



RELAZIONE D'IMPATTO 2022

Propaganda S.r.l. Società Benefit

RELAZIONE D'IMPATTO 2022

Propaganda S.r.l. Società Benefit

SOMMARIO

- 1 Lettera degli Amministratori
- 2 Introduzione
- 3 Il piano biennale 2022-2023
- 4 Finalità specifiche di beneficio comune
- 5 Valutazione di impatto (B-Impact)
- 6 Conclusioni

1

LETTERA DEGLI AMMINISTRATORI

Il 2022 è stato per Propaganda l'anno del cambiamento: il passaggio a Società Benefit.

Questo ha comportato la presa di coscienza di fattori fondamentali rivolti a nuove prospettive, nuove relazioni, nuovi modi di vivere la quotidianità ed approcciare il nostro modo di lavorare.

In queste pagine siamo lieti di presentare la prima relazione di impatto, che Propaganda ha generato in funzione degli obiettivi primari definiti nel piano biennale: promuovere azioni rivolte al welfare, sostenere il territorio e ridurre l'impatto ambientale derivato dalla nostra attività.

Siamo consapevoli del fatto che le aziende abbiano una grande responsabilità nei confronti della società e dell'ambiente in cui si trova.



Per questo motivo, abbiamo scelto di adottare una visione a lungo termine, che mira a creare valore per le persone che fanno parte della nostra agenzia, per nostri clienti e per la comunità in generale.

In questo rapporto, troverete una panoramica sulle attività attuate, con particolare attenzione affinché le iniziative svolte promuovessero e generassero benessere nel modo più ampio possibile.

Ci auguriamo che questo rapporto vi fornisca una panoramica della nostra società benefit e delle nostre iniziative volte a creare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente. Siamo sempre disponibili a ricevere feedback e suggerimenti, e continueremo a lavorare con impegno e passione ed intenzione per creare valore per tutti i nostri stakeholder.

Nicola Micheli

Diego Filippini

2

INTRODUZIONE

COS'È UNA SOCIETÀ BENEFIT?

La Società Benefit, è un'impresa che opera per generare profitto, scopo primario di un'impresa, e allo stesso tempo sostenibilità.

Si tratta in definitiva di un modello avanzato di fare impresa, rimanendo attenti a generare un impatto positivo in termini sociali e ambientali.

Mentre le società tradizionali esistono con l'unico scopo di creare utile e distribuire dividendi agli azionisti, le Società Benefit integrano al proprio oggetto sociale, che prevede obiettivi di profitto, un secondo obiettivo di generare un impatto positivo sul mondo.



La Società Benefit (SB) presenta due caratteristiche fondamentali:

- 1 esplicita l'attenzione verso tutti i portatori di interesse, sia shareholder che stakeholder, nel proprio oggetto sociale;
- 2 misura i propri risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente con la stessa completezza e con lo stesso rigore adottato per i risultati di tipo economico e finanziario.

Il protocollo di misurazione scelto da Propaganda è il B-Impact Assessment (bimpactassessment.net).

La misura dell'impatto si traduce in un numero su una scala di valori da 0 a 200 punti che viene validato dall'ente certificatore B Lab.

Le Società Benefit sono tenute a redigere ogni anno una relazione d'impatto che delinei i progressi rispetto agli obiettivi specifici inclusi nello statuto e comunichi i target per il nuovo anno. Questo documento viene rilevato dal Piano Biennale di Propaganda che delinea gli impegni per il 2023 nel raggiungimento di ciascuna delle finalità specifiche di beneficio comune adottate e rendiconta il progresso rispetto agli impegni presi nel 2022.

INTRODUZIONE

PERCHÈ PROPAGANDA³ SI È TRASFORMATA IN UNA SOCIETÀ BENEFIT?

2



La trasformazione di Propaganda in Società Benefit è avvenuta a dimostrazione dell'interesse dell'agenzia nei confronti degli shareholders e degli stakeholders, nonché per il rispetto verso l'ambiente e il territorio e nell'intento di concretizzare tale interesse in un impegno formale.

Per fare ciò Propaganda ha redatto un piano su base biennale, che vede il coinvolgimento di tutta l'agenzia, a partire dalla proprietà, e dalle persone che lavorano al suo interno. Oltre al dovere, che ogni azienda dovrebbe avere, di occuparsi dell'ambiente e del benessere delle persone, Propaganda ha ritenuto di avere anche il potere di determinare agire per determinare, nel proprio ambito, un cambiamento di rotta significativo ed esemplare.

Vi è un'ineluttabile interdipendenza fra aziende e il sistema sociale, territoriale e ambientale di cui l'azienda stessa fa parte. In tempi di grandi cambiamenti, riconoscere tale interdipendenza è vitale per generare e trovare prosperità vicendevole derivata da strategie ed azioni consapevoli che generino beneficio.

Diventare Società Benefit rappresenta una naturale conseguenza di un impegno concreto volto alla protezione della missione aziendale ed alla sostenibilità.

L'entusiasmo nel comprendere che esiste la possibilità di generare beneficio comune attraverso la normale attività aziendale, ha creato fermento e il coinvolgimento delle persone di Propaganda, le quali, ognuna per le proprie competenze, si è attivata per dare il proprio apporto.



PIANO BIENNALE 2022-2023

MANIFESTO DI PROPAGANDA³

Scopo di una Società Benefit è di avere un impatto positivo sulla società e sulla biosfera, divenendo uno strumento legale nuovo, che crea una solida base per l'allineamento della missione nel lungo termine e la creazione di valore condiviso.

Per una trasformazione positiva del modello di impresa, Propaganda ha inteso operare attraverso l'attuazione di politiche interne ed esterne, impegnandosi, nell'ambito delle imprese for profit, affinché il proprio operato produca un beneficio comune a persone, comunità, territorio ed ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interessi, in modo trasparente, responsabile e sostenibile.

A tali scopi, Propaganda intende monitorare il proprio impatto riportando in maniera trasparente e completa le proprie attività, attraverso una relazione annuale, in cui si descrivono e rendicontano le azioni svolte, oltre che definiscono i piani e gli impegni per il futuro. In virtù del senso di responsabilità, di trasparenza e della sostenibilità, atte a creare valore per tutte le parti coinvolte dalla propria attività e dal proprio operato, Propaganda intende attivare una serie di azioni e comportamenti che divengono la missione aziendale a lungo termine.

PROPAGANDA³ SI IMPEGNA AD ATTIVARE E/O MANTENERE

- Il profilo di sostenibilità aziendale, attraverso lo sviluppo di pratiche e processi di innovazione sostenibile.
- La messa a disposizione di risorse economiche, anche derivate da fondi pubblici, del settore o comunque erogati da terzi, per favorire la crescita e la formazione personale e professionale delle persone che la compongono.
- La società si propone di conseguire sufficiente profitto dall'attività, oggetto del proprio operato, per sostenerne vitalità aziendale, dinamicità commerciale, per finanziarne il continuo miglioramento, per distribuire una parte di questi profitti annualmente ai propri soci e per rendere possibile l'avvio di altre attività che siano coerenti con l'obiettivo, con la finalità e scopo.



PIANO BIENNALE 2022-2023

LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE DI PROPAGANDA³

3



Il nostro statuto comprende attività generali di beneficio comune, riprese in modo specifico dal piano biennale 2022- 2023.

Le attività generali si riassumono in:

- 1** Contribuire a soddisfare i bisogni umani fondamentali, partendo dalle persone che compongono Propaganda. Strutturando una politica scritta di welfare, organizzando le attività già in essere e implementandone di nuove.
- 2** Sostegno a progetti/enti, che creino un impatto positivo sul territorio e sulla comunità.
- 3** Attenzione alle risorse energetiche, contribuendo per quanto più possibile a diminuire/ottimizzare il livello di consumi aziendali e dei consumi di risorse legate all'attività di Propaganda.
- 4** Miglioramento dell'ambiente, dando un apporto concreto per la riduzione delle emissioni di CO2.
- 5** La creazione delle migliori condizioni possibili per attrarre, fare crescere e trattenere persone di talento.



PIANO BIENNALE 2022-2023

ATTIVITÀ SPECIFICHE SVILUPPATE NEL 2022

STRUTTURARE E IMPLEMENTARE UNA POLITICA DI WELFARE

Propaganda, da sempre attenta al benessere dei propri dipendenti, ha negli anni inconsapevolmente attivato azioni e politiche di welfare aziendale.

Un esempio fra tutti: consentire ai dipendenti di portare i propri figli minori in ufficio durante gli orari di lavoro, là dove non siano disponibili supporti familiari o extrafamiliari per la loro gestione.

OBIETTIVO

Formalizzare e implementare azioni, oltre quelle previste dal CCNL al dipendente, attraverso forme incentivanti di varia natura.

AZIONI

- Dare incentivi per l'utilizzo di mezzi pubblici.
- Consegnare a fine anno buoni spesa natalizi.
- Iscrizione dei dipendenti a Sanarti.
- Iscrizione dei dipendenti a Unisalute.
- Iscrizione dei dipendenti a Elba.
- Attivare lo sportello di ascolto per i dipendenti che necessitino di supporto personale.
- Incentivare la formazione tecnica e per lo sviluppo delle abilità personali del dipendente.
- Accogliere i bambini del dipendente in azienda, mettendo a disposizione propri spazi e i materiali accessibili ai minori (es. pennarelli, pastelli, ecc.)
- Accogliere gli animali domestici del dipendente in azienda.

PIANO BIENNALE 2022-2023

ATTIVITÀ SPECIFICHE SVILUPPATE NEL 2022



Nel caso delle politiche di welfare, sono state implementate tutte le azioni previste da piano biennale.

Alcuni dipendenti hanno usufruito dell'incentivo per l'utilizzo di mezzi pubblici, da utilizzare nel tragitto casa/lavoro, messo a disposizione in attesa di una ottimale organizzazione per attivare un progetto di lavoro agile.

L'implementazione delle azioni rivolte ai dipendenti hanno voluto porre l'accento sull'importanza che diamo al loro benessere, inteso come attenzione per la salute e per la loro vita quotidiana, mettendo le persone nella condizione di trovare un ambiente aperto e accogliente per le proprie necessità.

Inoltre, gli spazi comuni di Propaganda sono stati messi a disposizione per condividere il momento del pranzo e creare relazione conviviale e confidenziale, rilassata e gioiosa.

Il benessere del dipendente, è per noi sempre al primo e l'attivazione dello sportello di ascolto è voluto essere un atto di sostegno per accompagnare le persone nella risoluzione di questioni personali.

Anche la formazione tecnica riveste un ruolo fondamentale, non solo per lo sviluppo professionale delle persone, ma anche per l'acquisizione da parte loro di una maggiore sicurezza data appunto da una maggiore conoscenza della loro materia.

Di seguito specifichiamo i contenuti di alcuni altri punti sviluppati.

STRUTTURARE E IMPLEMENTARE UNA POLITICA DI WELFARE

- **Dare incentivi per l'utilizzo di mezzi pubblici.**

Per soddisfare l'obiettivo, sono state messe a disposizione risorse economiche, che hanno permesso ai dipendenti che ne hanno richiesto l'acquisto di abbonamenti per l'utilizzo dei mezzi pubblici, soprattutto messi ferroviari.

- **Consegnare a fine anno buoni spesa natalizi.**

Ad ogni dipendente sono stati consegnati incentivi economici, oltre la dovuta tredicesima prevista dal CCNL.

- **Iscrivere i dipendenti a Sanarti.**

Sanarti è il Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa per i Lavoratori dell'Artigianato.

È stato costituito nel 2012 in attuazione dell'accordo interconfederale del 21 settembre 2010 e dei Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro sottoscritti dalla Parti Sociali fondatrici: le organizzazioni imprenditoriali dell'Artigianato – Confartigianato Imprese, CNA, Casartigiani, C.L.A.A.I. e le organizzazioni sindacali confederali dei lavoratori CGIL, CISL e UIL.

SAN.ARTI. eroga agli Iscritti e agli aventi diritto prestazioni sanitarie e socio-sanitarie. Il Fondo, che non persegue fini di lucro, dal 2014 è iscritto all'Anagrafe dei Fondi Sanitari presso il Ministero della Salute.

Elenco delle prestazioni rimborsabili:

- Intervento chirurgico ambulatoriale
- Fisioterapia da infortunio e/o grave evento morboso
- Fisioterapia da malattia
- Protocollo ortodontico (apparecchio dei denti)
- Interventi chirurgici odontoiatrici extra-ricovero
- Cure dentarie da infortunio
- Tariffe agevolate odontoiatria
- Indennità di maternità/paternità
- Indennizzo astensione dal lavoro superiore a 180 giorni per malattia/infortunio
- Non autosufficienza consolidata
- Non autosufficienza temporanea
- Retta Asilo Nido
- Ausili e protesi
- Iscrivere i dipendenti a Elba (Ente Lombardo Bilaterale dell'Artigianato)



- **Iscrivere i dipendenti a Elba (Ente Lombardo Bilaterale dell'Artigianato)**

Elba è l'ente bilaterale regionale dell'artigianato della Lombardia, costituito da Confartigianato, Cna, Casartigiani, Clai e Cgil, Cisl, Uil.

L'iscrizione all'ente permette ai dipendenti di Propaganda di fare richiesta per ricevere provvidenze per:

- Anzianità Professionale del dipendente
- Acquisto libri scolastici
- Mutuo prima casa
- Borse di studio per diploma e università figli
- Borse di studio per i dipendenti
- Conferma qualifica apprendistato
- Contributo trasporto pubblico
- Contributo dichiarazione dei redditi
- Contributo spese energia elettrica



PIANO BIENNALE 2022-2023

RIDURRE LA PRODUZIONE
DI INQUINAMENTO DA CO₂

PIANO BIENNALE 2022-2023

RIDURRE LA PRODUZIONE DI INQUINAMENTO DA CO2

3

AZIONI

“Propaganda ha inteso adottare alcune pratiche utili, le quali possono coinvolgere investimenti economici di piccola o media portata, le cui disponibilità potrebbero derivare dalle scelte strategiche, previste dal presente piano (es. la riduzione degli spazi ed il conseguente risparmio di una parte degli affitti).”

Nello specifico sono previste le seguenti attività:

- **Stabilire un incentivo economico per ogni dipendente, per l'utilizzo di mezzi pubblici.**
- **Promuovere una migliore gestione dell'uso degli strumenti digitali per l'invio di email o file.**
- Incentivare lo smart working e dotare il dipendente di strumenti atti allo svolgimento del lavoro agile.
- Dare un contributo al dipendente per l'incremento dell'utenza elettrica privata, derivato del lavoro agile.
- Selezionare un nuovo fornitore di energia che abbia una migliore proposta di fornitura da fonti rinnovabili.
- Aderire al progetto Treadom.

Per la tipologia di attività propria della nostra attività, necessitiamo di una maggiore pianificazione per definire la reale fattibilità di operare in smart working, mantenendo gli stessi risultati in termini di performance. Tuttavia nell'anno 2022, Propaganda ha partecipato al bando per avere risorse per l'acquisto della strumentazione adatta, da dare in dotazione ai dipendenti, per effettuare il lavoro agile.

Nel frattempo, abbiamo provveduto a limitare nel migliore dei modi, la ricezione di comunicazioni via e-mail, cancellando gli account di Propaganda da mailing list non indispensabili.

Tale operazione ha ridotto significativamente la ricezione di posta elettronica di oltre il 50%. L'operazione continuerà anche nel 2023, fino al raggiungimento massimo possibile della diminuzione del traffico.

4

FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE

ATTIVITÀ SPECIFICHE
SVILUPPATE NEL 2022



FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE

4

ATTIVITÀ SPECIFICHE SVILUPPATE NEL 2022

PROGETTI DI BENEFICIO COMUNE

“I valori di Propaganda, trovano espressione, oltre che nella riduzione degli effetti negativi, anche nella ricerca di un beneficio comune, propri delle società benefit.

Allo scopo di rendere concreti tali valori e creare risultati tangibili, l'agenzia intende definire e attivare due progetti, a partire dal proprio territorio.”

OBIETTIVI

In questo punto, sono stati individuati due obiettivi al fine di produrre un beneficio sociale e diffondere il valore del territorio bresciano, nel quale ha sede Propaganda.

AZIONI PER BENEFICIO SOCIALE

- **Individuazione di ODV (Organizzazioni Di Volontariato) a cui prestare i servizi propri dell'attività di Propaganda.**
- **Progetto promozione territorio bresciano.**

La nostra attività prevalente, in termini di impegno per l'anno 2022, è stata quella di supportare un'Organizzazione Di Volontariato presente sul nostro territorio: I Bambini Dharma.

Grazie alla nostra attività, abbiamo avuto la possibilità di divulgare l'immagine di questa ODV, che dal 2011 si occupa di garantire accoglienza e amorevoli cure ai bambini ricoverati presso l'Ospedale dei Bambini – ASST Spedali Civili di Brescia e Fondazione Poliambulanza Istituto Ospedaliero di Brescia.

Ciò che abbiamo imparato, nella stretta e sentita collaborazione con la ODV, ci ha arricchiti sotto molti punti di vista, e ha contemporaneamente permesso a questa associazione di divulgare i propri valori e il beneficio che a sua volta essa porta al territorio, in un modo maggiormente attuabile rispetto alle loro risorse.

Per I Bambini Dharma abbiamo creato:

- Attività di pianificazione, realizzazione e pubblicazione di post sui canali social
- Realizzato il nuovo sito internet
- Realizzato un Corso di formazione di comunicazione efficace ai volontari della ODV
- Dato consulenza e supporto per strategie in senso generale e per la divulgazione dei progetti aperti dalla ODV.
- Affiancato l'organizzazione nelle relazioni pubbliche per la raccolta dei fondi

5

VALUTAZIONI D'IMPATTO

B- IMPACT ASSESSMENT

Per il percorso verso la certificazione B-Corp, Propaganda ha scelto il B Impact Assessment, quale strumento di valutazione terza del proprio impatto.

Attraverso il punteggio derivato dal protocollo B Impact Assessment, ci impegnano a rispettare e migliorare le performance di sostenibilità sociale e ambientale e di rendere trasparente e pubblico il punteggio ottenuto.

**Punteggio generale
B-Impact** **58.7**

In base ad esso, abbiamo preso coscienza di quali siano gli ambiti nei quali possiamo operare per migliorare il nostro impatto sociale ed ambientale per avanzare verso la certificazione B-Corp, che prevede un minimo di 80 punti.

Punteggi specifici

Governance	14.6
Lavoratori	25.9
Comunità	11.0
Ambiente	5.0
Clienti	2.1

Per soddisfare i requisiti normativi e vigilare sul raggiungimento degli obiettivi, Propaganda ha nominato una figura responsabile, che riferisce direttamente e periodicamente alla proprietà.

La figura responsabile definisce gli obiettivi in concerto con la proprietà e coerentemente con le finalità di beneficio comune, espresse nello statuto, con la valutazione dei risultati conseguiti, che sfociano nella redazione della relazione di impatto.



CONCLUSIONI

Questa prima relazione di impatto, ci dà la possibilità di osservare in modo più distaccato i risultati dell'impegno di Propaganda nel primo anno di Società Benefit.

Questo punto di partenza, ci ha mostrato più di quanto ci potessimo immaginare, in termini di opportunità di crescita e sviluppo in questo ambito.

Abbiamo compreso che, a volte, è un'attività impegnativa, mentre a volte basta veramente poco per fare scelte che ci indirizzino verso lo scopo di beneficio comune nei confronti delle persone, del territorio e dell'ambiente.

In entrambi i casi, il percorso è reso più semplice dalla costante attenzione che mettiamo nell'immaginare l'obiettivo finale. Desideriamo fortemente continuare a dare il nostro contributo, affinché la nostra piccola azienda sia la goccia di un mare benefico sempre più grande.

Ci auguriamo che questa relazione possa essere di ispirazione ad altre imprese, affinché nascano sempre più aziende for Benefit, che contribuiscano a creare quel cambiamento di rotta auspicato, a beneficio di tutti.