

2024

everywhere ➤

**RELAZIONE ANNUALE
DI IMPATTO DI
EVERYWHERE SB
SOCIETÀ BENEFIT**

Esercizio sociale 2024

Redatta ai sensi ex art. 1 c. 382 L. 208/2015
Schemi di bilancio e nota integrativa
Esercizio dal 01/01/2024 al 31/12/2024

Contenuti

01	Everywhere, Società Benefit	01-03
02	Vision, Mission, Tools	05
03	Il nostro modello di business	07-08
04	Stakeholder e materialità	10-12
05	Il Focus Group con gli Stakeholder	14-16
06	I numeri di Everywhere nel 2024 e le nuove attività	18 - 19
07	La Matrice del Bene Comune e gli standard GRI	21 - 22
08	Il nostro piano strategico per la Sostenibilità	24 - 38
	8.1 Capitale finanziario	
	8.2 Capitale produttivo	
	8.3 Capitale intellettuale	
	8.4 Capitale umano	
	8.5 Capitale relazionale	
	8.6 Capitale naturale	
09	Review obiettivi 2024 e obiettivi futuri	40
10	Nota metodologica sul percorso	42 - 47

Lettera agli stakeholder



Gentili stakeholder,

Eccoci giunti alla nostra seconda Relazione Annuale come Società Benefit, ancora una volta occasione preziosa per condividere con voi le attività svolte, i risultati raggiunti nel 2024 e, soprattutto, gli obiettivi concreti che ci impegniamo a perseguire nel 2025.

Desideriamo ringraziarvi sinceramente per il vostro continuo sostegno e per l'impegno condiviso nel portare avanti la nostra missione.

Nel primo anno del nostro percorso come Società Benefit, è stato fondamentale incontrarvi e dialogare con voi, nostri stakeholder, per essere ispirati dallo scambio di punti di vista e guidati nel nostro cammino verso il bene comune.

Anche quest'anno abbiamo mantenuto saldi i nostri principi:

- **Governance trasparente:** continuiamo a garantire alti standard di trasparenza e responsabilità, promuovendo una comunicazione chiara e aperta con tutti voi.
- **Innovazione etica:** investiamo in ricerca e sviluppo per offrire soluzioni innovative che rispondano ai bisogni della società, sempre nel rispetto dei valori etici e delle normative.
- **Innovazione sociale:** ci impegniamo a rendere accessibili il patrimonio culturale, naturale e la qualità della vita di territori e comunità diverse. I nostri servizi favoriscono l'incontro e lo scambio non solo tra persone – lavoratori e lavoratrici, residenti e temporanei – ma anche tra istituzioni, organizzazioni ed enti di formazione.
- **Sostenibilità ambientale:** in *Everywhere* ci adoperiamo per ridurre l'impatto ambientale e tutelare le risorse naturali per le generazioni future, scegliendo energie rinnovabili e promuovendo pratiche di raccolta differenziata.

Vi invitiamo a restare parte attiva di questo percorso. Ogni vostro contributo è prezioso per crescere, migliorarci e generare un impatto positivo sempre più significativo.

Continuiamo a costruire insieme un futuro più giusto, inclusivo e sostenibile.

Con gratitudine,

Mariarita Costanza
CEO & CoFounder *Everywhere* SB



Everywhere, Società Benefit

01

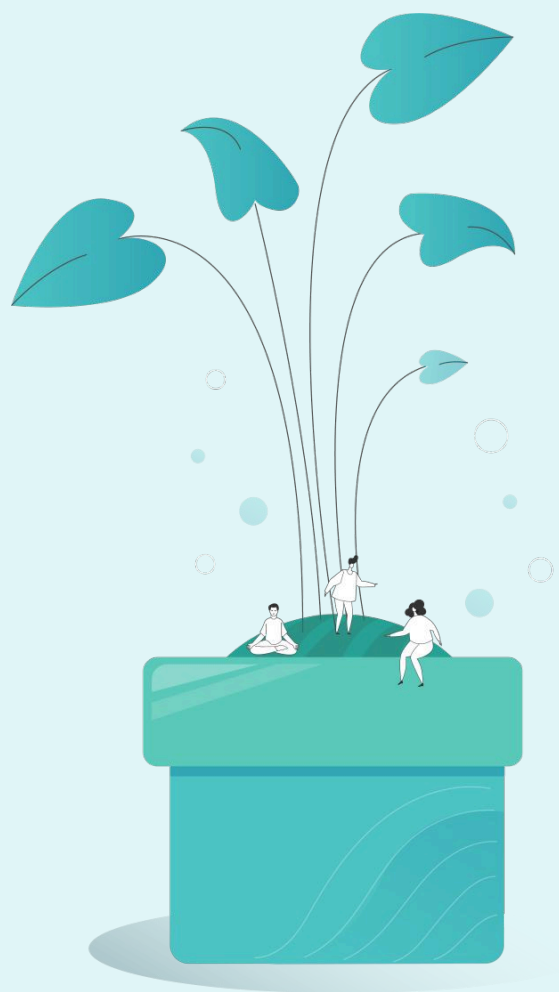
Everywhere è una Società Benefit che progetta soluzioni dedicate al benessere e alla produttività delle aziende, attraverso modelli innovativi di lavoro e percorsi di crescita personale e professionale.

La nostra piattaforma offre un'ampia gamma di servizi, disponibili sia online sia in presenza, in luoghi ad alto valore culturale, sociale e ambientale. Ogni esperienza è pensata per generare impatto positivo, facilitare connessioni e valorizzare il potenziale delle persone e dei territori.

Essere una Società Benefit significa adottare un modello imprenditoriale che integra obiettivi di impatto sociale e ambientale nella strategia aziendale, accanto al raggiungimento dei risultati economici. Secondo quanto stabilito dalla Legge di Stabilità 2016 (art. 1, comma 376), le Società Benefit sono imprese "che, oltre allo scopo di generare utili, perseguono finalità di beneficio comune a favore di persone, comunità, territori, ambiente, beni culturali e sociali, enti e associazioni, e di ogni altro portatore di interesse".

Nel nostro statuto sono esplicitati gli obiettivi di impatto che guidano le nostre attività. Ogni anno rendicontiamo pubblicamente i risultati raggiunti attraverso una valutazione di impatto basata su standard riconosciuti. Questo strumento ci permette di monitorare il nostro impegno, migliorare costantemente e rafforzare la fiducia di chi ci sceglie: aziende, partner, collaboratori e stakeholder.

Everywhere nasce per creare valore condiviso. Il nostro lavoro è orientato al futuro, alle relazioni e al bene comune.



I nostri benefici comuni da statuto sono:



Impegnarsi verso la realizzazione di un **modello organizzativo sempre più innovativo, partecipativo e sostenibile**, che generi valore per tutti gli stakeholder di Everywhere.



Ampliare il progetto EW, crescendo sia attraverso nuovi fondi che attraverso l'acquisizione di nuovi clienti.



Valorizzare i luoghi dall'alto potenziale **culturale, sociale e naturalistico**, per generare un'economia sostenibile attraverso residenze di lavoro "smart".



Informare e formare alla **sostenibilità ambientale**, portando a una maggiore efficienza operativa, riducendo le emissioni e avendo a cuore un impatto positivo sull'ambiente



Migliorare complessivamente il **benessere dei dipendenti** porta ad un aumento della produttività. Accrescere l'efficienza organizzativa per arrivare ad un successo commerciale e ad una migliore reputazione per Everywhere.



Diffondere nelle aziende la **cultura del benessere relazionale fisico** dei lavoratori e delle lavoratrici.



Creare un ecosistema che si sviluppi attraverso la **sostenibilità, la responsabilità sociale e la valorizzazione delle risorse umane e territoriali**, generando impatti positivi a livello economico, sociale e ambientale.



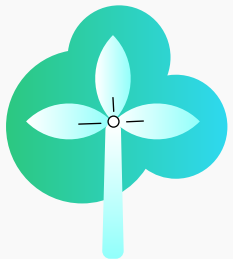
Rendere scalabile il progetto Everywhere.

Nel corso del 2024, abbiamo confermato il modello valutativo del nostro impatto, collegandolo e connettendolo con il Piano Strategico della società e con i Capitali (Capitale finanziario, Capitale produttivo, Capitale intellettuale, Capitale umano, Capitale relazionale e Capitale naturale). Nell'attività di connessione abbiamo anche previsto la misurazione con la Matrice del Bene Comune (autovalutazione) e il collegamento con le schede GRI di impatto dei nostri servizi (v. cap.8).



Essere sostenibili, per Everywhere, significa coniugare crescita aziendale e responsabilità sociale e ambientale.

Investiamo in persone, processi e tecnologie per costruire un futuro solido e sostenibile, capace di generare valore per tutti gli stakeholder.



Sostenibilità ambientale: ci impegniamo a ridurre l'impronta ecologica delle nostre attività, scegliendo soluzioni a basso impatto e promuovendo la tutela delle risorse naturali a beneficio delle generazioni future.



Sostenibilità sociale: lavoriamo per una società più equa e inclusiva. Sosteniamo le comunità locali, promuoviamo diversità e inclusione, e tuteliamo i diritti umani lungo tutta la nostra catena del valore.

Attraverso la nostra piattaforma digitale, vogliamo facilitare l'incontro tra lavoratori e territori ancora poco esplorati, offrendo nuove opportunità di relazione tra lavoro, esperienze e tempo libero. Così costruiamo un modello che valorizza il potenziale delle persone e dei luoghi, in chiave globale e sostenibile.

Vision, Mission, Tools

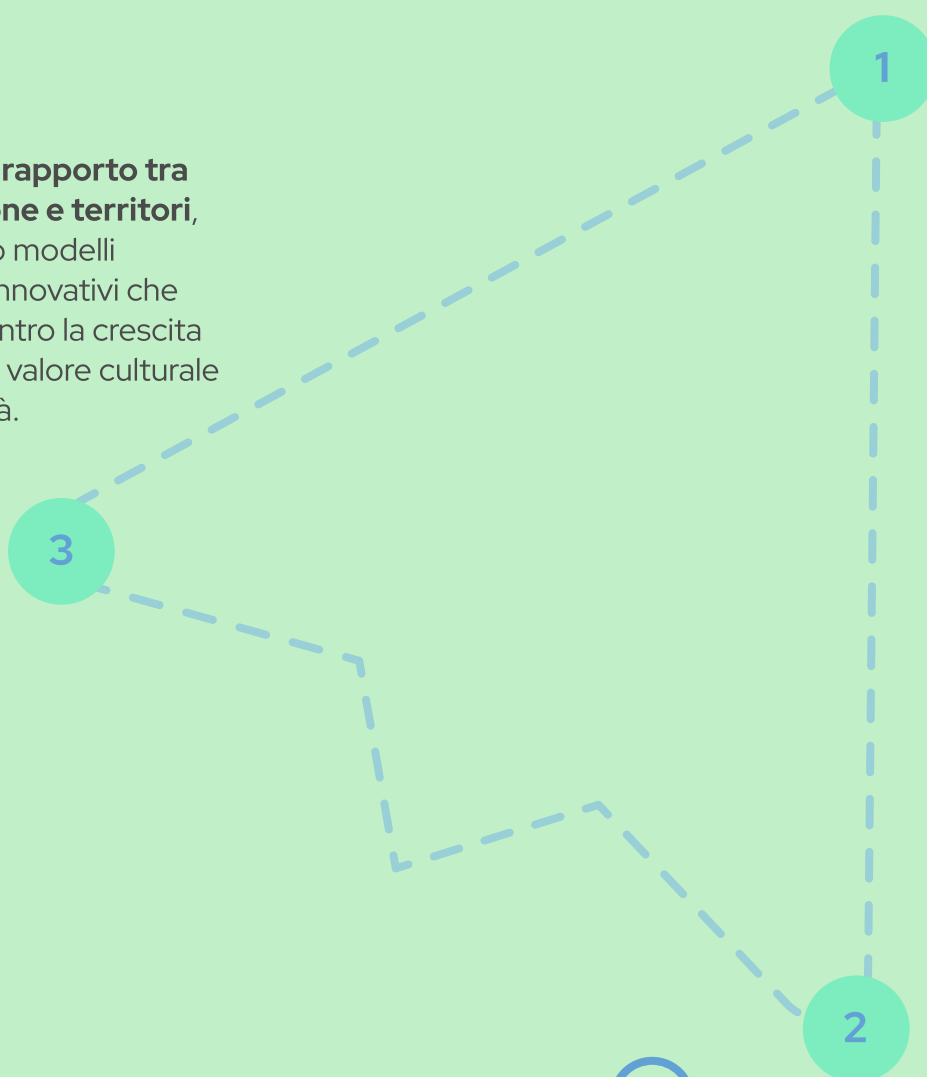
02



Noi crediamo nella **crescita delle persone** e nella **sfida di innovazione** del modello lavorativo, indispensabili per la valorizzazione culturale delle comunità



Rigenerare il rapporto tra lavoro, persone e territori, promuovendo modelli organizzativi innovativi che mettano al centro la crescita individuale e il valore culturale delle comunità.



Pertanto, **progettiamo esperienze di lavoro itineranti sul territorio italiano** per lavoratori e lavoratrici, siano essi team o singole persone di un'azienda, o liberi professionisti

Il nostro modello di business

03

Everywhere sviluppa soluzioni e servizi

B2B pensati per migliorare l'esperienza lavorativa delle persone, con un'offerta rivolta principalmente ad aziende e ai loro team, ma anche a liberi professionisti e nomadi digitali.

L'obiettivo è favorire il benessere individuale e organizzativo, attraverso modelli di lavoro flessibili e innovativi che coniughino produttività e qualità della vita.

L'offerta si articola in due forme di ospitalità integrate:

- Ospitalità fisica, tramite una [rete di strutture ricettive e spazi di coworking](#) distribuiti su tutto il territorio italiano;
- Ospitalità digitale, grazie a una [piattaforma proprietaria](#) che consente l'accesso a spazi di lavoro virtuali, favorendo la continuità operativa ovunque ci si trovi.

Tutti i servizi sono progettati per [promuovere il benessere delle persone sul posto di lavoro](#), facilitando l'equilibrio tra vita professionale e personale. Ciò avviene anche grazie a esperienze e strumenti come il supporto di nutrizionisti e mindfulness coach, laboratori didattici, masterclass e attività formative.

Everywhere collabora inoltre con le Pubbliche Amministrazioni, in particolare con i Comuni – piccoli e grandi – offrendo servizi personalizzati per [valorizzare il territorio, attivare reti locali e promuovere forme di ospitalità diffusa e sostenibile](#).

Per le differenti tipologie di clientela, Everywhere organizza eventi di presentazione, di networking e di scambio culturale, volti a incentivare la partecipazione di persone e organizzazioni del territorio, ai progetti offerti al canale B2B; attiva e struttura spazi di coworking nel territorio interessato; costruisce, con gli enti e i fornitori, pacchetti di ospitalità diffusa integrata con i servizi ai team aziendali;

svolge servizi di marketing territoriale, di connettività tra organizzazioni, istituzioni e persone; organizza e svolge workshop con scuole, startup e PMI; fornisce report di impatto dei propri servizi.

I servizi offerti rendono accessibili alle persone il valore culturale, naturale e la qualità della vita offerti da territori e comunità anche geograficamente distanti, favorendo esperienze autentiche e significative.

Everywhere diventa così un facilitatore di scambio, dove si condividono modelli, metodi ed expertise in chiave collaborativa e generativa.

I clienti apprezzano Everywhere perché contribuisce in modo concreto a migliorare il benessere individuale, valorizzando la persona e facilitando un miglior equilibrio tra vita privata e professionale. Le aziende, dal canto loro, ne traggono benefici tangibili in termini di maggiore produttività, attrattività e capacità di trattenerne i talenti, rafforzando al contempo la propria identità valoriale.

Anche le Pubbliche Amministrazioni e i Comuni, sia di piccole che di grandi dimensioni, traggono benefici concreti e immediati dai servizi di Everywhere. Le iniziative attivate contribuiscono ad accrescere il valore culturale dei territori, potenziano la capacità di accoglienza e aiutano a mitigare gli effetti della stagionalità legata al turismo tradizionale, promuovendo un modello di fruizione più continuo e sostenibile.

Attualmente, la maggior parte dei servizi Everywhere è adottata da grandi aziende, protagoniste di un cambiamento profondo nella cultura del lavoro. Queste organizzazioni non si limitano più a misurare il successo in termini di obiettivi economici, ma puntano su progetti a impatto positivo, capaci di attrarre i nuovi talenti: professionisti che non vivono più il lavoro solo come carriera, ma come esperienza personale e relazionale, in equilibrio con la qualità della vita.



Stakeholder e Materialità

04

Stakeholder e materialità

Everywhere coinvolge un ampio ecosistema di stakeholder, che contribuiscono attivamente allo sviluppo e alla riuscita del progetto. Tra questi:

i founder e soci investitori, le persone del team, clienti, consulenti, fornitori di strutture e servizi, partner strategici, enti pubblici e realtà territoriali che sostengono e alimentano la visione dell'organizzazione.

Tra gli stakeholder a maggiore rilevanza strategica, per livello di coinvolgimento e capacità di influire sull'evoluzione del progetto, si distinguono:



Il team Everywhere, cuore pulsante della progettazione e attuazione delle attività, inclusivo delle founder **Mariarita Costanza** e **Manuela D'Ecclesiis**



Ada Travel, fornitore ufficiale dei servizi di viaggio e tour operator del progetto; Macnil e Ada Travel apportano valore non solo attraverso servizi operativi, ma anche grazie al loro **know-how** e alla rete di relazioni umane e professionali, che rappresentano un asset fondamentale per Everywhere.



L'**Istituto Tecnico Superiore per il Turismo della Puglia**, di cui Everywhere gestisce la sede di **Gravina in Puglia**, rappresenta un interlocutore strategico nell'ambito della formazione specialistica



Macnil, azienda che ospita gli uffici di Everywhere nel "**Vivaio Digitale**" e fornisce servizi chiave di gestione e sicurezza degli spazi



I partner di progetto – tra cui **TIM, Federmanager Academy, Randstad, Trenitalia, Changes Coworking, Myndoor, Eolo, HRC Community** – offrono visibilità, credibilità e opportunità di accesso a nuovi mercati e clienti



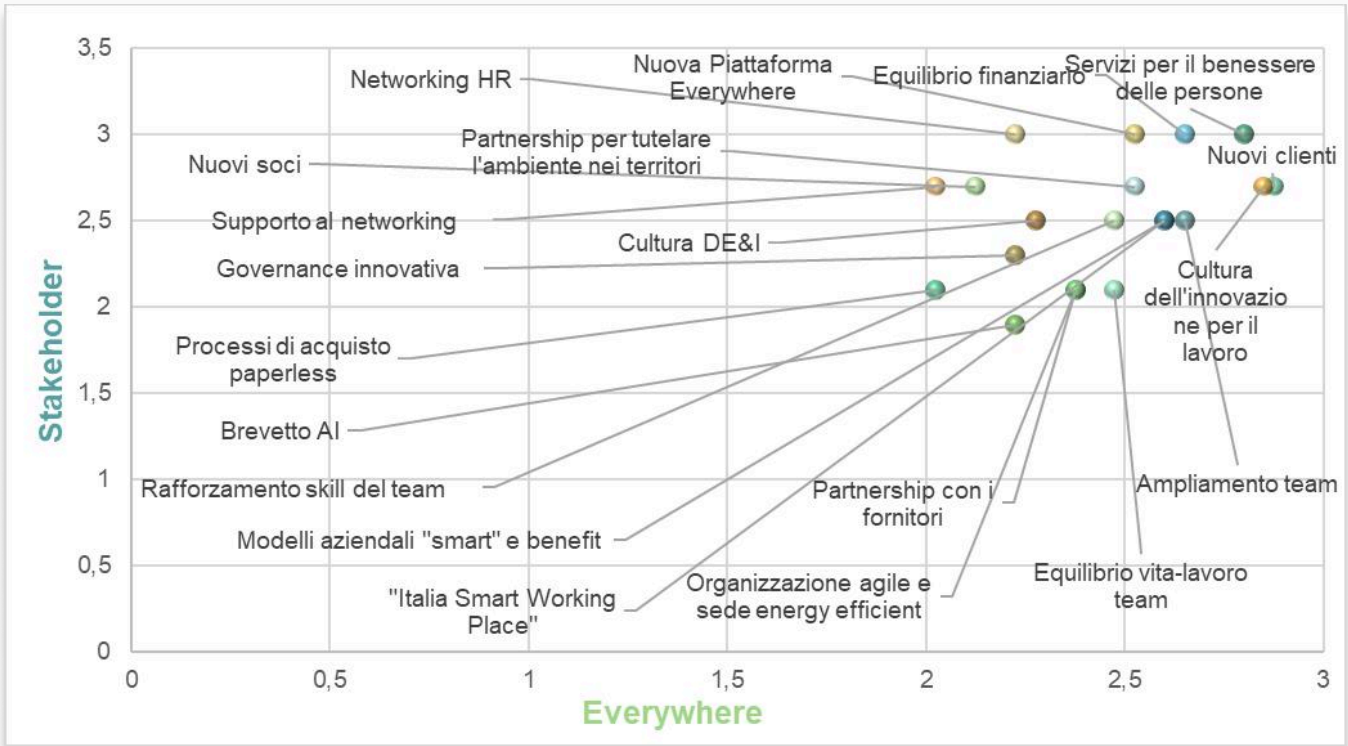
Accanto a questi stakeholder centrali, esistono soggetti con elevata capacità di influenza, ma minore coinvolgimento diretto, come:

I Comuni, gli **esponenti del mondo della cultura e del teatro** (coinvolti come docenti nelle masterclass), **i clienti** e la **rete di relazioni personali e professionali dei membri del team**.

Stakeholder e materialità

Il metodo utilizzato per l'identificazione e la prioritizzazione degli stakeholder è illustrato nella nota metodologica di questa relazione.

Per approfondire, vi invitiamo a consultare il Capitolo 10.



Abbiamo coinvolto i nostri stakeholder nel processo di identificazione delle questioni di materialità, ossia i temi rilevanti per il nostro modello di business e per il raggiungimento degli obiettivi di beneficio comune.

L'analisi è stata condotta tenendo conto dei sei capitali da cui Everywhere trae valore: capitale finanziario, relazionale, umano, organizzativo, naturale e intellettuale.

Per una definizione puntuale di ciascun capitale e per comprendere nel dettaglio il metodo utilizzato nell'identificazione delle questioni materiali, rimandiamo alla nota metodologica contenuta in questa relazione.

Le tematiche emerse riflettono, in larga parte, le sfide tipiche delle start-up, e si concentrano su due ambiti principali:

Sostenibilità finanziaria, con focus su:

- l'ingresso di nuovi soci di capitale,
- il mantenimento dell'equilibrio economico tra costi e ricavi,
- l'incremento del fatturato attraverso l'acquisizione di nuovi clienti.

Sviluppo e consolidamento del team, che include:

- il rafforzamento e la crescita del gruppo di lavoro,
- l'acquisizione di competenze specifiche in ambito manageriale e digitale (attraverso nuove assunzioni o percorsi formativi interni),
- l'adozione di misure a supporto dell'equilibrio vita-lavoro, particolarmente rilevanti in contesti ad alta intensità come quello delle start-up.

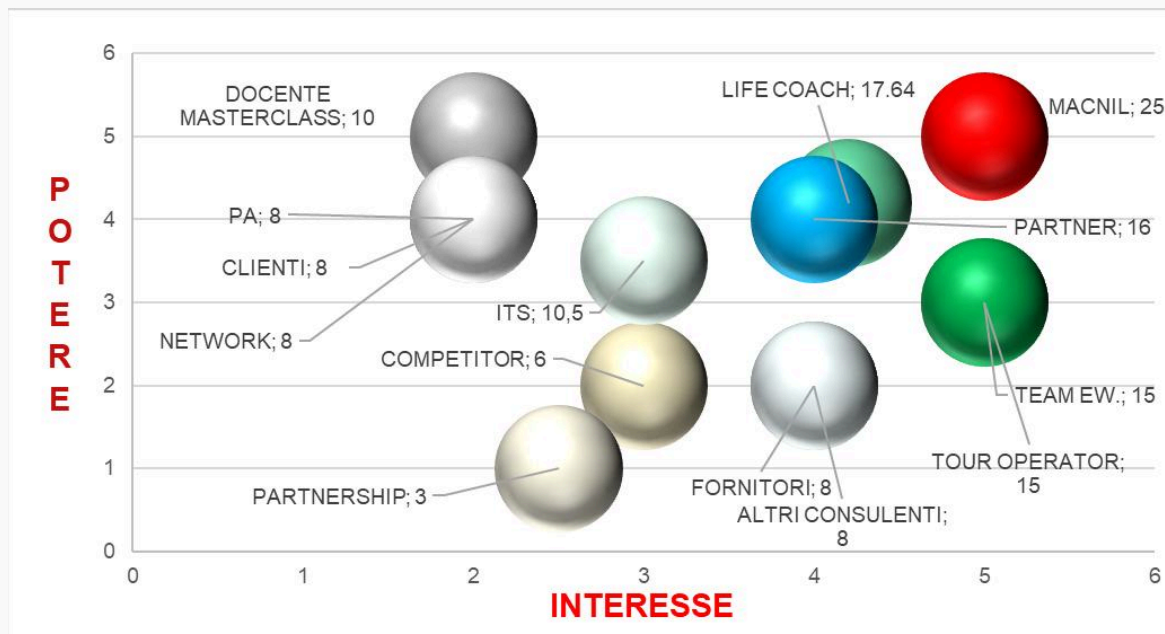
Stakeholder e materialità

Oltre ai temi legati alla sostenibilità finanziaria e allo sviluppo del team, sono emerse ulteriori questioni di materialità che riflettono l'identità e la visione strategica di Everywhere. In particolare:

- **Innovazione**, sia interna – attraverso l'evoluzione della governance – sia esterna, con la promozione di una nuova cultura del lavoro e la diffusione di modelli organizzativi smart e orientati al beneficio comune.
- **Inclusione, equità e valorizzazione delle unicità**, temi fondamentali per costruire ambienti di lavoro rispettosi, accoglienti e rappresentativi.
- **Collaborazione** con fornitori strategici e **sviluppo** di network relazionali mirati nel mondo HR, con un focus sul sostegno attivo all'impegno del team nella creazione di nuove connessioni.
- **Sviluppo di asset digitali proprietari**, intesi come strumenti tecnologici al servizio dell'innovazione organizzativa.
- **Tutela della proprietà industriale**, tramite la registrazione di funzionalità applicate agli asset digitali.
- **Lancio di nuovi prodotti e servizi**, in linea con l'evoluzione delle esigenze del mercato e dei territori.

A questi, si aggiungono tematiche distintive, legate alla mission di Everywhere:

- Valorizzazione dei territori, attraverso iniziative che ne promuovano il patrimonio culturale, naturale e sociale.
- Sviluppo di servizi centrati sul benessere delle persone, che uniscono lavoro, qualità della vita e crescita personale.
- Attivazione di partnership orientate alla tutela dell'ambiente naturale, in un'ottica di sostenibilità e rigenerazione dei luoghi.



Le questioni sono ritenute tutte di rilevanza medio-alta, tanto da parte di Everywhere, quanto da parte dei suoi stakeholder.

Abbiamo elaborato un grafico ingrandito della medesima matrice, per una migliore comprensione delle tematiche e di come esse acquisiscono priorità in base alla rilevanza attribuita dagli stakeholder (asse delle ordinate) e da Everywhere (asse delle ascisse).

Il focus group con gli stakeholder

05

Il focus group con gli stakeholder

Il 18 Giugno 2024 abbiamo realizzato il primo evento con il nostro stakeholder e partner Associazione Comunità di Pratica di Coaching dal titolo **“Attrarre e motivare le persone nelle aziende”**.

Consapevoli del fatto che “da soli” non si cambia il mondo, abbiamo fortemente voluto l’organizzazione di questo evento e workshop che ha avuto lo scopo di allineare i nostri benefici comuni e gli obiettivi di impatto con gli interessi, i valori e gli obiettivi di tutti coloro che, a vario titolo, contribuiscono alla generazione del Valore condiviso (clienti, partner, collaboratori, fornitori, istituzioni ecc.) del nostro progetto in Everywhere.

Nel corso dei lavori svolti durante il focus Group, abbiamo sottoposto diverse domande ai nostri stakeholder. Per cominciare, abbiamo chiesto loro:

In una parola, cosa ti aspetti da questo Evento-Workshop?

Le parole che sono state più utilizzate sono state:

- Socialità
- Mindset
- Ricerca di senso
- Benessere
- Coaching
- Motivazione

A pari merito di votazione, anche: cambiamento, visione, strategia, informazione, crescita, spunti, valore, lavoro, apprendimento, contaminazione, collaborazione, riflettere, rete e sostenibilità.



Ma abbiamo anche chiesto:

In alcune parole, cosa ci unisce al di là del mero ritorno economico?

Riportiamo di seguito una sintesi delle risposte raccolte:

- Generazione Inclusività
- Metodo
- Strumenti

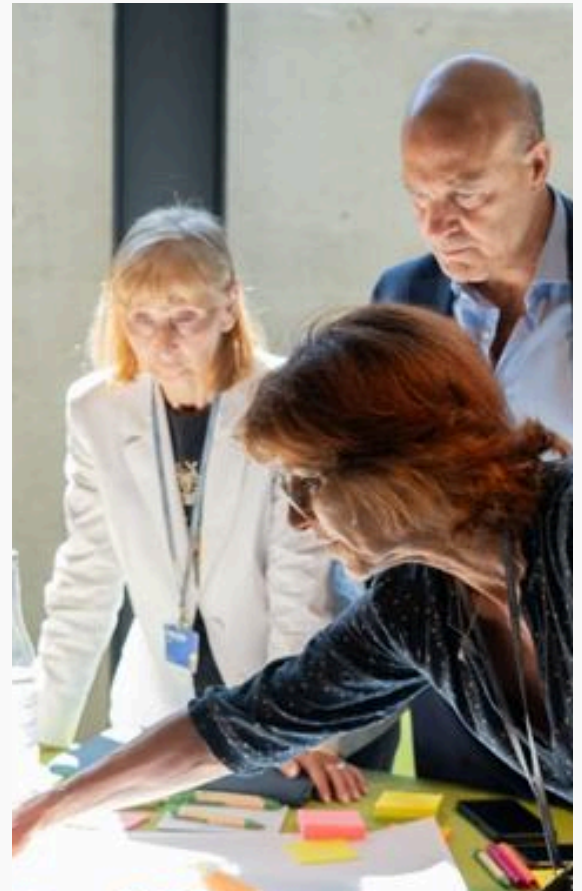
Il focus group con gli stakeholder

E poi abbiamo chiesto:

In una parola, che cosa ti porti via da questo Focus group?

La parola più frequente è stata "MOTIVAZIONE". Altre parole sono state: collaborazione, consapevolezza, positività, relazioni, coraggio, emozioni, curiosità, progettualità, task da realizzare, novità, crescita ESG, condivisione e pianificazione.

Anche quest'anno nel corso del focus group, siamo riusciti anche a ricavare del tempo per discutere con gli stakeholder del nostro territorio e della comunità, senza seguire una traccia predefinita. Ci piace sottolineare con piacere che anche in questa occasione quel momento di discussione libera ci ha permesso di comprendere che il livello di partecipazione e consapevolezza dei benefici comuni che stiamo portando avanti, ci vede molto allineati con i nostri stakeholder. Siamo convinti che questo allineamento valoriale sia fondamentale per la buona riuscita di tutto il progetto Everywhere.



Il focus group con gli stakeholder

Durante la giornata, ci siamo dedicati essenzialmente a gettare le basi e i principi della nostra collaborazione:



EQUILIBRIO

Promuovere percorsi di formazione all'equilibrio in tutte le accezioni.



COOPERAZIONE

Impegnarsi a sviluppare cooperazioni vincenti in modo da garantire un network di servizi a sostegno della vita privata partendo dall'ascolto attivo di tutti gli stakeholder.



INNOVAZIONE

Costruire innovazione a tutti i livelli (culturale, tecnologica, di prodotto e di processo) e promuoverla al fine di renderla accessibile e inclusiva.



SALUTE E BENESSERE

Promuovere iniziative e servizi per il 2025 rivolti a prevenzione, sensibilizzazione e divulgazione.



CREATIVITÀ

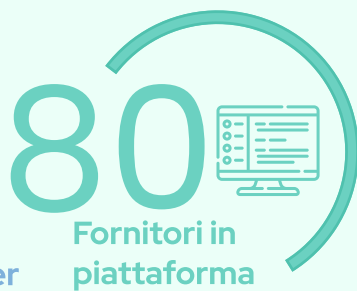
Favorire opportunità e occasioni per coltivare le potenzialità personali e generare valore.

Al termine dei lavori, è stato definito un action plan per il 2025, che ci permetterà di portare avanti i temi del:

- 1 CONTESTO - ASSESSMENT - ANALISI BISOGNI
- 2 PROGETTAZIONE ATTIVITÀ E DEFINIZIONE STRUMENTI
- 3 PROGETTO PILOTA (MODELLO)
- 4 RACCOLTA RISULTATI E CONDIVISIONE
- 5 DIFFUSIONE MODELLO IN PIU' CONTESTI

**I numeri
Everywhere
del 2024 e le
nuove attività**

06



Le nuove attività

Nel corso del 2024 Everywhere SB ha ulteriormente arricchito la propria offerta e rafforzato il proprio impegno sociale e ambientale grazie alle seguenti iniziative:

- ✔ **Partnership con I Borghi più belli d'Italia** per valorizzare i territori e offrire esperienze di smart working uniche in contesti di pregio culturale e naturalistico.
- ✔ Nuovi fornitori: **Fluente Languages** per promuovere l'inclusività linguistica e **DotWords** per l'accessibilità in piattaforma di persone audiolese, migliorando l'esperienza dei nostri utenti e clienti.
- ✔ **Accordo con la rete di coworking Not Only Desk** per ampliare la disponibilità di spazi di lavoro innovativi e inclusivi in tutta Italia e in Europa.
- ✔ **Lancio del Podcast di Everywhere** dedicato al benessere aziendale, con esperti e testimonianze su smart working, salute mentale e work-life balance.
- ✔ Ingresso del **Comune di Crispiano** nella rete Everywhere Italia Smart Working Place, rafforzando il nostro impegno verso i Comuni Sostenibili.
- ✔ **Sviluppo e lancio della nuova piattaforma digitale**, che sarà implementata con attenzione all'accessibilità, garantendo un'esperienza inclusiva per tutte le persone.
- ✔ **Partnership con Comunità di Pratica di Coach** con evento inaugurale il 18 giugno 2024 dedicato alla sostenibilità e alla crescita personale.
- ✔ **Organizzazione di un importante evento per i fornitori della piattaforma** il 31 maggio 2024, volto a rafforzare la rete e condividere buone pratiche.
- ✔ **Introduzione del servizio Scalapay** di rateizzazione dei pagamenti per i nostri clienti, per rendere ancora più accessibili i nostri servizi e favorire la flessibilità economica.

La matrice del bene Comune e gli standard GRI

07

La matrice del bene Comune e gli standard GRI

Everywhere ha condotto, in autovalutazione, la valutazione prevista dal Manuale EBC per la matrice ottenendo i seguenti risultati. Il dettaglio e il collegamento degli stessi vengono poi riportati nel cap. 8 sui vari asset d'impresa. Per comprendere cosa sia la valutazione condotta con la Matrice del Bene Comune, abbiamo inserito in nota metodologica una breve descrizione.

MATRICE DEL BENE COMUNE

Azienda: Everywhere SB s.r.l.; Anno di riferimento: 2024

Somma Bilancio: 193 di 1000 punti

ECONOMY
FOR THE COMMON GOOD
An economic model for the future

Valori ► Gruppi d'interesse ▼	Dignità umana	Solidarietà & giustizia	Sostenibilità ambientale	Trasparenza & cogestione
A: Fornitori	A1: La dignità umana lungo la catena di fornitura	A2: Solidarietà e giustizia nella catena di fornitura	A3: Sostenibilità ecologica nella catena di fornitura	A4: Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la catena di fornitura
	6 di 56 10 %	6 di 56 10 %	6 di 56 10 %	4 di 28 20 %
B: Proprietari & partner finanziari	B1: Atteggiamento etico nell'impiego di fondi	B2: Atteggiamento sociale nell'impiego di fondi	B3: Investimenti socio-ecologici e impiego dei fondi	B4: Proprietà e condivisione delle decisioni
	4 di 56 10 %	0 di 28 0 %	4 di 83 10 %	3 di 28 10 %
C: Collaboratori	C1: La dignità umana sul posto di lavoro	C2: Welfare aziendale, retribuzione e organizzazione del lavoro	C3: Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori	C4: Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda
	33 di 56 60 %	30 di 56 50 %	7 di 56 10 %	9 di 28 30 %
D: Clienti & concorrenti	D1: Relazioni etiche con la clientela	D2: Cooperazione e solidarietà con i concorrenti	D3: Conseguenze ecologiche dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi	D4: Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti
	8 di 56 20 %	8 di 56 20 %	11 di 56 20 %	17 di 83 20 %
E: Contesto sociale	E1: Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società	E2: Contributo per la collettività	E3: Riduzione delle conseguenze ecologiche	E4: Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni
	17 di 56 30 %	1 di 28 10 %	11 di 56 20 %	8 di 28 30 %

Per mostrare quale impatto abbiano i servizi di Everywhere sulle organizzazioni che scelgono di avvalersene, abbiamo collegato i nostri impatti alle schede del GRI, alle schede del nuovo standard europeo ESRS e agli indici BES elaborati dall'Istat. Le specifiche serie di dati di impatto sono descritte nelle tabelle al capitolo 8. Quella che segue è una infografica di sintesi.

La matrice del bene Comune e gli standard GRI



Coworking per creare networking e diminuire le distanze reali

Indicatore BES – Soddisfazione per il lavoro svolto

Indicatore BES – Occupati che lavorano da casa



Formazione per un team al passo con il mondo del lavoro

GRI 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente

ESRS S1 - Forza lavoro propria; Sottotema 13 - Formazione e sviluppo delle competenze

Indicatore BES – Partecipazione alla formazione continua



Strutture ricettive adatte al lavoro ibrido

Indicatore BES – Soddisfazione per il lavoro svolto

Indicatore BES – Occupati che lavorano da casa

Indicatore BES - Erosione dello spazio rurale da dispersione urbana

Indicatore BES - Erosione dello spazio rurale da abbandono

Indicatore BES - Insoddisfazione per il paesaggio del luogo di vita



Servizi per il benessere del team e individuali

GRI 403-6 (B) Promozione della salute dei lavoratori

ESRS S1 - Forza lavoro propria; Sottotema 15 - Equilibrio tra vita professionale e vita privata

Indicatore BES – Alimentazione

Indicatore BES – Soddisfazione per il lavoro svolto



Esperienze utili ad esplorare la cultura del territorio

GRI 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente

ESRS S1 - Forza lavoro propria; Sottotema 13 - Formazione e sviluppo delle competenze

Indicatore BES – Partecipazione alla formazione continua

Indicatore BES - Erosione dello spazio rurale da dispersione urbana

Indicatore BES - Erosione dello spazio rurale da abbandono

Indicatore BES - Insoddisfazione per il paesaggio del luogo di vita

Il nostro piano strategico per la sostenibilità

08

Il nostro piano strategico per la sostenibilità

Il presente **disegno strategico della società** vuole essere rappresentativo del nostro approccio sistemico alla sostenibilità.

Ogni capitale dell'impresa è stato mappato e collegato a tutti gli standard necessari per poterne misurare gli effetti di medio e lungo periodo. La logica sottesa e la metodologia adottata rendono questo lavoro interoperabile, nel futuro, con: reporting di sostenibilità (ESRS), valutazione di impatto società benefit, GRI, Economia del Bene Comune, indici BES elaborati dall'Istat, ma non solo. Questo tipo di esemplificazione schematica permette di connettere obiettivi e benefici comuni all'analisi di materialità condotta da Everywhere con i suoi stakeholder. **Gli indicatori riportati nelle schede rappresentano un compendium per il modello di misurazione che evolverà nel futuro.** Nei primi anni adotteremo una semplificazione nella misurazione (solo i kpi indispensabili) necessaria alla coerenza con le nostre dimensioni e modello di sviluppo del business.



8.1 Capitale Finanziario

Capitale Finanziario					IMPATTO/ BENEFICIO COMUNE Ampliare il progetto, crescendo sia attraverso nuovi fondi che attraverso l'acquisizione di nuovi clienti. Rendere scalabile il progetto.
TEMI RILEVANTI	INPUT	ATTIVITÀ	OUTPUT	OUTCOME	
Ricerca investitori	Stilare un elenco di potenziali investitori. Presentare il progetto e formalizzare una richiesta.	Identificare potenziali investitori, contatti personali dei componenti del team	Ingresso di nuovi capitali	Aumento dell'investimento e delle risorse finanziarie	
Accesso a bandi di finanziamento	Ricercare costantemente bandi e partecipare	Identificazione e valutazione dei bandi			
Acquisizione grandi clienti	Organizzazione di incontri con potenziali clienti. Creare proposte di valore per i già clienti.	Mantenere relazioni con i clienti. Identificazione di potenziali clienti	Contratti formalizzati	Acquisizione e mantenimento di gruppi e multinazionali	
Finanziamento soci	Organizzazione di incontri tra soci	Gestione e monitoraggio del finanziamento soci	Sistema di monitoraggio delle risorse finanziarie	Gestione finanziaria improntata alla corretta allocazione delle risorse	
Monitoraggio copertura costi personale	Creazione di report mensili	Analizzare e monitorare i costi			



8.1.1 Descrizione dell'asset e dell'impatto generato

Per EW la gestione oculata del capitale finanziario è fondamentale per garantire la stabilità e la sostenibilità finanziaria nel lungo termine. Ai fini del beneficio comune la solidità dell'azienda è premessa di sostegno a tutte le azioni di impatto.

L'impatto generato e rappresentato nella TOC in figura 1 è collegato al beneficio comune "Ampliamento del progetto EW e della sua scalabilità" che prevede nel breve e medio periodo (2-3 anni) di:

- Aumentare gli investimenti e la crescita delle risorse finanziarie
- Acquisire e mantenere gruppi e multinazionali nel parco clienti
- Rendere efficace la gestione finanziaria grazie alla corretta allocazione delle risorse

8.1.2 Indicatori di output e outcome

	Indicatori	2024	2025	2026
Output	<ul style="list-style-type: none"> • % valore nuovi capitali • n. contratti formalizzati (partnership e vendite) • Tendenze indicatrici finanziarie trimestrali/quadrimestrali 	- 10 -		
Outcome	<ul style="list-style-type: none"> • % aumento investimento e risorse finanziarie • n. acquisizioni gruppi e multinazionali • Delta acquisizioni/cessazioni • Performance economico-finanziaria 	44% 1 - -		

8.1.3 Collegamento Matrice del Bene Comune

(*) EW è in fase di sviluppo, pertanto alcuni temi della matrice non possono ancora essere valutati, mentre sugli altri l'azienda è ai primi passi con forte tensione al miglioramento nel prossimo triennio

Tema Matrice EBC

B1 – Finanziamento etico dell'impresa	10%
B2 – Approccio equo e solidale all'utilizzo degli utili	*
B3 – Investimenti socio ambientali e impegno degli utili	10%
B4 – Proprietà e condivisione delle decisioni	10%

Punteggio ottenuto in autovalutazione

10%
*
10%
10%

8.2 Capitale Produttivo

Capitale Produttivo					
TEMI RILEVANTI	INPUT	ATTIVITÀ	OUTPUT	OUTCOME	IMPATTO/ BENEFICIO COMUNE Impegno verso un modello organizzativo innovativo, partecipativo e sostenibile, che generi valore per tutti gli stakeholder di Everywhere.
Digitalizzazione dei processi relativi al benessere delle persone nei contesti lavorativi/organizzati (piattaforma)	Database fornitori (programmi di fitness, consulenze psicologiche online e strumenti di gestione dello stress)	Sviluppo di soluzioni digitali per migliorare il work-life balance dei lavoratori	Registrazione dei fornitori	Rafforzamento del concetto di innovazione contenuto nei servizi che offriamo.	
Computer e piattaforme di terzi	Migliorare l'efficienza operativa e la comunicazione interna ed esterna		Convalida e acquisizione di nuovi metodi e strumenti	Ottimizzazione della produttività	
Modello di società smart, orizzontale e innovativa (società benefit)	Introduzione di un processo decisionale partecipato e trasparente che coinvolga tutti gli stakeholder	Orientare le decisioni aziendali verso impatti positivi su dipendenti, comunità e ambiente.	Sviluppo di un ambiente collaborativo	Aumento della fiducia e dell'engagement di tutti gli stakeholder	
Ambienti di lavoro innovativi	Database di hub innovativi, coworking, territori, ecc..	Mappatura di luoghi coerenti con il modello Everywhere	Definizione di un atlante dei luoghi di lavoro smart	Diffusione a livello nazionale del modello organizzativo Everywhere	



8.2.1 Descrizione dell'asset e dell'impatto generato

La nostra value proposition prevede servizi e prodotti dedicati al benessere e alla produttività delle Aziende. EW offre soluzioni innovative di lavoro e di crescita personale e professionale, in un contesto di territori dall'alto potenziale culturale, sociale e naturalistico. Dal 2022 EW si impegna nelle seguenti attività legate al capitale produttivo dell'impresa:

- Sviluppo di soluzioni digitali per migliorare il work-life balance dei lavoratori
- Orientare le decisioni aziendali verso impatti positivi su dipendenti, comunità e ambiente
- Mappare luoghi coerenti con il modello Everywhere

L'impatto generato e rappresentato nella TOC in figura 2 è collegato al beneficio comune "Impegno verso un modello organizzativo innovativo, partecipativo e sostenibile, che generi valore per tutti gli stakeholder di EW" che prevede nel breve e medio periodo (2-3 anni):

- Rafforzamento del concetto di innovazione contenuto nei servizi che vengono offerti
- Ottimizzazione della produttività (in termini di efficacia ed efficienza)
- Aumento della fiducia e dell'engagement di tutti gli stakeholder
- Diffusione a livello nazionale del modello organizzativo EW

8.2 Capitale Produttivo

8.2.2 Indicatori di output e outcome e collegamento con GRI ed ESRS

	Indicatori	2024	2025	2026
Output	<ul style="list-style-type: none"> • % di aumento delle registrazioni dei fornitori • % nuovi metodi e strumenti introdotti a catalogo • % di gradimento dei metodi e degli strumenti • % di interazioni fra i collaboratori (n. team multifunzionali e rotazioni) 	60 70 80 90		
Outcome	<ul style="list-style-type: none"> • Indicatori brand identity (innovazione) • Trend di riduzione dei tempi di realizzazione del servizio; trend di miglioramento del gradimento del servizio; riduzione dei costi in termini di sprechi o disservizi • % repliche indipendenti di utilizzo dei servizi; % passaparola • Trend di aumento dei servizi sul territorio nazionale per tipologia 	40% medio-alti alte in crescita		
GRI 400 Social				
403-6 (B)	<ul style="list-style-type: none"> • Promozione della salute dei lavoratori 	✓		
404 - 1	<ul style="list-style-type: none"> • Ore medie di formazione annua per dipendente 	60		
404 - 2A	<ul style="list-style-type: none"> • Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti 	✓		
413 - 1	<ul style="list-style-type: none"> • Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo 	✓		
414 - 1	<ul style="list-style-type: none"> • Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali 	✓		
GRI 403-6 (B) Promozione della salute dei lavoratori				
	<ul style="list-style-type: none"> • Descrizione di qualsiasi servizio o programma di promozione della salute offerto dall'organizzazione volontariamente ai propri lavoratori per affrontare i principali rischi per la salute anche non connessi al lavoro, tra cui un dettaglio dei rischi specifici trattati, e di come l'organizzazione faciliti l'accesso dei lavoratori a tali servizi e programmi. 		Accesso a sessioni di coaching e professionisti	
	<ul style="list-style-type: none"> • Ridurre la mortalità prematura da malattie non trasmissibili attraverso la prevenzione e il trattamento e promuovere il benessere e la salute mentale; 	✓		
	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi e i programmi volontari volti ad affrontare i principali rischi sanitari, tra cui le abitudini alimentari malsane. 	✓		
ESRS S1 - Forza lavoro propria				
Sottotema 13 - Formazione e sviluppo delle competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Percentuale di dipendenti che hanno partecipato a revisioni periodiche delle prestazioni e dello sviluppo della carriera; tali informazioni sono ripartite per genere • numero medio di ore di formazione per dipendente e per genere 	- 50h/annue, non in relazione al genere		

Il 2024 ha rappresentato per noi il banco di prova sul mercato reale e questo ci ha consentito di inserire i primi indicatori di output e outcome, come indicato in tabella.

8.2 Capitale Produttivo

8.2.3 Collegamento con la Matrice del Bene Comune

(*) EW è in fase di sviluppo, pertanto alcuni temi della matrice non possono ancora essere valutati, mentre sugli altri l'azienda è ai primi passi con forte tensione al miglioramento nel prossimo triennio

Tema Matrice EBC	Punteggio ottenuto in autovalutazione
E1 Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società	30%
E2 Contributo per la collettività	10%
E3 Riduzione delle conseguenze ecologiche	20%
E4 Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni	30%
D4 Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti	20%

8.2.4 Collegamento con gli indicatori BES prodotti dall'Istat

Indicatore BES – Soddisfazione per il lavoro svolto

Descrizione ISTAT

Percentuale di occupati che hanno espresso un punteggio medio di soddisfazione tra 8 e 10 per i seguenti aspetti del lavoro svolto: guadagno, opportunità di carriera, numero di ore lavorate, stabilità del posto, distanza casa-lavoro, interesse per il lavoro.

Questo indicatore vuole cogliere gli aspetti soggettivi del benessere lavorativo, indagando la percezione di insicurezza nella perdita dell'occupazione e la soddisfazione per il lavoro. Molti studi hanno adottato la job satisfaction come ragionevole proxy per stimare la complessiva qualità del lavoro percepita dai lavoratori.

Secondo questi studi la soddisfazione del lavoro risulta un buon predittore dei comportamenti dei lavoratori: dalle dimissioni, all'assenteismo, alla produttività.

Indicatore BES – Occupati che lavorano da casa

Descrizione ISTAT

Percentuale di occupati che hanno svolto il loro lavoro da casa nelle ultime 4 settimane sul totale degli occupati.

Conciliazione dei tempi di lavoro e di vita. Questa dimensione è volta a indagare la gestione dei tempi di lavoro e di vita in relazione agli impegni familiari. La compatibilità tra l'occupazione delle donne e la loro funzione riproduttiva è un obiettivo cruciale delle politiche del lavoro. La qualità dell'occupazione di un paese si misura anche sulla possibilità che le donne con figli riescano a conciliare i lavori di cura familiare con il lavoro retribuito.

8.3 Capitale intellettuale

Capitale Intellettuale					IMPATTO/ BENEFICIO COMUNE Creare un ecosistema che si sviluppi attraverso la sostenibilità, la responsabilità sociale e la valorizzazione delle risorse umane e territoriali, generando impatti positivi a livello economico, sociale e ambientale.
TEMI RILEVANTI	INPUT	ATTIVITÀ	OUTPUT	OUTCOME	
Servizi orientati al benessere (benessere mentale, fisico e relazionale)	Ricerca, selezione e comunicazione dei servizi	Creazione di programmi ed esperienze legate al benessere	Portafoglio di servizi well-being	Well-being	
Italia Smart Working Place (valorizzazione dei territori)	Identificazione delle esigenze e opportunità dei territori	Creazione di eventi itineranti	Coinvolgimento della comunità, incremento della rete	Stimolazione delle economie locali	
Valorizzazione delle persone	Creazione di piani di formazione personalizzati e team building	Crescita e coinvolgimento	Incremento delle soft e hard skills	Aumento del livello di soddisfazione	
Team eterogeneo per competenze ed età	Attività di confronto e condivisione	Coesione del team	Miglioramento dinamiche del team	Ambiente di lavoro più sano e motivante; Organizzazione più efficiente	



8.3.1 Descrizione dell'asset e dell'impatto generato

L'asset intellettuale per EW è fortemente strategico perché riguarda la capacità del proprio team di modellizzare e progettare strumenti sempre più rispondenti alle esigenze di benessere delle persone e delle aziende.

L'impatto generato e rappresentato nella TOC in figura 3 è collegato al beneficio comune "Creare un ecosistema che si sviluppi attraverso la sostenibilità, la responsabilità sociale e la valorizzazione delle risorse umane e territoriali, generando impatti positivi a livello economico, sociale e ambientale" che prevede nel breve e medio periodo (2-3 anni) di:

- Creare programmi ed esperienze legate al benessere
- Creare eventi itineranti
- Favorire la crescita e il coinvolgimento tramite la formazione
- Favorire la coesione del team

8.3.2 Indicatori di output e outcome

	Indicatori	2024	2025	2026
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Trend % di aumento del portafoglio dei servizi • Trend % di aumento delle adesioni alla rete • Verifiche di apprendimento/miglioramento skills sui corsi • Analisi performance 	in crescita in crescita ✓ ✓		
Outcome	<ul style="list-style-type: none"> • Interviste strutturate e semi strutturate a beneficiari e ruoli chiave dei processi • Analisi di clima • Audit di andamento dei processi e loro frequenza di revisione 	✓ ✓ ✓		

8.3 Capitale intellettuale

Tema EBC	Punteggio ottenuto in autovalutazione
E2 Contributo per la collettività	10%
C1 La dignità umana sul posto di lavoro	60%
C2 Welfare aziendale, retribuzione e organizzazione del lavoro	50%
C4 Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda	30%

(In celeste e verde: presenti anche su asset **umano** e **produttivo**)

8.3.4 Collegamento con gli indicatori BES prodotti dall'Istat

Indicatore BES – Soddisfazione per il lavoro svolto

Descrizione ISTAT

Percentuale di occupati che hanno espresso un punteggio medio di soddisfazione tra 8 e 10 per i seguenti aspetti del lavoro svolto: guadagno, opportunità di carriera, numero di ore lavorate, stabilità del posto, distanza casa-lavoro, interesse per il lavoro.

Questo indicatore vuole cogliere gli aspetti soggettivi del benessere lavorativo, indagando la percezione di insicurezza nella perdita dell'occupazione e la soddisfazione per il lavoro. Molti studi hanno adottato la job satisfaction come ragionevole proxy per stimare la complessiva qualità del lavoro percepita dai lavoratori. Secondo questi studi la soddisfazione del lavoro risulta un buon predittore dei comportamenti dei lavoratori: dalle dimissioni, all'assenteismo, alla produttività.

Indicatore BES – Occupati che lavorano da casa

Descrizione ISTAT

Percentuale di occupati che hanno svolto il loro lavoro da casa nelle ultime 4 settimane sul totale degli occupati. Conciliazione dei tempi di lavoro e di vita. Questa dimensione è volta a indagare la gestione dei tempi di lavoro e di vita in relazione agli impegni familiari. La compatibilità tra l'occupazione delle donne e la loro funzione riproduttiva è un obiettivo cruciale delle politiche del lavoro. La qualità dell'occupazione di un paese si misura anche sulla possibilità che le donne con figli riescano a conciliare i lavori di cura familiare con il lavoro retribuito.

Indicatore BES - Partecipazione alla formazione continua

Descrizione ISTAT

Percentuale di persone di 25-64 anni che hanno partecipato ad attività di istruzione e formazione nelle 4 settimane precedenti l'intervista sul totale delle persone di 25-64 anni

Formazione continua. Le persone continuano ad acquisire competenze durante tutto l'arco della vita, in particolare al lavoro ma anche attraverso le attività svolte nel tempo libero. La partecipazione degli adulti ad attività formative è un elemento importante di miglioramento delle proprie competenze.

Indicatore BES - Erosione dello spazio rurale da dispersione urbana

Descrizione ISTAT

Incidenza percentuale delle regioni agrarie interessate dal fenomeno sul totale della superficie regionale.

Indicatore BES - Erosione dello spazio rurale da abbandono

Descrizione ISTAT

Incidenza percentuale delle regioni agrarie interessate dal fenomeno sul totale della superficie regionale.

Indicatore BES - Insoddisfazione per il paesaggio del luogo di vita

Descrizione ISTAT

Percentuale di persone di 14 anni e più che dichiarano che il paesaggio del luogo di vita è affetto da evidente degrado sul totale delle persone di 14 anni e più.

8.4 Capitale umano

Capitale Umano					
TEMI RILEVANTI	INPUT	ATTIVITÀ	OUTPUT	OUTCOME	IMPATTO/ BENEFICIO COMUNE Migliorare complessivamente il benessere dei dipendenti porta ad un aumento della produttività. Accrescere l'efficienza organizzativa per arrivare ad un successo commerciale ad una migliore reputazione per Everywhere.
Formazione/esperienza sui temi management e digitalizzazione	Identificazione delle competenze chiave richieste	Creazione di programmi di formazione e sviluppo	Incremento delle competenze	Maggiore produttività Team più qualificati e più affiatati	
Crescita e consolidamento del team			Team più consolidato e motivato		
Attenzione al Work-Life Balance	Raccolta dati (attraverso interviste, osservatori ..)	Introduzione di iniziative legate al WLB	Report sul feedback delle persone riguardo al WLB	Consapevolezza e conoscenza del tema	
Defocalizzazione di parte del team dal progetto	Analisi delle esigenze delle persone	Definizione delle responsabilità e implementazione di un sistema di deleghe	Incremento dell'efficienza operativa	Ottimizzazione delle risorse per raggiungimento degli obiettivi	
Team incompleto (Commerciale, amministrativo)	Identificazione delle competenze per i ruoli mancanti	Ricerca del personale	Recruiting		



8.4.1 Descrizione dell'asset e dell'impatto generato

L'asset umano per EW è fondamentale perché riguarda le persone che costituiscono EW. Si riferisce alla somma delle competenze, delle conoscenze, delle abilità, delle esperienze e delle qualità personali possedute da individui o gruppi di individui, che possono essere utilizzate per creare valore economico o sociale.

L'impatto generato e rappresentato nella TOC in figura 4 è collegato al beneficio comune "Migliorare complessivamente il benessere dei dipendenti porta ad un aumento della produttività. Accresce l'efficienza organizzativa per arrivare ad un successo commerciale e ad una migliore reputazione per EW" che prevede nel breve e medio periodo (2-3 anni) di:

- Creare programmi di formazione e sviluppo
- Introdurre iniziative legate al WLB
- Definire le responsabilità e implementare un sistema di deleghe
- Ricercare nuovo personale

8.4 Capitale umano

8.4.2 Indicatori di output e outcome

	Indicatori	2024	2025	2026
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Verifiche sulle competenze periodiche individuali • Analisi andamento performance • Miglioramento delle performance • Turnover e retention 	✓		
Outcome	<ul style="list-style-type: none"> • Analisi di clima • Analisi andamento performance di team • Miglioramento delle performance di team 	✓		

GRI 400 Social

401-2	<ul style="list-style-type: none"> • Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato 	✓		
403 - 6 (B)	<ul style="list-style-type: none"> • Promozione della salute dei lavoratori 	✓		
404 - 1	<ul style="list-style-type: none"> • Ore medie di formazione annua per dipendente 	50		
404 - 2A	<ul style="list-style-type: none"> • Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti 	✓		
413 - 1	<ul style="list-style-type: none"> • Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo 	✓		
414 - 1	<ul style="list-style-type: none"> • Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali 			

GRI 403-6 (B) Promozione della salute dei lavoratori

	<ul style="list-style-type: none"> • Descrizione di qualsiasi servizio o programma di promozione della salute offerto dall'organizzazione volontariamente ai propri lavoratori per affrontare i principali rischi per la salute anche non connessi al lavoro, tra cui un dettaglio dei rischi specifici trattati, e di come l'organizzazione faciliti l'accesso dei lavoratori a tali servizi e programmi. 	Accesso a sessioni di coaching e professionisti		
	<ul style="list-style-type: none"> • Ridurre la mortalità prematura da malattie non trasmissibili attraverso la prevenzione e il trattamento e promuovere il benessere e la salute mentale; 	✓		
	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi e i programmi volontari volti ad affrontare i principali rischi sanitari, tra cui le abitudini alimentari malsane. 	✓		

ESRS S1 - Forza lavoro propria

Sottotema 13 - Formazione e sviluppo delle competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Percentuale di dipendenti che hanno partecipato a revisioni periodiche delle prestazioni e dello sviluppo della carriera; tali informazioni sono ripartite per genere • numero medio di ore di formazione per dipendente e per genere 	-	50h/annue, non in relazione al genere	
--	--	---	---------------------------------------	--

8.4 Capitale umano

8.4.3 Collegamento con la Matrice del Bene Comune

Tema EBC	Punteggio ottenuto in autovalutazione
C1 La dignità umana sul posto di lavoro	60%
C2 Welfare aziendale, retribuzione e organizzazione del lavoro	50%
C4 Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda	30%

8.4.4 Collegamento con gli indicatori BES prodotti dall'Istat

Indicatore BES – Soddisfazione per il lavoro svolto

Descrizione ISTAT

Percentuale di occupati che hanno espresso un punteggio medio di soddisfazione tra 8 e 10 per i seguenti aspetti del lavoro svolto: guadagno, opportunità di carriera, numero di ore lavorate, stabilità del posto, distanza casa-lavoro, interesse per il lavoro.

Questo indicatore vuole cogliere gli aspetti soggettivi del benessere lavorativo, indagando la percezione di insicurezza nella perdita dell'occupazione e la soddisfazione per il lavoro. Molti studi hanno adottato la job satisfaction come ragionevole proxy per stimare la complessiva qualità del lavoro percepita dai lavoratori. Secondo questi studi la soddisfazione del lavoro risulta un buon predittore dei comportamenti dei lavoratori: dalle dimissioni, all'assenteismo, alla produttività.

Indicatore BES – Occupati che lavorano da casa

Descrizione ISTAT

Percentuale di occupati che hanno svolto il loro lavoro da casa nelle ultime 4 settimane sul totale degli occupati. Conciliazione dei tempi di lavoro e di vita. Questa dimensione è volta a indagare la gestione dei tempi di lavoro e di vita in relazione agli impegni familiari. La compatibilità tra l'occupazione delle donne e la loro funzione riproduttiva è un obiettivo cruciale delle politiche del lavoro. La qualità dell'occupazione di un paese si misura anche sulla possibilità che le donne con figli riescano a conciliare i lavori di cura familiare con il lavoro retribuito.

8.5 Capitale relazionale

Capitale Relazionale					
TEMI RILEVANTI	INPUT	ATTIVITÀ	OUTPUT	OUTCOME	IMPATTO/ BENEFICIO COMUNE
Partnership con fornitori di servizi (benessere; crescita professionale e personale)	Comunicazione (annunci, post, interviste, ecc)	Creazione di programmi di formazione e sviluppo	Contratti formalizzati	Ricchezza dei servizi che risponda al why	IMPATTO/ BENEFICIO COMUNE Diffondere nelle aziende la cultura del benessere relazionale fisico dei lavoratori e delle lavoratrici. Valorizzare i luoghi dall'alto potenziale culturale, sociale e naturalistico, per generare un'economia sostenibile attraverso residenze di lavoro <smart>
Partnership con reti professionali nel mondo HR	Budget dedicato; selezione e pianificazione	Introduzione di iniziative legate al WLB	Contratti di partnership	Ingresso nell'albo fornitori di grandi aziende	
Relazioni professionali esterne di ciascun membro del team	Database di contatti e relazioni fiduciarie	Definizione delle responsabilità e implementazione di un sistema di deleghe	Mappa delle relazioni fiduciarie con gli stakeholder	Prototipazione dei servizi nel nostro spazio	
Sede in un hub innovativo	Coworking, spazio eventi e piattaforma digitale	Partecipazione ad eventi dell'hub			



8.5.1 Descrizione dell'asset e dell'impatto generato

L'asset relazionale per EW è fondamentale e strategico perché si riferisce al valore delle relazioni e delle connessioni che l'organizzazione ha con altri attori nel contesto sociale ed economico, si cui vuole generare la maggior parte dei benefici comuni e degli impatti positivi.

L'impatto generato e rappresentato nella TOC in figura 5 è collegato a due benefici comuni:

1. "Diffondere nelle aziende la cultura del benessere relazionale e fisico dei lavoratori e delle lavoratrici."
2. "Valorizzare i luoghi dall'alto potenziale culturale, sociale e naturalistico, per generare un'economia sostenibile attraverso residenze di lavoro smart"

Pertanto, EW prevede nel breve e medio periodo (2-3 anni) di:

- Attivare un processo di scouting per aumentare le partnership a tutti i livelli
- Partecipare a fiere/eventi legati alle community HR
- Svolgere attività di fidelizzazione di tutti gli stakeholder
- Partecipare ad eventi dell'Hub Macnil

8.5.2 Indicatori di output e outcome

	Indicatori	2024	2025	2026
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Trend aumento % n. contratti formalizzati con gli stakeholder • Trend aumento % n. contratti formalizzati con i partner • Presenza di una mappa delle relazioni fiduciarie 	in crescita	in crescita	-
Outcome	<ul style="list-style-type: none"> • Trend % aumento servizi purpose driven • Tend % aumento servizi purpose driven • Presenza servizio di prototipazione 	-	in crescita	-

8.5 Capitale relazionale

8.5.3 Collegamento con la Matrice del Bene Comune

(*) EW è in fase di sviluppo, pertanto alcuni temi della matrice non possono ancora essere valutati, mentre sugli altri l'azienda è ai primi passi con forte tensione al miglioramento nel prossimo triennio

Tema EBC	Punteggio ottenuto in autovalutazione
A1 La dignità umana lungo la catena di fornitura	10%
A2 Solidarietà e giustizia nella catena di fornitura	10%
A4 Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la catena di fornitura	20%
D1 Relazioni etiche con la clientela	20%
D2 Cooperazione e solidarietà con i concorrenti	20%
D3 Conseguenze ecologiche dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi	20%
D4 Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti	20%

8.5.4 Collegamento con gli indicatori BES prodotti dall'Istat

Indicatore BES – Soddisfazione per il lavoro svolto

Descrizione ISTAT

Percentuale di occupati che hanno espresso un punteggio medio di soddisfazione tra 8 e 10 per i seguenti aspetti del lavoro svolto: guadagno, opportunità di carriera, numero di ore lavorate, stabilità del posto, distanza casa-lavoro, interesse per il lavoro.

Questo indicatore vuole cogliere gli aspetti soggettivi del benessere lavorativo, indagando la percezione di insicurezza nella perdita dell'occupazione e la soddisfazione per il lavoro. Molti studi hanno adottato la job satisfaction come ragionevole proxy per stimare la complessiva qualità del lavoro percepita dai lavoratori.

Secondo questi studi la soddisfazione del lavoro risulta un buon predittore dei comportamenti dei lavoratori: dalle dimissioni, all'assenteismo, alla produttività.

Indicatore BES - Erosione dello spazio rurale da dispersione urbana

Descrizione ISTAT

Incidenza percentuale delle regioni agrarie interessate dal fenomeno sul totale della superficie regionale.

Indicatore BES - Erosione dello spazio rurale da abbandono

Descrizione ISTAT

Incidenza percentuale delle regioni agrarie interessate dal fenomeno sul totale della superficie regionale.

Indicatore BES - Insoddisfazione per il paesaggio del luogo di vita

Descrizione ISTAT

Percentuale di persone di 14 anni e più che dichiarano che il paesaggio del luogo di vita è affetto da evidente degrado sul totale delle persone di 14 anni e più.

8.6 Capitale naturale

Capitale Naturale					
TEMI RILEVANTI	INPUT	ATTIVITÀ	OUTPUT	OUTCOME	IMPATTO/ BENEFICIO COMUNE Informare e formare alla sostenibilità ambientale, portando a una maggiore efficienza operativa, riducendo le emissioni e avendo a cuore un impatto positivo sull'ambiente.
Partnership per lo sviluppo di servizi finalizzati alla sostenibilità dei territori (ambientale)	Database di organizzazioni	Monitoraggio dell'impatto ambientale	Rapporti periodici sull'impatto ambientale generato dalle partnership	Sensibilizzare sull'impatto ambientale	
Emissioni ridotte dallo smart working	Ricerca dati, università, centri di ricerca	Definire quanto i nuovi modelli organizzativi impattano sull'ambiente	Report periodico divulgativo sull'impatto ambientale		
Sede in un edificio energeticamente autonomo	Implementazione di misure di risparmio energetico	Valutazione dell'efficienza energetica del building	Implementazione di un sistema di gestione digitale dei documenti	Contribuire al miglioramento dell'efficienza energetica e dell'impatto ambientale	
Digitalizzazione dei processi (paperless)	Analisi delle esigenze; Formazione del personale	Trasformazione digitale dei processi			



8.6.1 Descrizione dell'asset e dell'impatto generato

L'asset naturale per EW è importante e strategico perché l'azione di EW si svolge nei contesti e nei luoghi che possono generare benessere alle persone e alle imprese, quindi nei territori. Si riferisce alla gamma di risorse naturali e servizi ecosistemici forniti dalla natura che sono utilizzati dalle persone per il loro benessere e per sostenere l'economia.

L'impatto generato e rappresentato nella TOC in figura 6 è collegato al seguente beneficio comune:

- Informare e formare alla sostenibilità ambientale, portando a una maggiore efficienza operativa, riducendo le emissioni e avendo a cuore un impatto positivo sull'ambiente.

Pertanto, EW prevede nel breve e medio periodo (2-3 anni) di:

- Monitorare l'impatto ambientale propriamente detto
- Definire quanto i nuovi modelli organizzativi sviluppati impattano sull'ambiente
- Valutare l'efficacia energetica del building (fonte dati Macnil)
- Digitalizzare i processi

8.6 Capitale naturale

	Indicatori	2024	2025	2026
Output	• Presenza di un rapporto periodico sull'impatto ambientale generato dalle partnership	-		
	• Presenza di un report periodico divulgativo sull'impatto ambientale	-		
	• Presenza di un sistema di gestione documentale digitalizzato	✓		
Outcome	• Contributo % alla riduzione delle emissioni di Co2	-		
	• Trend di aumento della conoscenza dei temi sull'impatto ambientale da parte dei partner e della comunità (survey dedicate)	in crescita		
	• Trend % di riduzione dell'impatto energetico (risparmio)	in crescita		
GRI 300 Environmental				
302 - 2	• Energia consumata al di fuori dell'organizzazione	-		
302 - 4	• Riduzione del consumo di energia	✓		
308 - 1	• Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	-		

8.6.3 Collegamento con la Matrice del Bene Comune

(*) EW è in fase di sviluppo, pertanto alcuni temi della matrice non possono ancora essere valutati, mentre sugli altri l'azienda è ai primi passi con forte tensione al miglioramento nel prossimo triennio

Tema EBC	Punteggio ottenuto in autovalutazione
E3 Riduzione delle conseguenze ecologiche	20%
C3 Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori	10%
A3 Sostenibilità ecologica nella catena di fornitura	10%

8.6.4 Collegamento con gli indicatori BES prodotti dall'Istat

Indicatore BES - Erosione dello spazio rurale da dispersione urbana

Descrizione ISTAT

Incidenza percentuale delle regioni agrarie interessate dal fenomeno sul totale della superficie regionale.

Indicatore BES - Erosione dello spazio rurale da abbandono

Descrizione ISTAT

Incidenza percentuale delle regioni agrarie interessate dal fenomeno sul totale della superficie regionale.

Indicatore BES - Insoddisfazione per il paesaggio del luogo di vita

Descrizione ISTAT

Percentuale di persone di 14 anni e più che dichiarano che il paesaggio del luogo di vita è affetto da evidente degrado sul totale delle persone di 14 anni e più.

8.6 Capitale naturale

Indicatore BES – Alimentazione

Descrizione ISTAT

Proporzione standardizzata con la popolazione europea al 2013 di persone di 3 anni e più che consumano quotidianamente almeno 4 porzioni di frutta e/o verdura sul totale delle persone di 3 anni e più.

La salute rappresenta un elemento centrale nella vita e una condizione indispensabile del benessere individuale e della prosperità delle popolazioni, come documentato a livello globale dai lavori della Commissione WHO su Macroeconomics and Health (WHO 2001) e richiamato, a livello europeo, dalla Strategia di Lisbona per lo Sviluppo e il Lavoro lanciata dalla Commissione Europea nel 2000 in risposta alle sfide della globalizzazione e dell'invecchiamento. Essa ha conseguenze che impattano su tutte le dimensioni della vita dell'individuo in tutte le sue diverse fasi, modificando le condizioni di vita, i comportamenti, le relazioni sociali, le opportunità e le prospettive dei singoli e, spesso, delle loro famiglie. Via via che l'età cresce, il ruolo svolto dalla condizione di salute tende a divenire sempre più importante, fino a essere quasi esclusivo tra i molto anziani, quando il rischio di cattiva salute è maggiore e l'impatto sulla qualità della vita delle persone può essere anche molto severo.

Review obiettivi 2024 e obiettivi futuri

09

	Obiettivo 2024	Stato	Obiettivo 2025
 <p>CAPITALE FINANZIARIO: Aumentare gli investimenti e la crescita delle risorse finanziarie</p>	<ul style="list-style-type: none"> Aumento del 40% di risorse finanziarie Incremento dell'investimento sulla comunicazione del 20% (HRC) 	<p>Raggiunto e superato</p> <p>Raggiunto</p>	<p>Nel 2025 non sono previsti apporti di nuove risorse finanziarie</p> <p>Incremento dell'investimento sulla comunicazione del 30% (HRC, ADV)</p>
<p>CAPITALE PRODUTTIVO: Diffondere a livello nazionale il modello organizzativo EW</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Rilascio piattaforma Everywhere per il Wellbeing delle risorse umane nelle aziende Presentazione del modello Everywhere a N. 30 Grandi Aziende (HRC Webinar Demo live), 50 PMI, 20 Startup Stipula accordo con N. 6 Formatori di Masterclass 	<p>Raggiunto</p> <p>Raggiunto</p> <p>Raggiunto</p>	<p>Rilasci di nuove funzionalità sulla piattaforma Everywhere per il Wellbeing delle risorse umane nelle aziende; Sviluppo della versione mobile (app) della piattaforma</p> <p>Presentazione del modello Everywhere a N. 50 Grandi Aziende (HRC Webinar Demo live), 60 PMI, 30 Startup</p> <p>Stipula accordo con N. 12 Formatori di Masterclass; Stipula accordo con N. 20 Formatori di Smartplan</p>
 <p>CAPITALE INTELLETTUALE: Favorire la crescita e il coinvolgimento tramite la formazione</p>	<ul style="list-style-type: none"> Stipula accordo di Partnership con l'Associazione Borghi più belli d'Italia e Trenitalia per far crescere la rete dei territori Everywhere Realizzazione evento rivolto alle aziende: "Attrarre e motivare le persone nelle aziende" Webinar per fornitori in piattaforma EW Progettazione funzionalità aggiuntive piattaforma 	<p>Raggiunto</p> <p>Raggiunto</p> <p>Raggiunto</p> <p>Raggiunto</p>	<p>Realizzazione Eventi in Partnership con l'Associazione Borghi più belli d'Italia</p> <p>Realizzazione evento rivolto alle aziende: "Il ruolo strategico del wellbeing nelle organizzazioni" in Partnership con AIDP Puglia e Basilicata</p> <p>Nuovo format per acquisire fornitori in piattaforma EW</p> <p>Progettazione funzionalità aggiuntive piattaforma</p>
<p>CAPITALE UMANO: Introdurre iniziative legate al Wellbeing</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Integrazione in piattaforma di Servizi per il Benessere fruibili online Tool di Intelligenza Artificiale per misurare il livello di benessere del dipendente 	<p>Raggiunto</p> <p>Raggiunto</p>	<p>Integrazione in piattaforma di un tool di Intelligenza Artificiale per suggerire all'utente la consulenza sul benessere più adatta alle proprie esigenze</p> <p>Creazione di eventi con sessioni dimostrative di Team Building</p>



Nota metodologica

10

La presente nota metodologica ha la finalità di illustrare il percorso intrapreso da Everywhere per arrivare alla redazione della presente relazione annuale benefit.

Per una PMI, ma non solo, in generale per tutte le imprese, è estremamente importante poter lavorare seriamente ad un piano strategico che permetta di individuare gli obiettivi di medio lungo periodo che l'organizzazione vuole intraprendere per consolidarsi sul mercato e crescere.

Nell'ambito di un percorso consulenziale, condotto nel 2023 con la dott.ssa Beatrice Bettini e l'Avvocata Elisa Elena Geraci, sono stati svolti incontri mirati per lavorare sulla revisione ed il miglioramento del Business Model Canvas dell'azienda oltre ad adeguare sempre di più, allo sviluppo intrapreso, scopo, vision e mission, indicati al capitolo 2. Sono stati condotti inoltre incontri mirati con gli stakeholder interni per sviluppare le 6 mappe del cambiamento sui 6 capitali dell'impresa, che hanno permesso di costruire delle schede tecniche che incrociano elementi di piano strategico con cambiamento atteso e altri strumenti e matrici utili a rafforzare il sistema e il disegno di valutazione.

Per definire il piano strategico e al contempo adempiere anche alla necessità di misurare e valutare il cambiamento e l'apprendimento dell'organizzazione rispetto ai benefici comuni dichiarati come società benefit (Legge 208/2015) abbiamo assunto come modello di riferimento teorico per la valutazione di impatto su asset la "Theory of Change".

Il metodo della "Theory of Change" (Teoria del Cambiamento) è un approccio strategico utilizzato da organizzazioni e programmi per comprendere e comunicare come e perché si prevede che un cambiamento avvenga in un determinato contesto. Questo metodo si concentra sulla pianificazione delle azioni necessarie per raggiungere un obiettivo specifico, analizzando le relazioni causa-effetto tra le attività intraprese e i risultati attesi.

Ecco una panoramica del processo tipico della "Theory of Change":

- **Identificazione del cambiamento desiderato:** Questo passaggio coinvolge la definizione chiara dell'obiettivo finale o del risultato desiderato che si vuole raggiungere. Questo può riguardare un'ampia gamma di temi, come il miglioramento delle condizioni di vita di una comunità, la riduzione della povertà, l'istruzione di qualità, ecc.
- **Mappatura del percorso del cambiamento:** Questo passaggio implica l'analisi dei fattori che influenzano il cambiamento desiderato. Ciò include identificare i fattori di contesto, le risorse disponibili e le azioni necessarie per raggiungere l'obiettivo.
- **Articolazione della teoria del cambiamento:** In questa fase, viene sviluppata una teoria formale che descrive le relazioni causa-effetto tra le azioni intraprese e i risultati previsti. Questa teoria del cambiamento viene solitamente rappresentata attraverso un diagramma che illustra la sequenza logica delle attività e dei risultati attesi.
- **Identificazione degli indicatori:** Gli indicatori sono misure concrete che vengono utilizzate per valutare i progressi verso il cambiamento desiderato. Durante questa fase, vengono identificati gli indicatori chiave che verranno monitorati nel corso dell'implementazione del programma.

- Implementazione e monitoraggio: Una volta definita la teoria del cambiamento e gli indicatori associati, il programma o l'organizzazione inizia l'implementazione delle attività pianificate. Durante questa fase, vengono monitorati regolarmente gli indicatori per valutare i progressi e apportare eventuali aggiustamenti alle strategie, se necessario.
- Valutazione e apprendimento: Alla fine del processo, viene condotta un'analisi approfondita dei risultati ottenuti rispetto agli obiettivi stabiliti. Questa valutazione aiuta a identificare i successi, le sfide e le lezioni apprese durante l'implementazione del programma. Queste informazioni possono poi essere utilizzate per migliorare i programmi futuri o per apportare modifiche alle strategie esistenti.

In sintesi, il metodo della "Theory of Change" fornisce un quadro strategico per progettare, implementare e valutare programmi e iniziative, consentendo agli attori di comprendere meglio come e perché si prevede che un cambiamento avvenga in un determinato contesto.

La scelta di Everywhere è stata quella di sviluppare una mini TOC per ogni Asset/capitale e di collegare indicatori specifici per la misurazione creando connessioni con i benefici comuni, gli obiettivi dello sviluppo sostenibile (17 Sdgs) e la matrice del Bene Comune della Federazione del Bene Comune.

Riportiamo di seguito, come in un glossario, le definizioni dei termini utilizzati:

CAPITALE FINANZIARIO

Il capitale finanziario è rappresentato dall'insieme di risorse finanziarie o patrimoniali che l'azienda possiede e utilizza per sostenere le proprie attività economiche. Questo tipo di capitale è costituito principalmente da attività finanziarie (contanti, depositi bancari, azioni, obbligazioni e altri strumenti finanziari).

Esistono diverse fonti da cui può derivare il capitale finanziario:

- Fondi propri: capitale investito dagli azionisti o proprietari di un'azienda. Questo può includere denaro investito inizialmente per avviare l'attività e gli utili trattenuti che vengono reinvestiti.
- Debito: ottenuto attraverso prestiti bancari, obbligazioni emesse sul mercato obbligazionario o altri strumenti di finanziamento.
- Riserve e utili trattenuti: Le aziende accumulano riserve e utili trattenuti nel corso del tempo, che costituiscono una forma di capitale finanziario interno che può essere utilizzato per scopi vari, principalmente di beneficio comune.
- Investimenti: acquisto di azioni, obbligazioni o altri strumenti finanziari. Gli investimenti possono generare rendimenti sotto forma di interessi, dividendi o apprezzamento del valore degli strumenti finanziari.

CAPITALE PRODUTTIVO

Il capitale produttivo è un concetto economico che si riferisce all'insieme dei beni materiali e immateriali utilizzati per produrre altri beni o servizi dall'azienda. Questi beni includono macchinari, attrezzature, impianti, infrastrutture, risorse naturali, conoscenze tecniche e altri asset intangibili che contribuiscono alla produzione di beni e servizi.

Il capitale produttivo è essenziale per l'attività economica e il processo di produzione dell'azienda in quanto consente di aumentare la capacità produttiva, migliorare l'efficienza e sviluppare nuovi prodotti e processi. Investire nel capitale produttivo è fondamentale per lo sviluppo economico a lungo termine di un'organizzazione che vuol contribuire alla crescita economica del Paese.

CAPITALE INTELLETTUALE

Il capitale intellettuale è un concetto che si riferisce al valore derivante dalle conoscenze, dalle competenze, dalle esperienze, dai brevetti, dai diritti d'autore e da altri asset immateriali di un'organizzazione o di un individuo. Questo tipo di capitale può essere cruciale per il successo e la competitività sul mercato, specialmente in settori ad alta tecnologia o basati sulla conoscenza.

CAPITALE UMANO

Il capitale umano si riferisce alla somma delle competenze, delle conoscenze, delle abilità, delle esperienze e delle qualità personali possedute da individui o gruppi di individui, che possono essere utilizzate per creare valore economico o sociale. In sostanza, il capitale umano riguarda il potenziale produttivo di un individuo o di una collettività, che può essere sfruttato per generare reddito, produttività e sviluppo.

Ci sono diversi aspetti del capitale umano:

- **Formazione ed Educazione:** Questo include il livello di istruzione formale e l'acquisizione di conoscenze tramite corsi, seminari, programmi di formazione professionale o universitari, che aumentano le abilità e le competenze di un individuo.
- **Esperienza:** L'esperienza sul campo e il tempo trascorso in un determinato settore o ruolo possono aumentare la competenza di un individuo e la sua capacità di risolvere problemi, prendere decisioni e fornire valore.
- **Abilità e Competenze:** Questo comprende le capacità pratiche, tecniche e cognitive che un individuo possiede e che sono rilevanti per il loro lavoro o per le attività che svolgono. Queste possono includere abilità comunicative, capacità di leadership, competenze tecnologiche, capacità di risoluzione dei problemi, e così via.
- **Salute e Benessere:** Il capitale umano può essere influenzato anche dalla salute fisica e mentale di un individuo. Un buon stato di salute può aumentare la produttività e la capacità di lavoro di una persona.

Il capitale umano è un elemento chiave dello sviluppo economico e della competitività di un paese, poiché individui con un elevato livello di capitale umano sono in grado di generare maggiore valore e innovazione. Di conseguenza, gli investimenti nella formazione, nell'istruzione e nello sviluppo delle competenze sono spesso visti come cruciali per il successo a lungo termine di un'organizzazione o di un'economia.

CAPITALE RELAZIONALE

Il capitale relazionale è un concetto che si riferisce al valore delle relazioni e delle connessioni che un'organizzazione ha con altri attori nel contesto sociale ed economico. Queste relazioni possono includere legami con clienti, fornitori, partner commerciali, istituzioni finanziarie, istituzioni governative, comunità locali e altri stakeholder rilevanti.

Il capitale relazionale può essere considerato un tipo di risorsa strategica che può portare a vantaggi competitivi e opportunità di business. Le relazioni solide e fidate con clienti e fornitori, ad esempio, possono portare a una maggiore fedeltà, partnership a lungo termine e scambio di conoscenze e risorse. Allo stesso modo, le connessioni con istituzioni finanziarie o governative possono offrire accesso a finanziamenti, agevolazioni fiscali o altre risorse cruciali.

Gli elementi chiave del capitale relazionale includono:

- **Affidabilità e fiducia:** La fiducia reciproca e la coerenza nelle relazioni sono fondamentali per sviluppare un solido capitale relazionale. Questo può essere costruito nel tempo attraverso esperienze positive, rispetto degli accordi e trasparenza nelle transazioni.
- **Comunicazione efficace:** Una comunicazione chiara e aperta è essenziale per mantenere e migliorare le relazioni. Questo include ascoltare attivamente le esigenze e le preoccupazioni degli altri attori, nonché comunicare in modo chiaro e tempestivo.
- **Scambio di risorse e conoscenze:** Il capitale relazionale può essere rafforzato attraverso lo scambio reciproco di risorse, informazioni e conoscenze. Questo può contribuire alla creazione di valore aggiunto per tutte le parti coinvolte.
- **Networking e collaborazione:** La partecipazione attiva a reti professionali e collaborazioni con altri attori può ampliare le opportunità di business e favorire lo sviluppo di nuove idee e soluzioni.

In sintesi, il capitale relazionale è un aspetto critico della strategia aziendale e della creazione di valore, poiché può influenzare la capacità di un'organizzazione di ottenere supporto, risorse e opportunità da parte degli altri attori nel suo ambiente operativo. È diventata un obiettivo chiave per governi, imprese e organizzazioni della società civile.

CAPITALE NATURALE

Il capitale naturale si riferisce alla gamma di risorse naturali e servizi ecosistemici forniti dalla natura che sono utilizzati dalle persone per il loro benessere e per sostenere l'economia. Queste risorse includono aria pulita, acqua, suolo fertile, biodiversità, habitat naturali, risorse rinnovabili come legno e pesce, nonché i servizi ecosistemici come la regolazione del clima, la purificazione dell'acqua e molti altri.

Il concetto di capitale naturale è collegato alla consapevolezza che queste risorse e servizi sono essenziali per lo sviluppo sostenibile e il benessere umano. Tuttavia, spesso vengono considerati "gratuiti" o "illimitati", il che può portare a un loro sovrasfruttamento e degrado. Di conseguenza, la gestione responsabile del capitale naturale è diventata un obiettivo chiave per governi, imprese e organizzazioni della società civile.

BENEFICI COMUNI

Il termine "benefici comuni" si riferisce ai vantaggi che sono condivisi da un'ampia gamma di persone o gruppi all'interno di una comunità, società o ambiente specifico. Questi benefici sono spesso considerati positivi perché migliorano la qualità della vita, promuovono il benessere generale o contribuiscono al progresso sociale ed economico.

OBIETTIVI DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), conosciuti anche come Global Goals, sono una serie di obiettivi universali adottati dalle Nazioni Unite nel settembre 2015 come parte della loro Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. Questi obiettivi rappresentano un impegno condiviso a livello globale per affrontare sfide critiche come la povertà, l'ineguaglianza, il cambiamento climatico, la sostenibilità ambientale, la pace e la giustizia.

MATRICE DEL BENE COMUNE

La matrice del Bene Comune è il cuore, il punto di partenza e la guida per la redazione del Bilancio del Bene Comune per le imprese. Si compone di 20 temi, frutto dell'interazione tra i 4 valori e i 5 principali stakeholder delle imprese.

Analizzare la propria impresa attraverso i temi della matrice permette una valutazione sistemica della creazione di valore ambientale, sociale ed economico dell'organizzazione. (<https://www.economia-del-bene-comune.it>).

Il modello proposto dall'Economia del Bene Comune si articola attraverso la Matrice del Bene Comune, un insieme di valori che consente a un'impresa di formulare il Bilancio del Bene Comune per valutare la sua attività. Tale matrice consiste in una combinazione di valori, rappresentati verticalmente dagli stakeholder di un'azienda, ovvero tutte le persone e le entità coinvolte nei prodotti, servizi, lo stato e il benessere dell'organizzazione. In dettaglio, gli stakeholder comprendono i fornitori, i proprietari e i partner finanziari, i collaboratori, i clienti/concorrenti e il contesto sociale in cui l'azienda opera.

Ogni stakeholder è valutato considerando i principi cardine dell'Economia del Bene Comune, indicati nella parte superiore della matrice: la dignità umana, la solidarietà e la giustizia, la sostenibilità ecologica, la trasparenza e la partecipazione decisionale. "Attraverso l'incrocio tra gli stakeholder di un'azienda e i valori presenti nella riga orizzontale, è possibile ottenere una visione completa dell'impatto di un'azienda sui valori dell'Economia del Bene Comune", spiega Bernhard Oberrauch, presidente della Federazione Italiana dell'Economia del Bene Comune.

VALORI	Dignità umana	Solidarietà & giustizia	Sostenibilità ecologica	Trasparenza e condivisione delle decisioni
PORTATORE D'INTERESSE				
A: FORNITORI	A1 La dignità umana lungo la catena di fornitura	A2 Solidarietà e giustizia lungo la catena di fornitura	A3 Sostenibilità ecologica lungo la catena di fornitura	A4 Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la catena di fornitura
B: PROPRIETARI & PARTNER FINANZIARI	B1 Atteggiamento etico nell'impiego di fondi	B2 Atteggiamento sociale nell'impiego di fondi	B3 Investimenti socio-ecologici nell'impiego di fondi	B4 Proprietà e condivisione delle decisioni
C: COLLABORATORI	C1 La dignità umana sul posto di lavoro	C2 Strutturazione dei contratti di lavoro	C3 Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori	C4 Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda
D: CLIENTI & CONCORRENTI	D1 Relazioni etiche con la clientela	D2 Cooperazione e solidarietà con i concorrenti	D3 Conseguenze ecologiche dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi	D4 Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti
E: CONTESTO SOCIALE	E1 Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società	E2 Contributo per la società	E3 Riduzione delle conseguenze ecologiche	E4 Trasparenza e condivisione delle decisioni

LO STANDARD DEL GENERAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Il Global Reporting Initiative (GRI) è un'organizzazione internazionale senza scopo di lucro che promuove la sostenibilità attraverso la fornitura di linee guida e strumenti per la rendicontazione delle prestazioni ambientali, sociali ed economiche delle organizzazioni. Fondato nel 1997, il GRI sviluppa linee guida volontarie per la rendicontazione della sostenibilità che vengono utilizzate da aziende, governi, organizzazioni non governative e altri attori per comunicare le proprie prestazioni in modo trasparente e affidabile. Le linee guida del GRI forniscono un quadro standardizzato per identificare, misurare e comunicare le informazioni sulla sostenibilità in un formato coerente e comparabile. Questo aiuta le organizzazioni a comprendere meglio e a comunicare i loro impatti sulla sostenibilità e ad affrontare in modo più efficace le sfide ambientali, sociali ed economiche.

L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Gli stakeholder di Everywhere sono stati mappati e prioritizzati dal management insieme con tutte le persone del team di Everywhere. Si è iniziato individuando le persone e ruoli interni all'organizzazione; quindi, le persone e organizzazioni esterne che con maggiore frequenza hanno rapporti di lavoro con Everywhere. A questi stakeholder abbiamo ancora aggiunto quelli che ne acquistano o promuovono i servizi. Gli stakeholder così individuati sono stati, quindi, ordinati per rilevanza. La rilevanza è stata stabilita assegnando a ciascuno un valore in termini di interesse e potere di influire sugli obiettivi economici e statutari di Everywhere. Ciascuna delle due voci (interesse e potere) è stata valutata su una scala da 1 a 3 (dove 1 rappresenta il valore minimo e 3 il massimo) ed il valore per ciascuna voce è stato assegnato da tutto il team Everywhere

