affiancamento di studenti universitari, fornendo loro esperienza concreta di progettazione.

Più in dettaglio, nel 2021 sono stati affiancati una ragazza indonesiana, studentessa dell'Università di Brescia con la quale è stato sviluppato un percorso di branding e un lavoro di ricerca dedicato alla CSR in Indonesia. Successivamente, è stata portata avanti una collaborazione di 6 mesi, poi estesa a nove, con una studentessa dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, con cui si è portato avanti un lavoro dedicato alla gestione del CRM. Infine, abbiamo ospitato una stagista proveniente dall'Università di Padova che ha seguito il tema dell'Impresa Gentile e dei Metodi di Partecipazione, scrivendo due booklet divulgativi e collaborando su attività di business development.

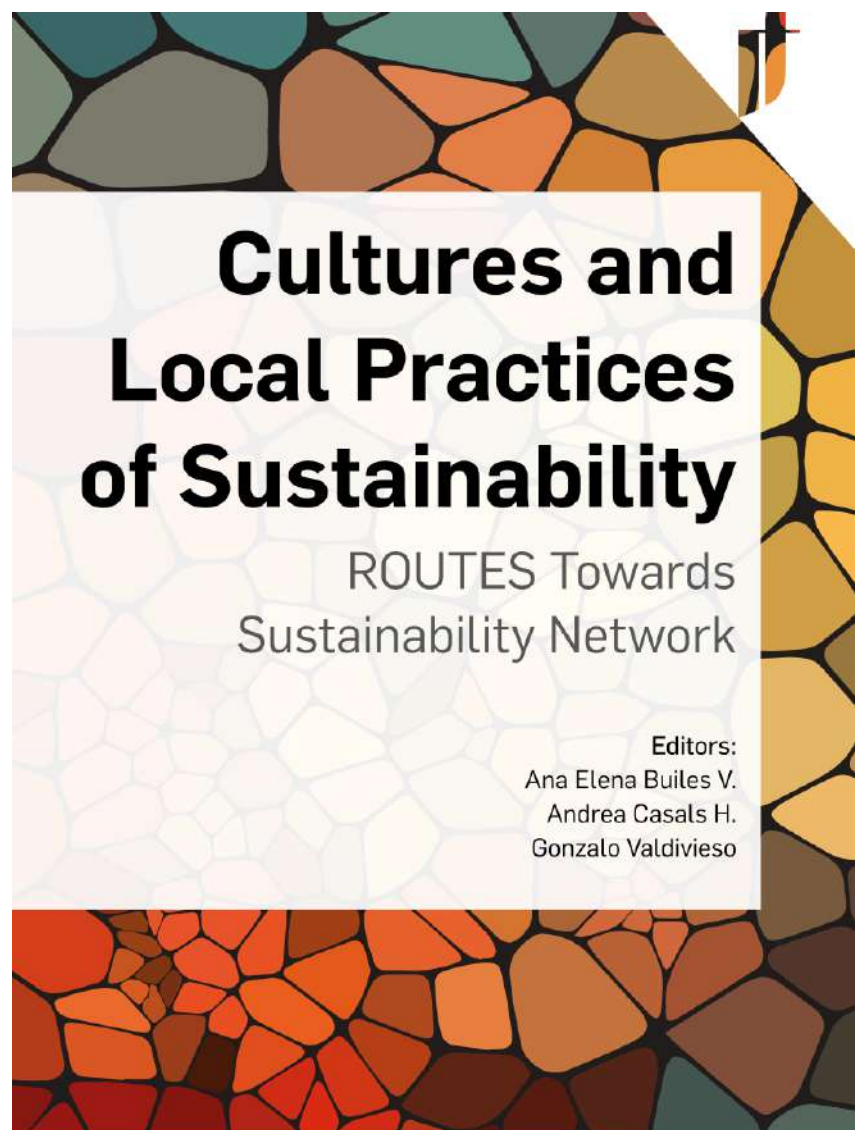
#### Tesi

Come società di consulenza, amiamo continuare a fare ricerca e seguire coloro che la fanno. Nel 2021 è stata avviata la seguente esperienza di carattere internazionale: De-LAB, rappresentato da Lucia Dal Negro, ha fatto parte della commissione di laurea della facoltà di Ingegneria della Stellenbosch University in Sud Africa. La tesi che abbiamo

seguito come membro della commissione è stata "Towards an integrated meta-perspective of socio-technical transitions and the fourth industrial revolution". L'esperienza, molto interessante, ha permesso di valutare l'elaborato finale assieme ad un gruppo di docenti ed esperti, valutando non solo la tesi ma anche possibili collaborazioni future.

### Publicazioni

Nel 2021 abbiamo visto pubblicato il nostro contributo scientifico all'interno del testo universitario "Cultures and Local Practices of Sustainability. ROUTES Towards Sustainability Network" edito da Universidad Pontificia Bolivariana.





# NON CONCLUSIONI

Il lavoro fin qui presentato è frutto dell'impegno di un gruppo che, dall'Italia e dall'Uganda, crede in un modo di fare impresa nuovo e coraggioso, capace di misurarsi con le difficoltà del quotidiano e del voler applicare i propri valori ogni giorno. I dati esposti sono frutto di un percorso che intendiamo migliorare: l'area interna, ed in particolare le risorse umane, e quella esterna, in particolare i fornitori, sono due ambiti su cui sappiamo di dover aumentare l'attenzione e le progettualità. Ci impegneremo affinché il 2022 sia l'anno del salto di qualità.

# OBIETTIVI

## E KPI DI MONITORAGGIO 2021: ESITI E PERFORMANCE

### Personale

- ✓ Equilibrio di genere da mantenere al 50% delle risorse coinvolte dando priorità a soggetti svantaggiati 😊
- ✓ Work-life balance con mantenimento del modello gestionale Holacracy > 😊
- ✓ Mantenimento di una percentuale superiore al 90% di fornitori locali e indipendenti > 😊
- ✓ Condivisione di percorsi e occasioni di formazione tecnica > 😊

### Ambiente

- ✓ Percentuale del 70% dei viaggi di lavoro da realizzarsi con mezzi pubblici > 😊
- ✓ Compensazione dei voli aerei presi per lavoro NA
- ✓ Mantenimento della percentuale dell'80% dei gadget da realizzarsi con materiale riciclato/ecocompatibile > 😊
- ✓ Compensazione dell'energia emessa durante la consultazione del sito istituzionale > 😊

### Sociale

- ✓ Almeno un tesista e uno stagista all'anno, ospitati in De-LAB > 😊
- ✓ Un progetto di filantropia da sostenere nel corso del 2020 > 😊
- ✓ Mantenimento di una parità di genere tra i fornitori > 😞
- ✓ Predisposizione di una roadmap che coordini la diversity ✓ lungo tutta la filiera > 😞

### Relazioni Esterne

- ✓ Realizzazione di un progetto di advocacy nel settore della cooperazione allo sviluppo > 😊
- ✓ Aggiornamento del vendor rating etico per i fornitori > 😞
- ✓ Mantenimento degli impegni di Rendicontazione Sociale > 😊
- ✓ Per il 2022, gli impegni che intendiamo prefiggerci sono legati al mantenimento dei precedenti e, in aggiunta:

1. Dimensione Sociale: progetto di teambuilding da realizzarsi entro il 2022.
2. Dimensione Ambientale: quattro ore di formazione gratuita sui temi della sostenibilità ambientale e sociale a

favore di realtà non-profit.

3. Dimensione di Governance: partecipazione ad un nuovo network di advocacy legato ai temi del Business Responsabile.

# TABELLA RIEPILOGATIVA OBIETTIVI 2022

<b>OBIETTIVI AMBIENTALI 2022</b>			
Obiettivo generale	Obiettivo specifico	KPI	Goal
Condivisione best practices ambientali	Formazione gratuita a favore del Terzo Settore	Ore di formazione gratuita erogata	Almeno quattro ore di formazione gratuita sui temi della sostenibilità ambientale e sociale a favore di realtà non-profit.
Rafforzamento delle caratteristiche green e fair della catena di fornitura	Aggiornamento del vendor rating etico per i fornitori	Percentuale di fornitori mappati	100% dei fornitori mappati
<b>OBIETTIVI SOCIALI 2022</b>			
Obiettivo generale	Obiettivo specifico	KPI	Goal
Rafforzamento delle relazioni con i collaboratori	Progetto di team building da realizzarsi entro il 2022	Presenza/Assenza progetto di team building	Realizzazione del progetto con il coinvolgimento di tutti i collaboratori
Condivisione best practices su Diversity & Inclusion	Predisposizione di una roadmap che coordini la diversity lungo tutta la filiera	Numero di fornitori coinvolti	70% fornitori coinvolti
Tutela dell'equilibrio di genere nella catena di fornitura	Mantenimento di una parità di genere tra i fornitori	Rapporto donne/uomini nelle imprese dei fornitori	40% dei fornitori rappresentati da aziende al femminile
<b>OBIETTIVI GOVERNANCE 2022</b>			
Obiettivo generale	Obiettivo specifico	KPI	Goal
Mantenimento e rafforzamento dell'ecosistema Benefit	Partecipazione ad un nuovo network di advocacy legato ai temi del Business Responsabile.	Numero di network in cui si è partner	Almeno un nuovo network dedicato al Profit ad Impatto

## GLOSSARIO

**ACQUISTI VERDI:** l'approccio in base al quale le amministrazioni pubbliche (o le imprese private o il terzo settore) integrano i criteri ambientali in tutte le fasi del processo di acquisto, incoraggiando la diffusione di tecnologie ambientali e lo sviluppo di prodotti più validi sotto il profilo ambientale.

**B-CORP:** questo termine indica una certificazione volontaria ufficiale rilasciata attraverso la misurazione di alcune performance delle aziende, principalmente ambientali e sociali, allo stesso modo in cui si misurano i risultati economici delle stesse.

**BENEFIT CORPORATION:** Nell'esercizio di una 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 (Legge di Stabilità, 2015).

**BUSINESS INCLUSIVO:** sviluppo di nuovi prodotti o servizi pensati in maniera innovativa per essere distribuiti in comunità a basso reddito, rispondendo ai bisogni locali in maniera più efficace e partecipata.

**COMUNITÀ LOCALE:** persone o gruppi di persone che vivono e/o lavorano in un'area su cui l'attività di un'organizzazione incide economicamente, socialmente o in termini ambientali (in modo positivo o negativo).

**CO-PROGETTAZIONE:** accordo di collaborazione per realizzazione di attività complesse da realizzarsi con partenariati basati sulla sussidiarietà, trasparenza e partecipazione.

**DUE DILIGENCE:** processo per identificare, prevenire, mitigare e rendere conto di come l'organizzazione affronta i suoi impatti negativi effettivi e potenziali.

**ECONOMIA RIGENERATIVA:** nuovo paradigma di riferimento per lo sviluppo economico, indica un sistema interdipendente costituito da componenti che creano condizioni favorevoli al fiorire della vita e alla felicità delle persone. Rigenerare, ovvero riportare tutto quel che si utilizza a una precedente condizione di efficienza e integrità, attraverso processi complessi e in costante evoluzione.

**FILANTROPIA:** donazioni o sponsorizzazioni aziendali devolute a soggetti bisognosi, particolari cause socio-ambientali o interessi pubblici (es. emergenze, disastri naturali).

**GOVERNANCE BODY:** gruppo formalizzato di persone responsabili della guida strategica dell'organizzazione, dell'efficace monitoraggio della gestione e della responsabilità della gestione nei confronti dell'organizzazione in generale e dei suoi stakeholder.

**GRUPPO SOCIALE SOTTORAPPRESENTATO:** gruppo di individui che sono meno rappresentati all'interno di un sottoinsieme (per esempio, un ente, un comitato, i dipendenti di un'organizzazione) rispetto al numero nella popolazione generale, e che quindi hanno meno opportunità di esprimere i propri bisogni e punti di vista economici, sociali o politici.

**GRUPPO VULNERABILE:** gruppo di individui con una specifica condizione o caratteristica (ad esempio, economica, fisica, politica, sociale) che potrebbe subire impatti negativi come risultato delle attività dell'organizzazione in modo più grave rispetto alla popolazione generale. Esempi: migranti e famiglie di migranti, bambini e giovani, persone con disabilità, donne, persone indigene, ex-combattenti, difensori dei diritti umani.

**IMPATTO:** si intende l'effetto che un'organizzazione ha sull'economia, sull'ambiente e/o sulla società, che a sua volta può indicarne il contributo (positivo o negativo) allo sviluppo sostenibile.

**IMPATTO AMBIENTALE:** l'insieme degli effetti sull'ambiente determinati da un evento, un processo, un prodotto.

**INIZIATIVA DI CONSERVAZIONE ED EFFICIENZA:** modifica organizzativa o tecnologica che consente di svolgere un determinato processo o compito utilizzando meno energia. Esempi: conversione e retrofitting di apparecchiature come l'illuminazione ad alta efficienza energetica, eliminazione dell'uso di energia non necessaria a causa di cambiamenti nel comportamento, riprogettazione dei processi.

**INNOVAZIONE SOCIALE:** nuove idee o progetti (prodotti, servizi, modelli) che soddisfano bisogni sociali in modo più efficace delle alternative esistenti e nel farlo creano nuove relazioni e collaborazioni (Murray, Grice, Mulgan, 2008).

**MATERIALE RINNOVABILE:** materiale derivato da risorse abbondanti che vengono rapidamente reintegrate dai cicli ecologici o dai processi agricoli, in modo che i servizi forniti da queste e altre risorse collegate non vengano messi in pericolo e rimangano disponibili per la prossima generazione.

**MISURE DI CIRCOLARITÀ:** misure adottate per conservare il valore di prodotti, materiali e risorse in modo da reindirizzarli all'uso per il più a lungo possibile, con la più bassa possibile impronta di carbonio e di risorse, così da ridurre l'estrazione di materie prime e risorse e prevenire la produzione di rifiuti.

**PROGRAMMA DI SVILUPPO DELLA COMUNITÀ:** piano che descrive in dettaglio le azioni per minimizzare, mitigare o compensare gli impatti sociali e/o economici negativi, e/o per identificare le opportunità o le azioni per migliorare gli impatti positivi di un progetto sulla comunità.

**RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA:** responsabilità delle imprese per gli impatti che hanno sulla società, al di là

di quelli di business legati alla creazione di valore economico.  
**SOCIETA' BENEFIT:** le Società Benefit sono imprese ibride che oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse (definizione di Assobenefit).

**SOSTENIBILITÀ:** in ambito economico, sociale ed ambientale è il processo di cambiamento nel quale lo sfruttamento delle risorse, il piano degli investimenti, l'orientamento dello sviluppo tecnologico e le modifiche istituzionali sono tutti allineati per poter rispondere ai bisogni attuali e futuri.

**SPESE PER LA PROTEZIONE AMBIENTALE:** spese per la protezione dell'ambiente da parte dell'organizzazione, o per suo conto, in modo da prevenire, ridurre, controllare e documentare gli aspetti, gli impatti e i pericoli ambientali.

**SVILUPPO SOSTENIBILE:** è uno sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere quelli delle generazioni future (Bruntland, WCED – 1987).

**TEMA MATERIALE:** tema che riflette l'impatto economico, ambientale e sociale significativo dell'organizzazione o che influenza in modo profondo le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.







CONTATTI

[www.delab.it](http://www.delab.it) [info@delab.it](mailto:info@delab.it)

