



Relazione d'impatto 2024

Il rapporto presenta dati e considerazioni inerenti l'impatto sociale generato da Atteggimento Digitale S.B. Srl nel corso del 2024. Attraverso progetti concreti e misurabili, abbiamo perseguito la nostra missione di crescita etica, cercando di dimostrare come le aziende possano essere una spinta propulsiva per la società.



La nostra missione

Crescita etica

Essere il riferimento per le organizzazioni che ambiscono a una crescita etica e sostenibile, coltivando un ecosistema imprenditoriale basato sul rispetto per le persone.

Metodo collaudato

Dopo un'attenta analisi, forniamo strategie, risorse adeguate e scalabili per ogni fase di sviluppo, trasformando ogni sfida in un'opportunità.

Professionalità

Questa caratteristica è il fondamento di ogni nostra azione, al fine di garantire standard elevati e risultati concreti per i nostri partner e la comunità.



Le nostre finalità di beneficio comune

1

Rafforzamento delle competenze

Promuoviamo la crescita delle imprese attraverso percorsi formativi personalizzati, supportando l'innovazione e il benessere organizzativo per creare valore duraturo partendo dalle persone.

2

Sviluppo di nuovi mercati

Diamo il nostro contributo per diffondere modelli di impresa responsabile, portando valore a territori meno serviti e promuovendo inclusione e crescita sostenibile.

3

Progetti a impatto sociale

Realizziamo iniziative con lo scopo di generare cambiamenti concreti nelle comunità, mettendo le nostre competenze al servizio di cause sociali e per rispondere a bisogni reali e contribuire al benessere collettivo.



Rafforzamento delle competenze all'interno delle aziende

70%

dei partecipanti **ha applicato almeno un concetto** appreso nel proprio lavoro quotidiano

85%

Il livello di gradimento espresso dai partecipanti ai corsi di formazione

La nostra formazione sul territorio ha dato una spinta significativa alle competenze digitali di PMI e professionisti della regione Marche. Nonostante l'obiettivo del 100% non sia stato completamente raggiunto, il 70% di applicazione pratica rappresenta un risultato solido che contribuisce concretamente al progresso dell'economia locale.

Progetti a forte impatto sociale

ARON Project - 100%

Supporto di una rete globale di 198 centri uro-oncologici in 38 paesi. Crescita significativa della community scientifica attraverso sito, social e formazione specializzata.

Buddy Hero - 30%

Visore 3D per migliorare l'esperienza ospedaliera dei bambini. Inizati incontri preliminari con dirigenti ospedalieri per avviamento progetto inclusivo.

Rifiorire in Digitale - 25%

Proposta riguardante l'estetica oncologica gratuita per donne con cancro al seno. A tal proposito, è stato attivato un dialogo con l'associazione Le OrchiDee ETS, che ha mostrato interesse. Il progetto ha partecipato a "Welfare che impresa!" 2024.



Autovalutazione

Semaforo degli impatti

Valutazione Degli Impatti

Di seguito, vengono presentati gli impatti materiali per la vostra azienda, con una valutazione (verde, giallo, rosso) dell'impatto generato dall'attività della azienda, in base all'autovalutazione espressa sui singoli elementi del modello.

-Rosso --> PUNTO CRITICO: se anche solo un Requisito Minimo pertinente risulta "non verificato" o "In via di definizione"

-Giallo--> ATTENZIONE: se anche solo uno degli elementi che generano tale impatto ha una valutazione critica (1 o 2)

-Verde --> MOLTO BENE: se la media degli elementi che generano tale impatto è superiore a 3,8

-Neutro: negli altri casi

Sono inoltre ricapitolati per ogni impatto gli elementi che vi incidono. Sono le leve su cui lavorare per migliorare ulteriormente il proprio impatto positivo.

Gli impatti sono presentati in ordine di importanza per l'azienda: a partire da quelli legati al Core Business fino a quelli giudicati abbastanza rilevanti. Gli impatti valutati come trascurabili non sono rappresentati.

CORE BUSINESS

Progresso della società e innovazione ⓘ



CORE BUSINESS

Sviluppo economico ⓘ



IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Diversità, Equità e Inclusione ⓘ



IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Salute e sicurezza dei lavoratori ⓘ



IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Diritti Umani ⓘ



IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Educazione, informazione e cultura ⓘ



IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori ⓘ



IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Comunità Locali ⓘ



IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE

Disuguaglianze economiche e sociali ⓘ



IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE

Inquinamento ⓘ



IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE

Circolarità e uso delle risorse ⓘ



Valutazione Dei Rischi



Di seguito, vengono riproposti tutti i **requisiti minimi** richiesti nelle diverse sezioni della autovalutazione, con la risposta assegnata dall'impresa. In **rosso** i requisiti minimi non soddisfatti. In **giallo**, in requisiti minimi "in via di definizione".
La visione di insieme può essere utile per individuare i rischi non ancora presidiati o poco gestiti; condizioni importanti da prendere in carico per rispettare l'impegno al **"first, do no significant harm"**.

Minimum requirement	Autovalutazione
Salario dignitoso	
Disparità salariali	
Salario dignitoso nella filiera	
Monitoraggio Diversity & Inclusion	
Accessibilità	
Parità di genere	
Salute e sicurezza dei collaboratori	
Salute e sicurezza dei clienti	
Rispetto dei diritti umani	
Comunità Locali	
Monitoraggio e riduzione delle emissioni GhG	
Monitoraggio e riduzione dei consumi di risorse	
Fisco e tasse	
Rispetto degli impegni economici	
Anticorruzione e Conflitto d'Interessi	
Comunicazione e Trasparenza	
Monitoraggio e riduzione inquinamento	
Monitoraggio e riduzione scarichi idrici	
Monitoraggio e riduzione dell'impatto sulla biodiversità	

Prodotto

La creazione di valore con il Prodotto





Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Qualità del prodotto	4	3.67	Progresso della società e innovazione Sviluppo economico
Qualità della Relazione con i clienti	4	4.67	Sviluppo economico
Contributo al benessere delle persone	4	3.67	Progresso della società e innovazione Sviluppo economico
Accessibilità e inclusività	3	4	Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Comunità Locali
Materie prime	3	3	Inquinamento Circolarità e uso delle risorse
Fine Vita del prodotto (economia circolare)	3	4.33	Inquinamento Circolarità e uso delle risorse
Innovazione di prodotto	4	4.33	Progresso della società e innovazione Sviluppo economico
Cultura	3	4.33	Progresso della società e innovazione Sviluppo economico

Grafico e tabella rappresentano un confronto tra l'autovalutazione interna e la valutazione espressa dagli stakeholder esterni relativamente alla creazione di valore attraverso il **prodotto**.

Nei casi in cui le due valutazioni si discostano di poco - in particolare su **Qualità del prodotto, Innovazione di prodotto e Contributo al benessere delle persone** - si rileva pressoché una convergenza percettiva: l'immagine trasmessa all'esterno risulta coerente con la consapevolezza interna del valore generato. Gli scostamenti emersi su dimensioni come **Cultura, Accessibilità e inclusività** evidenziano, invece, aree in cui la percezione esterna non riflette appieno l'intento o il posizionamento dichiarato dell'organizzazione.

Questi disallineamenti -allo stesso tempo - rappresentano opportunità strategiche per migliorare la comunicazione del valore, rafforzare la narrazione identitaria e costruire una maggiore coerenza tra visione interna e reputazione percepita. I dati evidenziano un dato significativo: la **valutazione degli stakeholder risulta superiore rispetto all'autovalutazione dell'azienda** per quanto riguarda la **Qualità della relazione con i clienti**. Questo scostamento positivo suggerisce che le pratiche relazionali messe in atto sono percepite dall'esterno come ancora più efficaci e soddisfacenti di quanto Atteggimento Digitale ritenga.

Per **Materie prime e Fine vita del prodotto (economia circolare)** Il lieve disallineamento su queste voci riflette una percezione parziale da parte dei clienti, probabilmente influenzata da una lettura "materiale" dell'offerta. Trattandosi di un'agenzia che offre servizi, è possibile che queste dimensioni risultino **meno pertinenti** o necessitino di essere **reinterpretate in chiave immateriale**.

Lavoro

La creazione di valore con il lavoro



La creazione di valore con il lavoro



Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Creazione e remunerazione di lavoro	4	3.67	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Welfare aziendale e benefit	4	4.33	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Salute e sicurezza dei lavoratori Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Prospettive e tutela dei lavoratori	4	3	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Diritti Umani Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Coerenza ruolo-persona	3	3.67	<ul style="list-style-type: none"> Diversità, Equità e Inclusione Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Sviluppo professionale e formazione	3	3.67	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Progresso della società e innovazione Educazione, informazione e cultura Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Chiarezza organizzativa	3	3.33	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Relazioni e collaborazione	4	3	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Riconoscimento	3	3.33	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Valorizzazione delle differenze e Inclusione	3	4	<ul style="list-style-type: none"> Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Diritti Umani Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori

L'analisi congiunta del grafico radar e della tabella consente di evidenziare in modo puntuale il grado di allineamento tra la percezione interna dell'azienda e quella espressa dai collaboratori rispetto alla creazione di valore attraverso il lavoro.

Sulla **Creazione e remunerazione di lavoro**, le valutazioni risultano ben allineate: ciò suggerisce una percezione condivisa del ruolo occupazionale dell'organizzazione, con una leggera differenza che potrebbe essere colmata attraverso una comunicazione più esplicita del valore generato.

Per quanto riguarda il **Welfare aziendale e i benefit**, i collaboratori attribuiscono un punteggio più elevato rispetto all'autovalutazione. Questo dato è particolarmente significativo, poiché indica che le misure di supporto e benessere messe in atto sono apprezzate più di quanto l'azienda stessa riconosca: un **segnale positivo** da valorizzare ulteriormente.

In merito a **Prospettive e tutela dei lavoratori**, emerge invece un certo scostamento : l'impresa valuta più positivamente questa dimensione rispetto ai collaboratori. Ciò suggerisce la necessità di rafforzare il dialogo su aspetti legati alla stabilità, alla tutela dei diritti e alle opportunità di crescita, affinché l'impegno interno sia pienamente percepito anche all'esterno.

La voce relativa alla **Coerenza ruolo-persona** mostra un buon grado di convergenza, con una leggera preferenza da parte dei collaboratori. Questo indica una soddisfacente corrispondenza tra incarichi affidati e attitudini individuali.

Anche lo **Sviluppo professionale e la formazione** vengono valutati in modo molto simile, con segnali positivi ma non ancora pienamente distintivi. Questo rappresenta un'area su cui strutturare percorsi più visibili e continuativi.

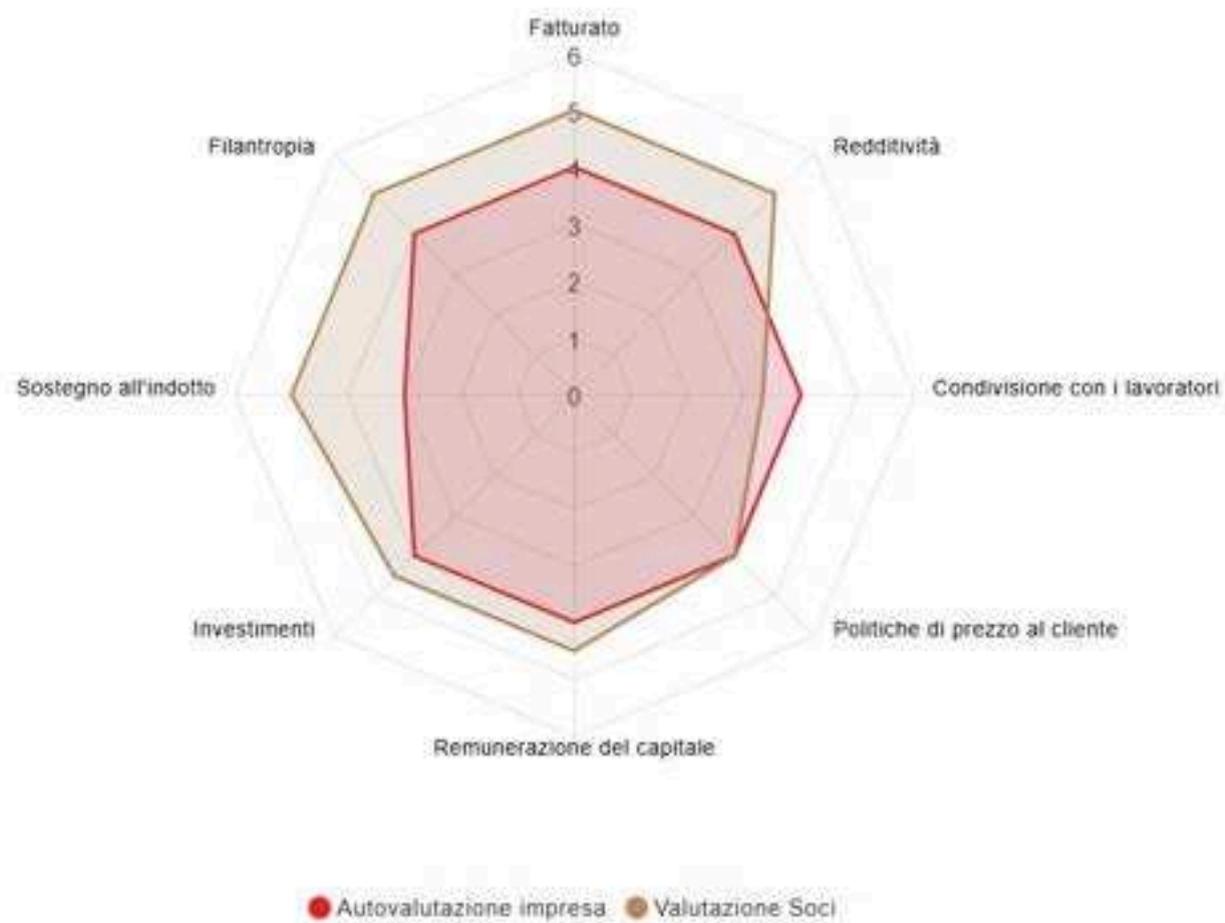
La **Chiarezza organizzativa** presenta valutazioni mediamente basse e simili tra interno ed esterno, suggerendo un potenziale ambito di miglioramento nella definizione di ruoli, processi e responsabilità.

Per quanto riguarda le **Relazioni e la collaborazione**, l'azienda si attribuisce un punteggio più elevato rispetto ai collaboratori, che invece segnalano un livello di qualità relazionale inferiore. Questo scostamento invita a un ascolto più attento del clima interno, con possibili azioni volte a rafforzare il senso di coesione.

Il **Riconoscimento** evidenzia un leggero disallineamento, mentre un dato incoraggiante riguarda la **Valorizzazione delle differenze e l'inclusione**, dove i collaboratori esprimono una valutazione superiore rispetto all'autovalutazione. Ciò indica che le politiche inclusive sono percepite e apprezzate, rappresentando un punto di forza su cui costruire ulteriormente in ottica valoriale e reputazionale.

Valore economico

La Creazione di valore economico



La Creazione di valore economico



Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Fatturato	4	5	Sviluppo economico
Redditività	4	5	Sviluppo economico
Condivisione con i lavoratori	4	3.33	Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori Comunità Locali
Politiche di prezzo al cliente	4	4	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico
Remunerazione del capitale	4	4.5	Sviluppo economico
Investimenti	4	4.5	Progresso della società e innovazione Sviluppo economico
Sostegno all'indotto	3	5	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico Comunità Locali
Filantropia	4	5	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico Comunità Locali

L'analisi evidenzia una generale **valutazione positiva da parte dei soci**.

In particolare, su **Fatturato** e **Redditività**, i soci esprimono una valutazione più alta rispetto all'autovalutazione. Questo riflette un riconoscimento concreto della solidità economica e della capacità di generare valore, da valorizzare anche nella comunicazione istituzionale.

La **Condivisione del valore con i lavoratori** è invece l'ambito dove emerge il disallineamento più evidente: nell'autovalutazione si attribuisce un punteggio significativamente più alto rispetto alla percezione dei soci, suggerendo un possibile gap tra intenzione e impatto riconosciuto.

Su **Politiche di prezzo** si rileva un pieno allineamento. Le voci **Remunerazione del capitale** e **investimenti** mostrano un differenziale positivo nella valutazione dei soci, che apprezzano maggiormente l'efficienza nell'impiego delle risorse e la visione prospettica dell'azienda.

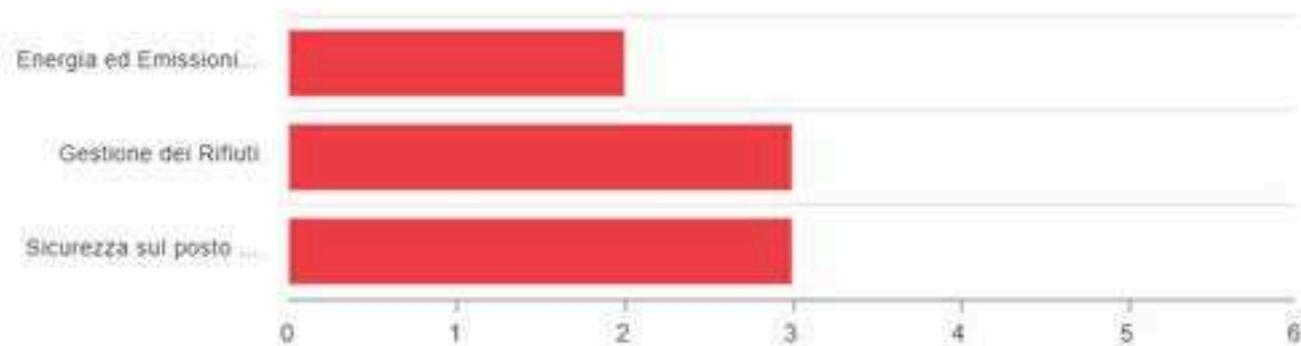
Interessanti i risultati su **Sostegno all'indotto** e **Filantropia**, che registrano il maggior scarto: i soci riconoscono pienamente l'impatto generato sull'ecosistema territoriale. Queste due aree rappresentano quindi una leva narrativa da valorizzare in ottica reputazionale e di impatto sociale.

Autovalutazione della Sostenibilità delle Operations



In questa sezione vengono visualizzati gli esiti di dettaglio del questionario rispetto alla gestione sostenibile delle proprie Operations. Nei grafici, vengono rappresentati i risultati delle valutazioni sia relative ai processi di produzione aziendali che alla gestione della filiera. E' riportato solo il punto di vista dell'impresa poiché si ritiene che gli stakeholder non dispongano di sufficienti informazioni per valutare questi aspetti, e dunque non viene chiesta loro di esprimersi.

Processi di produzione



Filiera



Sostenibilità delle Operations



Elemento di valutazione	Autovalutazione	Impatti generati
Energia ed Emissioni (scope 1 e 2)	2	Cambiamento climatico Inquinamento Circolarità e uso delle risorse
Gestione dei Rifiuti	3	Cambiamento climatico Inquinamento Biodiversità ed ecosistemi Circolarità e uso delle risorse
Sicurezza sul posto di lavoro	3	Salute e sicurezza dei lavoratori Benessere degli individui Diritti Umani Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Diritti umani e del lavoro nella filiera	3	Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Salute e sicurezza dei lavoratori Benessere degli individui Diritti Umani Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori Comunità Locali
Filiera sostenibile	3	Salute e sicurezza dei lavoratori Diritti Umani Cambiamento climatico Inquinamento Acque e risorse marine Biodiversità ed ecosistemi Circolarità e uso delle risorse Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori Comunità Locali

Risultati di sintesi

Legenda dei criteri di valutazione

1. Forte criticità
2. Qualche problema
3. Ok ma migliorabile
4. Ben presidiato
5. Un risultato speciale
6. Insuperabile

Governance

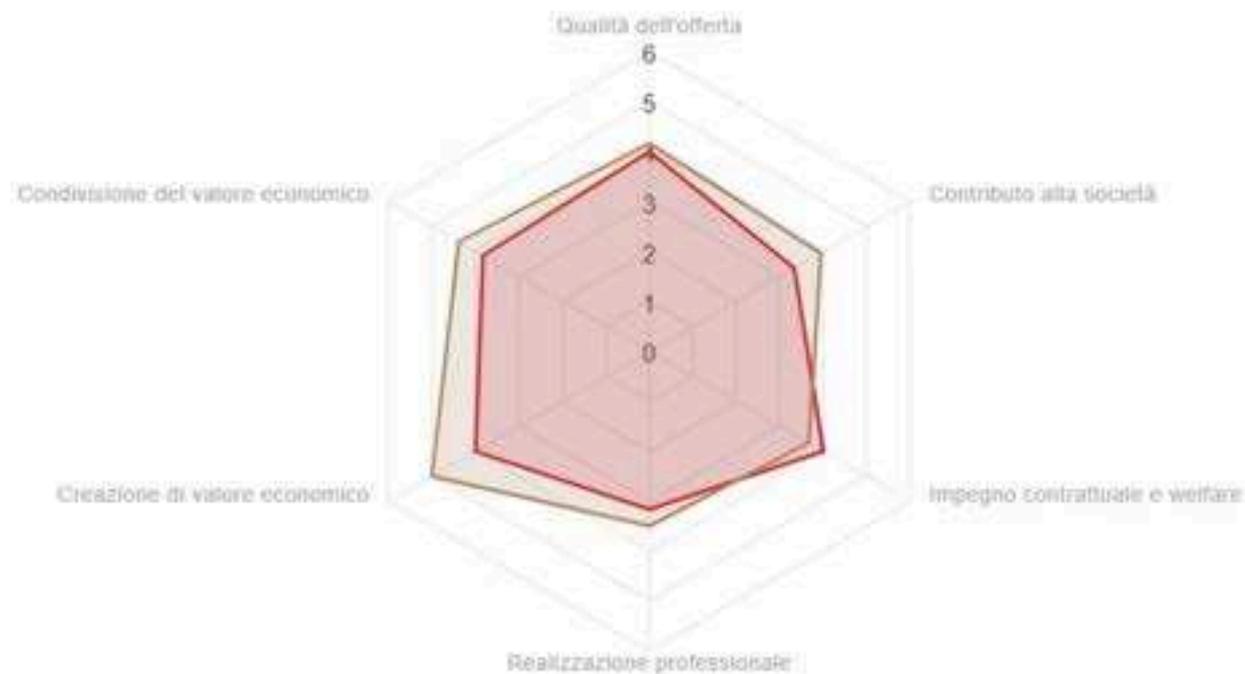
Autovalutazione rispetto alla Governance



Valutazioni di sintesi

Sintesi Della Creazione Di Valore

Il grafico seguente intende offrire uno sguardo di sintesi della creazione di valore attraverso i principali pilastri dell'attività di impresa: il Prodotto, il Lavoro e il Valore economico. Sono rappresentate le prime due dimensioni di ciascun pilastro (**elementi che creano valore** e **elementi che qualificano una "buona" creazione di valore**). La valutazione di sintesi per ciascuna dimensione (linea rossa per l'impresa, linea marrone per lo stakeholder di riferimento) corrisponde alla media delle valutazioni assegnate ai singoli elementi che compongono quella dimensione.



● Autovalutazione impresa ● Valutazione Stakeholder

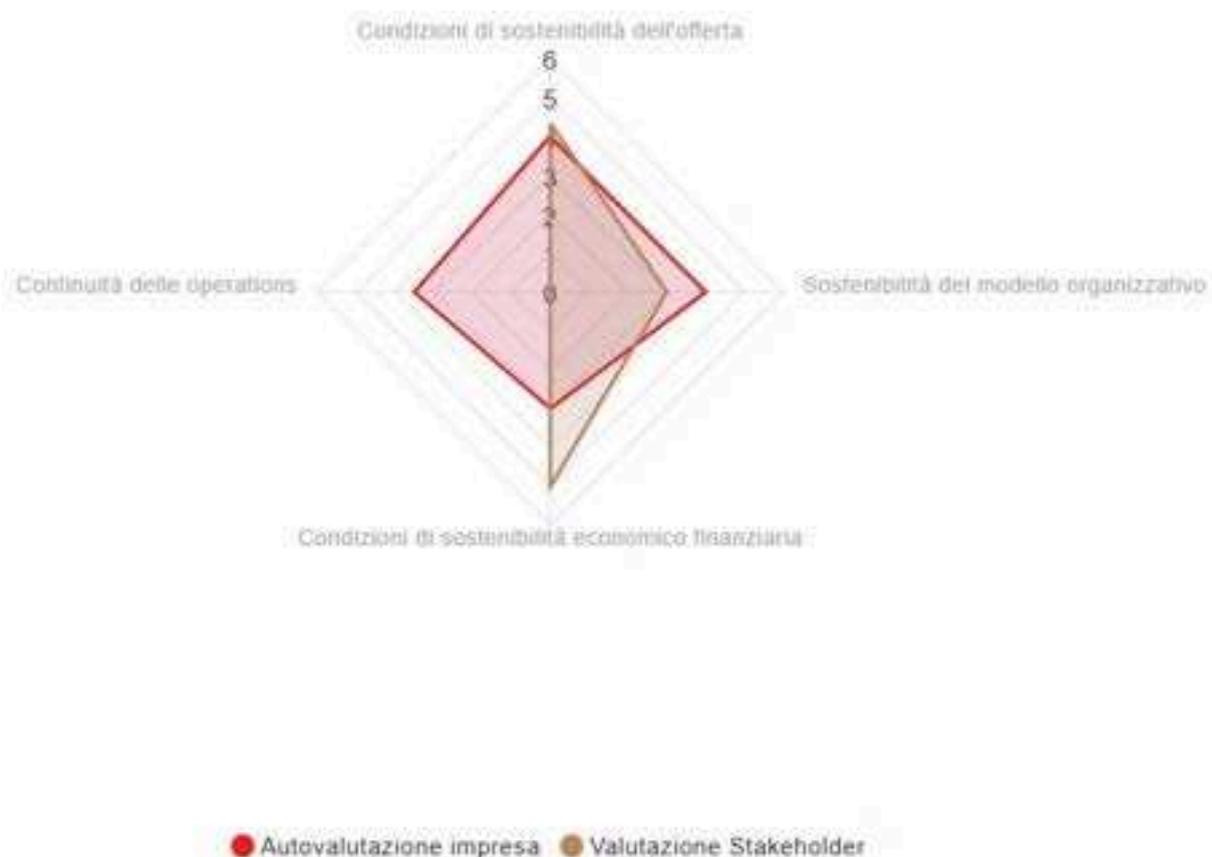
La continuità nel tempo della Creazione di valore



Questo grafico intende restituire uno sguardo d'insieme rispetto ad un elemento caratterizzante dell'osservazione del modello della Buona Impresa, ovvero la **capacità di continuare a generare valore per la società nel lungo periodo**.

Sono rappresentate le "terze dimensioni" relative a Prodotto, Lavoro e Valore economico (rispettivamente: **continuità dell'offerta**, **continuità organizzativa**, **continuità economica**). In particolare: per l'impresa viene espressa la valutazione rispetto alla fidelizzazione di clienti, lavoratori e soci; la valutazione degli stakeholder invece è la media delle risposte date alle domande rispetto all'intenzione di consigliare ad altri l'impresa (consigli per gli acquisti, da parte dei clienti; consigli come datore di lavoro, per i lavoratori; consigli di investimento, per i soci).

L'ultimo vertice, infine, rappresenta la valutazione di sintesi rispetto alla **sostenibilità delle operations**, interpretata come un fattore determinante per garantire il successo nel tempo dell'attività di impresa. Anche in questo caso: per l'impresa viene espressa la valutazione rispetto alla solidità della relazione con fornitori e partner commerciali; non è invece previsto in questo punto il riscontro degli stakeholder.





Il piano 2025

Rafforzamento delle competenze all'interno delle aziende

Analisi fabbisogni formativi

Incontri preliminari con ciascuna realtà per individuare le competenze strategiche da rafforzare, analizzando contesto, obiettivi e necessità specifiche del personale, con l'ausilio di metodologie dettagliate.

Progettazione personalizzata

Sviluppo di moduli formativi su misura, costruiti in base alle esigenze emerse e calibrati sul profilo dei partecipanti e sul settore, per massimizzare l'efficacia dell'intervento.

Erogazione flessibile

Avvio di percorsi formativi strutturati, i cui moduli formativi vengono erogati in modalità online, ibrida o in presenza, utilizzando attività pratiche e laboratoriali come simulazioni e project work, per promuovere un apprendimento concreto e partecipativo. Previsto il coinvolgimento di figure chiave del settore, per permettere un arricchimento formativo.

Sviluppo di nuovi mercati

Nuove collaborazioni e consolidamento

Individuazione di realtà educative e imprenditoriali in contesti internazionali e fragili, con focus su Paesi a basso accesso digitale per avviare percorsi di digitalizzazione responsabile.

L'obiettivo è stabilire almeno una nuova partnership che possa generare impatto duraturo nelle comunità locali e continuare con il lavoro svolto in Camerun.

Mappatura territoriale

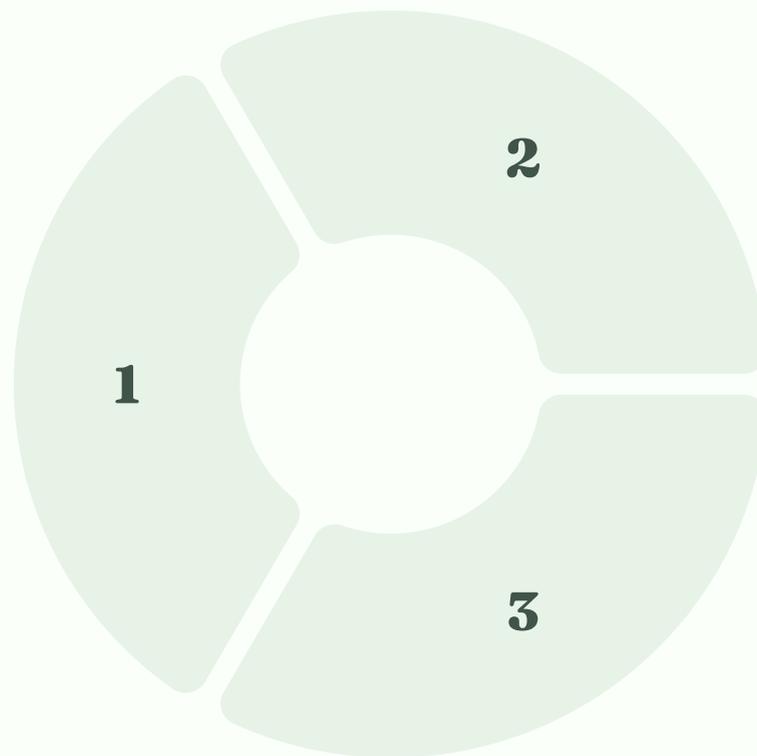
Realizzazione di indagini preliminari nei territori coinvolti per comprendere esigenze specifiche, competenze mancanti e potenziali opportunità di crescita responsabile.

Questa fase sarà cruciale per calibrare i nostri interventi e massimizzare l'efficacia delle azioni pianificate.

Progetti a forte impatto sociale

Espansione ARON Project

Proporre questionari ai medici della rete per migliorare ulteriormente il progetto e rafforzare la collaborazione internazionale in uro-oncologia.



Buddy Hero avanzamento

Proseguire i contatti con ospedali per avviare sperimentazione del visore 3D in ambito pediatrico, migliorando l'esperienza ospedaliera dei bambini.

Le Orchidee ETS

Continuare a supportare l'associazione, fornendo loro assistenza digitale.

Conclusioni e impegni futuri

Il 2024 ha rappresentato un anno di consolidamento e crescita per Atteggimento Digitale SB srl. I risultati ottenuti nelle tre finalità di beneficio comune dimostrano la solidità del nostro approccio e l'efficacia delle strategie implementate. Il raggiungimento del 100% degli obiettivi nel progetto ARON e in Camerun, testimoniano il nostro impegno concreto verso l'impatto sociale.

Per il 2025, ci impegniamo a rafforzare ulteriormente le nostre azioni, espandendo la portata dei progetti sociali e sviluppando nuove collaborazioni. La nostra visione rimane salda: essere catalizzatori di cambiamento positivo, dimostrando che l'etica aziendale e risultati economici possono coesistere e rafforzarsi reciprocamente.

Continueremo a misurare e rendicontare il nostro impatto, mantenendo la trasparenza e l'accountability come pilastri fondamentali della nostra identità di società benefit, contribuendo attivamente alla costruzione di un futuro più sostenibile e inclusivo.

La sottoscritta ALESSANDRA MASSI, ai sensi dell'art. 31 comma 2 quinquies della Legge 340/2000,

dichiara che il presente documento è conforme all'originale depositato presso la società.