





THE GLOBAL GOALS

For Sustainable Development

PROGETTI INTEGRATI
DI COMUNICAZIONE
REPUTAZIONALE





OUR PROPOSAL

Progettare e realizzare percorsi di consapevolezza e formazione per valorizzare le competenze personali e professionali all'interno delle aziende con riferimento ai global goals



OUR TARGET

Aziende medio grandi sensibili ai temi di CSR/CSV
Enti, Istituzioni, Associazioni
Opinione pubblica e Società

INTEGRATED COMMS CAMPAIGN

EMPLOYEES ENGAGEMENT & ACTIVATION

Global Goal Event

- Organizzazione del Global Goal day con relativa employees activation
- Conferenza interna: tavola rotonda con ospiti interni ed esterni
- Attività di gaming relative al tema
- Campagna video di sensibilizzazione
- Iniziative di richiamo (digitali + below the line) nei mesi successivi

MEDIA ACTIVATION

Global Goal Communication

- Press kit
- Partnership con principali testate media per sponsorship
- Identificazione di percorsi ad hoc per la partecipazione a convegni ed eventi Global Goal focused in qualità di Speaker

DIGITAL & SOCIAL ACTIVATION

Global Goal Social Campaign

- Creazione di web platform dedicata
- # Social campaigns
- Coinvolgimento influencers

VALUE CSR PROPOSITION

STRATEGIC and OPERATIONAL SUPPORT

- Supporto nel dialogo tra le diverse funzioni aziendali
- Supporto nell'ambito del Sustainability ERM ovvero del sistema di gestione dei rischi di sostenibilità
- Supporto strategico e/o operativo per la predisposizione di Piani Industriali Sostenibili e/o Piani di Sostenibilità
- Supporto nell'ambito dell'integrazione tra "rischi" 254 e "rischi 231"

SUPPORT, DRAFTING and ASSURANCE

- Supporto nella redazione dell'informativa non finanziaria/Bilancio di Sostenibilità in tutte le sue fasi
- Asseverazione del Report non finanziario/Bilancio di Sostenibilità

INTERNAL SATISFACTION



EXTERNAL REPUTATION



THE GLOBAL GOALS

For Sustainable Development

FOCALIZE

3.4 Ridurre di un terzo la mortalità prematura da malattie non trasmissibili attraverso la prevenzione e il trattamento e promuovere benessere e salute mentale

OUR PURPOSE

Contribuire a realizzare luoghi di lavoro sani, in cui la concreta prevenzione delle malattie da cui possono essere affetti i lavoratori, causate e non dal lavoro, può determinare ulteriori effetti positivi sulla produttività e competitività dell'impresa.

Creare una cultura della prevenzione attraverso interventi integrati nelle aree dell'alimentazione, del movimento e delle relazioni per promuovere la salute come percorso.

HOW

Health Management Approach:

- Nutrizione - progetti alimentari incentrati sul rispetto della salute, del benessere, dell'ambiente
- Movimento - progetti integrati di prevenzione sedentarietà e stili di vita sani
- Relazioni - progetti integrati per aumentare la relazione con sé stessi, inter e intragruppi per accrescere l'autostima, la soddisfazione personale e il senso di appartenenza, conseguentemente la produttività sul lavoro e la diminuzione dello stress.

Global Goal event, communication, social campaign...

TARGET

Sensibilizzare i dipendenti sul tema della prevenzione per sviluppare consapevolezza e motivazione per uno stile di vita sano. Migliorare le relazioni aziendali e l'organizzazione del lavoro con la partecipazione e il coinvolgimento dei dipendenti.

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



FOCALIZE

5.b Rafforzare l'utilizzo di tecnologie abilitanti, in particolare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione, per promuovere l'emancipazione della donna

5.1 Porre fine, ovunque, a ogni forma di discriminazione nei confronti di donne e ragazze

5.5 Garantire piena ed effettiva partecipazione femminile e pari opportunità di leadership ad ogni livello decisionale in ambito politico, economico e della vita pubblica in termini di:

5.5.1 Percentuale di seggi occupati da donne nei parlamenti nazionali e nei governi locali

5.5.2 Percentuale di donne che rivestono cariche manageriali

OUR PURPOSE

Agire attivamente per sostenere la GENDER EQUALITY e supportare le donne in percorsi di scoperta e valorizzazione del proprio talento. Rivalutare il capitale umano femminile con il duplice obiettivo di offrire alle donne la possibilità di ri-collocarsi felicemente nel mercato del lavoro, fornendo un contributo sociale ed economico fondamentale e di valore aggiunto alla società.

HOW

Coaching by values Approach:

- Workshop per gestire in modo efficace la leadership al femminile
- Workshop per gestire in modo efficace il rientro al lavoro delle mamme lavoratrici
- Workshop sulla gestione efficace del tempo
- Workshop work life balance e smart working
- Consulenze One to One

Global Goal event, communication, social campaign...

TARGET

Sensibilizzare la popolazione aziendale (management incluso) sulle differenze di genere, sulle loro conseguenze, su come rispettarle e valorizzarle.

Fornire strumenti reali per aiutare le donne ad avere successo nel mondo del lavoro restando se stesse.



FOCALIZE

11.3 Potenziare un'urbanizzazione inclusiva e sostenibile e la capacità di pianificare e gestire in tutti i paesi un insediamento umano che sia partecipativo, integrato e sostenibile.

11.4 Potenziare gli sforzi per proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale del mondo.

11.6 Ridurre l'impatto ambientale negativo pro-capite delle città, prestando particolare attenzione alla qualità dell'aria e alla gestione dei rifiuti urbani e di altri rifiuti.

11.7 Fornire accesso universale a spazi verdi e pubblici sicuri, inclusivi e accessibili, in particolare per donne, bambini, anziani e disabili.

OUR PURPOSE

Cooperare energicamente con le imprese per promuovere la mobilità sostenibile e l'inclusione sociale dei tessuti urbani del territorio in cui svolgono la loro attività.

HOW

- Convenzione aziendale con «Share and Go» per promuovere la mobilità sostenibile;
- Contributo da parte delle aziende all'abbonamento dei mezzi pubblici dei propri dipendenti;
- Installazione di purificatori d'aria all'interno delle sedi di lavoro;
- Programmazione attività di pulizia del quartiere dove opera l'azienda coinvolgendo i propri dipendenti;
- Istituzione di borse di studio per i figli dei propri dipendenti;
- Possibilità di valutare l'assegnazione di premi di laurea per tesi sulla responsabilità sociale d'impresa;
- Convenzioni con regione per contributo acquisto auto elettriche
- Global Goal event, communication, social campaign...

TARGET

Per rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili, occorre diffondere una «consapevolezza sostenibile», ovvero sensibilizzare i dipendenti al cambiamento ormai necessario:

- sensibilizzare l'intera azienda (top management incluso) sulle alternative possibili nella mobilità;
- fornire contributi economici per favorire la conversione ad una mentalità sostenibile ed inclusiva.

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



FOCALIZE

12.2 Raggiungere la gestione sostenibile e l'uso efficiente delle risorse naturali

12.5 Ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo e il riutilizzo

12.6 Incoraggiare le imprese, in particolare le grandi aziende multinazionali, ad adottare pratiche sostenibili e ad integrare le informazioni sulla sostenibilità nei loro resoconti annuali

12.8 Accertarsi che tutte le persone, in ogni parte del mondo, abbiano le informazioni rilevanti e la giusta consapevolezza dello sviluppo sostenibile e di uno stile di vita in armonia con la natura

OUR PURPOSE

Proporre e suggerire modelli sostenibili di consumo e produzione al fine di promuovere nel proprio piccolo (a casa e in ufficio) uno sviluppo sostenibile basato sulle 3 R (Riduzione, Riutilizzo, Riciclo) che sono alla base anche della Circular Economy.

HOW

- 3R Approach:

Riduci: workshop su come ridurre "l'usa e getta" a casa e in ufficio; workshop su acquisti consapevoli

Riusa: workshop su come allungare la vita ai prodotti (autoproduzione); Swapp party aziendali

Ricicla: workshop sulla riduzione dei rifiuti, raccolta differenziata

- Global Goal event, communication, social campaign...

TARGET

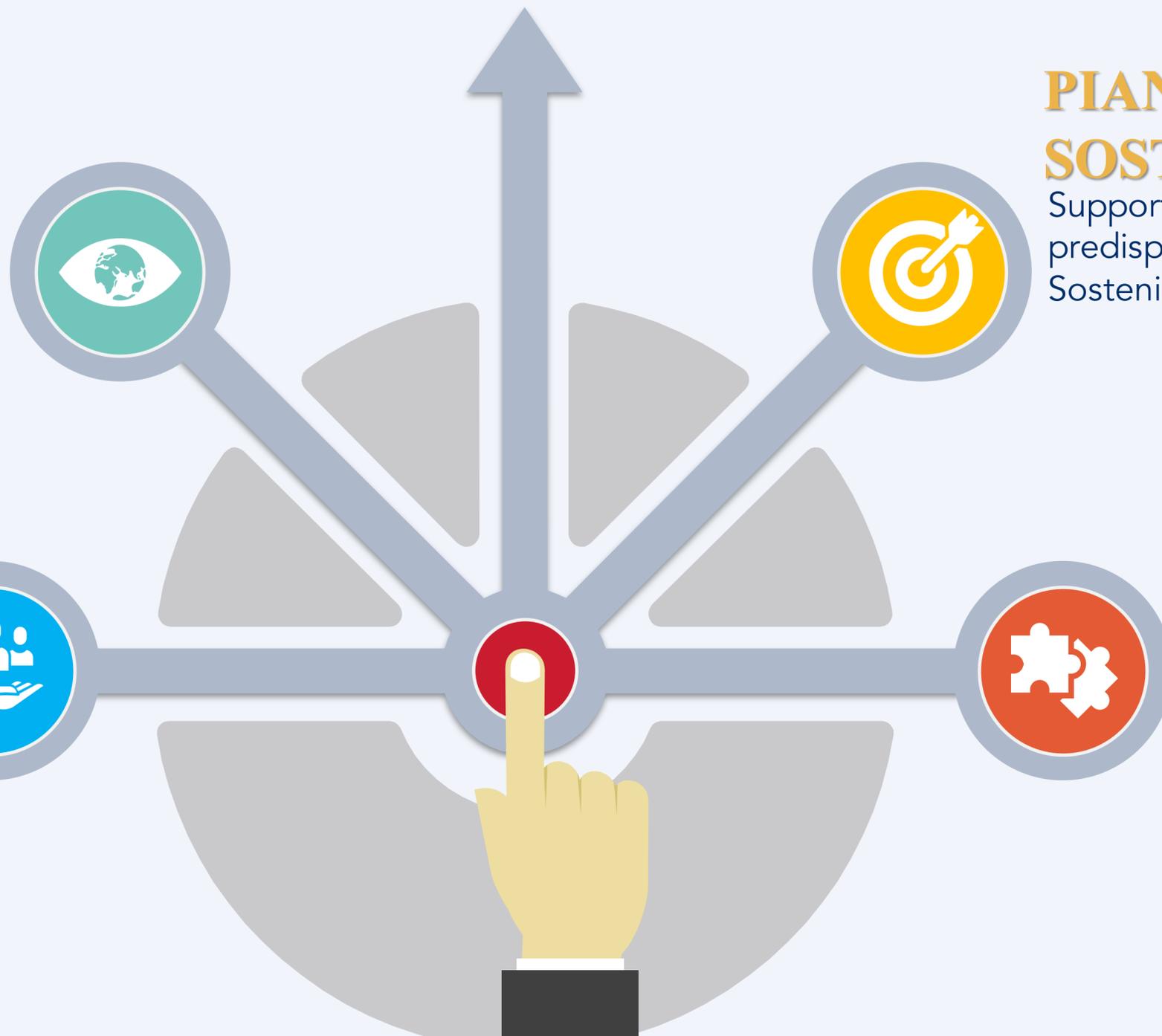
Promuovere cambiamenti nelle abitudini di consumo; sensibilizzare nel piccolo per favorire il cambiamento nel grande; promuovere attraverso esempi pratici una sorta di decalogo per una famiglia e un ufficio "circolare", le buone pratiche per rendere circolare l'economia domestica e dell'ufficio.



Il nostro Team è composto da Consulenti aziendali, CSR Specialists e Revisori legali.

SUSTAINABILITY ERM

Supporto nell'ambito del sistema di gestione dei rischi di sostenibilità identificando i rischi e i principali strumenti per mitigarli, ponendo l'attenzione sui rischi presenti nelle diverse fasi della catena del valore, del ruolo degli organi aziendali



PIANO DI SOSTENIBILITA'

Supporto strategico e/o operativo per la predisposizione di Piani Industriali Sostenibili e/o Piani di Sostenibilità;

DIALOGO

Supporto nel dialogo tra le diverse funzioni aziendali (tavoli interfunzionali sulla sostenibilità)

INTEGRAZION

E Supporto nell'ambito dell'integrazione tra "rischi" 254 e "rischi 231";



BILANCIO DI SOSTENIBILITA'

Supporto nella redazione dell'informativa non finanziaria/Bilancio di Sostenibilità in tutte le sue fasi:

1. Assessment della CSR aziendale
2. Pianificazione del processo di reporting
3. Stakeholder engagement
4. Analisi di materialità e scelta dei contenuti del report
5. Redazione del Bilancio di Sostenibilità con i principali Standard internazionali e nazionali
6. Verifica e comunicazione



ASSURANCE

Rilascio dell'asseverazione del documento di informativa non finanziaria/Bilancio di Sostenibilità effettuato da esperti revisori legali. L'asseverazione o "assurance" è il processo sistematico e documentato, mediante il quale un soggetto indipendente e competente (o un team di professionisti) raccoglie e valuta la veridicità delle asserzioni (verificabili) contenute nell'informativa. Si tratta in altri termini di fornire ai destinatari del documento un giudizio sulla qualità delle informazioni rese, in base a principi comunemente accettati. Viene verificata la conformità del documento alle linee guida e ai principi ai quali esso è stato predisposto.

Il revisore legale, nel rilasciare la sua attestazione, deve accertarsi che:

- i dati e le informazioni all'interno del Bilancio di Sostenibilità siano coerenti con la documentazione aziendale;
- Il documento consenta una rappresentazione veritiera e corretta della realtà aziendale (strategie, politiche e performance di sostenibilità).



Un documento di rendicontazione non finanziaria senza l'asseverazione di un revisore legale potrebbe risultare come un esercizio di stile ed essere associato a pratiche di *greenwashing*.

ESEMPIO OPERATIVO

Di seguito si rappresenta un esempio operativo mostrando cosa può essere rendicontato attraverso le *disclosure* dello Standard GRI in relazione all' **AGENDA2030** ed ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.



La seguente tabella si focalizza sull'SDGs n° 5 «Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'autodeterminazione di tutte le donne e Ragazze» in particolar modo sul sotto-obiettivo 5.1: «Porre fine, ovunque, ad ogni forma di discriminazione nei confronti di donne e ragazze»

Tema	Disclosure GRI	Ambiti di rendicontazione
Parità di genere	Specifiche disclosure GRI	<ul style="list-style-type: none"> • Segnalare quando una percentuale significativa di dipendenti viene retribuita in base ai salari soggetti a norme salariali; • Indicare il rapporto tra il salario di base <u>per genere</u> nei diversi luoghi di attività • Indicare il salario minimo locale suddiviso <u>per genere</u>.
		<ul style="list-style-type: none"> • Numero totale e tasso di turnover dei dipendenti durante il periodo di rendicontazione, per fascia di età, <u>genere</u> e regione; • Numero totale e tasso dei nuovi dipendenti assunti durante il periodo di riferimento, per fascia di età, <u>genere</u> e regione.
		<ul style="list-style-type: none"> • Ore medie di formazione che i dipendenti dell'organizzazione hanno ricevuto, per genere e per categoria dipendente. • Ecc.
Congedo parentale	Specifiche disclosure GRI	<ul style="list-style-type: none"> • Numero totale di dipendenti che hanno diritto al congedo parentale, <u>per genere</u>; • Numero totale di dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale, <u>per genere</u>; • Numero totale di dipendenti rientrati a lavoro dopo la fine del congedo parentale, <u>per genere</u>; • Numero totale di dipendenti rientrati al lavoro dopo la fine del congedo parentale, e ancora dipendenti (12 mesi dopo), <u>per genere</u>; • Ecc.
Inclusione	Specifiche disclosure GRI	<ul style="list-style-type: none"> • Descrivere le politiche e le pratiche utilizzate per promuovere l'inclusione economica nella selezione dei fornitori. Le forme di inclusione economica possono includere: fornitori di piccole e medie dimensioni; fornitori che sono caratterizzati da proprietà femminile; • Ecc.

ESEMPIO OPERATIVO

Di seguito si rappresenta un esempio operativo mostrando cosa può essere rendicontato attraverso le *disclosure* dello Standard GRI in relazione all' **AGENDA2030** ed ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.



La seguente tabella si focalizza sugli SDGs n° 12.2, 12.5 e 12.8. L'obiettivo 12.6 «*Incoraggiare le imprese, in particolare le grandi aziende multinazionali, ad adottare pratiche sostenibili e ad integrare le informazioni sulla sostenibilità nei loro resoconti annuali*» non ha specifiche disclosure GRI associate: la rendicontazione stessa è l'obiettivo!

Tema	Disclosure GRI	Ambiti di rendicontazione
Gestione dei rifiuti	Specifiche disclosure GRI	<p>Il peso totale dei rifiuti pericolosi e non, con una ripartizione secondo i seguenti metodi di smaltimento, ove applicabile:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riutilizzo • Raccolta differenziata • Compostaggio • Recupero • Incenerimento • Ecc.
Informazione sui prodotti	Specifiche disclosure GRI	<p>Fornire informazioni in merito le procedure dell'organizzazione per prodotti/ servizi ed tichettatura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • l'approvvigionamento dei componenti del prodotto o servizio; • contenuto, in particolare per quanto riguarda le sostanze che potrebbero produrre un impatto ambientale o sociale; • Safe-use del prodotto o servizio; • Ecc.
Efficienza dei materiali	Specifiche disclosure GRI	<p>Peso totale o volume dei materiali utilizzati per produrre e confezionare i prodotti e i servizi principali dell'organizzazione e distinguere tra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiali non rinnovabili utilizzati; • Ecc.
Efficienza energetica	Specifiche disclosure GRI	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo totale di energia all'interno dell'organizzazione, in joule o multipli; • Ecc.

OUR ASSETS & COMPETENCIES

comunicando eventi

Agenzia di Live Communication

www.comunicandoeventi.it

Progetti integrati di comunicazione, ideazione e organizzazione di eventi.

CSR³ SOCIETÀ BENEFIT STARTUP INNOVATIVA

Società di consulenza

www.csr-3.com

Consulenza per lo sviluppo dei servizi connessi alla Responsabilità Sociale d'Impresa quali: assessment della CSR aziendale; pianificazione di azioni connesse alla sostenibilità (circular economy, sustainability governance ecc.); supporto operativo all'implementazione di processi CSR che possano avere anche una misurazione in termini di KPI e standard di rendicontazione; rendicontazione non finanziaria in compliance con il D. Lgs. 254/2016.

mercato circolare

Start up innovativa a vocazione sociale www.mercatocircolare.it

Start-up innovativa a vocazione sociale nata per creare connessioni tra imprese, cittadini e istituzioni nel campo dell'economia circolare. Ha realizzato la prima app, Mercato Circolare, che mette in collegamento l'utente con realtà che operano secondo i principi dell'economia circolare in Italia, app, gratuita e disponibile nella versione beta (la nuova versione uscirà a inizio 2020) sulle piattaforme Google Play e App Store. Mercato Circolare inoltre realizza eventi formativi, divulgativi, serious games, e offre consulenza e crea occasioni di networking tra imprese, istituzioni e enti di ricerca



Web Magazine
www.greenme.it

Rivista online d'informazione e di opinione su tematiche "green", nata a marzo del 2009 con l'obiettivo di contribuire a diffondere comportamenti e stili di vita maggiormente attenti all'ambiente e al pianeta in cui viviamo.



Banqueting

www.areakitchen.it

Area Kitchen nasce nel 2003, posizionandosi come "Banqueting Sartoriale" per eventi corporate, wedding e privati. Oggi è uno dei top player del mercato italiano. Con **AKNutraceutica**, Area Kitchen dà vita a un progetto di cucina funzionale, in cui gli alimenti utilizzati aiutano a prevenire alcune malattie producendo, di conseguenza, benefici per la salute dell'individuo. Con **AKNutraceutica**, la nuova mission dell'azienda non è solo offrire un servizio di banqueting premium, ma contribuire a educare gli individui a preparazione e consumo del cibo più consapevoli, con particolare riguardo al riciclo e alla sostenibilità ambientale.



OUR ASSETS & COMPETENCIES



LEONELLA CARDOSI | *Professional certified coach ICF* | www.leonellacardosicoach.com

Progettazione e realizzazione di programmi di orientamento professionale, coaching, formazione



SIMONA MANNA | *Professional organizer* | www.simonamanna.it

Supporto alle persone per aumentare la consapevolezza dei propri talenti organizzativi, per attribuire loro il giusto valore e per migliorarli e consolidarli dove e quando necessario



CRISTINA LAZZARI | *Consulente d'immagine e style trainer, certificata IDR Francia* | www.declick.com/chi/

Progettazione e realizzazione di programmi di costruzione dell'immagine personale per la ricollocazione professionale, servizi di image training, con percorsi individuali e workshop