



PROPAGANDA³

Relazione d'impatto

2024



indice

1	introduzione	5
2	i numeri del 2023	11
3	le persone	15
4	la comunità e il territorio	19
5	i progetti per il futuro	25
6	l'impatto ambientale	29
7	valutazione d'impatto	32



Lettera degli amministratori

Carissimi,
È giunto al termine il primo biennio di attività benefit di Propaganda, e in queste pagine condividiamo con voi i risultati delle attività di questo secondo anno, durante il quale abbiamo raggiunto traguardi significativi, grazie alla dedizione, all'impegno e alla partecipazione di tutti coloro che sono parte della nostra organizzazione.

Il 2023 è stato un anno di sfide, ma anche di grandi opportunità e abbiamo lavorato con entusiasmo per implementare le attività strategiche delineate nel piano, generando un impatto tangibile, soprattutto a partire dai nostri dipendenti e dalla comunità locale.

Ci impegniamo a continuare su questa strada, ancora più forti dell'esperienza vissuta in questi due anni, con la convinzione che il successo di una società si misuri non solo in termini economici, ma anche attraverso il benessere che è in grado di generare per le persone e il territorio. Il nostro impegno è anche quello di mantenere elevati standard di trasparenza e responsabilità, elementi imprescindibili di una società benefit, e di generare nel nuovo biennio 2024-2025 risultati sempre migliori a favore di governance, lavoratori, comunità, ambiente e clienti.

Lavoriamo anche affinché il nostro sia un esempio che coinvolga altre aziende in un'opera di beneficio comune.

Nicola Micheli & Diego Filippini



introduzione

Vi diamo il benvenuto nella lettura della relazione d'impatto di Propaganda Società benefits.r.l.

Questo documento chiude il piano biennale 2022-2023, il primo da quando Propaganda si è trasformata in società benefit, ed è il risultato di alcuni importanti cambiamenti che si sono verificati nel corso dell'ultimo esercizio, fra i quali spicca il trasferimento dell'azienda in una nuova sede; scelta che ha portato a rivedere alcune delle azioni previste nella seconda metà del biennio.

Altri dei punti definiti sono stati regolarmente soddisfatti e, lo sviluppo di essi ci ha fatto comprendere quale sia stato l'impegno e la partecipazione di tutte le persone che fanno parte di Propaganda e quanto ancora possiamo fare per generare beneficio comune.

Gli impegni biennali su cui ci siamo concentrati sono riassunti in 4 macro gruppi:



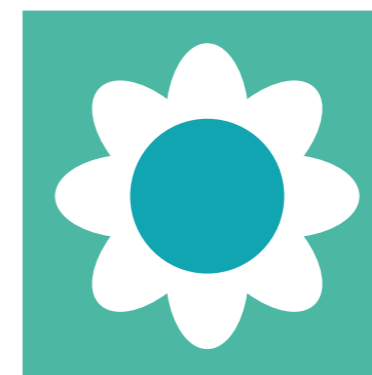
AMBIENTE

L'impegno nel dare un apporto concreto nella riduzione della produzione di inquinamento da CO2.



RISORSE ENERGETICHE

Il perseguimento di obiettivi che contribuiscano, per quanto possibile, a ottimizzare il livello dei consumi energetici aziendali.



TERRITORIO

L'implementazione sul territorio di progetti che generino un beneficio comune.

Oltre al mantenimento dei traguardi raggiunti nel 2022, il 2023 ci ha visti concentrati nel completare gli altri obiettivi e, in alcuni casi a rimodulare o rinviare al prossimo piano il loro completamento.



WELFARE

Attraverso la divulgazione scritta delle politiche aziendali che interessano i dipendenti, e l'organizzazione di attività già in essere e l'implementazione di nuove.

Scelte di valore per una crescita continua

Non c'è nulla di più impattante che il mettere a terra, dopo aver creato un progetto i risultati di un anno di lavoro, ed avere la consapevolezza che è molto più semplice per un'azienda creare il cambiamento e generare beneficio comune perché in essa concorrono più forze che, sommate, generano un volano che può coinvolgere tutto il mondo che la circonda.

Quando la crescita è consapevolezza esse avviene attraverso scelte ragionate su piani differenti, che generano risposte differenti. E allo stesso modo non avremmo pensato e dato spazio a progetti che avessero un impatto benefico sulla società e sul territorio.

Fino a pochi anni fa in Propaganda non ci saremmo chiesti quali fossero le politiche dei nostri fornitori e se esse fossero allineate alla nostra vision.

Questo ha permesso di utilizzare il nostro bene più prezioso: la creatività, per dare vita a iniziative che hanno rinforzato i nostri valori, identificati in:

Empatia

Etica

Trasparenza

Professionalità

Rispetto

Benessere



i numeri
del 2023

21.485 EURO

valore del beneficio generato sul territorio.

30 STUDENTI

coinvolti in progetti formativi.

3200 ORE

di stage.

28 NUMERO

degli alveari adottati.

940 ORE

impiegate per progetti a beneficio del territorio e della comunità.

50 ORE

di sportello di ascolto.

600 EURO

per campagne social progetto a beneficio del territorio e della comunità.

4 PROGETTI

sostenibili per clienti.

80 ORE

di formazione a studenti.

1 PIANO

assicurativo per i dipendenti.

le nostre relazioni

Quando parliamo di persone, ci riferiamo a un concetto che va ben oltre la tradizionale definizione di "capitale umano". Si tratta di riconoscere l'importanza di ogni individuo che interagisce con la nostra azienda, a partire da coloro che ogni giorno si incontrano, vivono e si relazionano in Propaganda, ma anche i clienti, i fornitori e i partner. Le interazioni formano una rete di relazioni che sostiene, arricchisce e definisce l'ecosistema a partire da quello aziendale. Ogni persona che interseca il nostro cammino, contribuisce con la propria unicità, ad arricchire il tessuto organizzativo e commerciale con nuove prospettive, idee e valori.

Riconoscere e valorizzare questo aspetto significa abbracciare una visione olistica del business, dove le relazioni umane diventano il cuore pulsante dell'attività, guidando verso un successo condiviso e sostenibile. Per questo nell'ultimo trimestre del 2023, Propaganda ha dato il via ad una serie di iniziative e dichiarazioni, in ottica di trasparenza e reputazione, legate alla Corporate Political Responsibility (CPR), che indirizzano gli stakeholder verso una puntuale risposta ed una condivisione delle pratiche sostenibili auspicate.

le nostre iniziative

ORARIO FLESSIBILE

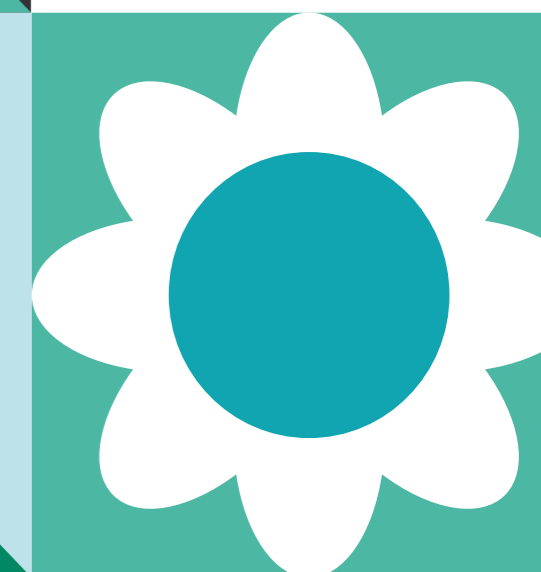
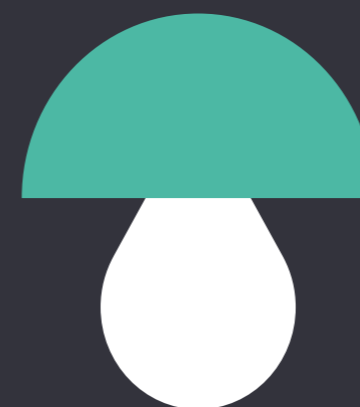
Fra le iniziative rivolte ai dipendenti, vi è stata l'introduzione dell'orario flessibile sia in ingresso che in uscita. Essi hanno la facoltà di entrare dalle 08:30 alle 9:30 e di terminare la giornata lavorativa dalle 17:30 alle 18:30. La scelta è stata fatta in ottica di agevolare le persone che provengono da zone distanti dal luogo di lavoro o con impegni familiari, riconoscendo da sempre l'importanza di supportare i genitori, aggiungendo questo benefit a quelli già attivati durante il primo anno del biennio.

SPORTELLO DI ASCOLTO

I dipendenti hanno continuato anche in questo 2023 ad avere accesso gratuitamente al servizio di sportello di ascolto per avere un punto di riferimento là dove necessitassero di supporto personale. Lo sportello di ascolto offre loro un ambiente confidenziale dove esprimere preoccupazioni, stress o disagi legati sia al lavoro che alla sfera privata. Questo è importante strumento di welfare aziendale, teso alla creazione e al mantenimento del benessere della persona e di un clima aziendale positivo.

BENEFIT ASSICURATIVO

Siamo consapevoli che la sicurezza del dipendente generi benessere e, per questo motivo, abbiamo implementato una copertura assicurativa per tutti i dipendenti, in caso di invalidità permanente da infortunio.





la comunità e il territorio

il nostro impegno

Un altro punto di orgoglio per Propaganda è l'impegno messo creare beneficio sul territorio.

PERSONE

Nel 2023, è continuata la relazione con la ODV I Bambini Dharma alla quale sono stati erogati i servizi previsti dal piano biennale: Attività di pianificazione, realizzazione e pubblicazione di post sui canali social, corso di formazione di comunicazione efficace ai volontari e consulenza e supporto per strategie in senso generale e per la divulgazione dei progetti aperti. I progetti a beneficio comune si sono ampliati con la realizzazione di WOMX,

il progetto di comunicazione digitale volto a promuovere e divulgare il Congresso dedicato alle eccellenze femminili realizzato a Brescia. Propaganda ha messo a disposizione le proprie risorse sviluppando una comunicazione integrata sui principali canali digitali per attrarre e implementare l'inclusione e la cultura verso le donne. L'obiettivo è stato quello di creare un progetto pilota come lancio verso una cultura più allargata anche alla comunità nazionale.

ANIMALI

A questa, nell'ultimo trimestre del 2023, si è aggiunto un progetto nato dalla sensibilità delle persone che fanno parte di Propaganda: Art4Save.

Art4Save è un progetto a scopo benefico nato per supportare tutte quelle realtà di volontariato che si occupano di tutela di animali senza fissa dimora, come associazioni, rifugi, rescue e altre, attraverso una forma eccezionale di raccolta fondi: l'arte.

La vision del progetto si basa sul sogno di un mondo in cui ogni vita animale è considerata importante,

e la creatività artistica è il ponte che collega le persone a questa causa nobile. È così che sono stati creati ritratti di animali domestici, commissionati dai loro amici umani. Nei ritratti i protagonisti sono "vestiti" come antichi personali nobili, successivamente riprodotti su gadget (tazze, cuscini, ecc). La parte del ricavato delle vendite, al netto delle spese, è stata donata in beneficenza a organizzazioni precedentemente individuate.

SPORT

Le attività a beneficio della comunità e del territorio hanno coinvolto anche l'ambiente sportivo e in particolare modo il mondo dell'equitazione, individuando l'unica attività sportiva del proprio territorio, presente all'interno del contesto urbano.

Per Propaganda è stato importante contribuire alla divulgazione dei messaggi legati a questo tipo di sport, attraverso attività di comunicazione digitale su web e

Un lavoro che ha coinvolto alcune delle figure di Propaganda, specializzate in questo settore. Come tutti gli sport, l'equitazione può portare a benefici sotto molti punti di vista: fisico, mentale, sociale e emotivo.

Perchè abbiamo scelto l'equitazione?

BENEFICI FISICI

Miglioramento della postura e dell'equilibrio, sviluppo della coordinazione motoria, incremento della forza fisica e stimolazione del sistema cardiovascolare.

BENEFICI PSICOLOGICI E SOCIALI

Senso di responsabilità, autostima e fiducia in sé, rilassamento e riduzione dello stress, sviluppo delle abilità sociali e superamento delle paure e sfide con determinazione.

SVILUPPO EMOTIVO

Empatia e comunicazione non verbale. L'equitazione offre ai ragazzi un'opportunità unica di crescita, permettendo loro di sviluppare abilità e caratteristiche positive in un ambiente stimolante, inserito in un contesto naturale e gratificante. Per questo motivo, Propaganda ha voluto dare un segno della sua attenzione nei confronti della crescita di individui equilibrati e sereni.





l'ambiente

La nostra attenzione al territorio, ci ha spinti a sostenere una preziosa categoria la cui attività è fondamentale per l'ambiente: gli apicoltori.

E lo abbiamo fatto coinvolgendo anche i nostri clienti con l'intento di sensibilizzarli oltre che dare un segno di sostenibilità ambientale.

La scelta è caduta sul progetto Biorfarm, in sostituzione a Treadom previsto nel piano biennale, la prima Community Agricola Digitale,

una rete di centinaia di piccoli agricoltori italiani che dal 2015 aiuta privati ed aziende a generare impatto ambientale, sociale ed economico adottando alberi e alveari.

Noi abbiamo scelto per questo 2023 28 alveari, fra i 130 agricoltori e apicoltori sparsi su tutto il territorio italiano, che da generazioni si occupano di proteggere la biodiversità della nostra terra.





i progetti
per il futuro

laboratorio digital marketing -its machina lonati

DURATA DEL PROGETTO

Il progetto denominato "Le nuove professioni del digitale" si è svolto nell'arco di due settimane lavorative, per un totale di 80 ore e ha visto la partecipazione

STAGE POST LABORATORIO

A ciò si è aggiunto uno stage, di 1600 ore complessive da febbraio a giugno, assegnato a quattro studenti del corso.

SCOPO DEL PROGETTO

La ricerca "Jobs on the Rise 2021 Italia" condotta da LinkedIn e dedicata ai lavori emergenti dimostra che la figura dell'esperto di digital marketing e social media manager sia fortemente richiesta da parte di una gamma diversificata di aziende.

Per soddisfare la crescente richiesta di prodotti online le assunzioni nell'ambito dell'e-commerce e del marketing online sono aumentate del 51%.

Per rispondere a questi crescenti bisogni ITS Machina Lonati ha progettato, con il supporto di un comitato di aziende di settore, il corso Digital Marketing & Communication Manager, che forma figure professionali con competenze digitali sempre più verticali e specializzate.

Il progetto al quale propaganda ha aderito, ha coinvolto 30 studenti in un Digital Lab, un laboratorio intensivo che simula la vita in una web agency, la relazione con il cliente finale, il team di lavoro e i difficili equilibri tra le diverse funzioni aziendali.

Gli studenti hanno lavorato su quattro progetti concreti per altrettanti clienti, sviluppandoli in tutte le sue parti: dal brief di comunicazione alla costruzione di un piano di marketing digitale.

In concreto, si è trattato della pianificazione e realizzazione di campagne integrate online e offline e sfociate con la presentazione al cliente finale. Il lavoro ha richiesto da parte degli studenti molto impegno, molta concentrazione e la messa in atto di tutte le competenze e l'esperienza acquisita durante le lezioni teoriche in aula.



l'impatto ambientale

il nostro impatto ambientale

Al momento, Propaganda non ha la possibilità di incidere in modo sostanziale sull'impatto ambientale, tuttavia ha redatto un documento per incentivare un uso coscienzioso e consapevole dei mezzi di trasporto e per divulgare una politica sostenibile relativamente agli spostamenti. IL PASS!

Propaganda ha voluto realizzare il PASS (Politica Aziendale per Spostamenti Sostenibili), il documento che delinea un approccio sostenibile verso gli spostamenti, i viaggi, i trasferimenti e le missioni per i dipendenti, i dirigenti e stabilisce le linee guida per i propri fornitori e o ha reso disponibile a tutti i dipendenti.

CARBON FOOTPRINT

Nell'ambito dell'impegno rivolto a ridurre l'impronta carbonica associata alle operazioni aziendali, Propaganda ha intrapreso una revisione critica dell'utilizzo delle risorse digitali. In particolare, si è proceduto all'eliminazione delle sottoscrizioni di posta elettronica ai database di terzi, non ritenute indispensabili per l'effettuazione delle attività lavorative. Questa misura, frutto di un'iniziativa collettiva, sottolinea il nostro impegno istituzionale nel perseguire pratiche di sostenibilità ambientale perché riteniamo che siano anche le piccole iniziative a generare grandi risultati.

NUOVA SEDE

Il cambio di sede, avvenuto nel primo trimestre del 2023, ha permesso l'apertura alla possibilità di attivare azioni di sostenibilità ambientale.

Anche se al momento siamo in regime di locazione, il progetto prevede l'acquisto dell'immobile, a cui seguirà l'installazione di un impianto fotovoltaico.

PROGETTI ECOSOSTENIBILI PER I CLIENTI

Chi assomiglia si piglia, recita un detto. Forse è proprio così perché il 2023 è stato l'anno (ci auguriamo il primo) di maggiore sensibilità nei confronti dell'ambiente, espressa attraverso il nostro lavoro per i progetti specifici dei clienti.



LAMOLE DI LAMOLE - STAND A IMPATTO (Gruppo Santa Margherita):

stand Vinitaly a 0CO2 - Il progetto prevedeva il calcolo dell'impronta generata nella realizzazione dello stand e la compensazione attraverso la piantumazione di alberi. Partner utilizzato per il calcolo dell'impronta di CO2 è stato ZERO CO2.

PROGETTO DI COMUNICAZIONE SOSTENIBILE EUROSTEEL

Fra cui la realizzazione dello stand per FUTURA EXPO (la più grande esposizione italiana di incontro tra imprese e cittadini per parlare di sostenibilità), con l'utilizzo di materiali ecosostenibili.

EVENTO ENGIE SICILIA

Attività di comunicazione per la conferenza stampa di divulgazione dell'evento di inaugurazione del più grande parco agro-fotovoltaico con coltivazioni.

SENTIERO DEL RESPIRO CHIESI FARMACEUTICI

Realizzazione del progetto di comunicazione digitale del progetto nato dalla collaborazione tra la Regione Veneto e Chiesi Italia, che persegue l'obiettivo di promuovere la valorizzazione turistico-ricettiva del territorio e realizzare una grande operazione di rimboschimento con oltre 10.000 alberi per compensare parzialmente gli schianti di Vaia.

Valutazioni d'impatto 2023

B-Impact assessment

Per soddisfare i requisiti normativi e vigilare sul raggiungimento degli obiettivi, Propaganda ha nominato una figura responsabile, che riferisce direttamente e periodicamente alla proprietà. Allo stesso tempo, la società si avvale di uno strumento

terzo di certificazione, il B-Impact Assessment, selezionato per il raggiungimento della certificazione B-Corp è stato individuato nel B-Impact Assessment, per comprendere e migliorare il proprio impatto sui lavoratori, la comunità, l'ambiente e i clienti.

Punteggio generale 2022 **58.7**

Il 2023 si è concluso con il punteggio generale di

67.5

Suddiviso in	Governance	15.3
	Lavoratori	29.1
	Comunità	15.3
	Ambiente	4.9
	Clienti	2.7

CONCLUSIONI

In qualità di società consapevole del proprio impatto sociale e ambientale, Propaganda si impegna a continuare il percorso volto al miglioramento continuo e all'ottenimento della certificazione B-Corp entro la fine dell'anno corrente.

Riconosciamo l'importanza di intensificare i nostri sforzi in tutti i settori valutati, creando un nuovo piano biennale, forti dell'esperienza dei primi due anni. Siamo consapevoli delle aree che richiedono un impegno maggiore e che presentano i margini di miglioramento sono significativi. Per garantire un progresso efficace verso il nostro obiettivo, abbiamo nominato una figura responsabile che riferisce direttamente alla proprietà, garantendo trasparenza e responsabilità nel nostro percorso di miglioramento. Questo approccio strutturato ci consente di monitorare costantemente i nostri progressi e di intervenire tempestivamente laddove necessario.

L'utilizzo dello strumento di certificazione B-Impact Assessment rappresenta un pilastro fondamentale della nostra strategia, offrendoci una guida chiara per comprendere e migliorare il nostro impatto. Siamo determinati a implementare ulteriori pratiche sostenibili che migliorino significativamente il nostro punteggio in tutti gli ambiti.

Attraverso questo impegno, Propaganda aspira a non solo raggiungere il punteggio minimo di 80 richiesto per la certificazione B-Corp, ma anche a rafforzare la propria posizione come leader responsabile nel proprio settore. Questo percorso riflette il nostro impegno costante nei confronti di una gestione etica dell'impresa, che pone al centro il benessere dei nostri lavoratori, la salute delle comunità in cui operiamo, la protezione dell'ambiente e la soddisfazione dei nostri clienti.

Con determinazione e impegno, guardiamo al futuro con ottimismo, pronti a intraprendere le azioni necessarie per realizzare la nostra visione e contribuire positivamente al benessere collettivo e alla sostenibilità del pianeta.



Via Dalmazia,12 - 25126 Brescia

+39 030 3384848

info@propaganda3.it

C.I./P.IVA 03592130177