

# Relazione di impatto 2022

## Sommario

1) La nostra azienda e il bene comune .....	3
L'azienda in breve .....	3
Certificazioni e attestati .....	3
Partnership, collaborazioni, adesioni a aggregazioni .....	3
2) Misurazione e rendicontazione dell'impatto .....	4
Strumento per la misurazione dell'Impatto .....	4
Struttura della presente Relazione d'Impatto .....	4
3) La gestione dell'impatto socio ambientale .....	5
Il Responsabile dell'Impatto e le sue attribuzioni .....	5
La procedura di gestione dell'Impatto socio ambientale .....	6
Individuazione dei principali fattori d'impatto e dei KPI socio ambientali .....	6
Individuazione dei principali stakeholder .....	6
4) Valutazione generale .....	8
Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo .....	8
Risultati del BIA generali .....	9
5) Valutazione per aree .....	10
Governance di impresa .....	10
Vision .....	10
Mission .....	10
Dallo Statuto .....	11
Lavoratori .....	12
Altri portatori d'interesse .....	14
Ambiente .....	16
6) Risultati e obiettivi relativi alle finalità specifiche .....	18



Ambiente .....	18
Modalità, azioni e risultati: .....	18
Obiettivi per il 2023: .....	19
Comunità .....	19
Modalità, azioni e risultati: .....	19
Obiettivi per il 2023: .....	20
Lavoro .....	21
Modalità, azioni e risultati: .....	21
Obiettivi per il 2023: .....	21
Sviluppo del modello Benefit – B Corp .....	22
Modalità, azioni e risultati: .....	22
Obiettivi per il 2023: .....	22
Operato responsabile, sostenibile e trasparente .....	22
Modalità, azioni e risultati: .....	22
Obiettivi per il 2023: .....	22
7) Riepilogo obiettivi e target per il 2023 .....	23
8) Conclusioni .....	24

## 1) La nostra azienda e il bene comune

### L'azienda in breve

Siamo l'azienda che crea, progetta e realizza l'incontro fisico tra il brand e il consumatore finale. Graficonsul Srl SB è specializzata nell'ideazione, sviluppo e produzione di materiali POP. Abbiamo alle spalle un'esperienza trentennale che ci ha consentito di accrescere il nostro know how nel settore e di diversificare il nostro campo d'azione. Tutto ciò è ben rappresentato dall' iconico simbolo di GC: due menti che nel loro incontro definiscono un nuovo equilibrio. Una nuova forma stabile, ma dinamica, che guarda al futuro facendo tesoro dell'esperienza.

### Certificazioni e attestati

Tramite l'ente esaminatore CSI S.p.a. – Icila, GRAFICONSUL Srl SB ha certificato che la gestione della catena di custodia attuata è conforme agli standard FSC-STD-40-004 v3.1 per le seguenti lavorazioni e prodotti: acquisto di carta e cartoncino FSC Misto. Produzione di libri, riviste, cataloghi stampati commerciali e pubblicitari, articoli di cancelleria, scatole ed espositori FSC Misto.

Ha ottenuto inoltre il consenso all'uso del marchio e della dicitura RICICLABILE CON LA CARTA - ATICELCA® 501 - livello A in riferimento ad alcuni item pienamente conformi ai campioni sottoposti ad analisi e descritti nel resoconto di prova e nella scheda tecnica (MICROONDA ACCOPPIATA A CARTONCINO PLASTIFICATO) e per alcuni dei prodotti gestiti, segnatamente gli Espo Pallet Peroni.

Abbiamo ottenuto la medaglia di bronzo di Ecovadis, una fra le più importanti piattaforme internazionali di rating sui temi della sostenibilità.

Abbiamo infine adottato per la fornitura di energia elettrica ForGreen Spa Sb che ci fornisce energia al 100% rinnovabile e sostenibile a marchio Ekoenergy.

### Partnership, collaborazioni, adesioni a aggregazioni

L'azienda è socio fondatore del Consorzio ecoVprint: nato in Valtiberina l'11 febbraio 2020, il consorzio ecoVprint è un sistema consorziato di aziende che hanno scelto di intraprendere assieme il percorso verso una nuova forma di sviluppo, impegnandosi a lavorare con metodi e azioni che hanno obiettivi orientati alla sostenibilità ambientale e sociale. Tale sistema coordinato di aziende fa parte della catena di fornitura di Aboca con l'obiettivo di centralizzare la produzione dei materiali di comunicazione e nello specifico del POP display, packaging, stampa offset e digitale. A tutti i clienti il consorzio offre una supply chain composta da società che hanno abbracciato la filosofia B-Corp.

Si configura quindi come un punto di riferimento nel mercato sostenibile proponendo partner impegnati a mantenere sempre i più elevati standard di affidabilità e qualità della produzione. Il consorzio, nella sua visione di crescita, è già pensato per essere un format forte da comunicare e per diventare un modello di riferimento per il business responsabile.

Graficonsul Srl SB è inoltre sostenitore e sponsor di Progetto Valtiberina, fondazione non profit che si propone di orientare concretamente lo sviluppo della valle all'insegna del BENE COMUNE, per una crescita qualitativa del nostro territorio che sia al contempo economicamente valida, ecologicamente sostenibile e socialmente equa.

## 2) Misurazione e rendicontazione dell'impatto

### Strumento per la misurazione dell'Impatto

Lo strumento individuato per la misurazione dell'impatto, con riferimento all'allegato 4 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208, è il B Impact Assessment (BIA) di B Lab.

Tale strumento è pienamente conforme ai requisiti definiti dalla normativa vigente.

### Struttura della presente Relazione d'Impatto

La presente Relazione d'Impatto, oltre alla precedente parte descrittiva generale dell'azienda, al fine di rendicontare l'impatto sociale e ambientale si articola nelle seguenti parti:

3. Una descrizione a livello metodologico degli aspetti operativi della gestione dell'impatto
4. La valutazione dell'andamento generale dell'impatto socio ambientale, avvalendosi dell'indicatore sintetico costituito dal punteggio BIA
5. La valutazione sintetica dell'andamento dell'impatto nelle aree previste dall'allegato 5 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208
6. Risultati e obiettivi specifici, con riferimento alle finalità specifiche indicate nella parte Benefit dello Statuto
7. Riepilogo degli obiettivi per esercizio successivo
8. Una parte conclusiva che evidenzia i tratti salienti del modo in cui l'azienda sta contribuendo e si propone di contribuire al Bene Comune

### 3) La gestione dell'impatto socio ambientale

#### Il Responsabile dell'Impatto e le sue attribuzioni

Responsabile dell'impatto è il Dott. Stefano Innocenti, nato il 02/05/1978 a Città di Castello (Pg), dipendente dell'azienda con il ruolo di Project Manager.

Queste sono le attribuzioni del ruolo:

#### Mansioni:

- interfacciarsi con i consulenti di cui l'azienda si avvale
- supervisionare, o svolgere in prima persona, le attività interne (come, ad esempio, la produzione di documenti), necessarie per la corretta attuazione dei piani d'azione, anche ai fini dell'ottenimento di certificazioni, rating e simili
- provvedere all'esecuzione di audit interni
- provvedere all'aggiornamento dei rilievi (e delle relative eventuali elaborazioni) di dati, misuratori e KPI nonché al loro inserimento sul Registro Socio Ambientale
- provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari socio ambientali per i fornitori
- provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari di soddisfazione dei clienti
- provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari di soddisfazione dei lavoratori
- individuare una strategia di sensibilizzazione, informazione e formazione interna in tema di sostenibilità
- contribuire alla produzione di documenti, report, interviste e quant'altro utile per la valorizzazione anche a livello marketing della condotta socio ambientale dell'azienda

#### Responsabilità:

- supervisionare la gestione dell'impatto socio ambientale dell'azienda
- proporre alla Direzione obiettivi e target;
- monitorare lo svolgimento delle attività aziendali necessarie per il raggiungimento degli obiettivi
- segnalare tempestivamente alla Direzione situazioni che pregiudichino il raggiungimento degli obiettivi e proporre interventi di correzione
- predisporre annualmente la relazione di impatto
- assicurare il rispetto di tutte le scadenze
- sottoporre almeno una volta all'anno, entro gennaio, all'esame dell'organo amministrativo
  - l'andamento dei KPI e degli altri indicatori
  - lo stato di raggiungimento degli obiettivi
  - i risultati dei sondaggi di soddisfazione di clienti e lavoratori
  - la bozza di relazione d'impatto comprendente la valutazione relativa all'anno fiscale terminato e i nuovi obiettivi
- presentare all'organo amministrativo opportunità e proposte in merito a:
  - in generale il miglioramento dell'impatto sociale e ambientale dell'azienda
  - il miglioramento della soddisfazione dei lavoratori
  - il miglioramento della soddisfazione dei clienti
  - la riduzione degli impatti ambientali negativi diretti

- la riduzione gli impatti negativi ambientali e sociali indiretti della catena di fornitura e di quella di distribuzione
- l'incremento qualitativo e/o quantitativo del valore prodotto per gli stakeholder dell'azienda
- individuare opportunità per valorizzare l'impatto socio ambientale dell'azienda a livello reputazionale e di mercato
- assicurarsi che l'azienda ottemperi all'obbligo di pubblicazione della relazione d'impatto sul sito Internet entro il mese di aprile e al deposito della stessa unitamente al bilancio civilistico

### La procedura di gestione dell'Impatto socio ambientale

La procedura è visualizzabile sul sito aziendale a questo link:

[www.graficonsul.com](http://www.graficonsul.com)

### Individuazione dei principali fattori d'impatto e dei KPI socio ambientali

Per il modello di business di Graficonsul Srl SB si ritiene che i principali fattori di impatto siano quelli ambientali, dal momento che l'attività aziendale comporta la messa in circolo di grandi quantità di oggetti fisici in buona parte non durevoli, quindi destinati ad uno smaltimento relativamente rapido. Si sono quindi individuati 3 KPI che fanno riferimento alle materie prime utilizzate e alle emissioni di CO2 generate. Gli altri ambiti in cui l'azienda genera il maggiore impatto sono i lavoratori e la comunità locale.

Sulla base di queste caratteristiche del modello di business, i KPI socio ambientali individuati sono i seguenti:

KP01	% in peso delle materie prime rinnovabili certificate	%
KP02	Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2) / fatturato	tCO2/K€
KP03	Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2) + quota cresc. trasporti	tCO2
KP04	Valutazione media della soddisfazione lavoratori complessiva (voto medio/massimo previsto)	n/10
KP05	% dei Costi verso fornitori della Valtiberina rispetto al totale	%
KP06	% Utile netto devoluto in donazioni	%

### Individuazione dei principali stakeholder

Ecco una caratterizzazione degli stakeholder principali della nostra azienda:

- I **lavoratori** sono 14. Si tratta di persone che rivestono ruoli impiegatizi, con livello culturale medio/medio-alto, con compiti *di solito* molto differenziati. Risiedono nelle (immediate) vicinanze della sede aziendale.
- La **comunità locale** corrisponde, come già accennato, alla Valtiberina umbro-toscana, un'area a basso livello di urbanizzazione e con un particolare sviluppo economico nel settore della carta.
- I **clienti** sono in massima parte aziende di grandi dimensioni, spesso multinazionali. Dal punto di vista dell'impatto socio-ambientale, tale tipologia di cliente è ormai autonomamente motivata e (spesso) molto sensibile ai temi della transizione ecologica; per paradosso, se così non fosse, proprio a causa

delle grandi dimensioni strutturali di simili aziende, sarebbe assai complicato poter interferire su queste tematiche: sono, di fatto, realtà non condizionabili da Graficonsul Srl SB.

- I **fornitori** sono in massima parte localizzati all'interno della comunità locale di riferimento, che è la Valtiberina. Si tratta solitamente di micro/piccole imprese, a cui affidiamo le lavorazioni necessarie per la produzione dei nostri prodotti. Alcune sono così piccole che, con molte difficoltà, si mostrano sensibili alle nostre sollecitazioni per migliorare l'impatto.

## 4) Valutazione generale

### Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo

Il 2022 è stato caratterizzato da un lato dalla graduale uscita dalla fase emergenziale causata dal Covid-19, e dall'altro dallo scoppio della guerra in Ucraina, con la conseguente crisi energetica. Per il percorso verso lo sviluppo sostenibile ciò ha purtroppo determinato un regresso su diversi degli obiettivi dell'Agenda 2030: ritorno al carbone, riabilitazione del gas e del nucleare nella Tassonomia Europea degli investimenti sostenibili, crisi umanitaria per l'esodo dalle zone di guerra, oltre agli effetti diretti, a livello di ricadute sul territorio e sull'atmosfera, dell'uso delle armi. In presenza di questo scenario si è riscontrato un arretramento del processo di dirottamento del capitale finanziario verso la finanza sostenibile, che era stato invece chiaramente in corso nei due anni precedenti.

A novembre la Commissione europea ha definitivamente approvato la Corporate Sustainability Reporting Directive. Si è svolto il COP27 a Sharm-el-Sheik con un esito ritenuto dai più molto deludente, limitato al riconoscimento del principio di 'Loss and Damage', che prevede risarcimenti economici per i paesi più colpiti dagli effetti del cambiamento climatico. Il COP15 ha portato all'adozione del nuovo [Global Biodiversity Framework](#), un insieme di misure che mira a ridurre drasticamente la perdita di biodiversità su scala globale entro il 2030.

Nel primo trimestre 2022 tutti i valori complessivi dei settori della Federazione Carta e Grafica si collocano ampiamente sopra al primo trimestre 2021: il fatturato di filiera cresce del 29,6%, trainato sia dalle vendite interne (+28,4%), sia dall'export (+31,6%). +2% anche per il saldo della bilancia commerciale. L'incremento del fatturato nel primo trimestre 2022 accomuna 3 su 4 dei settori della Federazione, con maggiore intensità per il settore cartario, seguito dal comparto cartotecnico trasformatore e grafico, mentre le macchine per grafica e cartotecnica hanno evidenziato un moderato calo. Ma bisogna considerare che nel primo trimestre 2021 il fatturato aveva risentito ancora degli effetti della pandemia Covid-19; inoltre il forte aumento dei prezzi dei prodotti cartari è stato necessario alle cartiere per recuperare parte degli ingenti rincari delle materie prime e soprattutto dell'energia, determinando un effetto inflativo che interessa anche il settore grafico e cartotecnico trasformatore. Il secondo e terzo trimestre 2022 è apparso caratterizzato da tendenze molto diverse a livello dei settori: si è registrato un aumento del pessimismo nel settore cartario per i nuovi record raggiunti dai costi di energia, gas, CO2, trasporti e materie prime fibrose, aggravati dalla guerra in Ucraina. Prezzi in aumento e carente disponibilità di materie prime hanno compromesso l'attività delle cartiere, con riflessi a cascata sugli altri settori della filiera; il 30% degli stabilimenti cartari ha ipotizzato interruzioni di attività, oltre a quelli già fermi. A complicare ulteriormente il quadro le incognite imposte dalla forte instabilità politica, culminata con la caduta del Governo Draghi. Anche nel quarto trimestre a dominare è stato un serpeggiante clima di incertezza conseguenza dell'insicurezza di poter contare su adeguate forniture di gas, oltre che dell'assenza di contratti con i fornitori per l'anno termico ottobre 2022-settembre 2023. Forti timori anche per perdite di competitività dei prodotti nazionali rispetto ai competitors europei, che possono contare su politiche governative di sostegno ai settori energy intensive.

**(Fonte, Centro Studi Confindustria Umbra, Federazione Carta e Grafica, nota di luglio 2022)**



## Risultati del BIA generali



Data	Score	Incr.
Giugno 2020	52,8	n/a
Novembre 2021	76,2	25%
Settembre 2022	85,7	12%

Il report completo del B Impact Assessment è disponibile in coda alla presente Relazione d'Impatto.

## 5) Valutazione per aree

### Governo di impresa



L'azienda è controllata al 100% da GRAFICOM S.r.l.

Il CDA di Graficonsul Srl SB è composto dai Sig.ri:

- Alessandro Luzzi nato a Città di Castello (PG) il 5 maggio 1971, Presidente del CDA;
- Andrea Orazi nato a Città di Castello (PG) il 20 agosto 1971;
- Silvio Pascolini nato a Perugia (PG) il 28 luglio 1965;
- Tommaso Costantini nato ad Assisi (PG) il 15 luglio 1991;

L'elemento più rilevante in quest'area nel 2022 è stato la trasformazione in Società Benefit, formalizzata in data 30 giugno 2022 presso lo studio notarile del Notaio Marco Fanfani.

Durante l'anno 2022 è intervenuta una variazione negli assetti societari, nell'ambito della quale Graficonsul Srl è entrata sotto il controllo di un'altra azienda. Attualmente risulta Società a socio unico soggetta a direzione e coordinamento di Graficom S.r.l.

### Vision

Ispirare, sorprendere, innovare.

Interpretare e rispondere alle esigenze dei brand che si affidano a noi, tenendo sempre in mente l'effetto che il nostro lavoro ha sulle persone e sull'ambiente. Essere un riferimento per i nostri clienti ed offrire loro la sicurezza di una soluzione che sia sempre la migliore possibile per il raggiungimento dei loro obiettivi, nel rispetto della brand equity e della cost efficiency. Sostenibilità, Innovazione, Ricerca, sono gli asset strategici aziendali con cui affrontiamo il presente e costruiamo il nostro futuro.

### Mission

La nostra mission è soddisfare le necessità di comunicazione presso il punto vendita dei nostri clienti attraverso la progettazione e realizzazione di espositori e altri materiali POP. Per farlo conduciamo una intensa attività di ricerca e sviluppo. La nostra gestione è orientata a generare sempre più valore per tutti i nostri stakeholder.

Nell'ambito dell'eccellenza del risultato per il nostro cliente miriamo a massimizzare la salvaguardia dell'ambiente:

- riducendo i consumi energetici
- ricorrendo a materie prime il più possibile rinnovabili e/o fornite di certificazione ambientale
- riducendo il più possibile le emissioni di CO2 e compensando quelle residue, nell'ottica della carbon neutrality
- progettando i prodotti per una gestione del fine vita in ottica di totale riciclabilità, con riferimento alla economia circolare

Graficonsul Srl SB grazie all'adozione di energia elettrica da fonte rinnovabile, sostenibile e certificata EKOenergy, favorisce l'abbattimento delle emissioni di CO2 in atmosfera. Inoltre, con uno sguardo sempre attento al Bene Comune, Graficonsul Srl SB ha aderito all'iniziativa "Adotta una pianta" promossa dall'Associazione Progetto Valtiberina: un programma di riforestazione dell'area di Montevicchi – Riserva Alpe della Luna – finalizzato a compensare il danno ambientale dovuto alle emissioni di CO2 con la piantumazione di un sempre maggiore numero di alberi.

Siamo molto impegnati nel sostegno al territorio nel quale siamo radicati: ciò, nei fatti, si concretizza attraverso una sorta di *diritto di prelazione* nei riguardi dei fornitori cosiddetti "locali" e favorendo in varie forme la società civile: a tal proposito, Graficonsul Srl SB, dopo aver promosso, insieme al cliente-partner Aboca, la costituzione di ecoVprint, un sistema coordinato di aziende del settore del Printing e del POP, continua ad impegnarsi ad operare per perseguire congiuntamente profitto ed obiettivi legati al bene comune, orientati alla sostenibilità economica, sociale e ambientale; supportando economicamente, con donazioni in natura o in denaro, iniziative non profit sul territorio. Miriamo allo stesso tempo a perseguire il benessere e lo sviluppo dei nostri dipendenti.

## Dallo Statuto

[...]

Le finalità specifiche di beneficio comune (come definite dall'articolo unico comma 378 lettera a) della legge n. 208/2015) che la società intende perseguire, nel compimento delle sopra indicate attività o con altre azioni dedicate, consistono nel contribuire:

### 1) AMBIENTE: alla salvaguardia e al ripristino delle risorse naturali:

- utilizzando il più possibile energia proveniente da fonti rinnovabili a basso impatto
- provvedendo alla compensazione delle emissioni di CO2
- riducendo l'uso della plastica
- ricercando e utilizzando di preferenza materiale riciclabile provvisto di certificazioni ambientali
- riducendo le emissioni di gas climalteranti e provvedendo a compensare eventuali emissioni residue
- effettuando interventi e iniziative di ripristino o miglioramento di aree naturali attraverso, per esempio, piantumazioni, pulizie, disinfestazioni ed altro

### 2) COMUNITÀ: al sostegno dell'economia locale:

- dando la preferenza a fornitori locali
- dando la preferenza per le assunzioni a candidati residenti nelle vicinanze della sede operativa
- attuando politiche o iniziative a favore della società e del territorio
- proponendo e/o partecipando a iniziative e progetti che abbiano come scopo quello di procurare benefici a persone disagiate
- collaborando o finanziando associazioni benefiche del territorio

### 3) LAVORO: al benessere e lo sviluppo dei nostri lavoratori:

- offrendo condizioni migliorative rispetto a quanto previsto dal contratto applicato (CCNL) tramite azioni di welfare rivolte a tutti gli ambiti: sanitario, economico, esigenze personali, ecc.
- offrendo opportunità di formazione anche per le competenze trasversali e lo sviluppo personale
- offrendo per quanto possibile flessibilità nell'orario di lavoro
- garantendo ai lavoratori condizioni di lavoro sicuro ed un ambiente sereno

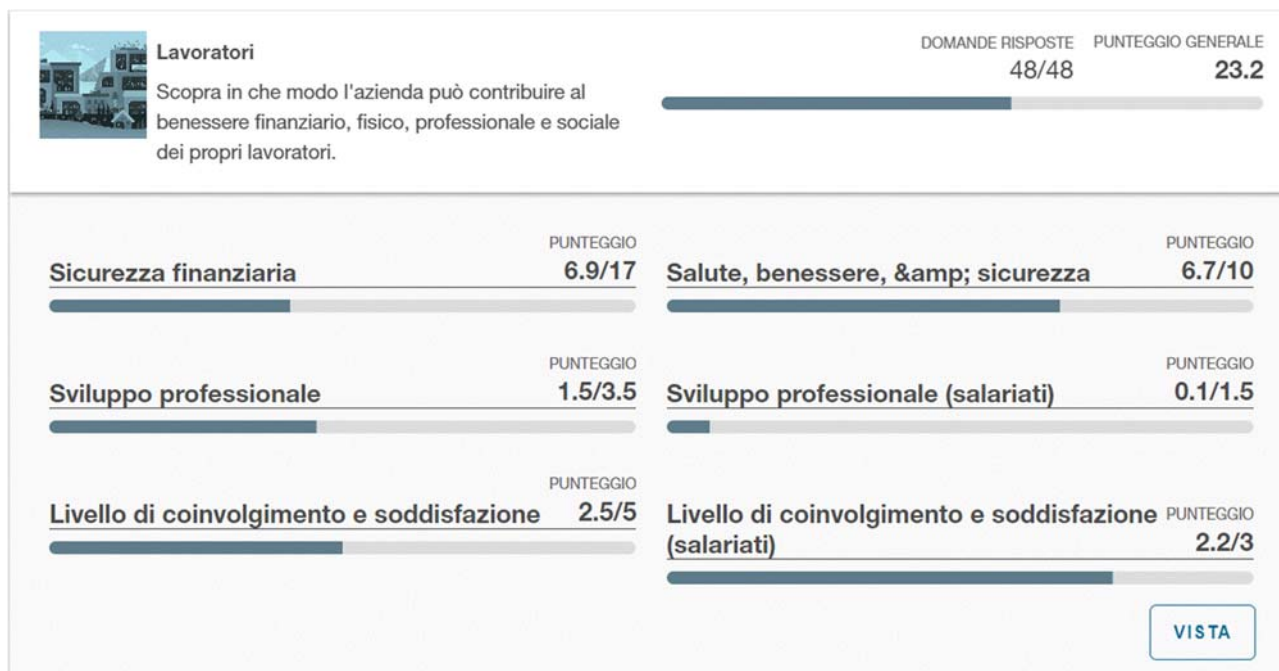
### 4) CULTURA: alla diffusione del modello Benefit:

- privilegiando la collaborazione con Società Benefit o certificate B Corp
- stringendo con fornitori sensibili al modello Benefit collaborazioni rispettose e durevoli volte ad una crescita reciproca e condivisa

A fini di sintesi e chiarezza, nel seguito del presente documento ci riferiremo alle finalità specifiche di bene comune sopra indicate con le seguenti denominazioni:

- Ambiente
- Comunità
- Lavoro
- Sviluppo del modello Benefit – B Corp

## Lavoratori



Di seguito si riportano i risultati del questionario di soddisfazione sottoposto ai dipendenti nel 2022:

Domanda	Voto medio
---------	------------

Che importanza relativa ha il lavoro nella tua vita, rispetto ad altri aspetti (affetti, tempo libero, ecc.)?	7,09
In che misura desideri oggi lavorare ancora qui per almeno i prossimi 5 anni?	8,55
Quanto valuti da 1 (nulla) a 10 (totale) la tua motivazione per il lavoro nella tua azienda?	7,73
Quanto valuti da 1 (nulla) a 10 (totale) la motivazione media dei tuoi colleghi per il loro lavoro?	7,64
In che misura lavorare qui va d'accordo con i tuoi valori personali?	7,36
In che misura ti sembrano adeguate le condizioni di sicurezza sul lavoro?	8,91
In che misura ti sembra adeguata la dotazione di strumenti e attrezzature di lavoro che hai a disposizione?	7,82
In che misura ti sembra che l'azienda cerchi di conciliare le esigenze di lavoro con quelle di vita privata dei lavoratori?	6,73
In che misura ti soddisfa la gestione dell'orario di lavoro?	7,36
In che misura ti soddisfa la gestione di ferie e permessi?	6,82
In che misura ti sembra che l'azienda favorisca lo sviluppo professionale dei lavoratori?	7,18
In che misura ti sembra di ricevere un trattamento economico equo?	6,45
In che misura stai impiegando nella tua azienda le tue capacità lavorative più tecniche - specifiche?	7,45
In che misura ti sembra che l'azienda dia spazio alla propositività dei lavoratori?	7,45
In che misura ti sembra di essere informato sull'andamento dell'azienda?	5,64
In che misura ti sembra che all'azienda interessi il parere dei lavoratori?	6,18
In che misura ti sentiresti tranquillo nel segnalare problemi con superiori o colleghi?	6,91
Come valuti la chiarezza di definizione degli obiettivi in azienda?	5,55
Secondo il tuo punto di vista, con quale efficacia sono gestite le priorità in azienda?	7,00
Come il rapporto coi tuoi colleghi contribuisce al tuo benessere?	8,27
In che modo il rapporto coi colleghi incide sulla tua produttività?	8,18
In che misura stai esprimendo nella tua azienda la tua creatività, iniziativa e propositività?	7,09
Quale percentuale della tua potenzialità di produrre valore col tuo lavoro ritieni NON sia attualmente espressa in azienda?	4,55
Da cosa dipende il fatto che questo potenziale sia ancora inespresso?	6,91
Quanto valuti la tua soddisfazione complessiva rispetto all'azienda in cui lavori	<b>7,36</b>
Quanto valuti la soddisfazione complessiva dei tuoi colleghi rispetto all'azienda in cui lavori?	7,36

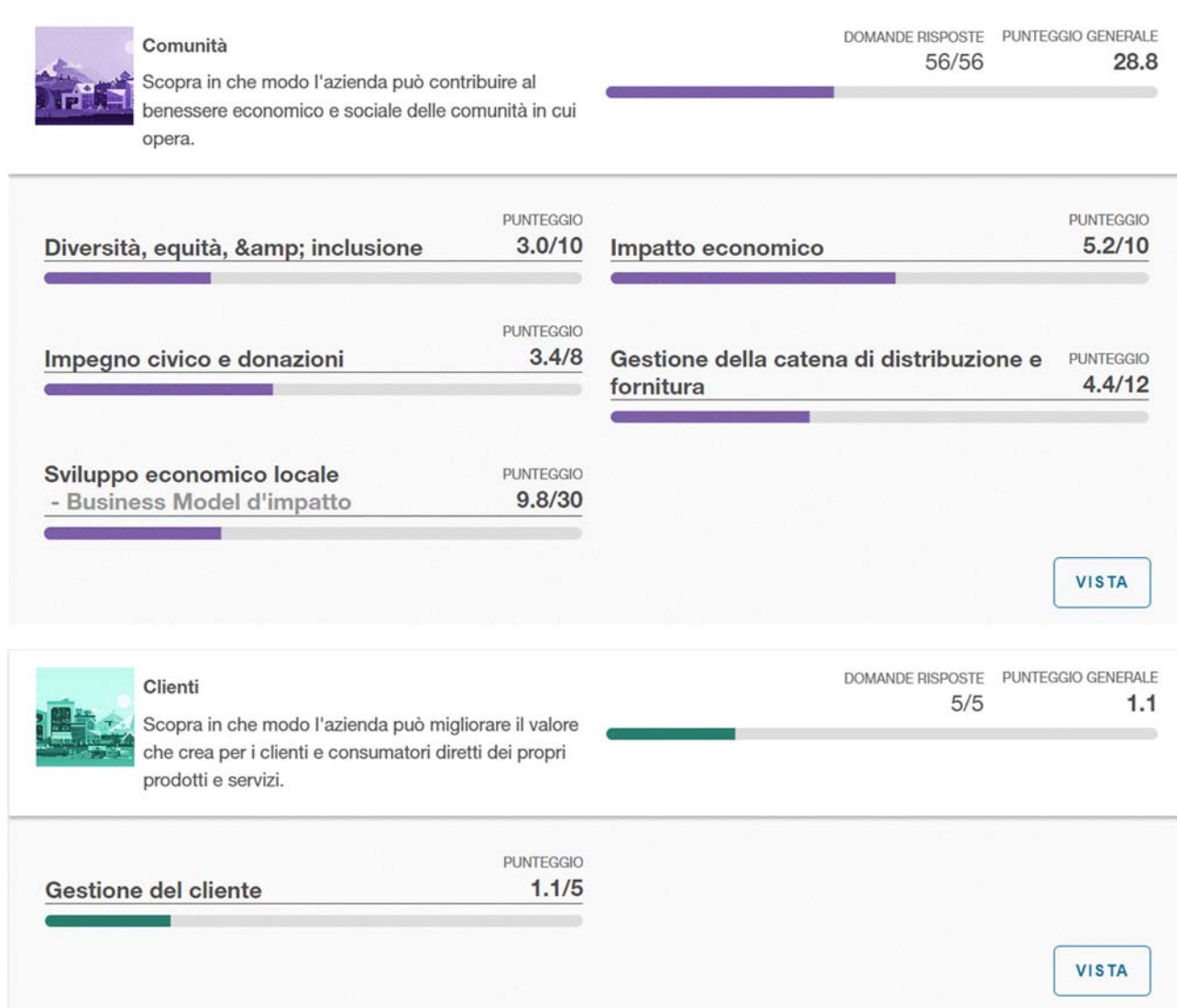
Commento: il questionario è stato somministrato on line a tutti i lavoratori e tutti hanno risposto (100%). Il voto sulla soddisfazione complessiva è certamente positivo anche se *lievissimamente inferiore* al benchmark di riferimento (7.4 Vs 7.7). Andando ad analizzare le domande più nello specifico, si osserva che c'è una valutazione molto buona del rapporto con i colleghi, un'ottima fidelizzazione all'azienda e un riconoscimento delle eccellenti condizioni di sicurezza sul lavoro. Nella parte bassa, troviamo con voti lievemente al di sotto della sufficienza, la percezione relativa all'informazione sull'andamento dell'azienda (5,64) e sulla chiarezza di definizione degli obiettivi (5.55). Perfettibile anche l'impressione dell'interesse dell'azienda nei confronti

del parere dei lavoratori. Da questi pochi rilievi, emerge tuttavia l'opportunità di valutare interventi migliorativi.

Tutti i dipendenti sono in regola con l'aggiornamento della formazione e l'idoneità alla mansione svolta è stata opportunamente valutata e confermata dal medico competente, una figura individuata dal datore di lavoro per collaborare alla valutazione dei rischi ed eseguire la sorveglianza sanitaria. A proposito della sorveglianza sanitaria, è previsto che questa venga svolta, non solo nei casi espressamente citati dalla normativa vigente, ma anche qualora ne faccia richiesta il lavoratore in quanto correlata ai rischi operativi, qui *in verità* assai limitati.

Le pompe antincendio e gli estintori sono perfettamente conformi, dal momento che, delle attività manutentive, è stata incaricata una *Società terza che* effettua – con cadenza regolare – delle verifiche tarate sui *capitolati* delle schede tecniche delle suddette attrezzature.

## Altri portatori d'interesse

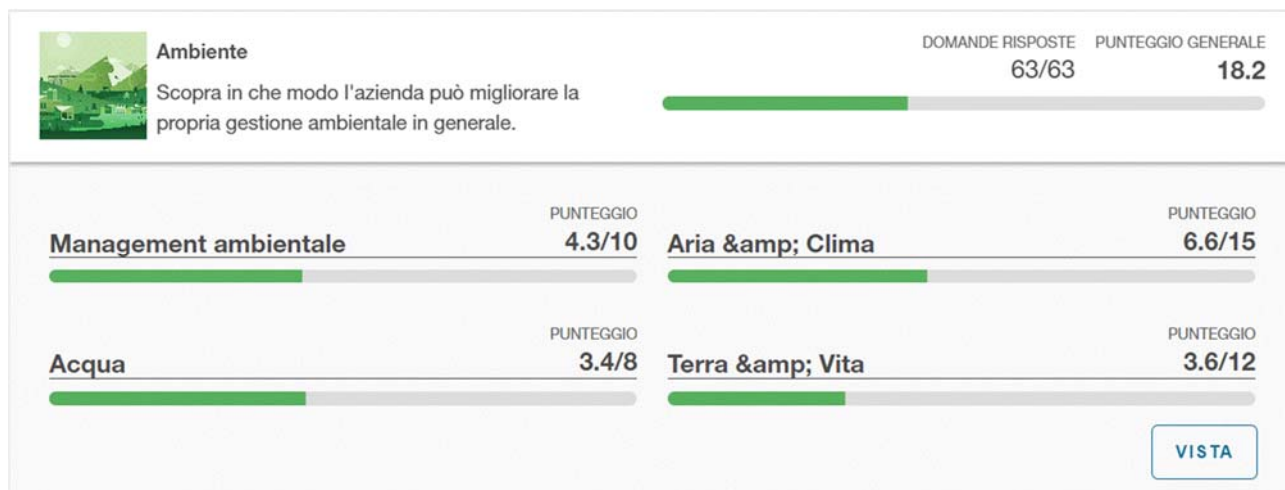


Questi sono i risultati del "questionario di soddisfazione" che abbiamo somministrato ai nostri principali clienti.

Domanda	Voto Medio
Con quale probabilità, se ce ne fosse l'occasione, consigliereste la nostra azienda?	9,17
Con quale probabilità continuerete a sottoporci i vostri fabbisogni relativi alla nostra offerta?	9,17
Come valutate in generale la qualità dei nostri prodotti/servizi?	9,17
Come valutate la nostra capacità di comprendere le vostre richieste?	9,17
Come valutate la nostra tempestività nel rispondere alle vostre richieste?	9,33
Come valutate la chiarezza delle nostre comunicazioni?	9,25
Come valutate la nostra flessibilità?	8,67
Come valutate la capacità dei nostri addetti commerciali?	9,58
Come valutate la nostra gestione dei vostri ordini?	9,17
Come valutate il nostro servizio di consegna?	9,33
Come valutate il nostro servizio di supporto post-vendita?	9,08
Come valutate la nostra gestione amministrativa?	9,17
Come valutate la cortesia e disponibilità dei nostri addetti con cui interagite?	9,50
Come valutate la nostra capacità di gestire imprevisti ed emergenze?	9,42
Come valutate la nostra volontà di venire incontro alle vostre necessità particolari?	9,17
Come valutate la nostra volontà di contribuire al successo della vostra azienda?	9,25
Come valutate la nostra concreta attenzione agli obiettivi di sostenibilità?	9,08
In quale misura la vostra azienda è oggi sensibile ai temi della sostenibilità?	9,00
In quale misura la vostra azienda è oggi concretamente attiva per migliorare il proprio impatto socio ambientale?	8,75

Commento: Il questionario di *soddisfazione clienti* è stato inviato a 49 contatti in rappresentanza di 14 clienti. Questi 14 Clienti, nel corso del 2022, hanno fatturato complessivamente € 7.207.612 su un totale di € 10.197.021, pari al 71%: sarebbe stato quindi un campione molto significativo. Tuttavia, nonostante sia stata nostra premura avvisare individualmente i vari interlocutori *per mezzo telefono* prima di inoltrare loro il sondaggio e fare poi un nuovo promemoria con annessa proroga della deadline per consentire ai più di dedicarvi un po' di tempo, solo 12 su 49 hanno risposto al questionario, pari al 24% degli interpellati. Quanto all'esito in sé – al netto del numero dei partecipanti – il risultato è stato eccellente, avendo ottenuto una media voto superiore a 9/10.

## Ambiente



Di seguito si riportano gli indicatori monitorati relativi all'area di riferimento:

### INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE

Energia	Unità di Misura	Consuntivo 2022
Energia elettrica acquistata	KWh	72.536,00
Gas per riscaldamento	Smc	4.139,00
Benzina	Lt	1.660,23
Gasolio	Lt	10.081,42
Metano	Kg	0,00
GPL	Lt	0,00
LNG	Lt	0,00
Energia totale consumata (Elettrico+gas+carburanti)	GJ	847,03
Rapporto energia totale consumata / fatturato	GJ/M€	83,07
Energia totale di provenienza rinnovabile	KWh	72.536,00
Energia totale di provenienza sostenibile	KWh	72.536,00
% di energia totale di provenienza rinnovabile	%	30,80
% di energia totale di provenienza sostenibile	%	30,80
Energia prodotta	KWh	0,00
Energia scambiata sul posto	KWh	0,00
<b>Emissioni di gas climalteranti</b>		
Emissioni assolute di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2)	tCO2	39,90
Indice d'intensità di carbonio (emissioni GHG (Scope 1 e 2) / fatturato)	tCO2/M€	3,91
Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2)	tCO2	52
% Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2)	%	130,33
Emissioni assolute di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 3)	tCO2	nd





Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 3) / fatturato	tCO2/M€	nd
Emissioni di CO2 compensate (Scope 3)	tCO2	12,10
% Emissioni di CO2 compensate (Scope 3)	%	nd
Indice d'intensità di carbonio dop, o compensazione	tCO2/M€	0,00
Per gas diversi da CO2 esprimere il valore sempre in tCO2 utilizzando fattore di conversione		
<b>Viaggi</b>		
Distanza complessiva viaggi di lavoro	km	158503,5
Rapporto distanza percorsa/Fatturato	km/K€	15,54
Distanza percorsa su mezzi pubblici	km	0
Distanza giornaliera km percorsi casa lavoro su mezzi privati	km	260
Distanza giornaliera km percorsi casa lavoro su mezzi privati a minor impatto	km	60
% distanza percorsa su mezzi privati a minor impatto percorsi casa lavoro	%	23
<b>Trasporto merci</b>		
Trasporto su gomma	ton*km	482.095,30
Trasporto su rotaie, aereo, acqua	ton*km	0
Trasporto merci totali	ton*km	482.095,30
Rapporto trasporto merci/Fatturato	ton*km/K€	47,28
Trasporto su mezzi a minor impatto (metano, GPL, ibridi, LNG)	ton*km	0
<b>Materie prime</b>		
% in peso delle materie prime a maggior valore socio ambientale su totale	%	40
<b>Rifiuti</b>		
Quantità rifiuti pericolosi prodotti	kg	1.522,00
Quantità rifiuti indifferenziati prodotti	kg	5.790,00
Quantità rifiuti di carta e cartone a riciclo	kg	6.950,00
Quantità rifiuti di plastica a riciclo	kg	7.570,00
Quantità rifiuti di legno a riciclo	kg	11.460,00
Quantità rifiuti di vetro a riciclo	kg	190,00
Quantità rifiuti metallici a riciclo	kg	0,00
Quantità totale rifiuti prodotti	kg	33.482,00
Rapporto quantità rifiuti/Fatturato	kg/K€	3,28
<b>Acqua</b>		
Quantità di acqua consumata	m3	53
% acqua proveniente da fonti proprie (pozzi, recupero piovana)	%	100

## 6) Risultati e obiettivi relativi alle finalità specifiche

### Ambiente

Modalità, azioni e risultati:

	Descrizione	Unità di misura	Obiettivo 2022	Consuntivo 2022
KP01	% in peso delle materie prime rinnovabili certificate	%	42	40
KP02	Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2) / fatturato	tCO2/K€	0,0050	0,0049
KP03	Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2) + quota cresc. trasporti	tCO2	58	52

Come si evince dalla suddetta tabella, i target dei KPI su cui ci siamo focalizzati per la Prima Relazione di Impatto sono stati *in buona sostanza* raggiunti. In verità, l'obiettivo della compensazione dell'emissione di CO2 non è stato centrato al 100% in quanto le emissioni misurate sono state inferiori rispetto al previsto, quindi il risultato è buono.

- Domenica 20 novembre 2022, dopo un lungo periodo di gestazione, si è svolta la prima iniziativa di volontariato che ha coinvolto alcune persone delle aziende del Consorzio ecoVprint. L'area scelta per questa lodevole operazione di pulizia è stata individuata a Sansepolcro in seno al perimetro della Zona Industriale Santa Fiora, segnatamente fra via Marco Buitoni e Via Malpasso. L'organizzazione dell'evento è stata curata da alcuni volenterosi con il supporto – a titolo privato e informale – del Consigliere con deleghe all'Ambiente, Rifiuti e Partecipate del Comune di Sansepolcro, avv. Alessandro Bandini. L'intenzione è di ripetere l'esperienza, magari coinvolgendo più persone: tuttavia è stata una prima prova per 'passare ai fatti'.



- Energia Pulita: siamo fieri di comunicare che il 100% dell'energia elettrica utilizzata nel 2022 è stata erogata da fonti rinnovabili e sostenibili. L'efficienza energetica rispetto al fatturato è stata di 83,07 GJ/M€
- Chiesto a 15 fornitori principali la firma per presa visione del codice di condotta e la compilazione di un questionario socio-ambientale (vedi sezione Comunità).
- Già sul finire del 2020, abbiamo messo al bando l'acquisto di acqua minerale in bottiglie di plastica, sostituendola con H2O da rete idrica: è pleonastico dire che ciò ha determinato considerevoli vantaggi ambientali derivanti dalla riduzione della produzione, del trasporto e dello smaltimento delle bottiglie in plastica con conseguente riduzione di emissioni di CO2. Recenti studi hanno calcolato che l'Italia detiene il primato europeo di consumo pro capite di acqua minerale in bottiglia: 194 litri all'anno (circa 300.000 tir all'anno per il solo trasporto delle acque minerali). Per produrre le bottiglie di plastica ed imbottigliare circa 12 miliardi di acqua minerale sono state utilizzate nel 2022 circa 300.000 tonnellate di PET, con un consumo di oltre 500.000 tonnellate di petrolio e un'emissione di CO2 pari ad 1 milione di tonnellate. Alla luce di questi dati allarmanti, cresce la consapevolezza che l'acqua in bottiglia genera un forte impatto ambientale e comporta costi notevoli da parte del gestore dei rifiuti, con i relativi aggravii di imposte per il cittadino.

#### Obiettivi per il 2023:

	Descrizione	Unità di misura	Consuntivo 2022	Obiettivo 2023
KP01	% in peso delle materie prime rinnovabili certificate	%	40	45
KP02	Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2) / fatturato	tCO2/K€	0,0049	0,0048
KP03	Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2) + quota cresc. trasporti	tCO2	52	65

- Calcolare e monitorare il traffico generato in uscita di merci in ton\*km
- Implementare la quota di materia prima certificata FSC a prescindere dalla richiesta di ordine del cliente
- Portare a regime la raccolta differenziata della zona uffici
- Valutare e nel caso implementare opportunità di efficientamento energetico della Sede, soprattutto per la parte climatizzazione
- Valutare l'installazione di un impianto fotovoltaico
- Diminuire i consumi per climatizzazione stabilendo target di raffreddamento o riscaldamento più vicini alle temperature esterne
- Sostituzione di un mezzo ambientale con motore a combustione con mezzo plug in hybrid

#### Comunità

##### Modalità, azioni e risultati:

	Descrizione	Unità di misura	Obiettivo 2022	Consuntivo 2022
KP05	% dei costi verso fornitori della Valtiberina rispetto al totale	%	50	68

KP06	% Utile netto devoluto in donazioni	%	1,5	1,3
------	-------------------------------------	---	-----	-----

- Nel corso del 2022, i costi complessivi verso fornitori locali (in generale) e della Valtiberina (in particolare) sono stati di € 4.732.598,35 a fronte di un totale di € 6.979.920,74. In termini di percentuale, ciò significa che la % di fatturato con fornitori locali di Graficonsul Srl SB è pari al 68%. Questo dato è in perfetta sintonia con quanto affermato nel nostro documento “Politica delle assunzioni e degli acquisti locali/ambientali”, in cui si afferma (cito alla lettera): “la politica di Graficonsul riflette anche l’importanza fondamentale di sostenere lo sviluppo economico locale, la prosperità della comunità e la diversità culturale. Pertanto, verrà data la preferenza a fornitori indipendenti situati fisicamente a meno di 80 km dalla sede operativa di Graficonsul ...”
- Ad integrazione del questionario socio ambientale, Graficonsul Srl SB si è impegnata nel far sottoscrivere ai maggiori fornitori il suo Codice di Condotta: l’operazione ha avuto un discreto successo in quanto 10 fornitori *sui 15 sollecitati* hanno risposto *controfirmando per avvenuta accettazione* il documento redatto.  
(I suddetti 10 fornitori hanno fatturato complessivamente € 2.343.804,51 pari ad un 34% sul totale). Il questionario socio ambientale è stato inviato a 16 fornitori e alla richiesta hanno positivamente risposto in 15. All’ottima percentuale di risposta fa da contraltare la qualità del dato: le informazioni che emergono dai questionari compilati solamente in pochissimi casi sono esaustive. Un’analisi approfondita si ritiene pertanto al momento poco utile. L’indicazione che si trae, soprattutto in considerazione del fatto che è la prima volta che viene fatta questa azione nei confronti dei fornitori, è che nel *prossimo futuro* sarà opportuno intraprendere altri approcci per ottenere maggiore collaborazione dai fornitori stessi, al fine di poter *nel tempo* sempre meglio agire, anche sulla base di dati certi, nell’ottica di un miglioramento dell’impatto della supply chain.  
Tra l’altro, quest’ultimo aspetto si configura come inderogabile e categorico per riuscire a “misurare la propria sostenibilità” come richiesto dalla tassonomia UE per gli investimenti sostenibili in conformità dei nuovi obblighi di legge europei che toccheranno, *nel lasso di un paio di anni*, tutte le aziende, anche le cosiddette microimprese.  
In altri termini, ciò significa che dovremo essere in grado di gestire tutte le metriche di impatto dovute alla “**catena del valore**”, quindi raccogliere e studiare i dati di impatto della catena di fornitura per aggregarli nel calcolo dello Scope 3.  
Analizzare l’impatto della propria filiera e valutare i fornitori con *standard omologati internazionali* costituirà la prossima, impegnativa sfida.

#### Obiettivi per il 2023:

	Descrizione	Unità di misura	Consuntivo 2022	Obiettivo 2023
KPI	% dei costi verso fornitori della Valtiberina rispetto al totale	%	68	68
KPI	% utile netto devoluto in donazioni	%	1,3	2,0

- Attuare interventi di sensibilizzazione dei fornitori per l'adozione da parte loro di pratiche più sostenibili
- Contribuire anche attraverso il Consorzio ecoVprint all'attuazione dell'idea di Benefit Valley intesa come aggregazione di imprese orientate allo sviluppo sostenibile sul territorio della Valtiberina, anche al di fuori del nostro settore
- Promuovere collaborazione con istituti educativi al fine di sensibilizzare e informare le giovani generazioni riguardo al tema della sostenibilità aziendale
- Promuovere o partecipare ad iniziative sul territorio che portino il tema della sostenibilità anche all società civile
- Continuare a collaborare con la Fondazione Progetto Valtiberina per le iniziative a favore del territorio

## Lavoro

Modalità, azioni e risultati:

	Descrizione	Unità di misura	Obiettivo 2022	Consuntivo 2022
KPI	Valutazione media della soddisfazione lavoratori complessiva (voto medio/massimo previsto)	n/10	7,5	7,4

- Erogato a tutti i lavoratori un bonus sotto forma di carta d'acquisto del valore di € 250,00
- Rinnovato l'iscrizione al Fondo Salute Sempre in collaborazione con UniSalute quale partner assicurativo
- Organizzato evento aziendale con parte conviviale alla quale hanno partecipato tutti i lavoratori
- Organizzato attraverso il Consorzio ecoVprint una giornata informativa nella natura presso la vicina area forestale piantumata di Montevicchi a cui sono stati inviati tutti i lavoratori
- Istituito il sistema formale di valutazione periodica della prestazione del potenziale dei lavoratori

Obiettivi per il 2023:

	Descrizione	Unità di misura	Consuntivo 2022	Obiettivo 2023
KPI	Valutazione media della soddisfazione lavoratori complessiva (voto medio/massimo previsto)	n/10	7,4	7,7

- Giornata conviviale insieme al Consorzio ecoVprint
- Coinvolgere i lavoratori in iniziative di volontariato sul territorio, per esempio pulizia aree verdi
- Proseguire la sensibilizzazione e formazione socio-ambientale dei lavoratori
- Attuare interventi di formazione sulle competenze trasversali
- Incrementare il numero di lavoratori

## Sviluppo del modello Benefit – B Corp

Modalità, azioni e risultati:

Per questa area non sono definiti KPI e non erano stati stabiliti obiettivi specifici

- È proseguita l'attiva partecipazione dell'azienda al Consorzio ecoVprint
- Rappresentanti dell'azienda hanno partecipato ad eventi pubblici in tema di sostenibilità ambientale e modello Benefit
- Stabilito contatto con Fondazione Villa Montesca in relazione alla concreta esperienza di transizione verso il modello benefit
- Diffusi attraverso i social informazioni e notizie in merito alla transizione sostenibile e il modello benefit
- Consolidate le relazioni commerciali all'interno delle aziende del Consorzio ecoVprint e con altri stakeholder Benefit e/o B Corp

Obiettivi per il 2023:

- Proseguire le attività svolte già in atto
- Svolgere specifiche azioni commerciali rivolte al mondo delle Società Benefit e/o B Corp
- Proseguire la ricerca di fornitori nell'ambito della comunità Benefit e/o B Corp
- Finalizzare l'associazione ad Assobenefit

## Operato responsabile, sostenibile e trasparente

Modalità, azioni e risultati:

- Al fine di sviluppare sinergie all'interno della parte di economia che sta perseguendo il modello Benefit, l'azienda aveva manifestato la propria volontà di associarsi ad Assobenefit - l'associazione nazionale di riferimento per le Società Benefit – entro il 2022. L'obiettivo non è stato centrato perché non ha ricevuto la priorità necessaria per essere trattato. Tuttavia, è stato di nuovo inserito in agenda per il 2023 e siamo molto fiduciosi che possa essere compiuto.
- L'azienda si è proposta entro l'anno 2022 di superare il punteggio BIA (B Impact Assessment) di 80 e procedere al deposito della richiesta di certificazione: questo obiettivo "propedeutico" è stato raggiunto l'8 settembre 2022: tale data costituisce lo "starting point" del nostro viaggio verso la certificazione: siamo consapevoli che la verifica è un processo rigoroso che non ne garantisce *di per sé* il conseguimento; tuttavia, siamo molto motivati in tal senso.

Ma che cos'è il BIA? Acronimo di Benefit Impact Assessment è un benchmark sviluppato dall'ente non-profit B Lab che permette di valutare, in modo quantitativo e rigoroso, l'impatto sociale ed ambientale provocato da un'azienda. Il BIA viene eseguito tramite una piattaforma online, in seno alla quale è richiesto all'impresa di fornire indicazioni peculiari tramite un apposito questionario. Si compone di cinque aree – Governance, Ambiente, Comunità, Lavoratori, Clienti – ciascuna delle quali può conseguire un punteggio massimo diverso dalle altre a seconda del settore di appartenenza dell'azienda.

Il punteggio complessivo è definito su una scala che va da 0 a 200. Portata a compimento la valutazione, le aziende che hanno superato gli 80 punti possono scegliere di ottenere la certificazione B Corp.

Obiettivi per il 2023:

- Conseguimento della certificazione B Corp

## 7) Riepilogo obiettivi e target per il 2023

	Descrizione	Unità di misura	Consuntivo 2022	Obiettivo 2023
KP01	% in peso delle materie prime rinnovabili certificate	%	40	45
KP02	Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2) / fatturato	tCO2/K€	0,0049	0,0048
KP03	Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2) + quota cresc. trasporti	tCO2	52	65
KP04	Valutazione media della soddisfazione lavoratori complessiva (voto medio/massimo previsto)	n/10	7,4	7,7
KP05	% dei costi verso fornitori della Valtiberina rispetto al totale	%	68	68
KP06	% utile netto devoluto in donazioni	%	1,3	2,0

- Calcolare e monitorare il traffico generato in uscita di merci in ton\*km
- Implementare la quota di materia prima certificata FSC a prescindere dalla richiesta di ordine del cliente
- Portare a regime la raccolta differenziata della zona uffici
- Valutare e nel caso implementare opportunità di efficientamento energetico della Sede, soprattutto per la parte climatizzazione
- Valutare l'installazione di un impianto fotovoltaico
- Diminuire i consumi per climatizzazione stabilendo target di raffreddamento o riscaldamento più vicini alle temperature esterne
- Sostituzione di un mezzo ambientale con motore a combustione con mezzo plug in hybrid
- Attuare interventi di sensibilizzazione dei fornitori per l'adozione da parte loro di pratiche più sostenibili
- Contribuire anche attraverso il Consorzio ecoVprint all'attuazione dell'idea di Benefit Valley intesa come aggregazione di imprese orientate allo sviluppo sostenibile sul territorio della Valtiberina, anche al di fuori del nostro settore
- Promuovere collaborazione con istituti educativi al fine di sensibilizzare e informare le giovani generazioni riguardo al tema della sostenibilità aziendale
- Promuovere o partecipare ad iniziative sul territorio che portino il tema della sostenibilità anche all società civile
- Continuare a collaborare con la Fondazione Progetto Valtiberina per le iniziative a favore del territorio
- Giornata conviviale insieme al Consorzio ecoVprint
- Coinvolgere i lavoratori in iniziative di volontariato sul territorio, per esempio pulizia aree verdi
- Proseguire la sensibilizzazione e formazione socio-ambientale dei lavoratori
- Attuare interventi di formazione sulle competenze trasversali
- Incrementare il numero di lavoratori
- Proseguire le attività svolte già in atto
- Svolgere specifiche azioni commerciali rivolte al mondo delle Società Benefit e/o B Corp
- Proseguire la ricerca di fornitori nell'ambito della comunità Benefit e/o B Corp
- Finalizzare l'associazione ad Assobenefit
- Conseguimento della certificazione B Corp

## 8) Conclusioni

### Il nostro percorso verso lo sviluppo sostenibile e il bene comune

*“La sostenibilità oggi non è una scelta, è una strada obbligata, tra dieci anni nessuna azienda potrà permettersi di non essere sostenibile, ma la condizione per farla funzionare è che i temi ESG siano adottati come strategia vera, non perché imposti”.*

Katia Da Ros, Vice Presidente per Ambiente, Sostenibilità e Cultura di Confindustria.

Ciò che veramente caratterizza una SB è porre al centro le persone: è a esse che il beneficio comune viene sempre destinato, direttamente o indirettamente. Il riferimento a comunità, associazioni, agli stessi territori e ambiente, rimanda all’uomo, al suo habitat, alle sue aggregazioni e ai suoi interessi. Favorire l’ottimizzazione del livello di work-life-balance, cioè di giusto equilibrio tra vita privata e vita lavorativa, diventa un obiettivo primario nella gestione delle risorse umane.

Ci troviamo di fronte ad una grande sfida, sfida che consiste nell’affrontare un percorso tortuoso e ricco di ostacoli per raggiungere il traguardo prefissato. Di qui nasce la consapevolezza che ogni grande transizione evolutiva, necessaria per accedere a un nuovo mondo è affascinante ma accidentata, gratificante ma, al contempo, molto impegnativa.

Nei fatti, il nostro cammino ha avuto inizio nel 2020 con l’adesione al Consorzio ecoVprint del quale siamo stati i più attivi sostenitori e promotori (al di là delle sfavorevoli congiunture socioeconomiche), oltre che co-fondatori.

Nel 2022, anno di riferimento di questa prima “Relazione di Impatto”, Graficonsul srl è diventata Società Benefit: il tema delle metriche e della misura dell’impatto è divenuto in tal modo centrale in quanto si pone il chiaro obiettivo di valutare gli effetti concreti prodotti dall’azione della nostra impresa in ambito sociale e ambientale, e dunque, apre scenari ancora non esplorati circa la modalità di gestione dei processi aziendali, inserendo “a statuto” specifiche finalità di beneficio comune, oltre alla realizzazione del profitto.

Un importante obiettivo dell’anno corrente è il conseguimento della **certificazione B Corp** di cui ho tracciato gli aspetti salienti sopra. Il cammino pare ben avviato: tutte le azioni sinora richieste dall’ente certificatore americano B Lab sono state completate con successo e stiamo andando avanti. Al netto di imprevisti (che vogliamo scongiurare) entro il 2023 dovremmo raggiungere questo obiettivo rimarchevole in cui il Management aziendale e noi tutti crediamo molto. Sappiamo bene che il conseguimento di questo obiettivo è certo un punto di arrivo ma allo stesso tempo il punto di inizio di un nuovo percorso sempre più sfidante.

Non è facile scriverlo bene, un bilancio di sostenibilità. Il punto centrale è trovare il giusto equilibrio tra forma e contenuto. In altri termini, la cosa importante è la visione strategica da cui l’azienda parte. La presenza di un codice etico vero altrimenti è solo “washing”: apparenza. Premesso ciò, con la stesura del nostro primo bilancio di sostenibilità, ci auguriamo di far conoscere al mondo esterno come e in che misura la nostra azienda realizza o comunque persegue i tre pilastri dell’acronimo inglese ESG, vale a dire tutto quello che riguarda la sua sostenibilità ambientale, sociale e la sua governance.