



RELAZIONE IMPATTO



THE GOOD IN TOWN



*Ognuno di noi è un filo unico e irripetibile nell'intricata rete della vita,
è qui per dare un contributo.*

Deepak Chopra

CONTENUTI

1. Fatti e persone che cambiano il mondo
2. Chi siamo
3. Sustainable Development Goals
4. Governance e Stakeholder
5. Gli strumenti del nostro impatto
6. Un filo alla volta
7. Risultati 2022/Obiettivi 2023
8. Misurazione dell'impatto





1

FATTI E PERSONE CHE CAMBIANO IL MONDO

Il cambiamento parte da noi.

Ognuno di noi arricchisce con la sua diversità la preziosa trama di un tessuto di cui siamo i fili, ci intrecciamo e contribuiamo a rendere l'insieme di un disegno, a creare il cambiamento. Credere nella naturale capacità delle persone di contribuire al bene comune, può cambiare l'approccio alle relazioni e al business.

Credere nel business come forza positiva può generare benessere per persone e pianeta.

Noi partiamo da qui ogni giorno, cercando di migliorarci per generare un impatto, cercando di generare consapevolezza, imparando dai nuovi fili che si aggiungono alla trama di un cambiamento di cui vogliamo fare parte.

Sara Serafini e Donatella Cambosu
Cofondatrici The Good in Town SB

2

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.

La nostra mission è rendere il bene comune parte della vita di tutti.

Be good and shine

2

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Gli obiettivi di Sviluppo Sostenibile restano, insieme ai KPI che abbiamo definito per la misurazione del nostro impatto, un riferimento importante nel nostro percorso.

Nel 2022 abbiamo proseguito i progetti avviati ma anche cercato di lavorare su nuovi target, per contribuire ancora di più agli obiettivi dell'Agenda 2030.

Goal 1 – Sconfiggere la povertà

Tra i target di questo obiettivo c'è quello di ridurre l'esposizione dei poveri alla vulnerabilità ad eventi estremi legati al clima e ad altri shock e disastri economici, sociali e ambientali.

In questa direzione abbiamo lavorato su progetti per offrire sostegno e supportare persone senza fissa dimora o in condizioni di svantaggio economico.

Goal 3 – Salute e Benessere

L'obiettivo mira a raggiungere migliori standard per la salute e il benessere di tutti, a tutte le età e in tutto il mondo.

Abbiamo raccontato soluzioni innovative, imprese, startup che lavorano per migliorare il benessere delle persone sul magazine.

Goal 5 – Parità di genere

L'obiettivo punta a raggiungere l'uguaglianza di genere e stimolare la crescita personale.

Oltre al costante impegno editoriale per valorizzare figure femminili che ispirino al cambiamento sia a livello professionale che nella lotta alla disparità in famiglia, abbiamo realizzato eventi di sensibilizzazione sull'importanza di creare condizioni economiche e sociali per la libertà di scelta femminile. Abbiamo realizzato inoltre progetti di formazione ed eventi in collaborazione con altri Partner per aumentare la conoscenza di tecnologia e informazione e rafforzare la consapevolezza delle donne.

Goal 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica

L'obiettivo è orientato a promuovere politiche di sviluppo per la creazione di lavoro dignitoso, la creatività, l'innovazione, l'imprenditorialità e l'occupazione giovanile.

L'impegno focalizzato sui servizi di formazione e diritto al lavoro per persone in condizioni di fragilità socio-economica di tutte le età e provenienze, è proseguito estendendosi a nuovi settori e profili professionali in evoluzione grazie al digitale o ad alta richiesta di manodopera. L'impegno nella ricerca e creazione di nuovi contenuti che arrivassero a persone con storie e livelli di istruzioni differenti, si è unito al dialogo con le imprese per la verifica dei profili più ricercati e l'accompagnamento a un'inclusione reale di quelli già inseriti.

Goal 9 – Imprese, innovazione e infrastrutture

L'obiettivo si riferisce alla promozione di un tessuto economico e industriale più innovativo, responsabile e sostenibile.

Il digitale e l'innovazione restano per noi un importante motore di trasformazione che può agevolare lo sviluppo sostenibile.

Ne parliamo spesso sul nostro magazine offrendo esempi concreti di innovazione tecnologica. In questa direzione abbiamo continuato a integrare nei nostri percorsi formativi spazi dedicati all'innovazione e alla sostenibilità. La collaborazione con imprese e associazioni ci ha portato inoltre a realizzare progetti per la mobilità sostenibile e a perfezionare gli strumenti (consulenza e formazione) per avvicinare le imprese a nuovi percorsi per la sostenibilità.

Goal 10 – Ridurre le disuguaglianze

L'obiettivo riguarda il tema della disparità sociale ed economica all'interno dello Stato e tra le nazioni.

Il nostro impegno si è tradotto nella realizzazione di percorsi di formazione al lavoro inclusivi per promuovere l'inclusione sociale a prescindere da età, sesso, disabilità, razza, etnia, origine, religione, altro...; abbiamo proseguito le collaborazioni con i Partner nonprofit inclusi quelli che lavorano con le carceri, per disegnare insieme percorsi di reintegro sociale. Tra i progetti editoriali abbiamo avviato quello sull'intersezionalità per raccontare le diverse identità sociali che costituiscono ciascuno di noi e che vanno considerate per non discriminare.

Goal 12 – Consumo e produzione responsabili

L'obiettivo si focalizza sulla promozione di modelli di consumo e produzione sostenibili e sull'aumento della consapevolezza nelle persone.

La serie dedicata all'upcycling avviata nel 2021 si è arricchita nel 2022 di nuovi episodi così come i contenuti sulla moda etica. Le rubriche pensate per suggerire «Buone pratiche» Good Habitz e Good App, sono state pubblicate con minor frequenza e daranno spazio nel 2023 ad aggiornamenti e novità, in risposta ai feedback ricevuti dai nostri stakeholder.

Goal 13 – Lotta per il cambiamento climatico

L'obiettivo si concentra su tutte le attività di sensibilizzazione e integrazione di progetti concreti per contrastare il climate change.

Un obiettivo che sentiamo ancora più urgente in considerazione degli scenari climatici e geopolitici che si sono delineati nel corso del 2022. Abbiamo intensificato i contenuti prodotti in questa direzione sul magazine ma anche lavorato a nuove Partnership per progetti ambientali con associazioni di agricoltori e startup impegnate nella tutela e salvaguardia ambientale.

4

GOVERNANCE E STAKEHOLDER

I nostri valori – **informazione, innovazione, inclusione, ispirazione, responsabilità** – sono le radici dalle quali originano le regole comportamentali che disciplinano i rapporti con gli stakeholder.

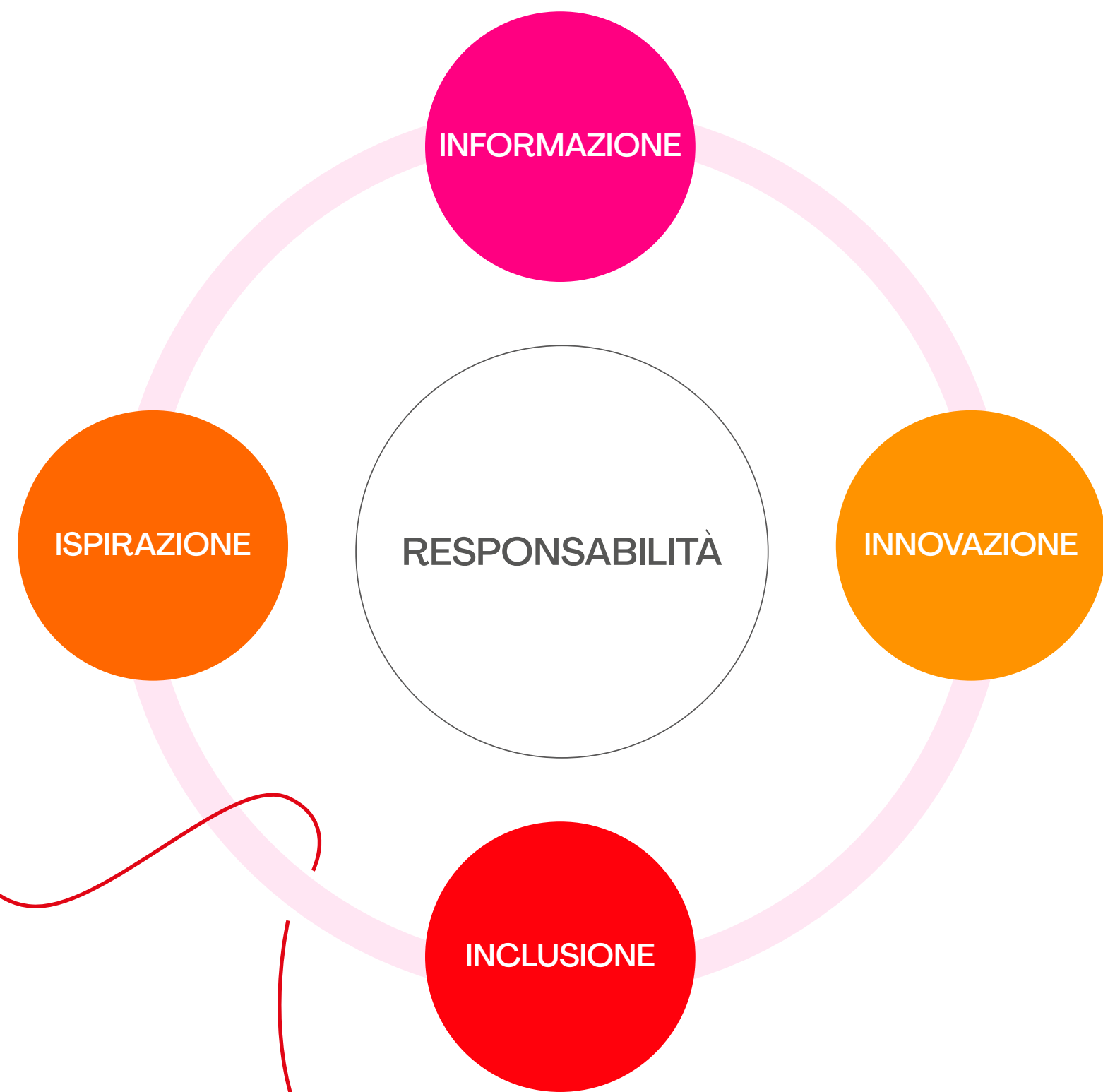
Nel 2022 abbiamo raccolto feedback su corsi di formazione ed eventi, utili a migliorare il rapporto con loro e deciso di strutturare meglio il dialogo nel 2023. Abbiamo avviato inoltre l'impostazione di una policy anti-greenwashing che include: patto di redazione, patto con i lettori e guida per i clienti. La chiusura e messa online della policy avverrà nel corso del 2023.

Il benessere dei nostri collaboratori è rimasto centrale: li abbiamo coinvolti nel nostro percorso creando maggiori spazi di condivisione che dal 2023 saranno formalizzati e consolidati grazie al percorso con la metodologia della Theory of Change.



5

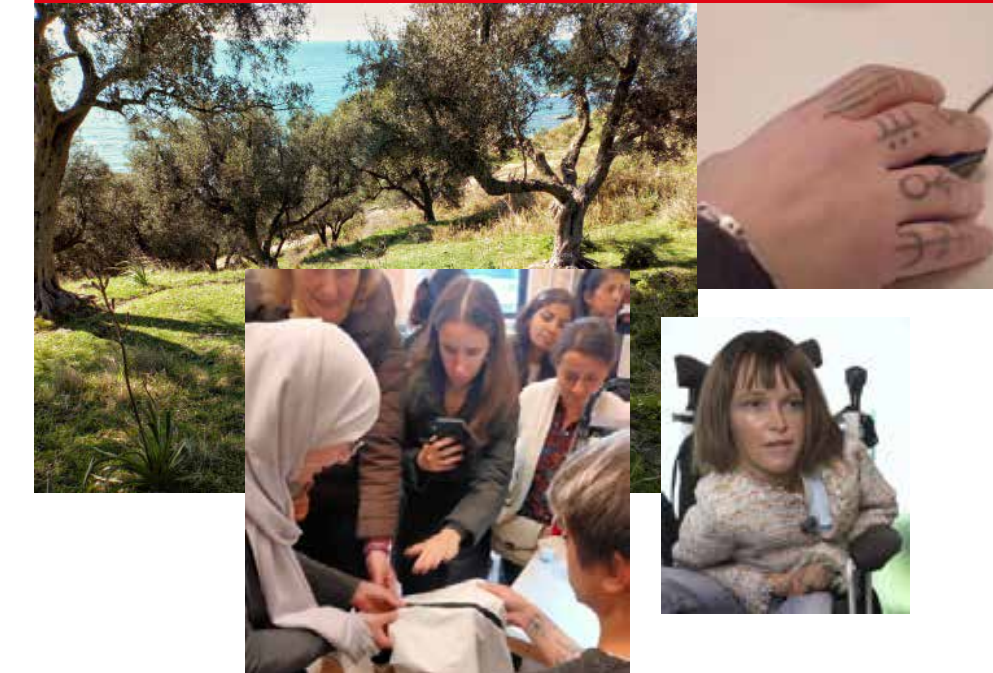
STRUMENTI DEL NOSTRO IMPATTO



IL MAGAZINE



PROGETTI A IMPATTO AMBIENTALE E SOCIALE



EVENTI



OPEN INNOVATION





6

UN FILO ALLA VOLTA

Inclusione e diritto al lavoro

Il lavoro come strumento di reintegro sociale per persone in condizioni di svantaggio, permette loro di raggiungere l'autonomia finanziaria. Disegniamo percorsi insieme ai nostri partner perché sia inclusivo e concreto, coinvolgendo e affiancando sia chi partecipa ai corsi che le aziende che decidono di offrire contributi formativi o tirocini. Questi progetti sono anche un modo per rafforzare il rapporto con altre Società Benefit e Bcorp, che coinvolgiamo nella formazione o per la pratica.

RESKILLING JOBS

Destinatari: 100 Inoccupati, in prevalenza donne

Il progetto rivolto alla formazione e impiego di persone inoccupate, organizzato con

Fondazione S. Carlo, Caritas Ambrosiana con il sostegno di **JP Morgan**, nel 2022 ha avviato un percorso per donne inoccupate, straniere e italiane, dal nome «Hai stoffa da vendere, riparti da te!».

Sono stati coinvolti per la realizzazione la **Onlus Molce Atelier**, la sartoria che cura, e **Afol Moda** per aiutare le partecipanti a formarsi nel settore sartoriale ma anche lavorare su soft skill, educazione finanziaria sostenibilità. Nel 2022 il percorso di Reskilling ha aiutato 20 persone a inserirsi nel mondo del lavoro agevolando i tirocini presso aziende ospitanti.

DIVERSITY360

Destinatari: imprese e organizzazioni che possono offrire un lavoro a persone con fragilità

Nel 2022 abbiamo seguito e coordinato il progetto di **Digital360** dal nome **Diversity360**, selezionando alcune storie che in linea con i nostri obiettivi di informazione e divulgazione (storytelling) ma anche storydoing, ispirassero inclusione della diversità nelle aziende. Il progetto ha finora raccontato 3 storie di crescita professionale grazie al digitale e lanciato delle call to action alle imprese sui canali social. Nel 2023 proseguiremo lo storytelling per aumentare la consapevolezza e ispirare all'azione.

AL LAVORO 4.0 COSTRUISCI IL TUO FUTURO

Destinatari: NEET dai 18 ai 30 anni

Nel 2022 abbiamo lavorato alla seconda edizione del progetto di **Digital360** in collaborazione con **Caritas Ambrosiana e Fondazione S. Carlo**, avviando un nuovo percorso formativo per 20 ragazzi da inserire come profili di marketing digitale. Anche quest'anno abbiamo coordinato le lezioni, interagendo con docenti, aziende, formatori e avviato i tirocini.

L'edizione 2021 i cui tirocini si sono conclusi a inizio 2022, è stata utile a chi ha partecipato per inserirsi nel mondo del lavoro (12 ragazzi su 14 lavorano) e ha coinvolto molte imprese del territorio lombardo che hanno contribuito a generare l'impatto offrendo formazione o tirocini.

COOPERAZIONE CON LE ASSOCIAZIONI SU TERRITORIO E COMUNITÀ

SLOWELFARE, BENESSERE A KM ZERO

Destinatari: imprese, commercianti e cittadini del territorio Vimercatese (MB).

Tra i progetti che mirano a valorizzare le caratteristiche del territorio e delle loro comunità con iniziative specifiche a loro dedicate di impatto ambientale e sociale c'è **Slowelfare** di cui siamo Partner. L'iniziativa promossa dall'**Associazione Culturale SloWorking** e sostenuta da Regione Lombardia propone azioni concrete a favore dell'armonizzazione vita-lavoro e coinvolge 20 realtà oltre la nostra, tra cui piccole organizzazioni imprenditoriali del mondo dell'innovazione digitale, della consulenza e della comunicazione, negozi di quartiere e realtà commerciali territoriali ed enti istituzionali, della cultura, dell'associazionismo e dei servizi alla persona. Il progetto si concluderà nel 2023 e misurerà il numero di beneficiari raggiunti sul territorio dalle iniziative e i feedback. Noi abbiamo contribuito alla comunicazione del progetto.

CITY ANGELS, VOLONTARI DI STRADA

Destinatari: City Angels e indirettamente i beneficiari delle loro attività, i senza tetto. Nel 2022 abbiamo avviato una collaborazione per supportare le attività di fundraising e comunicazione insieme ad altri Partner. Li abbiamo seguiti durante alcune uscite e presso il loro centro di accoglienza per costruire uno storytelling delle loro attività e del sostegno offerto alle persone senza fissa dimora.

RADIAL – RECYCLED ART FOR DISADVANTAGED ADULT LEARNERS

Destinatari: operatori sociali e persone con fragilità socio-economiche

Radial è un progetto biennale, finanziato dal Programma Erasmus+ della Commissione Europea, sviluppato da **Fondazione S. Carlo** con altre 6 organizzazioni di: Grecia, Spagna, Bulgaria, Germania, Cipro e Inghilterra.

Il progetto vuole contribuire all'inclusione sociale delle persone in condizioni di fragilità socio-economiche offrendo loro strumenti per inserirsi nel mondo del lavoro o sviluppare le loro attitudini imprenditoriali.

Intende inoltre aumentare la consapevolezza sulla sostenibilità ambientale proponendo laboratori sull'arte del riciclo. Abbiamo preso parte agli incontri pilota utili per dare il nostro contributo e i nostri suggerimenti per la redazione del manuale e co-organizzato l'evento di presentazione del progetto a novembre 2022.



ATTITUDE RECORDZ

Destinatari: detenuti e ragazzi in situazioni di svantaggio
Attitude, progetto della **Cooperativa Atacama**, nasce in carcere come centro di produzione artistica, casa discografica e studio di registrazione per offrire attraverso la musica opportunità di lavoro. Il nostro contributo al loro progetto a impatto sociale è stato quello di supportarli nel 2022 con incontri periodici, con il nostro team tecnico per la realizzazione del sito e con il nostro network per trovare l'etichetta discografica che distribuisse il loro primo album dal titolo Exagora, fuori dalla piazza. Oggi i progetti della **Cooperativa Atacama** proseguono con attività e laboratori per allontanare i ragazzi da recidive e criminalità. Spesso tra loro ci sono ragazzi con idee imprenditoriali che cercano sostegno e supporto.



ECONOMIA CIRCOLARE E DIVULGAZIONE

LE SERIE SU UPCYCLING, MOBILITÀ SOSTENIBILE, MECCATRONICA

Destinatari: tutti

Prosegue la pubblicazione di contenuti nelle serie per aumentare la consapevolezza dei nostri lettori e ispirarli ad azioni concrete nella loro vita quotidiana. Oltre alle serie già presenti, abbiamo

pubblicato nel 2022 nuovi progetti editoriali sulla mobilità sostenibile e avviato la lavorazione della serie sulle professioni della meccatronica per far conoscere l'evoluzione delle imprese a chi si affaccia al mondo del lavoro. I contenuti editoriali mirano ad informare ma anche a stimolare iniziative con le imprese.



CLIMATE CHANGE

DESTINATARI: STARTUP, ASSOCIAZIONI, CORPORATE, ENTI DI RICERCA

La ricerca di collaborazioni che ci permettessero di aumentare il nostro impatto ambientale è proseguita con la startup intelligence, più focalizzata sulla dimensione ambientale, per realizzare progetti congiunti di tutela e salvaguardia.

Nel 2022 abbiamo collaborato con **The Oceancy**, avviato il dialogo con **Ager Oliva** e collaborazioni con **CIA (Confederazione Italiana Agricoltori)**. Continuiamo a investire inoltre in **Forest Valley** per supportare la climate innovation e stiamo valutando nuove modalità per ridurre e monitorare il nostro impatto ambientale.

OPEN INNOVATION

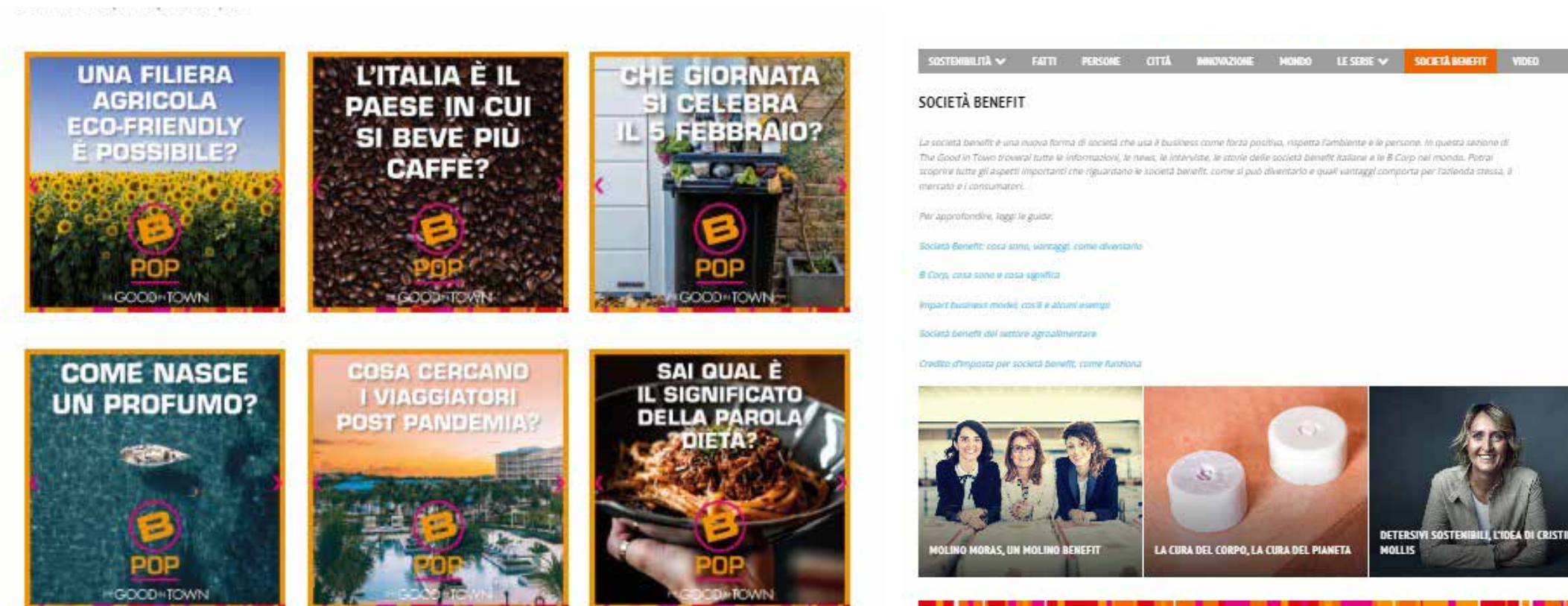
MCE4X4 – BEYOND BARRIERS

Nel 2022 siamo stati Advisor del progetto MCE4X4 – Beyond Barriers rivolto alle imprese lombarde e dedicato alla mobilità e all'open innovation, organizzato da **Assolombarda** e **Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi**. Lo abbiamo chiamato "Beyond Barriers – Oltre le barriere" per oltrepassare le barriere, i limiti a una vera sostenibilità e inclusività degli attuali modelli di mobilità. Abbiamo lavorato per aumentare ulteriormente il focus sulla sostenibilità a 360°, coinvolgendo Partner tra i quali **Impacthub**, **Avanzi**, **Fondazione Giordano dell'Amore**, **Assobenefit**, **Shetech** per potenziare la ricerca di soluzioni e **startup a impatto** nelle aree tematiche people, data&security, energy, logistics. Abbiamo inoltre coinvolto **Accessiway** per rendere il sito dell'iniziativa accessibile e realizzato contenuti di approfondimento sulla mobilità sostenibile.



RISULTATI 2022/OBIETTIVI 2023

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	Obiettivi 2022	Avanzamento	Obiettivi 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	40%	Raggiungere il 100% dell'obiettivo
	Attivare campagne social specifiche per far conoscere le Società Benefit	Nr. interazioni social	10.000 interazioni	25%	Raggiungere il 100% dell'obiettivo

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, la parità di genere e la conoscenza quale strumento di transizione verso un'epoca nuova.

Sfida	Azioni	KPI	Obiettivi 2022	Avanzamento	Obiettivi 2023
Far crescere la conoscenza e la comprensione dei temi legati allo sviluppo sostenibile superando barriere socio-culturali	Format editoriale <i>Le Serie</i>	Nr. episodi	50	82%	Raggiungere il 100% dell'obiettivo
	Format editoriale <i>Good Habitz</i>	Nr. infografiche	20	35%	Raggiungere il 100% dell'obiettivo

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	Obiettivi 2022	Avanzamento	Obiettivi 2023
Sostenere la professione giornalistica di qualità e la sua resilienza nell'editoriale online	Creare momenti di crescita professionali	Nr. corsi	Nr. 2 corsi professionali per la redazione	50%	Raggiungere il 100% dell'obiettivo
	Redigere una policy deontologica per la verifica delle fonti e del materiale pubblicato su buone pratiche di sostenibilità	Nr. realtà con cui viene condivisa	Redazione policy	70%	Raggiungere il 100% dell'obiettivo

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 e che attraverso questo favoriscano la diffusione di una profonda cultura dell'innovazione purpose driven

Sfida	Azioni	KPI	Obiettivi 2022	Avanzamento	Obiettivi 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	Pubblicazione entro l'anno	Obiettivo non raggiunto. La nascita di nuove esigenze tra le aziende ci ha portato a rivedere il modello	Pubblicazione della piattaforma

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	Obiettivi 2022	Avanzamento	Obiettivi 2023
Innovare e ispirare le best practice in ambito sostenibilità	Progetti di responsabilità sociale	Nr. progetti	3	100%	Raddoppiare il numero di progetti e integrare percorsi di formazione sulla sostenibilità

Finalità di beneficio comune

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

Sfida	Azioni	KPI	Obiettivi 2022	Avanzamento	Obiettivi 2023
Ampliare l'audience sui temi dello sviluppo sostenibile, della responsabilità individuale e aziendale	Webinar	Nr. webinar	6	17%	Raggiungere il 100% dell'obiettivo
	Eventi fisici	Nr. eventi	1	200%	3
	Unpacking CSR	Nr. video	12	Ob in fase di revisione	Ob in fase di revisione

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	Obiettivi 2022	Avanzamento	Obiettivi 2023
Innovare e ispirare le best practice in ambito sostenibilità	Progetti di responsabilità sociale	Nr. progetti	3	100%	Raddoppiare il numero di progetti e integrare percorsi di formazione sulla sostenibilità

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	Obiettivi 2022	Avanzamento	Obiettivi 2023
Promuovere l'innovazione purpose driven	Partnership con startup a impatto sociale	Nr. startup	3	70%	3
	Partnership e collaborazioni for benefit	Nr. partner	6	150%	30

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	Obiettivi 2022	Avanzamento	Obiettivi 2023
Rinnovare il patto di fiducia con i lettori	Adesione al trust project	Documento formale	Pubblicazione sul sito	Ob. Non raggiunto e aggiornato con un documento più in linea con l'evoluzione di TGIT	Pubblicazione di un patto TGIT con i lettori

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	Obiettivi 2022	Avanzamento	Obiettivi 2023
Accompagnare la transizione ecologica e digitale	Iniziative editoriali e territoriali sull'innovazione per la sostenibilità	Nr. Contenuti pubblicati	15	320%	50

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

Sfida	Azioni	KPI	Obiettivi 2022	Avanzamento	Obiettivi 2023
Supportare la creazione di filiere sostenibili	Collaborazioni costanti con Società Benefit	Nr. Collab	5	60%	Raggiungere il 100% dell'obiettivo
	Collaborazioni costanti con enti terzo settore	Nr. Collab	5	200%	10
	Realizzazione di una policy fornitori	Doc formale	1	Obiettivo non avviato	L'obiettivo è stato rimandato a una valutazione

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	Obiettivi 2022	Avanzamento	Obiettivi 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/enti/aziende	20	Obiettivo non raggiunto perchè legato alla messa online della piattaforma	Raggiungere il 100% dell'obiettivo

8

MISURAZIONE

Lo standard di misurazione che continuiamo ad adottare è il BIA (B Impact Assessment). Abbiamo tuttavia maturato l'esigenza di una revisione delle nostre finalità di beneficio comune per dare maggiore chiarezza e concretezza alla misurazione.

In questa direzione abbiamo pianificato una revisione del nostro Statuto che sarà messa a punto alla fine di un percorso che utilizzerà la metodologia della Theory of Change.

Punteggio complessivo: B Impact Score

The Good in Town

Data di fine dell'anno fiscale 31 Dec 2022

91.9

