

Relazione d'impatto 2023



THE GOOD IN TOWN

A decorative graphic consisting of two overlapping spheres. The larger sphere is in the foreground and is semi-transparent, showing a gradient from light to dark. The smaller sphere is behind it and is also semi-transparent. The text "Relazione d'impatto 2023" is centered on the larger sphere.

Relazione d'impatto 2023

CONTENUTI

01 RIPARTENZE

02 CHI SIAMO

03 STAKEHOLDER E MATERIALITÀ

04 GLI STRUMENTI

05 RISULTATI 2023

06 MISURAZIONE

07 OBIETTIVI PER IL FUTURO

“Do. Or do not.
There is no try”

YODA

01

RIPARTENZE

Il 2023 è stato un anno ricco di sfide e opportunità per metterci ancora una volta in gioco, cercare di attivare il cambiamento partendo da noi. Lo abbiamo fatto avviando un percorso di revisione delle nostre finalità di beneficio comune che abbiamo voluto sintetizzare e rendere più coerenti con quel che siamo oggi e con il contributo che possiamo dare per generare un impatto positivo.

Applicare la metodologia della **Theory of Change** ci ha fatto riflettere molto sul termine impatto e sull'importanza di valutare il maggior numero di aspetti possibili per produrre un cambiamento di lungo termine. Questo ci ha portato a rivedere alcuni obiettivi che ci eravamo poste, ma anche a riflettere sugli ulteriori strumenti che possono aiutarci a perseguire le nostre finalità.

Il 2023 è stato anche un anno di ampliamento delle partnership e collaborazioni e del networking di scopo. In questa relazione riportiamo le nostre riflessioni, la rendicontazione 2023, la materialità dei temi per noi rilevanti e una nuova metodologia di misurazione degli obiettivi per il futuro.

Sara Serafini e Donatella Cambosu, co-founders The Good in Town SB

02

CHI SIAMO

Siamo una Società Benefit che promuove l'impegno sociale, la comunicazione positiva e l'innovazione come leva di cambiamento e trasformazione. Lavoriamo con aziende, organizzazioni e nonprofit per generare un impatto positivo attraverso le loro attività posizionandoci nella «GOOD ECONOMY».

Il nostro magazine **The Good in Town - Fatti e persone che cambiano il mondo** è uno strumento per informare e aiutare il cambiamento, ispirando attraverso l'esempio di chi si sta impegnando per lo sviluppo sostenibile.

Risultato del percorso del 2023 è stata una definizione più precisa del nostro:

SCOPO

Essere e promuovere un modello di impresa che favorisca l'equilibrio tra il business, il benessere delle persone, del pianeta e gli ideali dello sviluppo sostenibile.

VISION

Divulghiamo e comunichiamo fatti e persone che cambiano il mondo, attraverso il nostro magazine. Aiutiamo le piccole e medie imprese ad affrontare la complessità della transizione verso nuovi modelli di business sostenibili e rigenerativi.

MISSION

Lavoriamo per realizzare strumenti e soluzioni accessibili per le imprese che favoriscano la loro crescita equilibrata e duratura nel tempo improntata allo sviluppo sostenibile.



03 STAKEHOLDER E MATERIALITÀ

I nostri valori – **informazione, innovazione, inclusione, ispirazione, responsabilità** – sono le radici dalle quali originano le regole comportamentali che disciplinano i rapporti con gli stakeholder. Li abbiamo coinvolti nella survey di definizione della nostra materialità per prepararci presto a un focus group di approfondimento con alcuni di loro.

Nella seguente matrice troviamo i temi rilevanti per noi e che i nostri stakeholder hanno valutato, fornendoci un contributo importante per lo sviluppo del piano strategico di The Good in Town.

Matrice di materialità



LEGENDA

CAPITALE FINANZIARIO

- 1- Rapporti con le banche
- 2- Ricerca investitori
- 3- Risorse dedicate alla gestione amministrativa
- 4- Ricerca finanziamenti

CAPITALE PRODUTTIVO

- 5- Innovazione e design dei servizi
- 6- Progettazione e sviluppo piattaforma digitale servizi
- 7- Valutazione qualità fornitori e partner

CAPITALE INTELLETTUALE

- 8- Testata giornalistica proprietaria
- 9- Materialità della comunicazione
- 10- Modellizzazione dei servizi
- 11- base di PMI

CAPITALE UMANO

- 11- Formazione continua
- 12- WLB
- 13- Incentivi/premialità generazione di nuovo valore

CAPITALE NATURALE

- 17- Progettazione servizi ed eventi a basso impatto ambientale
- 18- Diventare carbon neutral

CAPITALE RELAZIONALE

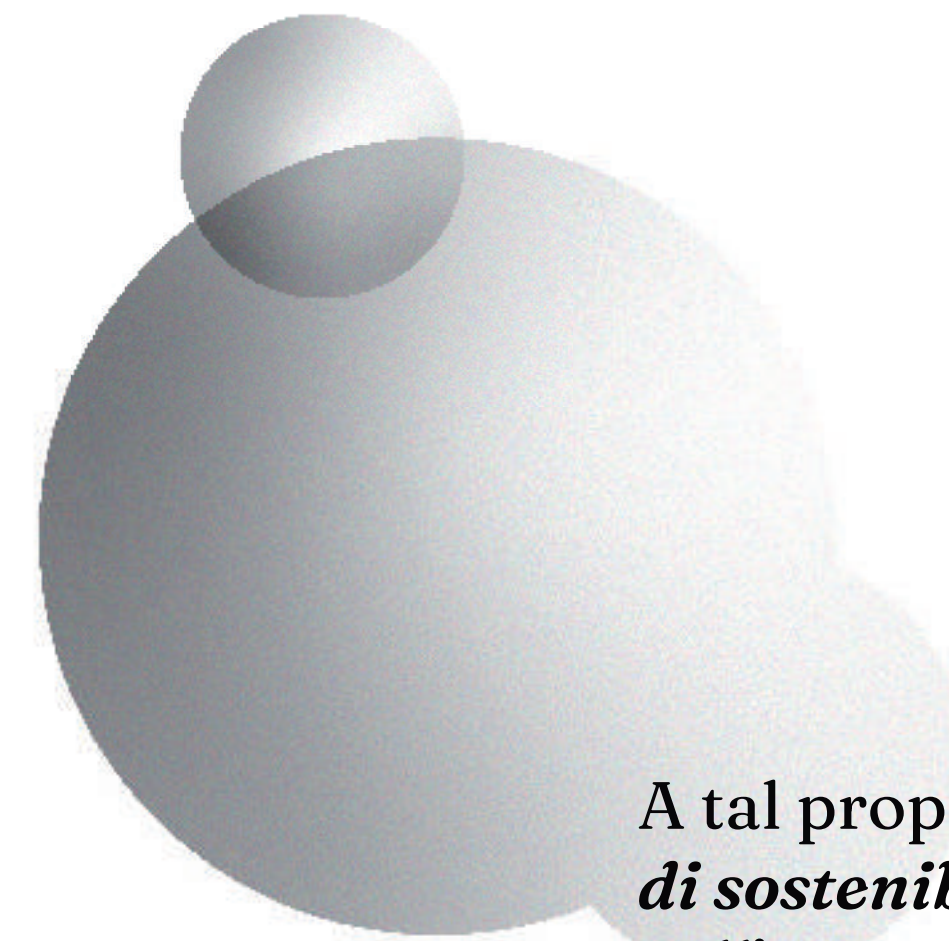
- 14- Networking di scopo
- 15- Rapporti con associazioni moltiplicatrici
- 16- Rapporti con le start up

INNOVAZIONE E DESIGN DEI SERVIZI

Abbiamo identificato diversi temi su cui lavorare nei prossimi anni e il confronto con i nostri stakeholder ci ha confermato l'importanza di continuare a investire nell'**innovazione e design dei servizi**, modellizzando i servizi base per le piccole medie imprese per accompagnarle step by step, dalla formazione alla pianificazione, dalla realizzazione delle attività alla misurazione e al reporting, in un percorso in cui possano riconoscersi.

MATERIALITÀ DI COMUNICAZIONE

Altrettanto rilevante per i nostri stakeholder è la **materialità di comunicazione**, una metodologia che abbiamo messo a punto, affinché la stessa attenzione e rigore nell'identificare progetti concreti e misurabili si applichi anche al modo di comunicarli correttamente.



A tal proposito, sulla **comunicazione di sostenibilità**, ci impegniamo nell'aggiornamento e formazione continua e nella divulgazione ai nostri utenti tramite il nostro magazine, seguendo le linee guida della nostra policy anti-greenwashing, che condividiamo con alcuni dei nostri utenti e che metteremo presto online.

Un altro tema estremamente rilevante è l'attenzione per il **work life balance** e per il benessere di chi lavora insieme a noi. Nel 2023 abbiamo realizzato il corso per i nostri collaboratori **"ToGetThere"** dove abbiamo condiviso strumenti per migliorare il lavoro di team.

Oltre ai momenti di formazione professionale, abbiamo creato il **format ESG Cafè**, un evento ricorrente in cui condividere conoscenze e aggiornamenti sui temi ESG, un confronto che dal 2024 apriremo anche a clienti e contributori o uditori esterni.

Nel 2024 abbiamo inoltre previsto sessioni periodiche mensili per raccogliere feedback e condividere spunti e suggerimenti che ci aiutino a raggiungere gli obiettivi prefissati, insieme ai nostri collaboratori.

L'ambiente resta uno degli stakeholder principali a cui rivolgiamo la massima attenzione; su questo fronte oltre alla partecipazione in *Forest Valley Institute Srl*, che lavora per trovare le migliori soluzioni in ambito climate change, stiamo lavorando con alcuni Partner per diventare carbon neutral.

04 GLI STRUMENTI

IL MAGAZINE



EVENTI



PROGETTI A IMPATTO AMBIENTALE E SOCIALE

OPEN INNOVATION



05

I RISULTATI 2023

In questo capitolo riportiamo la rendicontazione delle attività 2023 indicando gli output di queste attività per ogni finalità di beneficio comune.

I target del 2024 sono stati definiti in relazione ai temi materiali rilevati dall'analisi di materialità 2023 e verranno rendicontati con una nuova impostazione che riportiamo nell'ultimo capitolo di questa relazione, indicando le finalità di beneficio comune riformulate.



1.23 Finalità di beneficio comune

contribuire insieme alle altre società benefit alla transizione verso un nuovo modello di impresa improntato su valori etici e di sostenibilità che coinvolgano in prima istanza la società stessa.

Sfida	Azioni	KPI quantitativo	Obiettivi 2023	Risultati 2023
Costruire una 'Good Economy' in cui l'impresa privata contribuisce al bene comune e alla rigenerazione	Sviluppare contenuti dedicati alla divulgazione del modello benefit	Nr. articoli	200 articoli	L'obiettivo è stato raggiunto al 65% con articoli dedicati alle Società Benefit perché abbiamo ampliato la pubblicazione di contenuti su altri topic quali ambiente, filiere e normative, comunicazione di sostenibilità, social impact
	Attivare campagne social specifiche per far conoscere le società benefit	Nr. Interazioni social	10.000 interazioni	Non siamo riusciti a completare l'obiettivo, stiamo rivalutando la tipologia di campagna e le modalità di coinvolgimento delle altre società benefit

2.23 Finalità di beneficio comune

ridurre il divario comunicativo tra business e consumatore per stimolare modelli di innovazione sostenibile basati sugli obiettivi dell'Agenda ONU 2030 e orientati al beneficio comune; promuovere la contaminazione generazionale, l'inclusione sociale, la parità di genere e la conoscenza quale strumento di transizione verso un'epoca nuova.

Sfida	Azioni	KPI quantitativo	Obiettivi 2023	Risultati 2023
Far crescere la conoscenza e la comprensione dei temi legati allo sviluppo sostenibile superando barriere socio-culturali	Format editoriale "Le serie"	Nr. episodi	50 episodi	Obiettivo raggiunto e superato.
	Format editoriale "Good Habitz"	Nr. infografiche	20 infografiche	Obiettivo non raggiunto. Il format si è fermato perché monitorando il gradimento degli utenti abbiamo rilevato uno scarso interesse

3.23 Finalità di beneficio comune

Valorizzare la professione giornalistica, offrendo ai propri collaboratori un trattamento equo e dignitoso, secondo le indicazioni date anche dall'Ordine Professionale.

Sfida	Azioni	KPI quantitativo	Obiettivi 2023	Risultati 2023
Sostenere la professione giornalistica di qualità e la sua resilienza nell'editoria online	Creare momenti di crescita professionali	Nr. corsi	Almeno 2 corsi professionali	Obiettivo raggiunto. Abbiamo tenuto per la nostra redazione due corsi professionali su temi specifici della comunicazione digitale
	Redigere una policy deontologica per verifica fonti su buone pratiche di sostenibilità	Redazione policy	Redazione policy e condivisione con i nostri collaboratori	Obiettivo raggiunto. La policy è stata condivisa con i nostri collaboratori e ulteriormente perfezionata grazie ai loro suggerimenti

Per perseguire meglio questa finalità abbiamo inoltre deciso nel 2023 di diventare sostenitori dell'organizzazione **Pulitzer Center** che sostiene il giornalismo indipendente e di inchiesta sui temi legati alla sostenibilità.

4.23 Finalità di beneficio comune

Progettare, sviluppare e avvalersi dell'utilizzo e/o lo sviluppo e la progettazione di piattaforme informatiche e prodotti che democratizzino l'accesso al digitale, alla sostenibilità e che favoriscano la diffusione di una cultura dell'innovazione purpose driven.

Sfida	Azioni	KPI quantitativo	Obiettivi 2023	Risultati 2023
Trovare punti di contatto e sinergie tra innovazione, digitale e sostenibilità	Pubblicare una piattaforma digitale per agevolare l'incontro tra bisogni e soluzioni	Delivery di una piattaforma hub	Pubblicazione entro l'anno della piattaforma	Obiettivo raggiunto. La piattaforma è online ed è stata condivisa con un primo gruppo di stakeholder che ci ha restituito dei feedback per perfezionarla prima del lancio.

5.23 Finalità di beneficio comune

Sensibilizzare sull'importanza della realizzazione di progetti che producano un impatto positivo immediato e stimolino la generazione di nuove iniziative in ottica di "amplificazione positiva del fare e dei percorsi sostenibili"

Sfida	Azioni	KPI quantitativo	Obiettivi 2023	Risultati 2023
Innovare e ispirare le best practice in ambito sostenibilità	Progetti di responsabilità Sociale di impresa	Nr. progetti	Realizzare almeno 6 progetti di resp. sociale di impresa che integrassero anche la formazione sulla sostenibilità	Obiettivo raggiunto. Abbiamo realizzato 6 progetti che hanno coinvolto diverse aziende del settore manifatturiero, dei servizi e del settore digitale.

6.23 Finalità di beneficio comune

Divulgare i valori di sostenibilità con workshop, convegni, corsi, interviste e video, webinar, podcast.

Sfida	Azioni	KPI quantitativo	Obiettivi 2023	Risultati 2023
Divulgare i valori di sostenibilità con workshop, convegni, corsi, interviste e video webinar, podcast.	webinar	Nr. webinar	6 webinar/eventi online	Obiettivo raggiunto parzialmente. Siamo riusciti a realizzare un evento online nell'ambito del festival dello sviluppo sostenibile sul tema gender gap.
	Eventi	Nr. Eventi	3 Eventi	Obiettivo raggiunto parzialmente. Abbiamo realizzato un evento di formazione nel mese di marzo.
	Unpacking CSR	Nr. video	Valutazione dell'obiettivo per eventuale revisione.	L'attività è stata rivista e integrata con altri format e ridefinita nel processo di innovazione e modellizzazione dei servizi alle PMI come Unpacking ESG.

7.23 Finalità di beneficio comune

Avviare Partnership con enti di ricerca e startup che permettano di monitorare e analizzare i dati sulla sostenibilità e proporre nuovi percorsi di comunicazione innovativi.

Sfida	Azioni	KPI quantitativo	Obiettivi 2023	Risultati 2023
Promuovere l'innovazione purpose driven	Partnership con startup a impatto sociale	Nr. startup	3 startup	Obiettivo raggiunto. Abbiamo avviato la collaborazione con altre 3 realtà in progetti a impatto sociale.
	Partnership e collaborazioni for benefit	Nr. partner	30 partner	Obiettivo parzialmente raggiunto. Il coinvolgimento dei partner sulla piattaforma si è svolto parzialmente perché prima abbiamo voluto integrare i feedback ricevuti per migliorare la piattaforma.

8.23 Finalità di beneficio comune

Garantire ai propri lettori la trasparenza e il rispetto del fact-checking rispetto a tutti i contenuti pubblicati.

Sfida	Azioni	KPI quantitativo	Obiettivi 2023	Risultati 2023
Rinnovare il patto di fiducia con i lettori	Aggiornamento del documento di trasparenza per i lettori	Doc aggiornato	Pubblicazione di un patto con i lettori.	Obiettivo raggiunto parzialmente. A tal proposito abbiamo realizzato una policy specifica che già condividiamo con i clienti con cui interagiamo sul fronte editoriale, ma che dobbiamo pubblicare sul magazine.

9.23 Finalità di beneficio comune

Valorizzare le caratteristiche del territorio e delle loro comunità con iniziative specifiche a loro dedicate di impatto ambientale e sociale.

Sfida	Azioni	KPI quantitativo	Obiettivi 2023	Risultati 2023
Accompagnare la transizione ecologica e digitale del territorio	Iniziative editoriali e territoriali sull'innovazione per la sostenibilità	Nr. contenuti	50 contenuti	Obiettivo raggiunto parzialmente con la pubblicazione di articoli sul magazine nella categoria "città" e di una rubrica su un media network locale (10 contenuti su Netweek, edizione cartacea e digitale, della provincia Monza-Brianza)

10.23 Finalità di beneficio comune

Avvalersi di collaborazioni e fornitori coerenti con gli obiettivi di sviluppo sostenibile.

Sfida	Azioni	KPI quantitativo	Obiettivi 2023	Risultati 2023
Supportare la creazione di filiere sostenibili	Collaborazioni con Società Benefit	Nr. Collaborazioni SB	5 collaborazioni	Obiettivo raggiunto. Coinvolgiamo altre società benefit sia nei nostri progetti a impatto sociale che in progetti editoriali congiunti (le serie).
	Collaborazioni con enti del terzo settore	Nr. Collaborazioni enti terzo settore	5 collaborazioni	L'obiettivo è stato riconsiderato e per il momento rimandato.
	Realizzazione di una policy fornitori	Realizzazione 1 policy fornitori	L'obiettivo era stato rimandato a una valutazione	Obiettivo raggiunto (10 enti)

Nell'ambito di questa finalità abbiamo ideato nel 2023 il **PMI Smart Kit**, alcuni servizi per supportare le piccole medie imprese nella sostenibilità e agevolare così anche la transizione esg delle filiere.

11.23 Finalità di beneficio comune

Promuovere la sinergia interdisciplinare con enti, associazioni nonprofit, Fondazioni, enti di ricerca, privati e imprese per agevolare l'attività di ricerca e sviluppo, superare i confini di ruolo, territoriali e disciplinari per trovare insieme nuove soluzioni di comunicazione e sostenibilità.

Sfida	Azioni	KPI quantitativo	Obiettivi 2023	Risultati 2023
Far comprendere nel concreto la necessità di operare in modo sinergico e collaborativo (concetto interdipendenza)	Dare visibilità alla piattaforma come strumento di networking con azioni di comunicazione e divulgazione mirate	Nr. persone/Aziende	20	Obiettivo parzialmente raggiunto. Anche questo obiettivo è legato alla piattaforma e alla sua divulgazione a Partner di scopo.

06

MISURAZIONE

Lo standard di misurazione che continuiamo ad adottare è il BIA (B Impact Assessment di B Lab) e il punteggio relativo al 2023 è di **91.9**

Il punteggio è relativo alle seguenti aree:

GOVERNANCE

15.1

AMBIENTE

11.0

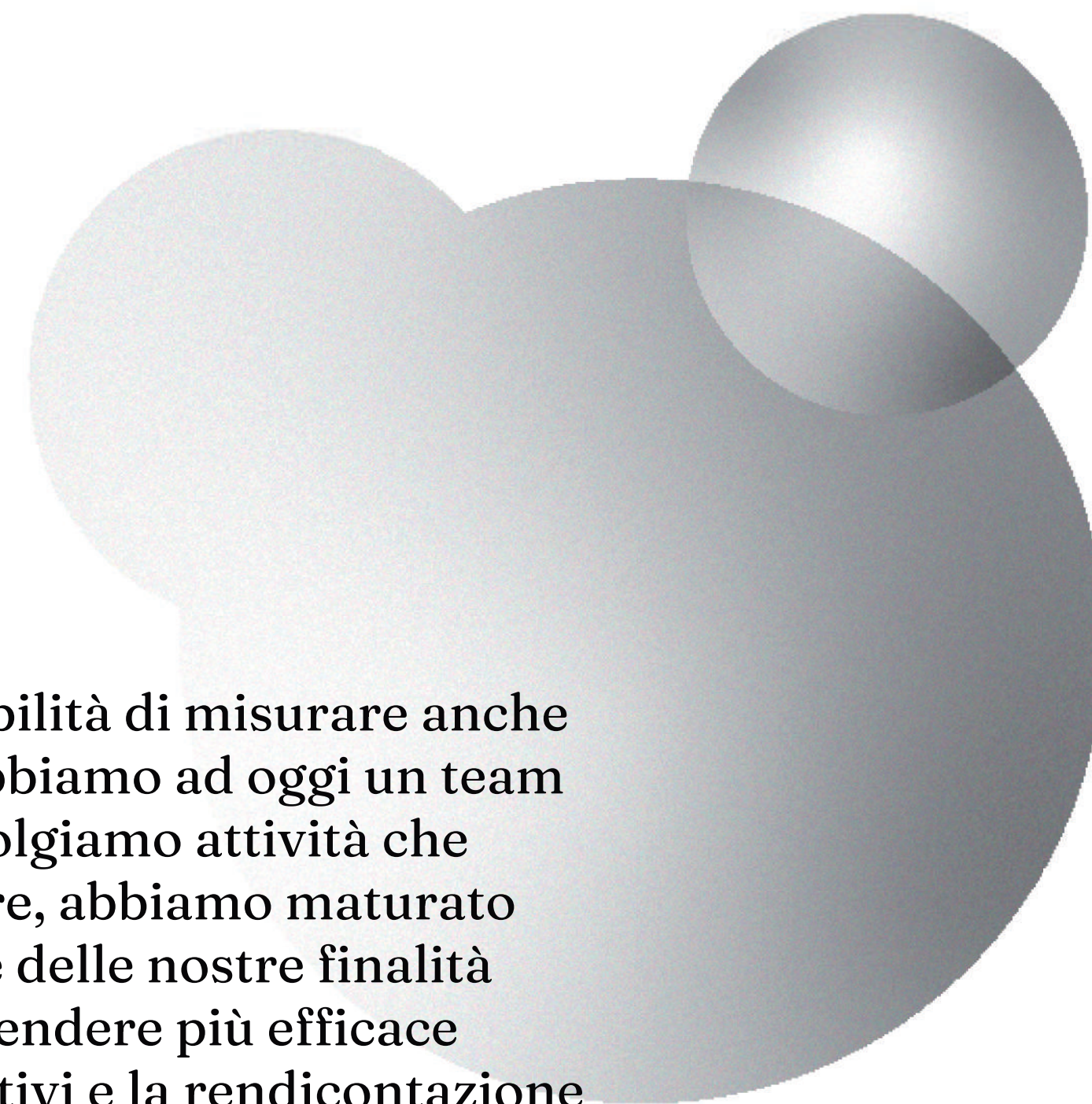
COMUNITÀ

34.1

CLIENTI

31.6

Nel 2024 avremo la possibilità di misurare anche l'area lavoratori poiché abbiamo ad oggi un team più strutturato con cui svolgiamo attività che possiamo misurare. Inoltre, abbiamo maturato l'esigenza di una revisione delle nostre finalità di beneficio comune per rendere più efficace la misurazione degli obiettivi e la rendicontazione che, come descritto nel capitolo successivo, il prossimo anno riporterà gli schemi definiti con la metodologia della **Theory of Change**.



07

OBIETTIVI PER IL FUTURO

Nel corso del 2023 abbiamo affrontato un percorso con la metodologia della **Theory of Change (ToC)** e questo ci ha portato ad approfondire gli elementi di Governance e le modalità con cui definire al meglio la nostra strategia, ragionando su target, attività, strumenti e output, outcome e impatto per ciascuno dei seguenti capitali: **finanziario, produttivo, intellettuale, umano, relazionale, naturale.**

Abbiamo poi mappato i nostri Stakeholder e abbiamo chiesto quanto fossero per loro rilevanti i temi da noi identificati nella materialità per allineare i nostri obiettivi anche alle loro aspettative.

Un altro passo importante è stata la riformulazione delle nostre finalità di beneficio comune come segue, perché fossero più chiare e sintetiche. Queste finalità sono ora parte delle tabelle ToC (Theory of Change) che pubblicheremo nella rendicontazione 2024 e che riporteranno per ciascun capitale dell'impresa e per la governance:

- I TEMI RILEVANTI
- INPUT
- ATTIVITÀ
- OUTPUT
- OUTCOME
- IMPATTO E FINALITÀ
- SDGS

Nelle slide di seguito riportiamo un abstract di questo lavoro con i principali obiettivi identificati per ciascuna finalità per il 2024.

FINALITÀ 1

Favorire l'aumento delle imprese che adottano un modello di impresa ispirato ai valori della sostenibilità e della collaborazione tra enti, profit e nonprofit, istituzioni, società civile, professionisti e volto alla generazione di una società inclusiva.

Contribuiscono a questa finalità i temi rilevanti di tutti i capitali. Tra questi abbiamo identificato come **attività** prioritarie per il 2024:

- il dialogo e confronto con le banche
- la ricerca di finanziamenti e bandi

che producono come **output**:

- l'accesso a linee di credito agevolate per l'imprenditoria femminile e lo sviluppo di progetti finanziati in linea con la finalità 1

Gli **outcome** saranno:

- il consolidamento finanziario
- la crescita organizzativa che ci permetterà di confermare l'efficacia del modello di impresa che vogliamo essere e divulgare.

FINALITÀ 2

Valorizzare il 'The Good in Town', il buono che c'è in ogni territorio, realizzando progetti a impatto sociale e a favore della comunità, in collaborazione con aziende e altre realtà locali.

Contribuiscono a questa finalità i temi rilevanti della Governance e del Capitale relazionale, e produttivo.

Tra questi abbiamo identificato come **attività** prioritarie per il 2024:

- l'istituzione di un Albo fornitori e partner qualificati dei territori
- il co-design di servizi congiunti con Partner commerciali e di scopo

Che producono come **output**:

- i progetti congiunti con i nostri Partner di scopo e commerciali (editoriali, sociali o ambientali)

Gli **outcome** saranno:

- la crescita dell'Albo fornitori e Partner e il grado di replicabilità dei progetti.

FINALITÀ 3

Ridurre il divario comunicativo tra business e consumatore e offrire un'informazione positiva e inclusiva per stimolare la consapevolezza di ogni persona sui temi legati allo sviluppo sostenibile.

Contribuiscono a questa finalità i temi rilevanti della Governance e del Capitale intellettuale. Tra questi abbiamo identificato come **attività** prioritarie per il 2024:

- l'inserimento del contributo che il cliente dà al sostegno del magazine thegoodintown.it, e quindi alla divulgazione dei temi ESG, all'interno dei contratti di prestazione dei nostri servizi
- il monitoraggio della redazione sull'utilizzo della policy per contrastare il green washing nella relazione con i clienti e interlocutori
- l'adesione alla Carta delle Pari Opportunità di Sodalitas per contribuire a ridurre il gender gap
- la modellizzazione dei servizi di base per le PMI e della materialità di comunicazione

Che producono come **output**:

- l'identificazione del valore del contributo per il magazine per ciascun contratto e lo sviluppo di processi di monitoraggio dell'utilizzo della policy anti-greenwashing

Gli **outcome** saranno:

- l'inserimento del contributo al magazine nei contratti dei clienti del 2024 e la definizione di riunioni periodiche per monitorare la condivisione della policy.

FINALITÀ 4

Aumentare le opportunità di accesso delle PMI a modelli di sviluppo sostenibile, attraverso la progettazione e lo sviluppo di strumenti digitali e servizi che favoriscano le strategie e l'innovazione purpose driven.

Contribuiscono a questa finalità i temi rilevanti della Governance e del Capitale naturale, relazionale, intellettuale, produttivo. Tra questi abbiamo identificato come **attività** prioritarie per il 2024:

- la modellizzazione dei servizi di base per le PMI e della materialità di comunicazione
- l'avvio di un'analisi per diventare carbon neutral con un Partner specializzato
- la realizzazione di un programma di engagement dei nostri stakeholder
- l'identificazione di attività congiunte con Partner di scopo sui bandi
- la partecipazione alle attività di Open Innovation di Forest Valley (nostra partecipata che si occupa di climate innovation)

Che producono come **output**:

- i kit di strumenti che semplifichino alle PMI l'avvio di percorsi ESG
- la realizzazione di un confronto aperto con i nostri stakeholder
- la definizione di accordi di Partnership di scopo
- l'implementazione di un database di startup con soluzioni che aiutano lo sviluppo sostenibile
- il lancio di una piattaforma digitale che agevoli il networking di scopo

Gli **outcome** saranno:

- l'adozione dei nostri modelli da parte di almeno il 50% dei nostri clienti
- la nascita di un ecosistema che agevoli lo sviluppo di progetti congiunti con i Partner di scopo
- la realizzazione di un focus group con i nostri stakeholder
- la finalizzazione di un database di startup per lo sviluppo sostenibile

Cos'è la Theory of change?

La teoria del cambiamento è un metodo che spiega come prevede un intervento, o un insieme di interventi, che guidino lo sviluppo di uno specifico cambiamento, basandosi sull'analisi causale e su evidenze misurabili. Una teoria del cambiamento per l'UNDAF (United Nations Sustainable Development Group) deve essere guidata da solide analisi e consultazioni con le principali parti interessate per comprendere cosa funziona e cosa non in diversi contesti tratti dall'esperienza delle Nazioni Unite e dei suoi partner. La teoria del cambiamento aiuta a identificare soluzioni per affrontare in modo efficace le cause dei problemi che ostacolano il progresso e guidano le decisioni in merito a quale approccio adottare, considerando vantaggi comparativi, efficacia, fattibilità e incertezze che fanno parte di qualsiasi processo di cambiamento

Fonte definizione:

<https://unsdg.un.org/sites/default/files/UNDG-UNDAF-Companion-Pieces-7-Theory-of-Change.pdf>

Tabella di raccordo vecchie finalità e nuove finalità di beneficio comune.

	Finalità BC fino al 2023	Finalità BC dal 2024	Vecchie finalità collegate
	1.23 Contribuire insieme alle altre società benefit alla transizione verso un nuovo modello di impresa improntato su valori etici e di sostenibilità che coinvolgano in prima istanza la società stessa	Finalità 1 - Favorire l'aumento delle imprese che adottano un modello di impresa ispirato ai valori della sostenibilità e della collaborazione tra enti, profit e nonprofit, istituzioni, società civile, professionisti e volto alla generazione di una società inclusiva	1.23; 4.23; 5.23; 10.23; 11.23
	2.23 Ridurre il divario comunicativo tra business e consumatore per stimolare modelli di innovazione sostenibile basati sugli obiettivi dell'Agenda ONU 2030 e orientati al beneficio comune; promuovere la contaminazione generazionale, l'inclusione sociale, la parità di genere e la conoscenza quale strumento di transizione verso un'epoca nuova.	Finalità 2 - Ridurre il divario comunicativo tra business e consumatore e offrire un'informazione positiva e inclusiva per stimolare la consapevolezza di ogni persona sui temi legati allo sviluppo sostenibile.	2.23; 6.23; 8.23; 9.23
	3.23 Valorizzare la professione giornalistica, offrendo ai propri collaboratori un trattamento equo e dignitoso, secondo le indicazioni date anche dall'Ordine Professionale.	Finalità 3 - Aumentare le opportunità di accesso delle PMI a modelli di sviluppo sostenibile, attraverso la progettazione e lo sviluppo di strumenti digitali e servizi che favoriscano le strategie e l'innovazione purpose driven.	2.23; 10.23; 11.23

	Finalità BC fino al 2023	Finalità BC dal 2024	Vecchie finalità collegate
	4.23 Progettare, sviluppare e avvalersi dell'utilizzo e/o lo sviluppo e la progettazione di piattaforme informatiche e prodotti che democratizzino l'accesso al digitale, alla sostenibilità e che favoriscano la diffusione di una cultura dell'innovazione purpose driven.	Finalità 4 - Valorizzare il 'The Good in Town', il buono che c'è in ogni territorio, realizzando progetti a impatto sociale e a favore della comunità, in collaborazione con aziende e altre realtà locali.	3.23; 6.23; 8.23; 9.23
	5.23 Sensibilizzare sull'importanza della realizzazione di progetti che producano un impatto positivo immediato e stimolino la generazione di nuove iniziative in ottica di "amplificazione positiva del fare e dei percorsi sostenibili"	Finalità 2 - Ridurre il divario comunicativo tra business e consumatore e offrire un'informazione positiva e inclusiva per stimolare la consapevolezza di ogni persona sui temi legati allo sviluppo sostenibile.	2.23; 5.23; 9.23
	6.23 Divulgare i valori di sostenibilità con workshop, convegni, corsi, interviste e video, webinar, podcast.	Finalità 2 - Ridurre il divario comunicativo tra business e consumatore e offrire un'informazione positiva e inclusiva per stimolare la consapevolezza di ogni persona sui temi legati allo sviluppo sostenibile.	2.23; 5.23; 6.23; 8.23; 9.23
	7.23 Avviare Partnership con enti di ricerca e startup che permettano di monitorare e analizzare i dati sulla sostenibilità e proporre nuovi percorsi di comunicazione innovativi.	Finalità 2 - Ridurre il divario comunicativo tra business e consumatore e offrire un'informazione positiva e inclusiva per stimolare la consapevolezza di ogni persona sui temi legati allo sviluppo sostenibile.	2.23; 5.23; 6.23; 8.23; 9.23

	Finalità BC fino al 2023	Finalità BC dal 2024	Vecchie finalità collegate
	8.23 Garantire ai propri lettori la trasparenza e il rispetto del fact-checking rispetto a tutti i contenuti pubblicati.	Finalità 2 - Ridurre il divario comunicativo tra business e consumatore e offrire un'informazione positiva e inclusiva per stimolare la consapevolezza di ogni persona sui temi legati allo sviluppo sostenibile.	2.23; 5.23; 6.23; 8.23; 9.23
	9.23 Valorizzare le caratteristiche del territorio e delle loro comunità con iniziative specifiche a loro dedicate di impatto ambientale e sociale.	Finalità 4 - Valorizzare il 'The Good in Town', il buono che c'è in ogni territorio, realizzando progetti a impatto sociale e a favore della comunità, in collaborazione con aziende e altre realtà locali.	3.23; 6.23; 7.23; 8.23; 9.23, 10.23; 11.23
	10.23 Avvalersi di collaborazioni e fornitori coerenti con gli obiettivi di sviluppo sostenibile.	Finalità 4 - Valorizzare il 'The Good in Town', il buono che c'è in ogni territorio, realizzando progetti a impatto sociale e a favore della comunità, in collaborazione con aziende e altre realtà locali.	3.23; 6.23; 8.23; 9.23, 10.23; 11.23
	11.23 Promuovere la sinergia interdisciplinare con enti, associazioni nonprofit, Fondazioni, enti di ricerca, privati e imprese per agevolare l'attività di ricerca e sviluppo, superare i confini di ruolo, territoriali e disciplinari per trovare insieme nuove soluzioni di comunicazione e sostenibilità	Finalità 4 - Valorizzare il 'The Good in Town', il buono che c'è in ogni territorio, realizzando progetti a impatto sociale e a favore della comunità, in collaborazione con aziende e altre realtà locali.	3.23; 6.23; 7.23; 8.23; 9.23, 10.23; 11.23

**Vuoi fare rete con noi per generare
un impatto positivo?
Scrivici a positiveimpact@thegoodintown.it**

**Magazine: thegoodintown.it
Company: thegoodintownlab.it**

**The Good in Town Società Benefit
Via Carducci 8, 20123 Milano**

