deLAB
SOLUTIONS ABOUT INCLUSIVE BUSINESS

IMPACT REPORT

Gennaio/Dicembre 2022

INDICE

- Lettera dal CEO
- Nota Metodologica
  - Stakeholder mapping
  - Analisi dei livelli
  - Stakeholder engagement
  - Matrice della Materialità
- Governance & Valore
  - Identità: Vision, Mission e Valori
  - Impatto come strategia
  - Manifesto
- Impatto sulle persone
  - Holacracy & Smart Working in De-LAB
  - Formazione Interna
  - Team Building
  - Fornitori
  - Clienti
- Impatto sulla società
  - 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
- Impatto sull'ambiente
  - Mobilità
  - Operatività interna
  - Merchandising
  - Progetti
- Comunicazione
  - Eventi e Networking
  - Sito Web e Social Media
- Riconoscimenti
  - Affiliazioni
  - Partnership 2022
- Valutazione d'impatto
- Obiettivi e conclusioni finali
  - KPI di monitoraggio 2022: esiti e performance
  - Tabella riepilogativa obiettivi 2023
- Glossario

Lucia Dal Negro

Lettera del CEO

Il 2022 è stato un anno di piena ripresa per De-LAB, che ha finalmente iniziato a recuperare le attività ed i progetti parzialmente sospesi durante la pandemia. Una particolare attenzione è stata data al progetto Kokono, che è ripartito a pieno giro grazie alla vittoria del Bando "COOPEN".

Altre progettualità molto importanti si sono avute nel settore della Sostenibilità Aziendale, con l'approdo di De-LAB a clienti grandi e multi-sede, per progetti sfidanti e di ampio respiro. Un'attenzione particolare è stata poi data al tema del "Profit nella Cooperazione", su cui De-LAB da sempre lavora e ricerca, con l'obiettivo di creare una struttura non-profit che possa fare advocacy e sensibilizzazione sul tema.

Dal punto di vista gestionale interno, è stato poi l'anno della ridefinizione dell'analisi di scopo e finalità, che abbiamo inteso sviluppare come una vera linea di crescita aziendale, cercando il più possibile di differenziarci e di essere coerenti con i nostri valori.
Un anno, il 2022, di grande lavoro "a testa bassa", per riprendere il nostro spazio e guardare lontano.
Buona lettura!

Lucia Dal Negro

Founder & Director De-LAB srl Società Benefit

NOTA METODOLOGICA

In attuazione di quanto previsto dalla normativa in tema di Società Benefit (legge 208 del 28 dicembre 2015), De-LAB ha conseguito per il quinto anno l'elaborazione del proprio Impact Report, un documento che certifica l'impegno, l'attenzione, la costanza e la prestazione dell'azienda in termini di impatto ambientale e sociale.
Il seguente report evidenzia gli obiettivi conseguiti dall'azienda durante l'anno 2022, gli obiettivi che si prefissa per l'anno 2023,e l'impatto che ha generato durante le attività, evidenziandone gli effetti e le dinamiche su persone, società ed ambiente. In merito agli obiettivi e alle caratteristiche fornite per costruire l'Impact Report', sono di seguito riportati gli strumenti e le metodologie adottate nell'esecuzione del
documento.

La Valutazione di impatto è stata realizzata attraverso lo Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa, (www.labuonaimpresa.it) promosso da Fondazione Buon Lavoro, creato per supportare le aziende nella lettura, valutazione e rendicontazione della propria capacità di creare valore attraverso l'attività d'impresa.

Guidata da una visione sistemica, la Buona Impresa, supera il solo scopo di lucro, e cerca al tempo stesso il proprio bene e il bene del contesto, perseguendo un triplice scopo e creando forte sinergia tra le tre tipologie di risultato:

- Il successo dei propri prodotti o servizi,
- La creazione e organizzazione di buona occupazione,
- La creazione di valore economico.

La Buona Impresa si impegna, inoltre a comunicare con trasparenza il senso del proprio agire, per favorire la partecipazione al proprio interno e il riconoscimento e la fiducia da parte del contesto.

Il report si fonda sul principio di "materialità", che determina quali siano i temi importanti, per l'azienda e gli stakeholder, tali da renderne essenziale la rendicontazione e la valutazione. Inoltre, accorpa alcuni elementi di rendicontazione tipici dello standard GRI, Global Reporting Initiative.

Successivamente, De-LAB ha costruito la mappa dei propri stakeholder, l'analisi dei livelli e la matrice di materialità, con l'obiettivo di descrivere il ruolo che ciascuno di essi assume nella creazione di valore condiviso con e tramite l'azienda.

STAKEHOLDER MAPPING

Secondo gran parte della letteratura sulla Stakeholder Analysis, la mappatura dei portatori di interessi risulta evidente dalla visione del contesto generale, concentrandosi poi sulla loro 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,
- sette collaboratori che lavorano a molteplici progetti condivisi,
- quattro collaboratori che lavorano specificatamente sul progetto Kokono
- gli stagisti ospitati per praticare la professione
- diversi fornitori locali e indipendenti (Grafici, Legali, Webmaster, Agenzia di Comunicazione, Agenzia di calcolo e compensazione della CO2).

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, il Network Italiano delle Società Benefit, la Fondazione Giannino Bassetti, iBAN, associazioni quali Assobenefit e Associazione Italiana Progettisti Sociali; onlus come Amref Health Africa e università come quella di Ferrara, in aggiunta ovviamente ai clienti, alla ricerca di una consulenza per quanto riguarda l'implementazione di una politica, di una progettazione o di una comunicazione che rendano centrali l'idea e la messa in pratica dell'innovazione sociale e del business inclusivo.

A livello di coinvolgimento indiretto troviamo sia il mondo dei Media, più attento alle tematiche sociali e ambientali, sia gli importanti stakeholder: istituzioni, enti bancari, ambiente e future generazioni.

FORNITORI
• Condivisione codice etico e C. F.
• Survey tematiche online
COMUNITÀ LOCALI
• Incontri periodici di assessment need
• Survey tematiche online
• Condivisione codice etico
• Eventi
CLIENTI
• Social network e website
• Eventi
• Incontri periodici
COLLABORATORI
• Eventi
• Mailing
• Survey tematiche online
• Condivisione codice etico
• Incontro one-to-one
PARTNER COMMERCIALI AGENTI/DISTRIBUTORI
• Social network
• Workshop dedicati
• Mailing
• Eventi
• Co-progettazione
deLAB
AMBIENTE
• Rispetto delle normative ambientali
ASSOCIAZIONI NAZIONALI DI CATEGORIA
• Comunicati stampa
• Incontri ad - hoc
MEDIA ASSOCIAZIONI O NETWORK
• Comunicati stampa
• Social media
• Eventi
• Interviste
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE
• Rispetto delle normative vigenti
• Partecipazione a corsi di aggiornamento
ISTITUZIONI INTERNAZIONALI
• Partecipazione a workshop mirati
• Partecipazione a corsi di aggiornamento
• Eventi

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.

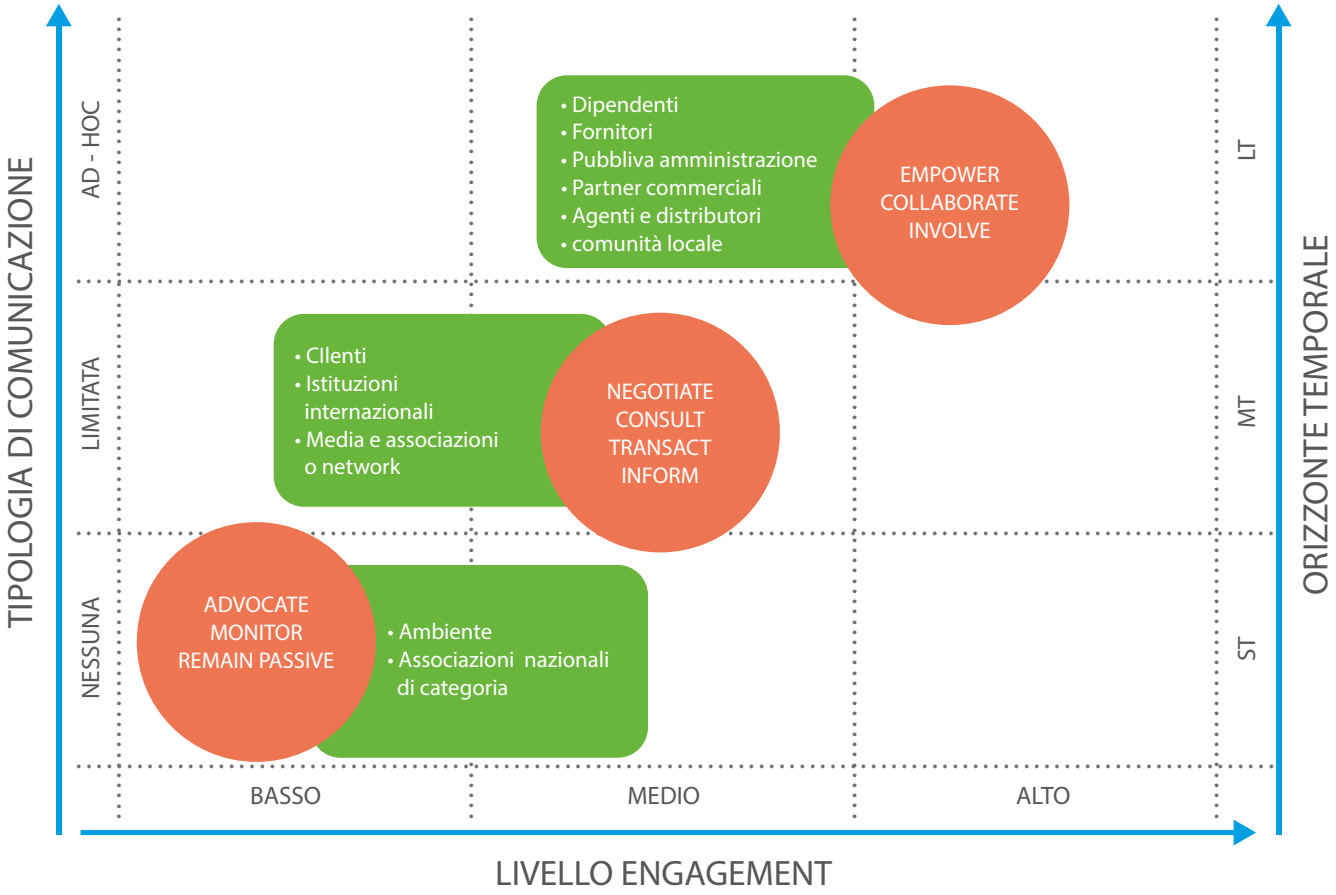
Nella quinta categoria di stakeholder ci sono i clienti, i quali sono coinvolti nella condivisione dei valori e delle conoscenze ma non hanno peso per quanto riguarda le scelte strategiche dell'azienda. Essi rimangono nella sfera d'influenza di De-LAB maggiormente tramite i social media e la newsletter.

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.



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. E' 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).

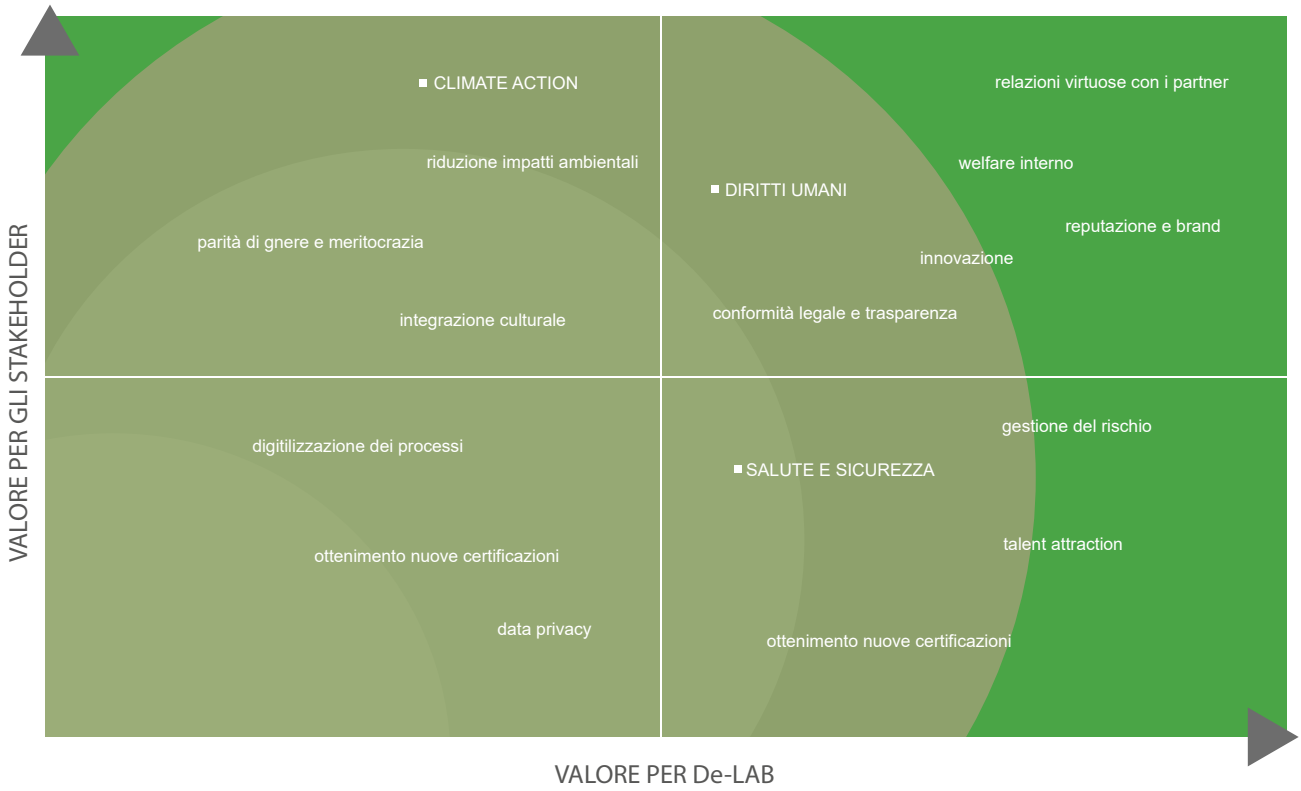
Uno degli output più importanti di tale analisi è la matrice della materialità, la quale evidenzia gli interessi e i valori per cui l'azienda e gli stakeholder trovano un più alto grado di condivisione. Il processo di coinvolgimento degli stakeholder portato avanti da De-LAB muove verso un duplice scopo, 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 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

MATRICE DELLA MATERIALITÀ

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.



GOVERNANCE & VALORE

IDENTITA': 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.

Tutto ciò che facciamo è sostenuto da 3 valori imprescindibili:

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.

IMPATTO COME STRATEGIA

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.

Le finalità di beneficio comune De-LAB sono:

- la promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali ispirati al Modello del Business Inclusivo e Responsabile, nonché del coinvolgimento del settore profit nella Cooperazione allo Sviluppo

- il design e l'introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle imprese e nelle istituzioni

- la collaborazione e la sinergia con organizzazioni no profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello delle società, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato

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.

Ruoli
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, nel 2022 hanno ruotato sette collaboratori che hanno scelto di restare nel Team attivandosi su progetti condivisi e affini alle proprie competenze e passioni. A questi, si sono aggiunti quattro collaboratori specificatamente dedicati al progetto
KOKONO, che seguono da Kampala (Uganda) dove risiedono.

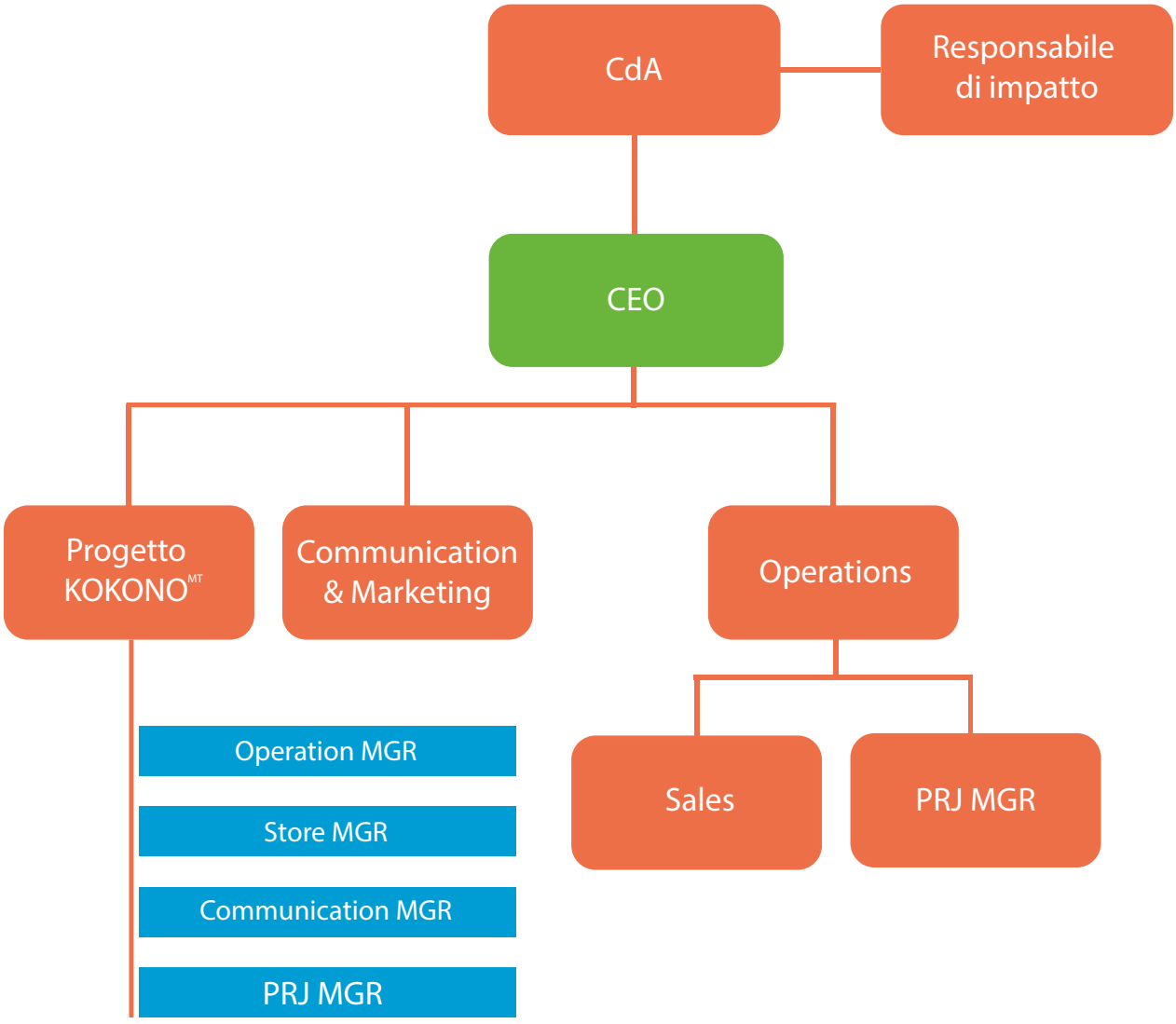
Nessun progetto realizzato da De-LAB è portato avanti solo da una persona, poiché crediamo che, come in tutti i laboratori di ricerca e progettazione, sia la squadra a fare la differenza.

Il Referente d'Impatto De-LAB è il Presidente del Consiglio di Amministrazione, il vertice decisionale e politico più alto della società. La scelta di assegnare questo ruolo al profilo più apicale è coerente, per De-LAB, alla volontà di rendere massimamente strategici gli

obblighi di bilanciamento delle finalità sociali, ambientali ed economiche.
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.

DE - LAB GOVERNANCE



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.

PRINCIPI DEL MANIFESTO DE-LAB

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 insegnano 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.

IMPATTO SULLE PERSONE

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 programmiamo 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 2022 il Team De-LAB ha partecipato a questi percorsi di formazione:

- Corso cvo (chief value officer, erogato dalla Società Benefit "Go 4 Benefit". Il corso è stato seguito da una risorsa interna per circa 200 ore di lezione e ha permesso la preparazione puntuale ed il superamento dell'esame di accreditamento Bureau Veritas / CEPAS tenutosi nel marzo 2023.

- Corso di formazione erogato da Fondazione Cariplo "La Gestione del budget" all'interno del percorso COOPEN - Innovazione per lo Sviluppo. Il Corso, di 4 ore, è stato seguito da una risorsa interna.

TEAM BUILDING

Costruire momenti di interazione tra dipendenti in contesti esterni al lavoro è un aspetto importante per De-LAB, nell'ottica di rafforzare il tessuto relazionale all'interno dell'azienda e promuovere uno spirito ed un clima sano e collaborativo. Il clima aziendale è sempre stato, per De-LAB, uno degli aspetti più critici da misurare e rafforzare in virtù della modalità full remote con cui da sempre lavora, che non permette interazione in presenza o momenti di svago comune.

Nonostante ciò, nel corso del 2022, De-Lab ha proposto ed organizzato un momento di team building realizzato nel laboratorio di ceramica veronese Migupottery, dove il team (Lucio Vesentini, Elisabetta Pesenti, Amelie Franchin, Silvia Previdi, Lucia Dal Negro) ha avuto l'opportunità di partecipare. E condividere del tempo assieme.
I colleghi che non hanno partecipato sono stati Antonio Duma e Sara Tortorella, perché domiciliati in Puglia e quindi impossibilitati a venire a Verona per la giornata. Lo stesso è valso per Vimala De Vecchi e Lucio Fontana, domiciliati a Kampala (Uganda).

La giornata condivisa è stata incentrata sul rapporto tra lavoro manuale e mentale/ concettuale. Per aziende di servizio come De-LAB, infatti, è particolarmente complesso "sentire" i progressi effettuati o l'apprendimento realizzato, in quanto si lavora con capitali intangibili, know-how diffuso e reti che non permettono di "scaricare a terra", come spesso avviene col lavoro manuale, molte delle lezioni che si apprendono tutti i giorni.

Come possiamo – quindi - "pensare concretamente", insieme?

Su questo tema è stato impostato il workshop realizzato a partire dal valore di usare le proprie mani e cinque blocchi di creta che, con l'aiuto della maestra ceramista, sono stati modellati diventando oggetti della nostra "scrivania ideale". La particolarità del lavoro di gruppo è stata che l'oggetto è stato scambiato a rotazione con quello del nostro vicino, finchè non è tornato – dopo cinque passaggi, cioè dieci mani diverse che l'hanno modellato

– di nuovo nella postazione del proprietario iniziale.

La riflessione che ne è derivata è che con le mani, insieme, si può migliorare il lavoro di ciascuno di noi e contribuire ad una visione creativa comune del progetto in divenire. Molto interessante è stato, infine, scoprire come i cinque oggetti ottenuti fossero tutti molto diversi l'uno dall'altro, così come lo è la natura ed il profilo (umano e professionale) di tutti i componenti del team De-LAB, uniti però da una visione comune.

STAFF DELAB	NUMERI
Livello professionale	4 junior – 7 senior
Numero di collaboratori	11 di cui 2 soci fondatori
Genere	3 maschi – 8 femmine
Anzianità media in De-LAB (2018-2023)	3 anni
Luogo di lavoro	7 in Italia – 4 in Uganda

Fornitori

Nel corso del 2022 De-LAB ha continuato il lavoro iniziato con i fornitori storici, principalmente, Grafici, Legali, Webmaster, ed un'agenzia di comunicazione che segue i profili social ed il sito 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 ha portato alla decisione di uno di essi – l'agenzia di comunicazione 3MLAB – di trasformarsi in Società Benefit.

Questo aspetto di sensibilizzazione e questo ruolo di advocacy realizzato da De-LAB a favore del modello Benefit è stato quindi molto efficace e ha permesso di avviare un lavoro di ulteriore promozione del tema in Puglia, nell'area dove opera il nostro fornitore. Siamo quindi molto soddisfatti dell'impatto che abbiamo avuto in quel territorio e nella nostra catena di fornitura: di nuovo, l'essere lontani fisicamente non ha impedito l'essere vicini a livello di valori e di vision, cosa in cui crediamo fermamente.

DIAMO VOCE AI FORNITORI:
3MLab SB – agenzia di comunicazione

1. Come avviene il processo di coinvolgimento e valorizzazione del cliente durante l'esecuzione di un piano editoriale per De-LAB?

Abbiamo un stretto rapporto con l'azienda, sia nella creazione di rubriche social, mettendo a disposizione file condivisi per quanto riguarda i contenuti e il piano di pubblicazione, che nella costruzione del sito De-LAB, dove abbiamo potuto lavorare a stretto contatto. La dimostrazione della cooperazione del nostro rapporto è data dal reciproco autopromuoverci con i nostri rispettivi clienti, noi per De-LAB motivando altri nostri clienti a diventare Benefit, loro per noi indicando un'agenzia di comunicazione

2. In che modo emerge nella collaborazione l'orientamento alla sostenibilità perseguito da De-LAB?

È un elemento caratterizzante il tipo di relazione che abbiamo costruito con De-LAB. Da fornitori siamo diventati clienti, attivando il processo di trasformazione in Società Benefit che ci ha permesso di comunicare azioni che già portavamo avanti, ma soprattutto di renderci consapevoli dell'importanza di sottolineare e migliorare processi e pratiche orientate alla sostenibilità all'interno delle nostre operazioni.

3. Quali obiettivi vi ponete nel futuro per continuare la collaborazione con De-LAB?

Abbiamo l'intenzione di rafforzare sempre di più la collaborazione, sia cominciando a fare advertising per De-LAB, attività che non abbiamo ancora iniziato, sia di poter contribuire, possibilità in fase di costruzione, a creare contenuti nei progetti internazionali, come KOKOKO, che De-LAB porta avanti e del quale saremmo solamente orgogliosi di potervi contribuire attivamente.

FORNITORI DELAB	NUMERI
Numero di fornitori	4
Distribuzione geografica	1 Veneto, 2 Lombardia, 1 Puglia
Dimensione aziendale	PMI
Tipologia di azienda	2 Società Benefit

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 pre-esistenti, 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.

DIAMO VOCE AI CLIENTI: Innovhub stazioni Sperimentali per l'Impresa

1. Quali sono le competenze che cercate rivolgendovi a De-LAB quando richiedete una consulenza?

Quando ci rivolgiamo a De-LAB richiediamo competenze verticali relative alla sostenibilità sociale e di governance, poiché sono aspetti di cui non siamo esperti internamente, essendo focalizzati, in ambito sostenibilità, solo sulla dimensione ambientale.

2. Rispetto ai progetti sviluppati ad hoc per voi da De-LAB: ritenete che questa pratica aggiunga valore alle vostre richieste?

Certamente, noi riteniamo sia l'unica modalità possibile per soddisfare le nostre richieste. Lavorando su progetti complessi, e necessitando di competenze specifiche, la customizzazione è un elemento fondamentale che ricerchiamo in ogni tipo di consulenza.

3. Quanto è rilevante per voi poter essere coinvolti in tutte le fasi di un progetto offerto da De-LAB, a partire dalla coprogettazione del servizio?

Il coinvolgimento è molto rilevante: nell'ultima consulenza svolta con De-LAB, nonostante la richiesta da parte nostra fosse stata precisa, ci siamo confrontati per ascoltare il loro punto di vista. In questo modo, abbiamo potuto allargare la prospettiva ed individuare nuovi aspetti non considerati nell'idea progettata inizialmente.

IMPATTO SULLA SOCIETÀ

De-LAB, attraverso la sua strategia purpose-driven, genera un impatto sociale anzitutto e soprattutto attraverso i progetti di consulenza che sviluppa per i suoi clienti. Innovazione sociale, comunicazione etica d'Impresa e Inclusive Business, le tre categorie in cui si possono classificare i servizi che progettiamo ed eroghiamo, contribuiscono ciascuna a creare un impatto tangibile per il cliente che ne beneficia e per i suoi stakeholder. Inoltre, attraverso affiancamenti, percorsi di formazione ed erogazione di workshop tematici a sfondo sociale, De-LAB incentiva la creazione d'impatto in ottica ecosistemica, ossia legando tra loro attori di natura diversa che possono massimizzare la generazione di ricadute positive in ambito ESG proprio perché allineati.

Vengono di seguito riportati gli impatti diretti che De-LAB contribuisce a generare grazie alle collaborazioni professionali con i propri clienti, oltre ad una descrizione più approfondita del progetto KOKONO (box dedicato), ed un approfondimento sulle attività di charity.

OBIETTIVO D'IMPATTO: UN SUSTAINABLE GOAL 4

La progettazione De-LAB ha generato impatti in linea con questo Goal all'interno di percorsi di formazione universitaria in cui De-LAB è stato coinvolto tramite erogazione di moduli formativi sulla misurazione dell'impatto sociale e l'orientamento alla sostenibilità. Il nostro intervento è stato sia nella parte di ideazione dei contenuti, loro erogazione ed engagement degli stakeholder locali.

I partner con cui è stato possibile ottenere questi impatti, allineati al suddetto Goal, sono stati:

ASA, Alta Scuola per l'Ambiente
Università Cattolica del Sacro Cuore (Brescia) - Master di formazione Realizzazione del modulo formativo sui "Trend globali" della sostenibilità, rivolto a professionisti interessati ad operare nel mondo dell'educazione alla sostenibilità ambientale.

Università degli Studi di Ferrara – Summer School in Social Innovation Realizzazione ed erogazione di un corso di formazione basato sugli aspetti sociali dei principi ESG, dal Social Life Cycle Management al

Non-financial Reporting. Il corso si è svolto all'interno della Scuola Internazionale in "Gestione di Progetti di Economia Circolare" di Ferrara, una iniziativa cofinanziata dalla Regione Emilia-Romagna in collaborazione con l'Università di Economia di Atene - Wuppertal Institute for Climate, Environment and Energy e Centoform. Il corso ha contato

128 ore di lezione, in parte a distanza e in parte di persona.

Fondazione Accademia Maurizio Maggiora – workshop 'OpenBadge' Curatela del workshop conclusivo e della restituzione pubblica del progetto "OpenBadge", incentrato sulla validazione delle competenze dei professionisti del terzo settore. De-LAB ha seguito l'organizzazione, la comunicazione e la promozione dell'evento conclusivo, oltre che il processo di restituzione dei risultati (proceedings) ottenuti ai partecipanti.

Fondazione Cariplo – progetto 'Riprogettiamo il Futuro'
Partecipazione al progetto di Capacity Building, attraverso l'erogazione di un servizio di coaching e consulenza gestionale rivolto ad enti del Terzo Settore focalizzato sull'applicazione delle collaborazioni profit/non profit. Realizzazione di 30 incontri di coaching e stesura di 10 report di consulenza rivolti ad enti non-profit.

IFTS Emilia Romagna e Centoform
Corso di formazione su 'Economia circolare ed innovazione ambientale nei processi produttivi: Carbon Footprint e strategie climatiche per l'industria manifatturiera'. De-LAB ha progettato ed erogato 16 ore di formazione per delineare il quadro degli interventi di sostenibilità aziendale in linea con gli obiettivi climatici internazionali.

AirtechItaly
Realizzazione del seminario "Sostenibilità per la filiera industriale aeroportuale" organizzato da AirtechItaly in collaborazione con InnovHub, Finlombarda e Entreprise Europe Network con l'obiettivo di sollecitare le aziende airtech sulle tematiche ESG.

OBIETTIVO D'IMPATTO: UN SUSTAINABLE GOAL 10

L'attività di De-LAB ha generato impatti in linea con questo Goal attraverso programmi di consulenza ed accompagnamento a progetti ed imprese attive nel supporto e coinvolgimento a persone più svantaggiate. De-LAB ha contribuito a supportare i progetti attraverso percorsi di consulenza per rafforzare le strategie di coinvolgimento degli stakeholder, o progetti di affiancamento per rafforzare le attività operative del cliente.

I progetti con cui è stato possibile ottenere questi impatti, allineati al suddetto Goal, sono stati:

Consulenza Cariparo
Percorso di consulenza per rafforzamento del progetto VALI, dedicato all'inserimento sociale di persone svantaggiate residenti nella Provincia di Padova. Il lavoro ha prodotto una Gap Analysis, una strategia ed un piano di coinvolgimento stakeholder che hanno riportato i dati di impatto "as is", permettendo alla Fondazione di cogliere elementi di criticità ed opportunità di miglioramento.

Fondazione Caritro – Costruzione di un modello di Social Business
Percorso di accompagnamento semestrale dedicato ad un gruppo di imprenditori intenzionati a fondare una Impresa Sociale attiva nel settore delle piccole riparazioni

domestiche, con il coinvolgimento di ragazzi con difficoltà in qualità di operai ed apprendisti. L'accompagnamento si è svolto attraverso una serie di 12 incontri finalizzati alla realizzazione di un primo test di mercato.

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 mordi 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.

In questo senso, i clienti che hanno generato impatti affiancabili a quelli diretti De-LAB, nel suddetto Goal sono stati:

VALEO-IN

Avvio di una collaborazione con VALEO-IN, società di consulenza specializzata nel migliorare la competitività aziendale attraverso progetti di sviluppo di competenze e miglioramento di performance aziendali. La collaborazione si è basata sull'erogazione di un ciclo di formazione, della
durata di due giorni, sulla tematiche relative al sustainable procurement e al green private procurement. La formazione è stata destinata ad imprese metalmeccaniche.

Lutech Group

Elaborazione del primo bilancio di sostenibilità per Lutech, gruppo specializzato nella consulenza ICT per supportare le aziende nel loro percorso di digital transformation. Oltre alla redazione del bilancio, De-LAB è stata protagonista dello sviluppo della sezione 'Responsabilità' nel sito web del gruppo. Nel corso del 2022, sono stati creati contenuti per la sezione, come le indicazioni del bilancio di sostenibilità, l'impegno svolto dall'azienda lungo gli obiettivi di sviluppo sostenibile e le notizie relative alla responsabilità sociale perseguita dal gruppo.

Carriere.it - Social&Impact – Sviluppo Impact Report

Elaborazione e stesura dell'Impact report per l'azienda Social & Impact, società di consulenza e formazione attiva nell'erogazione di corsi di sviluppo di competenze a basso costo volti a supportare il reinserimento lavorativo. Perseguendo una missione sociale, l'azienda si è rivolta a De-LAB per poter comunicare, attraverso il report, l'impegno etico e sociale che porta avanti attraverso i propri servizi.

Floox – Redazione Rapporto di Impatto

Conclusione del percorso di accompagnamento relativo alla stesura del Rapporto di Impatto all'azienda Floox, società che eroga servizi b2b di miglioramento del settore e-commerce, attraverso progetti di marketing automation. Grazie all'affiancamento di De-LAB, Floox ha potuto comunicare l'impegno etico e sociale che persegue all'interno del proprio business; inoltre, il cliente ha identificato possibili aree di miglioramento per estendere da un punto di vista strategico il proprio orientamento alla sostenibilità.

7ADS – Redazione Rapporto di Impatto

Affiancamento di De-LAB all'azienda 7ADS, società attiva nel settore digitale attraverso servizi di 'e-commerce advertising'.
Il percorso di accompagnamento fornito da De-LAB è stato mirato alla elaborazione del rapporto d'Impatto dell'azienda, con l'obiettivo di raccontare l'orientamento e l'impegno dimostrato da 7ADS all'interno dei propri processi operativi. L'affiancamento ha permesso inoltre di identificare aree di miglioramento per ampliare l'impatto futuro dell'azienda.

3M LAB – Percorso Società Benefit

Attivazione del percorso di trasformazione in Società Benefit di 3M LAB, agenzia di comunicazione e marketing con sede in Puglia. 3M LAB, ambiente giovane e dinamico, si è mostrata desiderosa di poter trasformare la propria strategia di business, per orientarla in una direzione più sostenibile ed inclusiva. Grazie alla collaborazione con De-LAB, l'agenzia ha potuto ampliare il proprio impatto sociale ed ambientale, oltre a certificare il proprio impegno costituendosi come Società Benefit.

OBIETTIVO D'IMPATTO: UN SUSTAINABLE GOAL 17

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.

I partner che hanno generato impatti nel suddetto Goal sono stati:

Assobenefit

Con Assobenefit è stata avviata una discussione molto articolata e partecipata anche da altre Società Benefit sull'avvio di una Academy interna in grado di segnare il passo dell'evoluzione della normativa e delle prassi Benefit. De-LAB ha partecipato alle diverse riunioni di presentazione del progetto e ha coordinato alcuni incontri di definizione operativa delle attività da avviare.

APIS

Con APIS De-LAB ha collaborato alla definizione del dell'evento "La co-progettazione per davvero".
In base al Codice del Terzo Settore (art. 55 del Decreto legislativo 3 luglio 2017, n. 117), gli enti pubblici locali sono chiamati a rendere sistematica la collaborazione tra loro stessi e gli Enti del Terzo Settore, che operano nell'ambito sociosanitario
assistenziale, prevedendone la regolamentazione con specifico riferimento agli istituti della co-programmazione e della co- progettazione.
L'evento è stato dedicato alla co-progettazione, anche in rapporto alla co-programmazione: si tratta di questioni dibattute con un'attenzione rivolta soprattutto alle procedure, lasciando così in secondo piano le "pratiche di campo", indispensabili affinché il lavoro sia, nei fatti, efficace e partecipato con i portatori di interesse, inclusi i beneficiari.
Obiettivo della giornata è stato offrire spunti concreti, metodi e paradigmi specifici in base ai quali regolare i lavori di tavolo tra Pubblica Amministrazione e Terzo Settore.

Amref Africa Health

Con Amref Health Africa la collaborazione ha portato alla generazione di una vera e propria strategia di co-progettazione riferita al progetto Kokono (dettagli nel box sotto). La caratteristica della collaborazione ha portato allo sviluppo di una linea di fudraising totalmente partecipata, motivata dalla vittoria comune del Bando Cariplo COOPEN 2022. Su questa condivisione delle strategie è stato successivamente scritto un articolo di approfondimento scientifico all'interno della rivista "Secondo Welfare".

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. Il progetto KOKONO™ incarna infatti nella propria ideazione, pianificazione ed esecuzione una triplice vocazione, quella economica, sociale ed ambientale, sulla quale agisce simultaneamente. 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 viene adottato (la produzione è svolta 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.

Il 2022 ha segnato l'inizio dell'esecuzione del progetto, che ha superato definitivamente la sua fase pilota ed ha cominciato ad attivarsi concretamente in Uganda. Dopo la produzione dello stampo e il crowdfunding che ha permesso di raccogliere oltre 5000 euro per poter raggiugere le comunità più remote (attività svoltesi nel corso del 2021) il progetto ha subito un'accelerazione vistosa, a partire dal 25 gennaio, quando KOKONO è stato selezionato dal bando COOPEN promosso da Fondazione Cariplo e Fondazione Compagnia di San Paolo.

Grazie a questa vittoria, De-LAB è stato affiancato da Amref Health Africa per portare il progetto nelle comunità ugandesi, in particolare nello slum di Kawempe. La produzione locale di Kokono ha preso piede a febbraio 2022, con il primo batch di 1500 culle pronte per la consegna. Il 22 febbraio è stato aperto il primo negozio KOKONO a Muyenga Road, Kabalagala (Kampala) e il 28 febbraio la culla è stata consegnata gratuitamente a diverse ONG e cliniche del Paese, tra cui l'ONG 'Medici con l'Africa CUAMM'. A fine anno, l'Ospedale di Ciwoko ha acquistato 40 culle da utilizzarsi nel reparto di terapia intensiva neonatale.

Oltre alle attività operative, De-LAB è stata partecipe e protagonista di diverse attività volte a formare collaboratori, promuovere il progetto nelle comunità, sensibilizzare la popolazione meno abbienti dell'importanza di proteggere i bambini più piccoli dai principali rischi per la loro salute e sicurezza. Nello specifico, De-LAB ha organizzato sessioni di formazione per il team di vendita ugandese di KOKONO, incaricato di promuovere il prodotto in 40 distretti a livello nazionale, così come per le donne desiderose di promuovere la culla nello slum di Kawempe.

Il 24 febbraio 2022 il progetto KOKONO è stato presentato presso la residenza dell'Ambasciatore italiano a Kampala, coinvolgendo il personale UNICEF e molti operatori socio-sanitari attivi sul territorio ugandese. Inoltre, durante la presentazione erano presenti giornalisti, partner commerciali, altre agenzie ONU, varie ONG e l'intero team KOKONO.

Ad ottobre, De-LAB ha partecipato insieme ad Amref Health Italia al Salone della CSR e dell'innovazione sociale, presentando le linee guida operative di co-creazione del progetto KOKONO. Il team del progetto ha inoltre partecipato alla East Africa Healthcare Federation, ospitato da Amref Health Africa, e alla Uganda Manufacture Fair, ospite da Nice House of Plastics, partner locale per la produzione della scocca di KOKONO.
Il progetto è stato inoltre raccontato in un podcast lanciato da Produzioni dal Basso, nel quale sono state descritte varie informazioni sul progetto, tra cui l'avvio dell'iniziativa, la strategia, il coinvolgimento dei partner locali ed alcuni dati relativi alle attività operative condotte finora.

Altri passaggi fondamentali del progetto Kokono sono stati:

- Arrivo in Malawi: grazie alla collaborazione con l'NGO "Fondazione Marista per la Solidarietà Sociale" siamo riusciti a portare Kokono fuori dal confine Ugandese. In particolare, abbiamo distribuito 11 culle in malawi, nei progetti a sostegno della prima infanzia seguiti dalla non-profit.

- Finanziamento per 25 culle sostenuto dalla piattaforma "GreenApes" attiva nell'incentivare comportamenti virtuosi all'interno delle aziende tramite percorsi di gamification. Il progetto è stato uno dei vari sostenuti da GreenApes ed ha riscosso un grande successo, raggiungendo il budget auspicato prima della scadenza di raccolta.

- Collaborazione con AICS Nairobi per l'acquisto di 100 culle Kokono per gli ospedali di Angal e di Kalongo. L'operazione, coordinata tra la sede AICS di Nairobi, Roma e Kampala ha dimostrato la volontà da parte dell'Agenzia Italiana di Cooperazione allo Sviluppo di costituire degli ecosistemi inclusivi

- Condivisione con Amref Health Africa Italia della campagna di raccolta fondi natalizia finalizzata al sostegno del progetto Kokono.

Ulteriori informazioni sul progetto Kokono sono disponibili sul sito: www.kokono.life

KOKONO™

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. Colleghiamo 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.

Festival del giornalismo

Anche per il 2022, De-LAB ha rinnovato il proprio impegno per supportare il progetto culturale veronese "Festival del Giornalismo", il cui tema prescelto è stato "Ecosistema", inteso in senso ambientale, ma anche dal punto di vista dell'informazione. All'interno della rassegna culturale De-LAB ha sponsorizzato l'evento che ha visto ospite la filosofa Maura Gancitano "Cogito ergo Stop", dedicato alla presentazione del libro: "Specchio delle mie brame. La prigione della bellezza".

Fondazione di APS – Profit 4 Cooperation

Insieme ad altri 6 imprenditori, De-LAB ha fondato 'Profit4Cooperation', un'associazione APS che unisce imprese del settore privato che operano nella cooperazione internazionale allo sviluppo. L'associazione propone soluzioni concrete ad attori pubblici e istituzionali, oltre che a media ed investitori, per rafforzare il ruolo del privato nel sistema della Cooperazione Internazionale allo Sviluppo. 'Profit4Cooperation' rappresenta infatti una struttura nazionale indipendente che possa coinvolgere le imprese profit che fanno cooperazione.
Nello specifico, l'associazione fornisce tre tipologie di sevizi: advocacy, per dare voce ai bisogni e obiettivi del profit nella cooperazione; networking, per costruire partnership di

valore; ed infine approfondimento, per fornire testimonianze ed esperienze concrete volte ad aumentare la sensibilità sul tema.

Migupottery

Durante le vacanze natalizie, De-LAB è stato coinvolto in una pesca di beneficienza, organizzata da Migupottery, bottega di artigianato a Verona. Il ricavato della pesca è stato spartito tra i progetti umanitari di Emergency e il progetto Kokono di De-LAB.

Enactus

De-LAB ha partecipato, in veste di giudice, all'evento finale, tenutosi a Padova, di Enactus Italia, associazione di imprenditoria sociale. Durante l'evento, il team di De-LAB ha avuto il piacere di valutare due progetti imprenditoriali, uno dell'Università di Padova e uno dell'Università Ca' Foscari di Venezia.

IMPATTO SULL'AMBIENTE

De-LAB, manifestando un impegno e una responsabilità all'interno di tutti i lavori ed i servizi erogati, non si sottrae alla volontà di generare, all'interno dei propri processi, un impatto positivo sull' ambiente. Per De-LAB, infatti, la sostenibilità ambientale è un vero e proprio impegno, che nasce dall'orientamento strategico all'impatto e si manifesta nei processi interni e nelle modalità lavoro.
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.
Non lavorando con dotazioni di capitale tangibile particolarmente onerose, dal punto di vista ambientale, e lavorando tutti da remoto, abbiamo focalizzato i nostri sforzi nei quattro settori

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) e solo in casi estremi taxi o auto a noleggio.

Le città da cui De-LAB si sposta sono principalmente 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 2022 abbiamo realizzato viaggi di lavoro spostandoci esclusivamente con mezzi pubblici tranne che per i viaggi all'estero, specificati più in basso.

Compensazione CO2 per viaggi aerei

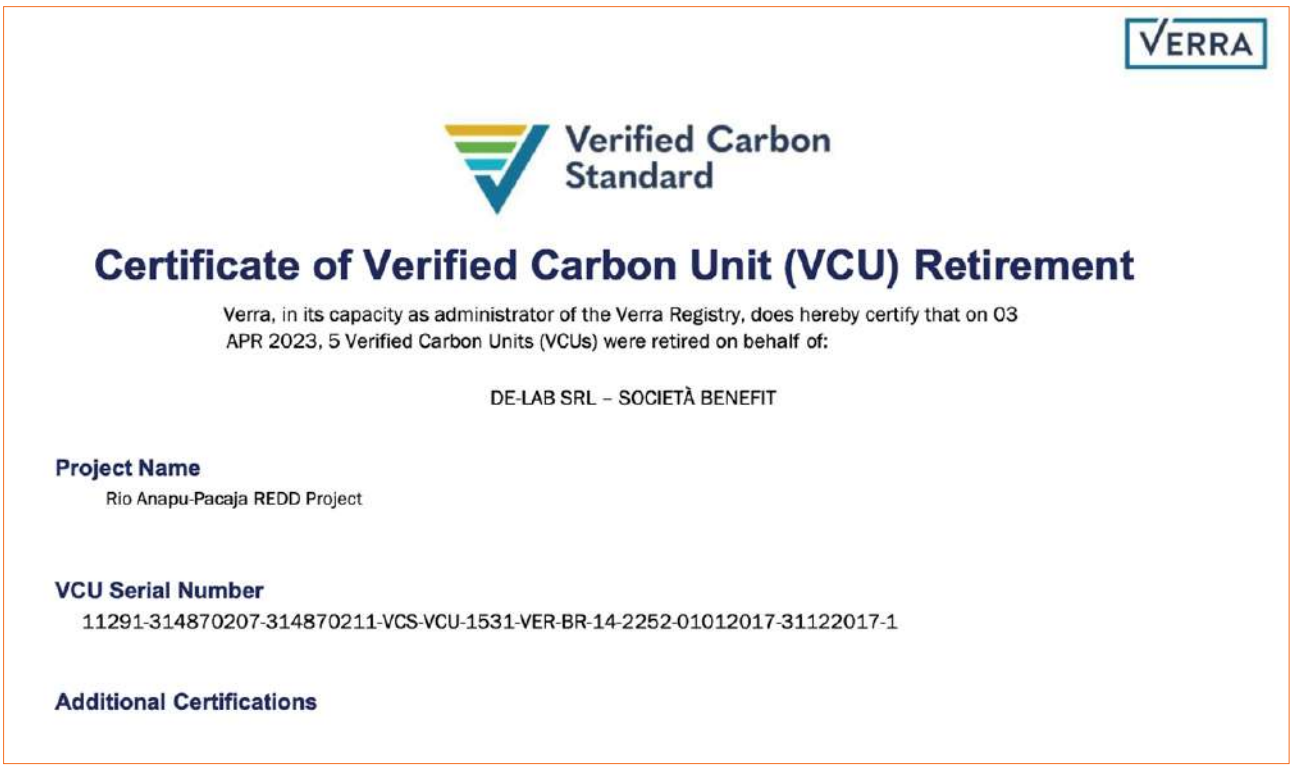
Nel 2022 i viaggi realizzati da De-LAB all'estero per motivi di lavoro sono stati di due tipi:

- Viaggi di monitoraggio relativi al progetto Kokono: doppia tratta (febbraio 2022 e agosto 2022) > Milano-Dubai-Entebbe/Entebbe-Dubai-Milano

- Viaggio per convegno internazionale European Social Service Network a Malaga, dove la founder di De-LAB Lucia Dal Negro è stata keynote speaker > Milano-Madrid-Malaga/Malaga-Madrid-Milano

La compensazione della CO2 emessa da tali viaggi (e dalle visite al sito web di aziendale) ha permesso di ritirare n. 5 certificati di offset relativi al progetto "VCS 2252 - Rio Anapu-Pacaja REDD Project" in Brasile, corrispondenti alle seguenti emissioni di CO2:

Voli aerei	4843,34 kgCO2e
Web	6,724 kgCO2
TOTALE	4850 kgCO2e



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 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 2022, 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.

Motori di ricerca e sito web

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 aggiunta a ciò, De-LAB compensa la CO2 emessa dalla visualizzazione del proprio sito, partendo dalle pageview tracciate mensilmente. Il calcolo ha permesso la compensazione di CO2 tramite un progetto di carbon offsetting in Brasile, come descritto nel paragrafo "Mobilità". Il certificato ottenuto, che rinnoviamo annualmente è visibile nell'immagine in basso.

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 once 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, no 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 2022 ha consumato 2 risme di carta riciclata per uso ufficio, aumentando il consumo di carta rispetto all'anno precedente. Nonostante la riduzione dei documenti cartacei dovuta alla dematerializzazione completa di molti servizi, nel 2022 è stato necessario - soprattutto in riferimento al progetto Kokono - processare molti documenti commerciali e legali che necessitavano di una copia cartacea da firmare e scannerizzare (bandi di gara, contratti, quotazioni per ordini, ecc.).
Detto ciò, la progressiva digitalizzazione dei meccanismi di contabilità - in avvio anche in Uganda - e l'uso sempre più ridotto di stampe per materiali di letteratura o formazione continueranno a determinare un processo di riduzione dell'uso della carta. Anche nel corso del 2022, 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 avanzi 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 natural
- 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 KM0, preferiamo fornitori che risiedano nelle nostre comunità locali: questi ultimi rappresentando più del 90% degli attuali fornitori De-LAB.

Nel 2023 non abbiamo prodotto gadget aggiuntivi rispetto a quelli presenti in magazzino nel 2022.

COMUNICAZIONE

In De-LAB crediamo sia di fondamentale importanza aggiornarsi e sensibilizzare sui temi della sostenibilità e dell'innovazione sociale. Per noi è molto importante "Sapere e far Sapere", oltre che 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 2022, abbiamo partecipato come speaker, relatori o giudici, e contribuito con articoli, ai seguenti momenti di formazione e dibattito:

EVENTI E NETWORKING

Parte del nostro lavoro è anche quella di mantenere un network sempre vivo e recettivo rispetto ai temi di lavoro di De-LAB. Con questo obiettivo, nel 2022 abbiamo scambiato idee e opinioni con:

- OfficinaItalia, settimanale di RaiPlay diretto da Paolo Pardini. De-LAB ha ospitato la troupe a Milano e ha parlato dei progetti in corso.

- Magazine Gente, nell'intervista a Roberta Spadotto su De-LAB e i suoi progetti.

- Partecipazione ai "Benefit Talk" sulla comunicazione del beneficio comune, organizzati da Assobenefit e finalizzati ad approfondire la disseminazione del "beneficio condiviso". L'incontro, focalizzato sulla "Comunicazione del beneficio" è stato aperto dal Presidente di Assobenefit Mauro Del Barba e dal Direttore Raul Caruso.

- Articolo nella newsletter The New Vision, relativo al progetto KOKONO in occasione della presentazione del progetto presso l'Ambasciata italiana a Kampala.

- Intervento sul quotidiano Daily Monitor in Uganda sul progetto KOKONO. Si parla dell'iniziativa e della strategia per far crescere un progetto dal basso, attraverso il coinvolgimento dei partner locali.

- Partecipazione al podcast "Pillole di innovazione" di Luca Barbieri, su invito di Blum e Fiera Bolzano - Messe Bozen. La puntata ha approfondito le imprese sostenibili, Benefit, B-CORP e il valore della credibilità.

- Intervista e articolo per la testata GreenReport, in cui si è raccontato del progetto Kokono e dei suoi impatti ambientali positivi in Uganda.

- Partecipazione in veste di relatori al festival Radici Future 2030 organizzato da Confindustria Vicenza, progetto culturale incentrato su sostenibilità, economia circolare ed etica d'impresa.

- Partecipazione in veste di keynote speaker alla conferenza organizzata dallo European Social Service Network a Malaga, da parte di Lucia dal Negro, CEO di De-LAB. Durante la conferenza, a De-LAB è stato dato il compito di premiare i progetti candidati nella categoria "Innovazione per il cambiamento sociale", all'interno del concorso European Social Services Awards, dedicato a coloro che sviluppano soluzioni nuove, creative e stimolanti per una sfida strutturale, un problema radicato o un bisogno emergente.

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 2022, non abbiamo inaugurato nuovi canali di comunicazione, focalizzandoci sul rafforzamento di quelli già in uso. In parallelo, sia il progetto KOKONO™ che il progettoVoilà©, continuano ad avere un sito a loro dedicato in cui vengono pubblicati informazioni e aggiornamenti in merito ai progetti.
Per quanto riguarda i Social Media, nel corso del 2022abbiamo mantenuto la strategia di comunicazione 2021, gestendo personalmente contenuti e 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.
Dal 2020, abbiamo rivolto 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.

Nel 2022 siamo stati attivi su YouTube, LinkedIn, Facebook, Instagram e Twitter. In più, il progetto KOKONO ha mantenuto le pagine FB e Instagram dedicate.

A titolo esemplificativo, in basso presentiamo l'elenco di alcune rubriche estratte dal piano editoriale De-LAB:

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 allanostra professione che riteniamo importanti.

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

Promo
raccontiamo i servizi che eroghiamo rivolgendoci ad un possibile
pubblico-cliente

Mese delle BCorp
raccontiamo cos'è per noi l'essere B-CORP e cosa significhi impegnarsi ogni giorno per mantenere una vision responsabile e rigenerativa.

RICONOSCIMENTI

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

Nel 2022 è stato messo a punto un nuovo processo di rendicontazione, rinnovando il modello COP (Communication On Progress), attraverso il quale le imprese aderenti al Global Compact certificano la fedeltà nell'aderire all'iniziativa delle Nazioni Unite, dimostrando l'impegno perseguito nel rispetto dei dieci principi a supporto di:

- Human Rights,
- Labour,
- Environment
- Anti-Corruption.

Oltre a confermarne l'adesione, questo strumento è stato progettato per aiutare le imprese nei loro report di sostenibilità ed impatto, fornendo strumenti concreti con i quali analizzare i propri processi operativi e strategici dal punto di vista etico e sociale.

La nuova COP richiede alle imprese aderenti al Global Compact di compilare un questionario indicante le azioni, gli obiettivi e le policy sostenute dall'azienda rispetto alle priorità del Global Compact. In particolare, il questionario è basato su 5 sezioni, che corrispondono alle 4 categorie di valori UNGC, ai quali si aggiunge l'area Governance, che misura l'approccio strategico alla sostenibilità perseguito dall'impresa.

La COP misura, per ciascuna sezione, 5 tipologie di domande:
'materiality', 'commitment', 'prevention', 'performances' e 'remediation and reporting'. Queste categorie identificano le tipologie di sforzi messi in campo dall'impresa nel sostenere e perseguire i valori proposti dal Global Compact.
De-LAB ha proceduto ad eseguire il questionario della COP per certificare il lavoro compiuto nel 2022, in data 28 marzo 2023.
Dalla COP consegnata, De-LAB risulta avere uno status di "Active member" del Global Compact.

BOP Global Network

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 dedita alla ricerca e disseminazione di teoria/pratiche per la realizzazione di
business sostenibile alla base della piramide di reddito.

Il BoP Global Network studia, sviluppa e applica winwin 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 ele 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 sè 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.

Network Italiano delle Società Benefit (NISB)

Il NISB è un'associazione aconfessionale e apartitica che nasce per offrire un supporto alle Società Benefit, sia quelle già costituite che quelle in fase di trasformazione. L'idea del Network è quella di costruire una rete attiva, per non disperdere o frammentare i benefici ottenuti dalle singole imprese, ma di valorizzarli ed amplificarli.
In quest'ottica, il NISB connette imprese e professionisti, tra cui i professionisti di 'Trasformazione in Società Benefit', i Valutatori d'Impatto e i Chief Value Officer Impegnati nell'Integrated Reporting.

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). 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.

PARTNERSHIP 2022

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.

Nel corso del 2022 gli stagisti De-LAB sono stati tre:

- una studentessa del Master Unicatt Brescia, Alta Scuola per l'Ambiente, con la quale abbiamo approfondito gli esiti della COP 26 di Glasgow, pubblicando un booklet accessibile gratuitamente sul sito De-LAB;

- Uno studente della scuola di marketing Aforisma, di lecce, con il quale abbiamo approfondito il tema della finanza per la cooperazione e abbiamo condiviso gli aspetti strategici concreti del progetto Kokono;

- Un tesista dell'Università di Milano, con cui abbiamo sviluppato vari lavori di consulenza e abbiamo condiviso la scrittura di un articolo sul Magazine Secondo Welfare, dedicato alla co-progettazione profit/non-profit;

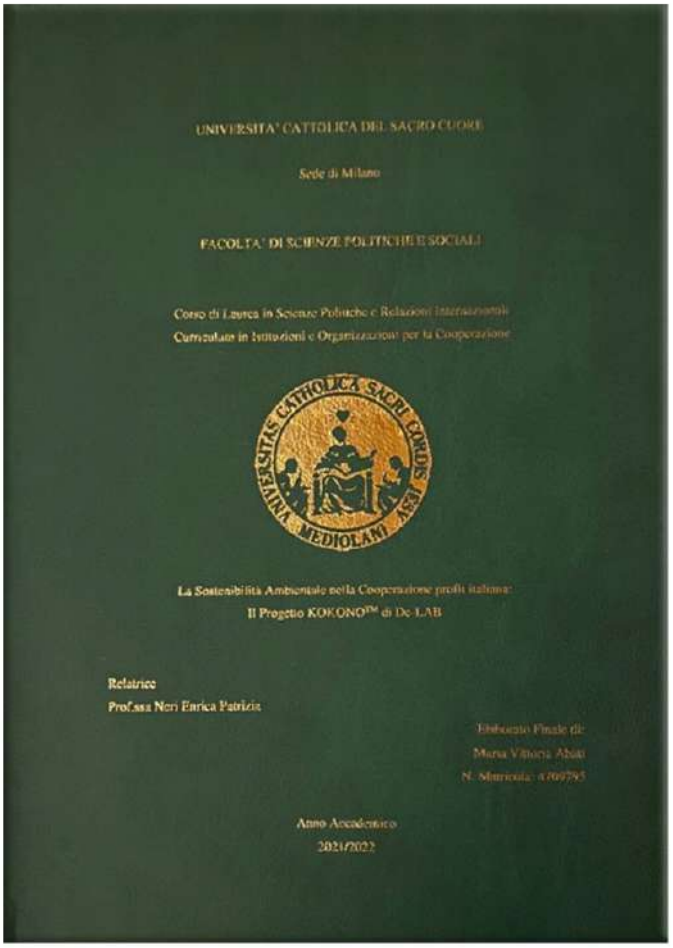
- Una studentessa del Master Unicatt ASERI, Alta Scuola in Economia e Relazioni Internazionali, con la quale abbiamo sviluppato lavori di consulenza e progettazione.

Tesi

Come società di consulenza, amiamo continuare a fare ricerca e seguire coloro che la fanno. Nel 2022 abbiamo seguito una studentessa dell'Università Cattolica del Sacro Cuore che ha sviluppato la tesi di Laurea Triennale sul progetto Kokono, accompagnandola nell'analisi critica del progetto, finalizzata all'esame dei dati di impatto ambientali della scocca prodotta con materiale biodegradabile.

La tesi, discussa a dicembre 2022 si è intitolata:

"La sostenibilità ambientale nella cooperazione profit italiana:
l progetto Kokono di De-LAB".



"La sostenibilità ambientale nella cooperazione profit italiana: l progetto Kokono di De-LAB".

PUBBLICAZIONI

Booklet sulla COP26 (Fatti e partecip-azione)

La pubblicazione è stata realizzata per rispondere alle domande sulla COP26 di Glasgow e per aiutare a capire come funzionano i negoziati della Conferenza delle Parti UNFCCC. Il focus di analisi, tipico di una prospettiva afferente al mondo delle Relazioni Internazionali, ha approfondito quale assetto negoziale potesse essere il più efficace: se top-down, oppure partecipato/bottom up.
Il testo ha quindi percorso i cinque giorni di negoziato per cogliere le diverse sfaccettature delle risoluzioni accolte e bocciate, presentando un quadro d'insieme dei risultati ottenuti.

Booklet su Corporate Kindness (Aziende gentili, quindi sostenibili)

Questa pubblicazione propone una nuova tipologia di imprese, definite come 'Aziende Gentili', per sottolineare e valorizzare l'importanza che esse possano avere nel mercato odierno. Sono imprese che portano avanti un business etico e sostenibile in tutti i loro processi, a partire dall'attenzione al personale. Le aziende gentili hanno una struttura interna 'orientata al bene comune', dove quindi gli stakeholder interni, dipendenti e collaboratori, manifestano un desiderio condiviso per la creazione di valore sociale, tra loro e attraverso il loro lavoro.

VALUTAZIONE DI IMPATTO

Il metodo di valutazione scelto da De-LAB all'interno del proprio narrativo 2022 è il metodo SABI, una guida all'autovalutazione che aiuta le imprese ad osservarsi nelle dimensioni chiave della creazione di valore sistemico; monitorare i risultati rispetto a criteri standard definiti dal modello; valutarsi e darsi obiettivi di miglioramento.

Uno degli aspetti più interessanti dello strumento è la possibilità di utilizzarlo per il coinvolgimento degli stakeholder, dacchè è possibile integrare nella valutazione il punto di vista di clienti, lavoratori, fornitori e soci, attraverso l'invio di survey le cui risposte confluiscono direttamente nell'assessment, rendendo quest'ultimo meno soggettivo.

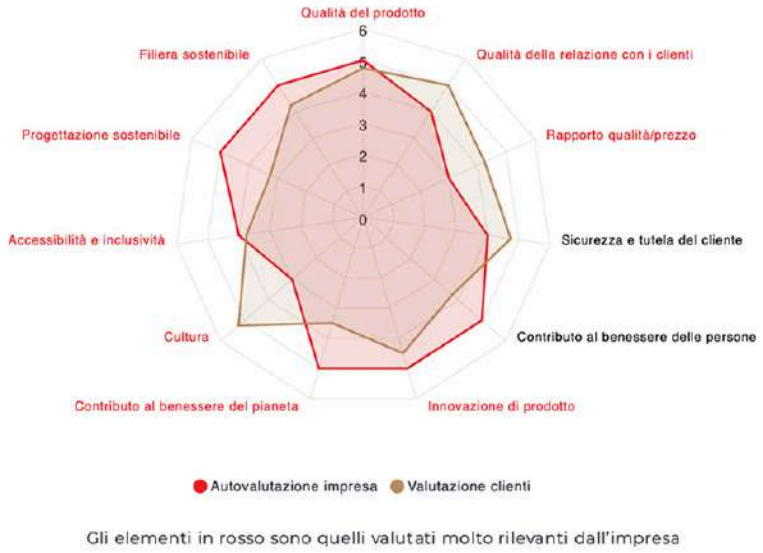
Per De-LAB questo è il primo anno di utilizzo dello strumento e ci impegneremo a renderne l'applicazione sempre più completa e ragionata, così da restituire evidenza di un percorso di miglioramento gestionale dell'analisi di impatto.

Nei successivi paragrafi si fornirà una valutazione analitica dei dati emersi dalle seguenti aree di analisi:

- Prodotto
- Lavoro
- Valore Economico

e si commenteranno i punteggi dati internamente ed esternamente alle diverse tematiche, inserendo una riflessione sui temi più importanti a livello ambientale e sociale.

LA CREAZIONE DI VALORE ATTRAVERSO IL PRODOTTO



Gli elementi in rosso sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa

Come si evince dal grafico in alto, la percezione di rilevanza dei temi legati ai servizi erogati da De-LAB mostra un'interessante distribuzione dei valori.

Anzitutto la qualità del prodotto viene percepita in modo pressoché equivalente dall'azienda e dai suoi clienti, il ché significa che entrambi gli attori sono allineati nel giustificare la loro relazione in virtù dell'oggetto di scambio, ossia la consulenza, su cui si trovano ad interagire. Questo è, lato De-LAB, un punto molto soddisfacente.

Circa la qualità della relazione con in clienti, per entrambi i rispondenti il valore assegnato è alto, con una comprensibile differenza data dai clienti stessi che hanno dato il massimo punteggio a questo aspetto, mentre l'azienda ha più cautamente dato un punteggio 4, poiché consapevole che la relazione coi clienti è uno dei diversi punti con cui caratterizzare la propria USP.

Molto sorprendente, in positivo, il voto relativo al rapporto qualità-prezzo:
consapevoli della nostra possibilità di migliorarlo, abbiamo cautelativamente dato un valore medio a questo aspetto, sempre consapevoli che esso rappresenta solo uno dei diversi aspetti della nostra USP. Con molto piacere abbiamo colto che invece è uno dei temi più apprezzati e affiancati all'operato De-LAB da parte dei nostri clienti.

Per quanto riguarda la sicurezza e la tutela del cliente, per De-LAB è un tema importante, per quanto erogando servizi consulenziali esso non è al primo posto. Anche qui, come nei casi precedenti, i clienti hanno valutato il tema con una rilevanza maggiore, probabilmente consapevoli della loro centralità su questo aspetto tecnico-normativo.

Il contributo al benessere delle persone è un tema che per De-LAB ha un'importanza notevole, dacchè crediamo di lavorare proprio per ottenere – in prima persona o tramite i nostri clienti – questo importante impatto tramite i nostri studi e in nostri progetti. La discrepanza tra la nostra votazione e quella degli stakeholder è quindi giustificabile nel rapporto indiretto che c'è tra il nostro lavoro e gli impatti stessi, che dipendono dall'azione effettiva del cliente.

Circa l'innovazione di prodotto, De-LAB si è espresso dando molta importanza a questo aspetto, mentre i nostri stakeholder hanno assegnato una minore rilevanza. Tipicamente, questo dipende da quanto si possono valutare come innovativi i metodi e gli approcci teorici alla base del lavoro di De-LAB, che rimane sì rivolto a modelli innovativi ma anche sostanzialmente concreto e applicativo, garantendo la messa a terra degli obiettivi prefissati. In altre parole, non sempre e non con tutti i clienti è possibile offrire servizi innovativi, essendo talvolta necessario applicare modelli già consolidati.

In merito al contributo al benessere del pianeta, l'autovalutazione di De-LAB mostra valori più alti, frutto del nostro imperativo di riferirci sempre alla vision di lungo periodo, cosa che per i nostri stakeholder è probabilmente più difficile da percepire anche in virtù lungo tempo necessario per verificare i suddetti contributi. Inoltre, in questa primo round di coinvolgimento dei clienti, non abbiamo potuto attivare quelli in Uganda, che sicuramente avrebbero determinato un allineamento dei valori su questo tema in virtù del progetto De-LAB "Kokono".

Un aspetto molto interessante su cui ci riserviamo di riflettere in futuro è il tema della cultura, che per De-LAB non è stato giudicato come uno dei più importanti mentre, al contrario, lo è per inostri clienti. Ciò ci dimostra che l'inserimento dei nostri sforzi in una cornice più ampia, e probabilmente più teorica, riferita al dibattito culturale sulle imprese responsabili, è qualcosa di molto apprezzato dai nostri clienti e su questo ci impegniamo a lavorare in futuro.

L'accessibilità e l'inclusività del nostro lavoro è stata valutata con punteggi pressoché identici, dimostrando un importante allineamento tra l'impresa e i suoi clienti.

Un altro aspetto molto importante è la rilevanza data al tema della progettazione sostenibile, che per De-LAB è considerato particolarmente cruciale mentre dai nostri clienti viene riconosciuto come un aspetto mediamente rilevante. In questo, De-LAB riconosce un bias dovuto ai metodi e ai tecnicismi che per noi è fondamentale rispettare ed applicare, ma non sempre il cliente percepisce o vede in azione, perché restano nella "valigia degli attrezzi" di De-LAB e hanno quindi meno visibilità.

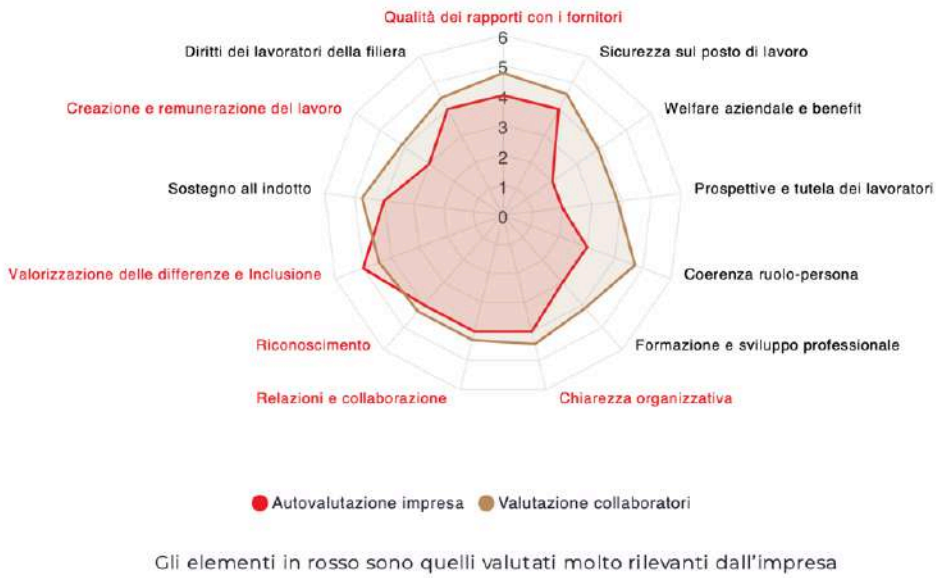
In ultimo, il tema della filiera sostenibile è un tema che per De-LAB conta molto – soprattutto considerando il progetto Kokono – ma non è particolarmente percepito dai nostri clienti che, non essendo rappresentanti del progetto Kokono – hanno principalmente riflettuto

sulla filiera tipica del mondo dei servizi, dove la sostenibilità non ha tradizionalmente un particolare appiglio/ruolo.

In basso, riportiamo il valore numerico di tutti i punti sopra commentati.

Elemento divalutazione	Rilevanza per impresa	Autovalutazione	Rilevanza per stakeholder	Media valutazione stakeholder
Qualità del prodotto	molto rilevante	5	molto rilevante	4.75
Qualità della relazione con i clienti	molto rilevante	4	molto rilevante	5.00
Rapporto qualità/prezzo	molto rilevante	3	molto rilevante	4.75
Sicurezza e tutela del cliente	poco rilevante	4	poco rilevante	4.75
Contributo al benessere delle persone	abbastanza rilevante	5	abbastanza rilevante	3.75
Innovazione di prodotto	molto rilevante	5	molto rilevante	4.75
Contributo al benessere del pianeta	molto rilevante	5	abbastanza rilevante	3.75
Cultura	molto rilevante	3	molto rilevante	5.25
Accessibilità e inclusività	molto rilevante	4	abbastanza rilevante	3.75
Progettazione sostenibile	molto rilevante	5	abbastanza rilevante	3.25
Filiera sostenibile	molto rilevante	5	abbastanza rilevante	4.25

LA CREAZIONE DI VALORE ATTRAVERSO IL LAVORO



Gli elementi in rosso sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa

La valutazione analitica della seconda area di valutazione SABI, il Lavoro, conduce ad una considerazione generalizzabile: i punteggi De-LAB sono quasi tutti inferiori rispetto a quelli

dati dai lavoratori frutto della riflessione sulla loro presenza in azienda, il ché determina due importanti riflessioni:

- Da un lato De-LAB ha senz'altro sottostimato i propri impatti in questo ambito, sicuramente influenzato dalle ridotte dimensioni aziendali e dal limitato margine di manovra su molti dei temi specifici elencati

- Dall'altro, i lavoratori hanno manifestato una percezione molto alta dei temi - associati alla loro esperienza e presenza nello staff De-LAB - trasmettendo un sostanziale apprezzamento di quanto avviene all'interno dei processi di creazione del valore frutto della gestione dei lavoratori in De-LAB

La qualità dei rapporti coi fornitori è stata valutata da entrambi gli attori come molto rilevante, con un punteggio maggiore dato dai collaboratori. Su questo, sicuramente la consapevolezza del loro limitato numero – posseduta da De-LAB – ha giustificato il valore più basso dato a questo tema.

La sicurezza sul posto di lavoro è un tema materiale per entrambi i gruppi votanti, con un maggior punteggio dato dai collaboratori. Anche qui, la categoria ha sicuramente valutato il tema con una maggiore rilevanza rispetto a De-LAB che su questo – lavorando da anni in modalità remota e producendo servizi – non ha imputato un'altissima rilevanza operativa al tema in questione.

La discrepanza maggiore appare tra le valutazioni date al tema del Welfare Aziendale e delle Prospettive a tutela dei lavoratori, che De-LAB ha valutato alla luce delle reali possibilità di azione sul tema – molto limitate non avendo dipendenti ma solo collaboratori a progetto – mentre invece i collaboratori hanno tematizzato in maniera probabilmente più astratta e aspirazionale. Rimangono quindi temi da approfondire ulteriormente per poter allineare al meglio le aspettative e le realistiche attività realizzabili.

Sul tema della coerenza ruolo-persona, emerge una diversa valutazione spiegabile con una visione De-LAB legata alla competenza tecnica che giustifica la presenza di quella persona in un dato ruolo. Su questo non è emerso dal punto di vista aziendale un particolare tema di attenzione, dacchè l'operazione è principalmente procedurale. Lato collaboratori, invece, il tema, molto percepito è sicuramente viene apprezzato tra i temi più rilevanti frutto della loro permanenza in De-LAB.

La formazione e lo sviluppo professionale sono temi molto importanti per De-LAB e per i collaboratori. La differenza di punteggio si spiega anche qui con la consapevolezza di ciò che De-LAB potrebbe eventualmente attivare in tal senso – relativamente poco, rispetto a quanto potrebbero fare aziende con dipendenti assunti - e quindi il delta nel punteggio è determinato da un realismo aziendale che non permette la totale sovrapposizione dei temi.

Circa i temi della chiarezza organizzativa, relazioni e collaborazione, riconoscimento e valorizzazione delle differenze, si nota un sostanziale affiancamento dei punteggi e delle percezioni, dimostrando come su questi aspetti – strettamente implementabili al di là della dimensione dell'azienda e frutto diretto dell'impostazione delle attività manageriali – esiste un sostanziale affiancamento.

Il sostegno all'indotto è un tema considerato poco rilevante per De-LAB e invece molto rilevante per i collaboratori. La discrepanza si spiega con una valutazione impostata ad una visione più locale data dai fornitori, e più internazionale data da De-LAB, che col progetto Kokono – i cui fornitori sono tutti Ugandesi – non ha potuto definire il proprio indotto come locale. Tuttavia, non riteniamo che avere fornitori internazionali sia un valore negativo, anzi, crediamo in una visione aziendale che non si pone frontiere e la scelta dei nostri fornitori premia imprese in contesti in difficoltà, anziché cristallizzarsi in vicinanze geografiche che non sono necessariamente frutto di migliori impatti ambientali (soprattutto nel settore dei servizi).

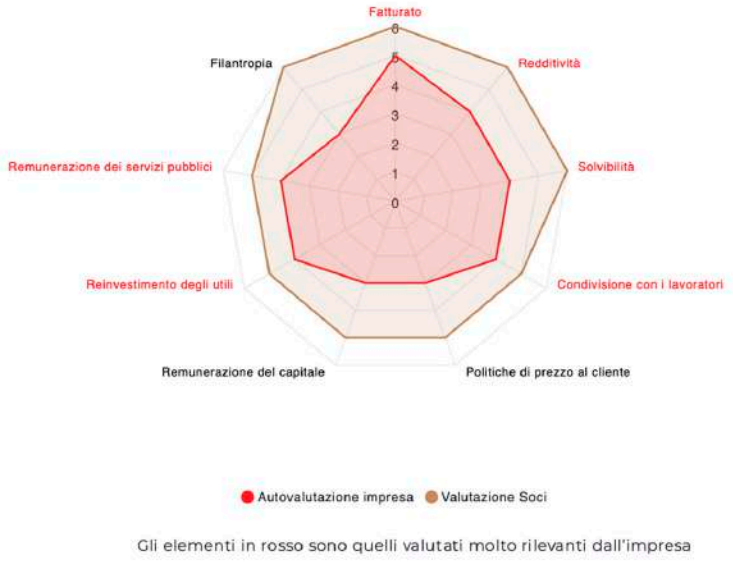
Creazione e remunerazione del lavoro è un tema molto importante per entrambi gli attori, seppure i valori assegnati sono diversi. Per De-LAB ha sicuramente influenzato il pensiero di poter sempre migliorare su questo aspetto, quindi per definizione non abbiamo impostato un punteggio medio perché sappiamo di poter migliorare. Lato collaboratori, invece, la rilevanza è stata assegnata attraverso un punteggio medio più alto, frutto di una visione aspirazionale molto forte.

I diritti dei lavoratori della filiera è un tema abbastanza rilevante per De-LAB, mentre è molto rilevante per i collaboratori. La diversa visione è relativa al fatto che De-LAB ha ragionato in base alle proprie reali possibilità di influenzare questo tema, che per un'azienda che realizza servizi di progettazione e consulenza non sono molte. Lato collaboratori, invece, il tema è considerato in modo astratto e quindi più rilevante che per l'azienda.

In basso, riportiamo il valore numerico di tutti i punti sopra commentati.

Elemento divalutazione	Rilevanza per impresa	Autovalutazione	Rilevanza per stakeholder	Media valutazione stakeholder
Creazione e rumonerazione del lavoro	molto rilevante	3	molto rilevante	4.12
Qualità dei rapporto con in fornitori	molto rilevante	4	molto rilevante	4.75
Diritti dei lavoratori con la filiera	abbastanza rilevante	4	molto rilevante	4.43
Sicurezza sul posto di lavoro	poco rilevante	4	molto rilevante	4.57
Walfare aziendale e benefit	abbastanza rilevante	2	molto rilevante	3.86
Prospettive e tutela dei lavoratori	abbastanza rilevante	2	molto rilevante	3.86
Coerenza ruolo-persona	abbastanza rilevante	3	molto rilevante	4.71
Formazione e sviluppo professionale	abbastanza rilevante	3	molto rilevante	4.14
Chiarezza organizzativa	molto rilevante	4	molto rilevante	4.43
Relazioni e collaborazione	molto rilevante	4	molto rilevante	4.29
Riconoscimento	molto rilevante	4	molto rilevante	4.29
Valorizzazione delle differenze e inclusione	molto rilevante	5	molto rilevante	4.43
Sostegno all'indotto	molto rilevante	4	molto rilevante	4.75

LA CREAZIONE DI VALORE ECONOMICO



Gli elementi in rosso sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa

La valutazione analitica della terza area di valutazione SABI, il Valore Economico, conduce ad una considerazione generalizzabile: i punteggi De-LAB sono quasi tutti inferiori rispetto a quelli dati dai soci, frutto della riflessione sulla loro presenza in azienda, il ché determina due importanti riflessioni:

- Da un lato De-LAB ha senz'altro sottostimato i propri impatti in questo ambito, sicuramente influenzato dalla considerazione del percorso aziendale appena iniziato, quindi con un forte margine di rilevanza ancora da conquistare sul campo

- Dall'altro, i soci hanno manifestato una percezione molto alta dei temi - associati alla loro esperienza e presenza in De-LAB - trasmettendo un sostanziale apprezzamento di quanto avviene all'interno dei processi di creazione del valore economico in De-LAB.

Fatturato, redditivtà, solvibilità, condivisione con i lavoratori sono temi recepiti sia dall'azienda che dai soci come molto rilevanti, con divergenze nel punteggio assegnato frutto di una spinta al miglioramento che per i soci è sicuramente aspirazionale e non sempre collegata alle reali possibilità e tempistiche di raggiungimento di quei risultati da parte dell'azienda.
Sul tema della condivisione con i lavoratori la differenza di punteggio si assottiglia, in virtù dei processi di governance interna di De-LAB, particolarmente aperti allo scambio e alla condivisione e quindi più conosciuti dai soci stessi.

Le politiche di prezzo al cliente sono considerata come abbastanza rilevanti per De-LAB, mentre sono molto rilevanti per i soci, dimostrando un parziale disallineamento sulle strategie di pricing in essere in De-LAB, su cui l'azienda sicuramente dovrà riflettere.

In merito alla remunerazione del capitale, il tema non è considerato come un materiale ma anche qui il disallineamento tra De-LAB e i soci è un punto su cui riflettere perché il tema definirà le prossime scelte di governance a livello economico. Su questo aspetto l'azienda affronterà sicuramente dei percorsi di maggiore condivisione interna.

Il reinvestimento degli utili è un altro tema dove la valutazione dei soci mostra una discrepanza con quella dell'azienda, sottolineando come per quest'ultima sia un tema meno rilevante che per i soci, egualmente alla remunerazione dei servizi pubblici.

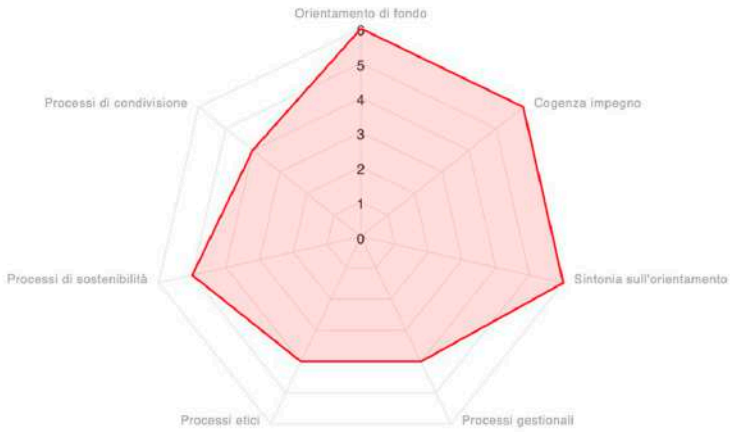
Infine, il tema della filantropia per De-LAB è stato valutato come residuale e certamente non materiale, cosa che invece non viene prcepito nello stesso modo dai soci. Il tema in discussione è – anche questo – tematizzato diversamente in virtù di diverse prospettive: da un lato l'azienda, consapevole di non dedicare molte risorse ai temi filantropici perché tendenzialmente non in linea con l'identità di De-LAB e con le risorse a disposizione, dall'altro i soci, interessati a questo tema per come sviluppato da De-LAB in virtù dei suoi impatti in ambito di reputazione e posizionamento di brand.

In basso, riportiamo il valore numerico di tutti i punti sopra commentati.

Elemento divalutazione	Rilevanza per impresa	Autovalutazione	Rilevanza per stakeholder	Media valutazione stakeholder
Fatturato	molto rilevante	5	molto rilevante	6.00
Redditività	molto rilevante	4	molto rilevante	6.00
Solvibilità	molto rilevante	4	molto rilevante	6.00
Condivisione con i lavori	poco rilevante	4	molto rilevante	5.00
Politiche di prezzo al cliente	abbastanza rilevante	3	molto rilevante	5.00
Remunerazione del capitale	poco rilevante	3	abbastanza rilevante	5.00
Reinvestimento degli utili	molto rilevante	4	abbastanza rilevante	5.00
Remunerazione dei servizi pubblici	molto rilevante	4	molto rilevante	5.00
Filantropia	poco rilevante	3	molto rilevante	6.00

GOVERNANCE

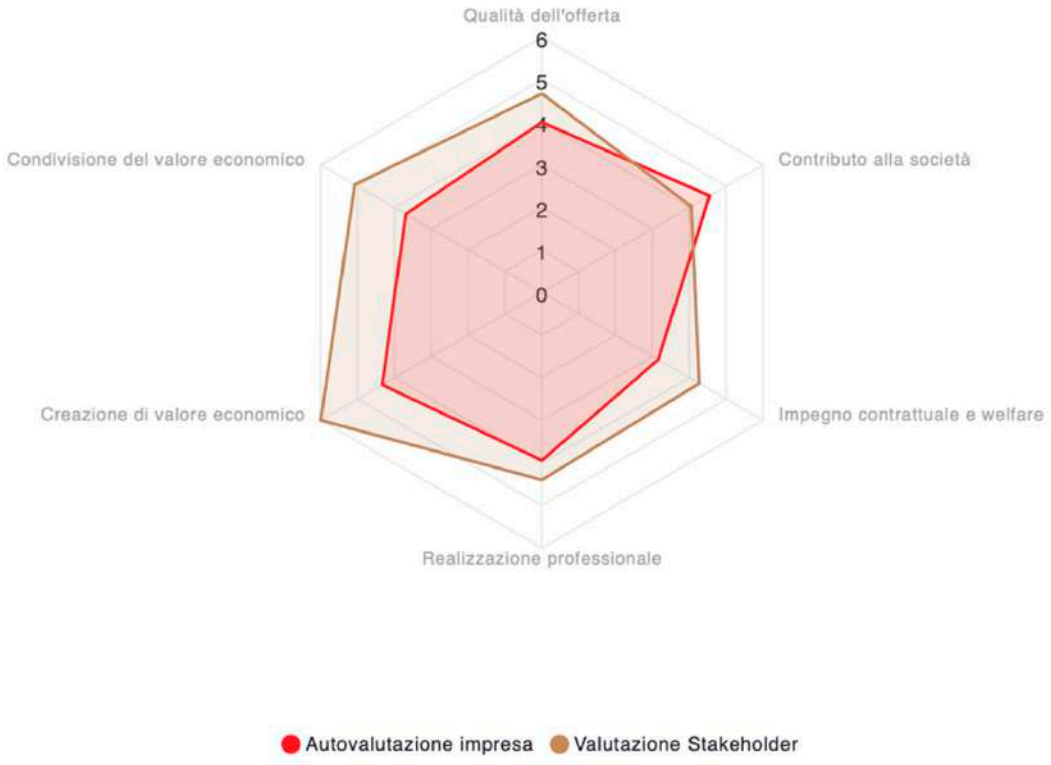
Rispetto al pilastro della Governance, l'autovalutazione SABI identifica una distribuzione degli sforzi particolarmente rilevante per quanto concerne i punti: orientamento di fondo, cogenza impegno e sintonia sull'orientamento, a dimostrazione di un grosso lavoro svolto per impostare processi e logiche di fondo. Anche i processi di sostenibilità dimostrano una grande rilevanza per l'azienda, che in effetti da sempre inserisce nelle modalità di lavoro e negli impatti attesi una forte attenzione ai processi di sostenibilità. Meno rilevanti, sempre a livello di governance, sono i processi gestionali, etici e di condivisione, su cui evidentemente l'azienda deve ancora mettere a fuoco e strutturare le procedure più adatte, anche in virtù della sua piccola dimensione che spesso non necessita di un vero e proprio corpo procedurale codificato e condiviso.



VALUTAZIONE DI SINTESI (GRAFICO A)

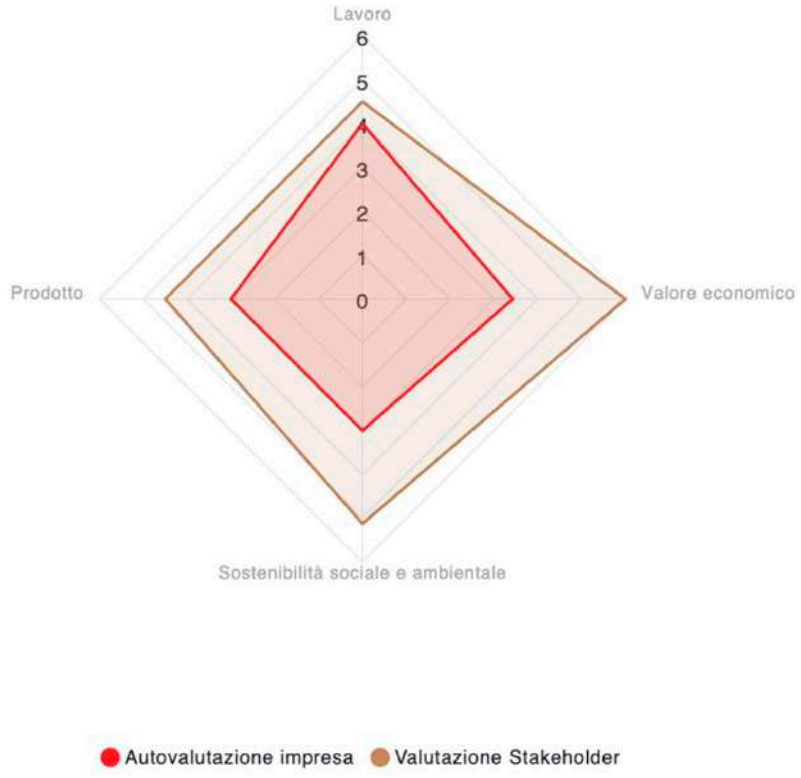
Il grafico in basso riassume il processo di creazione del valore attraverso i principali pilastri delle attività di impresa: Prodotto, Lavoro e Valore economico. Dall'incrocio delle valutazioni, quella interna di De-LAB e quella esterna degli stakeholder, emerge come i due attori siano più vicini sui temi della qualità dell'offerta, contributo alla società e realizzazione professionale. Questa vicinanza tra le due "rilevanze" è molto importante e, in un certo senso, rassicurante, dacché implica uno sguardo comune sulla dimensione Economica (con la qualità dell'offerta), Socio Ambientale (contributo alla società) e Umana (realizzazione professionale). Diversamente, gli sguardi sono meno vicini quando si tratta di impegno contrattuale e welfare, creazione e condivisione del valore economico. Come

accennato sopra, il delta è spiegabile per via di una consapevolezza diversa tra ciò che si potrebbe realmente realizzare (e che quindi ha influenzato la votazione di De-LAB) e ciò che invece per gli stakeholder rimane una forte aspirazione indipendentemente dai mezzi e dalle possibilità di attuazione (determinandone la rilevanza più alta).



VALUTAZIONE DI SINTESI (GRAFICO B)

Nel secondo grafico di sintesi si illustra un aspetto ancora diverso, ossia la capacità di continuare a creare valore per la società nel lungo periodo. Anche in questo caso, la diversità dei "pesi" dati ai vari argomenti è senz'altro presente ma – diversamente dai diagrammi precedenti – l'allineamento tra stakeholder ed azienda nei confronti dei temi più sentiti (lavoro e valore economico) e a scendere gli altri è sostanzialmente rispettato in maniera simmetrica, a dimostrazione del fatto che l'impostazione di fondo del modello di creazione del valore De-LAB è in grado di guardare al futuro "per&assieme" ai propri stakeholder. Ciò che senz'altro emerge è un maggiore impegno a presidio dell'area dedicata al valore economico.



In conclusione, questo primo round di indagine condotta col modello SABI ha senz'altro portato alla luce il bisogno di coinvolgere anche gli stakeholder ugandesi – a cui si dovrà tradurre il testo del modello in inglese – al fine di bilanciare alcune tematiche attraverso tutte le prospettive (culturali e sociali) con le quali De-LAB si interfaccia giornalmente. Inoltre, emerge chiaramente una tendenza al sottodimensionamento di alcuni temi rilevanti (frutto di una – talvolta cinica – analisi del "realmente fattibile") che ha motivato alcuni scollamenti tra le percezioni aziendali e quelle degli stakeholder. Detto ciò, sarà impegno primario per De-LAB operare in direzione di una maggiore riconciliazione delle due visioni.

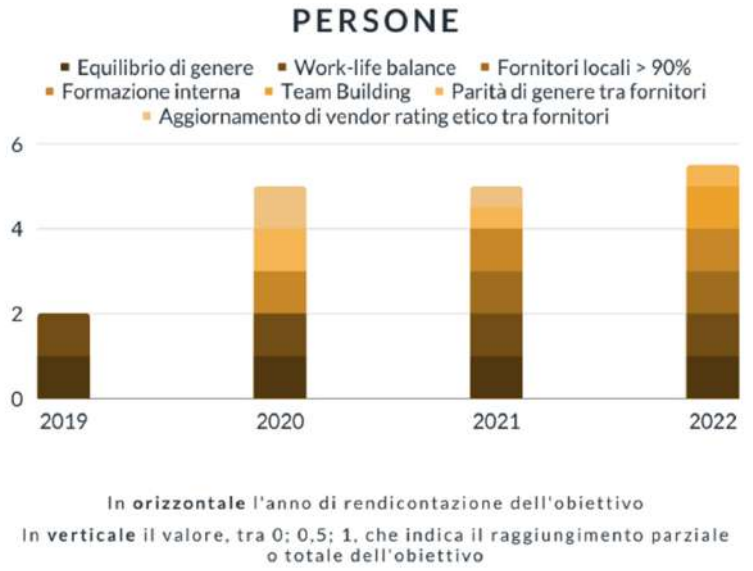
OBIETTIVI E CONCLUSIONI FINALI

In questa sezione si presentano analiticamente i dati di performance De-LAB 2022 ed il loro trend a partire dai primi 12 mesi di rendicontazione.

KPI DI MONITORAGGIO 2022: ESITI E PERFORMANCE

Dimensioni	Obiettivi	2019	2020	2021	2022
Persone	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	NA	😊	😊	😊
	Condivisione di percorsi e occasioni di formazione tecnica	NA	NA	😊	😊
Ambiente	Percentuale del 70% dei viaggi di lavoro da realizzarsi con mezzi pubblici	😊	😐	😊	😊
	Compensazione dei voli aerei presi per lavoro	😊	😊	😊	😊
	Mantenimento della percentuale dell'80% dei gadget da realizzarsi con materiale riciclato/ecocompatibile	😊	😊	😊	😊
	Compensazione dell'energia emessa durante la consultazione del sito aziendale	😊	😊	😊	😊
Sociale	Almeno un tesista e uno stagista all'anno, ospitati in De-LAB	😊	😊	😊	😊
	Un progetto di filantropia da sostenere nel corso dell'anno	☹️	😊	😊	😊
	Mantenimento di una parità di genere tra i fornitori	NA	😊	😐	😐
	Predisposizione di una roadmap che coordini la diversity lungo tutta la filiera	NA	😊	☹️	☹️
Relazioni esterne	Realizzazione di un progetto di advocacy nel settore della cooperazione allo sviluppo	NA	NA	😊	😊
	Aggiornamento del vendor rating etico per i fornitori	NA	😊	😐	☹️
	Mantenimento degli impegni di Rendicontazione Sociale	😊	😊	😊	😊

Visualizzando i dati sopra esposti suddivisi ed organizzati all'interno delle quattro aree di impatto Benefit, si presentano in basso i trend 2019-2022.



In **orizzontale** l'anno di rendicontazione dell'obiettivo

In **verticale** il valore, tra 0; 0,5; 1, che indica il raggiungimento parziale o totale dell'obiettivo

In **orizzontale** l'anno di rendicontazione dell'obiettivo

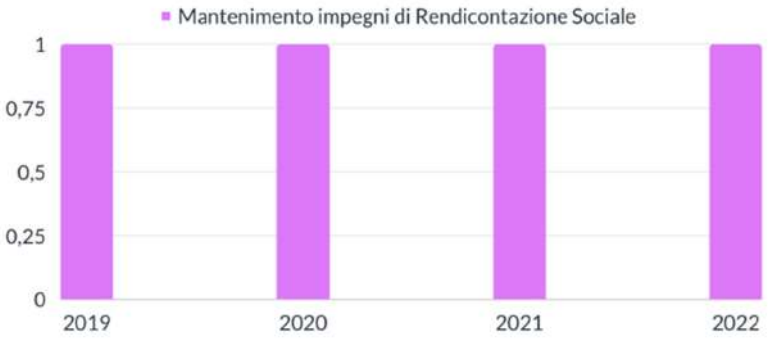
In **verticale** il valore, tra 0; 0,5; 1, che indica il raggiungimento parziale o totale dell'obiettivo

AMBIENTE

In **orizzontale** l'anno di rendicontazione dell'obiettivo

In **verticale** il valore, tra 0; 0,5; 1, che indica il raggiungimento parziale o totale dell'obiettivo

GOVERNANCE / RELAZIONI ESTERNE



In **orizzontale** l'anno di rendicontazione dell'obiettivo

In **verticale** il valore, tra 0; 0,5; 1, che indica il raggiungimento parziale o totale dell'obiettivo

Per quanto riguarda il 2023, gli obiettivi di De-LAB saranno:

TABELLA RIEPILOGATIVA OBIETTIVI 2023

Obiettivi persone 2023			
Obiettivo generale	**Obiettivo specifico**	**KPI**	**Goal**
Rafforzamento delle relazioni con gli stakeholder	Manifesto sul Marketing Responsabile a favore di un fornitore	Avvio / Non avvio del progetto	Creazione di un manifesto entro il 2023
Obiettivi ambientali 2023			
Obiettivo generale	**Obiettivo specifico**	**KPI**	**Goal**
Aumento dell'impronta "green"	Aderire a progetto/iniziativa di promozione di impatto ambientale	Adesione all'iniziativa / Non adesione	Aderire ad un progetto/iniziativa green
Obiettivi sociali 2023			
Obiettivo generale	**Obiettivo specifico**	**KPI**	**Goal**
Promozione di ecosistemi di business inclusivo	Creazione di partnership e momenti di formazione e progettazione partecipata riguardo modelli di business sostenibili	Numero di programmi attivati	Attivazione di 2 programmi di formazione e progettazione partecipata su modelli di business sostenibili
Obiettivi governance 2023			
Obiettivo generale	**Obiettivo specifico**	**KPI**	**Goal**
Rappresentanza di stakeholder	Istituzione di un gruppo di rappresentanza di stakeholder a cui riferirsi per progetti ESG	Attivazione / Non attivazione del gruppo di rappresentanza	Attivazione del gruppo entro dicembre 2023

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 questo possa avvenire nel corso del 2023.

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 socioambientali 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 piu 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 CIRCOLARITA: misure adottate per conservare il valore di prodotti, materiali e risorse in modo da reindirizzarli all'uso per il piu a lungo possibile, con la piu bassa possibile impronta di carbonio e di risorse, cosi da ridurre l'estrazione di materie prime e risorse e prevenire la produzione di rifiuti.

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

RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA: responsabilita delle imprese per gli impatti che hanno sulla societa, al di la di quelli di business legati alla creazione di valore economico.

SOCIETA' BENEFIT: le Societa Benefit sono imprese ibride che oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o piu finalita di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunita, territori e ambiente, beni e attivita culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse (definizione di Assobenefit).

SOSTENIBILITA: in ambito economico, sociale ed ambientale e 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: e 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.

IMPACT REPORT 2022

CONTATTI

www.delab.it info@delab.it