



RELAZIONE DI IMPATTO 2023

Green Media Lab S.R.L. S.B.

INDICE

1. INTRODUZIONE	2
1.1 GREEN MEDIA LAB	2
1.2 SOCIETÀ BENEFIT E B CORP	3
1.4 AREE DI ANALISI	4
2. LETTERA DEL CEO	5
3. ANALISI	6
3.1 OGGETTO DI IMPATTO N.1	6
3.2 OGGETTO DI IMPATTO N.2	9
3.3 OGGETTO DI IMPATTO N.3	12
3.4 OGGETTO DI IMPATTO N.4	14
3.5 OGGETTO DI IMPATTO N.5	17
3.6 STRUMENTO DI ANALISI INDIPENDENTE: B IMPACT	21
4. OBIETTIVI FUTURI	22
5. CONCLUSIONE	22

1. INTRODUZIONE

1.1 GREEN MEDIA LAB

Green Media Lab nasce nel 2012 come **media company** specializzata nella comunicazione tradizionale e digital. Influenzata dal primo cliente Patagonia, fin dai primi anni di attività l'azienda si è impegnata nei campi del **sociale** e delle **cause ambientali**.

Questo DNA responsabile è riconducibile al settore di riferimento in cui Green Media Lab opera: gli **sport outdoor e il lifestyle**.

L'attenzione che Green Media Lab ha per il sociale nasce grazie ai valori promossi dallo sport: **uguaglianza, inclusione, diversità e gioco di squadra**. L'attenzione agli aspetti ambientali deriva perciò da queste premesse, in virtù del fatto che lo spazio naturale è il luogo di pratica di tutti gli sport outdoor. Una natura sana e florida, oltre al suo intrinseco valore biologico, è ciò che rende unico e bellissimo ogni momento dell'attività sportiva che si pratica a suo contatto e, se essa si degenerasse completamente, non vi sarebbero in pratica più luoghi dove poter praticare queste attività.

Il 23 Gennaio 2018, Green Media Lab S.R.L. SB ha ottenuto la certificazione **B Corp** e, come da impegni, ha compiuto la trasformazione in **Società Benefit** il 22 Gennaio 2020. Nel 2022 l'azienda ha affrontato il percorso di ri-certificazione raggiungendo un punteggio di **84,6 punti**.

Inoltre, nel 2020 l'azienda ha aderito al **Global Compact delle Nazioni Unite**, un'iniziativa volta a promuovere un'economia globale sostenibile rispettosa dei diritti umani e del lavoro, della tutela dell'ambiente e della lotta alla corruzione.

Green Media Lab, pur essendo nata con un DNA responsabile, fin da sempre si impegna in attività di volontariato e a compiere donazioni. Consapevole del proprio ruolo e consapevole di dover dare un esempio, negli ultimi 4 anni ha intrapreso un percorso di trasformazione sostanziale sia dal punto di vista giuridico sia nel modo di agire ed operare sul mercato.

Al fine di dover formalizzare il proprio impegno rispetto alle tematiche ambientali e sociali nell'atto di trasformazione in Società Benefit, l'Oggetto Sociale è stato inserito all'interno dell'art. 3 dello statuto.

Gli oggetti d'impatto definiti possono essere così riassunti:

1. Green Media Lab promuove la diffusione di modelli di **economia circolare e sostenibile**, in particolare il modello della B Corp e la forma giuridica di Società Benefit, nelle imprese di diversi settori economici e nelle istituzioni.
2. Green Media Lab promuove **collaborazione e sinergia** con organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato, utilizzando i suoi canali e know how specifico.
3. Green Media Lab promuove **iniziative a favore della società civile**, della comunità locale e del territorio di appartenenza, con l'obiettivo di valorizzare e responsabilizzare le nuove

- generazioni agevolando l'inserimento nel mondo del lavoro;
4. Green Media Lab pone particolare enfasi sul contribuire alla **soddisfazione** e al **benessere** delle persone che la compongono e a quelle con cui collabora, per attrarre e trattenere persone di talento. Questo obiettivo vuole essere raggiunto attraverso la partecipazione, lo sviluppo di nuove conoscenze e l'osservanza delle esigenze individuali, migliorando così le condizioni per trattenere persone di talento.
 5. Green Media Lab si impegna con le sue attività, a **prevenire danni sull'ambiente** e a **preservare la natura**, utilizzando modelli idonei di valutazione, ottimizzando i processi delle attività più dannose, preferendo strumenti e materiali di consumo a basso impatto ambientale e perseguendo l'obiettivo di Carbon Neutrality.

1.2 SOCIETÀ BENEFIT E B CORP

Le B Corp sono aziende riunite in un **movimento globale** che promuove un nuovo approccio di business.

Certificate in tutto il mondo, esse si distinguono sul mercato per il loro impegno oltre il mero profitto e **innovano continuamente** per massimizzare il loro impatto positivo verso i dipendenti, le comunità, l'ambiente naturale e tutti gli altri stakeholder coinvolti.

Operando in **155 settori** e in oltre **78 Paesi**, il movimento B Corp si propone di ridefinire il concetto di business per renderlo più concreto e replicabile. Le migliaia di B Corp e le aziende che ne usano gli strumenti rappresentano una soluzione concreta, positiva e scalabile, che crea valore sia per gli azionisti che per tutti gli stakeholder.

Nel 2018 Green Media Lab ha deciso di intraprendere il percorso di certificazione come B Corporation con l'obiettivo di applicare i valori e le modalità di lavoro tipiche del movimento, con lo scopo di analizzare i propri impatti e certificare il proprio percorso di trasformazione grazie all'aiuto degli strumenti e delle prassi sviluppate dal movimento B Corp. La certificazione ha dato l'opportunità a Green Media Lab di **sviluppare un piano di trasformazione aziendale**, partendo dal proprio interno per poi esternalizzare i propri valori e il proprio modo di operare verso i propri stakeholder.

Green Media Lab ritiene che fare business sia un gioco di squadra e che i grandi risultati si possano ottenere solo attraverso la sinergia con i propri stakeholders. Oggi più che mai vi è la necessità di sviluppare una forte interdipendenza per affrontare le immense sfide con successo.

Dopo due anni dall'ottenimento della certificazione di B Corp, Green Media Lab ha compiuto la trasformazione statutaria in Società Benefit, con lo scopo di impegnarsi verso i propri stakeholders e vincolarsi legalmente a quelli che sono i principi e gli obiettivi di impatto sociale e ambientale.

Inoltre, Green Media Lab nel 2023 è stata selezionata tra i nove partner italiani certificati B Corp Way, un programma di B Lab Europe che riconosce, supporta e promuove esperti selezionati B Corp certificati, con l'obiettivo di accelerare un cambiamento radicale e creare un impatto positivo nel sistema economico europeo.

1.3 SCOPO DELLA RELAZIONE DI BENEFICIO COMUNE

La presente relazione di Beneficio comune risponde alla **disciplina dell'art 1 comma 382 della L. 208/2015** che dispone l'obbligo, per ogni Società Benefit, a redigere annualmente la relazione concernente il perseguimento di beneficio comune, da allegare al bilancio.

Tale relazione deve includere i seguenti elementi:

1.3.1 La descrizione degli oggetti di impatto, delle modalità e delle azioni poste in essere al fine di perseguire gli obiettivi sopra citati. Tale descrizione deve oltretutto contenere una descrizione delle circostanze e degli eventuali impedimenti al raggiungimento degli obiettivi prefissati.

1.3.2 La valutazione degli impatti generati utilizzando uno standard di valutazione esterno che abbia le seguenti caratteristiche:

1.3.2.1 Esauriente ed articolato al fine da comprendere tutti gli impatti generati dall'azienda verso i propri stakeholder e verso l'ambiente;

1.3.2.2 Sviluppato da un organismo esterno, indipendente e dotato di credibilità tecnico scientifica;

1.3.2.3 Trasparente nei criteri di misurazione, nella ponderazione di tali criteri utilizzati nella misurazione;

1.3.2.4 Trasparente rispetto i processi di modifica degli standard trasparente rispetto alle fonti di finanziamento dell'organizzazione;

1.3.2.5 Trasparente rispetto l'identità degli amministratori e l'organo di governo dell'ente che ha sviluppato e gestisce lo standard di valutazione;

1.3.3 Una sezione dedicata alla descrizione degli obiettivi di medio-lungo periodo che l'azienda intende perseguire.

La norma prevede anche la pubblicazione di tale documento su tutti i canali aziendali idonei al fine di rendere le informazioni fruibili in ogni momento da tutti gli stakeholder interessati.

Tale documento verrà pubblicato sul sito www.greenmedialab.com.

1.4 AREE DI ANALISI

Le aree di analisi di Green Media Lab corrispondono ai cinque oggetti di impatto e ai target ad essi correlati, delineati nella sezione 1.1 del documento. Nella sezione successiva, chiamata "ANALISI" per ogni obiettivo di impatto sociale verrà fornita una descrizione qualitativa e quantitativa sviluppata nei seguenti modi:

1.4.1 Oggetto di impatto;

1.4.2 Definizione dello stato dell'arte e del contesto di riferimento;

1.4.3 Descrizione qualitativa delle azioni e dei risultati ottenuti;

2. LETTERA DEL CEO

Carissimi Stakeholder,

Green Media Lab, in qualità di Società Benefit e certificata B Corp, si identifica per sua natura come azienda responsabile con un approccio integrato, che include le sfere sociali e ambientali oltre a quella economica.

In Green Media Lab crediamo fortemente che un'azienda non debba produrre solo profitto, bensì benessere, sicurezza e bellezza per il pianeta e per la comunità che la ospita.

Nel corso degli anni, attraverso la nostra rendicontazione, abbiamo cercato di fornire una chiave di lettura precisa riguardo al nostro impegno in tema di sostenibilità economica, ambientale e sociale e di come questi temi vengono integrati all'interno delle pratiche di business.

La presente lettera per aggiornarvi sull'andamento delle nostre attività nell'ultimo anno e per informarvi sulle nuove direzioni strategiche che abbiamo deciso di intraprendere.

Coerentemente con l'approccio trasparente che ci caratterizza ci teniamo a informarvi che abbiamo ritenuto di rivedere, nel corso del 2023, le direzioni strategiche definite in periodi di maggiore ottimismo.

Il 2023 è stato un anno complesso, ma nonostante le difficoltà incontrate abbiamo comunque investito considerevoli sforzi e risorse, al fine di perseguire le finalità di beneficio comune. Riteniamo che le sfide affrontate ci abbiano offerto preziose lezioni da integrare nella definizione delle nostre strategie future.

La nostra dedizione a raggiungere l'eccellenza e a generare valore per tutti voi rimane invariata.

Alla luce di queste esperienze, abbiamo deciso di definire il 2023 come base year di riferimento e di riposizionare le nostre risorse e i nostri sforzi in modo più efficace, sfruttando le conoscenze acquisite e adottando un approccio più flessibile e reattivo alle dinamiche del mercato.

Auguro a tutti una piacevole lettura e vi ringrazio per il tempo dedicato.

Daniele Denegri

3. ANALISI

3.1 OGGETTO DI IMPATTO N.1

“Green Media Lab promuove la diffusione di modelli di economia circolare e sostenibile, in particolare il modello della B Corp e la forma giuridica di Società Benefit, nelle imprese di diversi settori economici e nelle istituzioni.”

DEFINIZIONE DELLO STATO DELL'ARTE E DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il modello di sviluppo attuale e la cultura del consumismo hanno portato l'umanità sull'orlo di una crisi socio-ambientale senza precedenti. E' necessaria un'azione collettiva urgente per invertire questa tendenza, poiché ogni momento comporta un danno per le future generazioni.

Le aziende, spesso orientate solo al profitto e disinteressate agli aspetti sociali e ambientali, hanno fortemente contribuito alla crisi in atto. Tuttavia, esse hanno anche il potenziale per organizzare risorse umane e materiali per sviluppare soluzioni innovative.

Le B Corp rappresentano un movimento di aziende responsabili in crescita, ma il loro numero è ancora troppo limitato rispetto all'urgenza della situazione. In Italia c'è una crescente necessità di promuovere un paradigma aziendale basato sulla responsabilità socio-economica, evitando pratiche come il greenwashing.

Il cammino verso una trasformazione significativa sarà lungo, considerando il numero di aziende B Corp esiguo rispetto al totale delle imprese del Paese.

Green Media Lab è consapevole dell'importanza del creare sinergie e collaborare con organizzazioni che condividono gli stessi principi etici e il modo di agire. Per tal ragione, si impegna a lavorare il più possibile con organizzazioni che hanno raggiunto lo status di B Corp o adottano la forma giuridica di Società Benefit. Al contempo, Green Media Lab è consapevole della necessità di avere un atteggiamento proattivo nella promozione di tali modelli ed è per questo che si impegna a:

- 3.1.1 Accompagnare le aziende volenterose nel percorso di certificazione B Corp;
- 3.1.2 Lavorare con aziende che siano B-Corp o società benefit;
- 3.1.3 Comunicare o prestare consulenza ai propri stakeholder rispetto ai temi di sostenibilità e di responsabilità;
- 3.1.4 Diffondere i principi promossi dalle Nazioni Unite, nella forma degli SDGs, e quelli propugnati dal movimento B Corp.

Obiettivi specifici 2023	Attività 2023	Area d'impatto
Accompagnare le aziende volenterose nel percorso di certificazione B Corp	Supporto a 2 aziende nel percorso di certificazione B Corp (non ancora terminato)	Governance
Lavorare con aziende che siano B-corp o società benefit;	Favorire come clienti/fornitori aziende B Corp o società Benefit. Nel 2023 4 aziende	Governance
Comunicare o prestare consulenza ai propri stakeholder rispetto ai temi di sostenibilità e di responsabilità;	14 clienti della business unit ESG (tra progetti e clienti annuali) Supporto agli altri team nella definizione di contenuti ESG trasparenti ed in linea con i principi di comunicazione etica	Governance Clienti
Diffondere i principi promossi dalle Nazioni Unite, nella forma degli SDGs, e quelli propugnati dal movimento B Corp	Diffusione sui social di contenuti divulgativi rispetto alle principali tematiche di sostenibilità (eg. b corp, oceani, giornate mondiali) Ospitato, presso l'headquarter di Green Media Lab, un ciclo di eventi della fondazione UN Global Compact Italia	Comunità

DESCRIZIONE QUANTITATIVA O QUALITATIVA DELLE AZIONI E DEI RISULTATI OTTENUTI

- **ACCOMPAGNAMENTO CERTIFICAZIONE B CORP DELLE AZIENDE**
Si sono supportate due aziende nel loro percorso verso la certificazione B Corp, un processo che non è ancora giunto al termine, ma che rappresenta un passo importante verso un impegno più profondo per la sostenibilità ambientale e la responsabilità sociale.
- **LAVORO CON SOCIETA' BENEFIT E B CORP**
La preferenza di collaborazione è indirizzata alle aziende che condividono i valori di Green Media Lab. Infatti, nel 2023 si è lavorato con quattro aziende B Corp e/o società Benefit, supportandole in vari aspetti del loro percorso di sostenibilità oppure scegliendole come imprese fornitrici.

- **COMUNICAZIONE AGLI STAKEHOLDER SUI TEMI DI SOSTENIBILITA'**

La business unit ESG di Green Media Lab ha gestito 14 clienti tra progetti spot e collaborazioni annuali. Questi progetti spaziano dalla consulenza strategica con l'obiettivo di migliorare le performance ESG dei clienti, alla formazione, al piano di decarbonizzazione, alla stesura di report di sostenibilità e al supporto nel percorso di certificazione B Corp. Inoltre, si è lavorato a stretto contatto con gli altri team interni per assicurare che i contenuti ESG prodotti fossero sempre trasparenti, rispecchiando i principi di comunicazione etica. Questo è fondamentale per mantenere la fiducia dei propri stakeholder e per promuovere una cultura aziendale basata sull'integrità e sulla coerenza.

- **DIFFUSIONE DEI PRINCIPI UN E B CORP**

Attraverso diverse attività, Green Media Lab ha continuato a dimostrare il suo impegno nel promuovere la sostenibilità e la responsabilità sociale, collaborando con aziende e organizzazioni che condividono la propria visione di un futuro più equo e responsabile. Un aspetto importante delle attività all'interno di Green Media Lab è la diffusione di contenuti divulgativi sui social media, in particolare riguardo alle principali tematiche di sostenibilità sociale e ambientale. Attraverso post su Instagram e altre piattaforme, l'azienda ha continuato ad impegnarsi a sensibilizzare il pubblico su questioni cruciali come la certificazione B Corp, la tutela degli oceani e le giornate mondiali dedicate a temi ambientali e sociali. Inoltre, si ha avuto l'onore di ospitare presso il proprio headquarter un ciclo di eventi organizzati dalla fondazione UN Global Compact Italia. Questi eventi sono stati un'opportunità preziosa per discutere e promuovere pratiche responsabili, rafforzando l'impegno di Green Media Lab nel prestare supporto a iniziative globali verso la transizione ecologica.

3.2 OGGETTO DI IMPATTO N.2

“Green Media Lab promuove collaborazione e sinergia con organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato, utilizzando i suoi canali e know how specifico.”

DEFINIZIONE DELLO STATO DELL'ARTE E DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Green Media Lab crede che il cambiamento verso un modello di sostenibilità possa avvenire tramite la sinergia con altre realtà del territorio, tra cui gli **Enti del Terzo Settore**, come associazioni o fondazioni. Avere obiettivi comuni consente di essere maggiormente allineati e rivolti verso un modello più equo, che sia rispettoso dell'ambiente e delle persone e, in linea con gli **Obiettivi di Sostenibilità promossi dalle Nazioni Unite**.

L'importanza dello scambio di conoscenze, competenze ed esperienze tra Green Media Lab e queste realtà è cruciale per l'azienda stessa, ed è per questo che si adopera a fornire loro gli strumenti in suo possesso per amplificare l'impatto positivo del loro operato, tramite canali di comunicazione e know-how specifico.

A questo proposito, Green Media Lab si impegna a:

- 3.2.1 Adottare pratiche di volontariato d'impresa in modo continuativo;
- 3.2.2 Supporto alle comunità locale tramite erogazioni liberali;
- 3.2.3 Ampliare la risonanza delle attività degli enti del terzo settore partners, attraverso metodologie di comunicazione apposite e know-how specifico.

Obiettivi specifici 2023	Attività 2023	Area d'impatto
Adottare pratiche di volontariato d'impresa in modo continuativo	27 dipendenti iscritti alle attività di volontariato 84 ore di volontariato aziendale usufruite dai dipendenti presso le due associazioni 3 attività di volontariato tra cui i dipendenti possono scegliere 2.428 € raccolti grazie alla partecipazione alla maratona di Milano in supporto a Oklahoma	Community
Supporto alle comunità locale tramite erogazioni liberali	8.000 € donati a fine anno 5 associazioni beneficiarie delle erogazioni liberali (sia internazionali che all'interno della comunità locale)	Community

Ampliare la risonanza delle attività degli enti del terzo settore partners, attraverso metodologie di comunicazione apposite e know-how specifico	Offerta la possibilità di partecipare al press day di Green Media Lab, a titolo gratuito a 2 associazioni Coinvolgimento di 2 associazioni a titolo gratuito durante le fiere ORBD e E-MOVING Supporto a clienti d'agenzia nel creare una connessione tra mondo profit e no profit Creazione di contenuti social sulle associazioni (qui esempio)	Community
--	--	------------------

DESCRIZIONE QUANTITATIVA O QUALITATIVA DELLE AZIONI E DEI RISULTATI OTTENUTI

● VOLONTARIATO D'IMPRESA

27 dipendenti hanno partecipato attivamente alle attività di volontariato proposte da Green Media Lab. In totale, hanno usufruito di **84 ore** di volontariato aziendale presso due diverse associazioni a sostegno della comunità locale: **Oklahoma** e **Recup**. In particolare, la prima si occupa di accoglienza e accompagnamento nei confronti di ragazzi in difficoltà mentre la seconda incentra la proprio mission nella lotta allo spreco alimentare.

In merito alle attività di volontariato aziendale svolte presso Oklahoma, i dipendenti hanno avuto la possibilità di scegliere all'interno di un ventaglio di attività in cui i veri protagonisti sono i ragazzi della comunità. Le attività che hanno riscosso un maggior successo sono state le seguenti: la **Ciclofficina** - iniziativa che si propone di dare una nuova vita alle bici inutilizzate (25 ore dedicate) e "**la cucina di Albert**" - attività volta a trasferire agli ospiti della Comunità le basi della cucina e del servizio di sala e servizio di sala (30 ore dedicate).

All'interno della comunità Oklahoma, i partecipanti possono svolgere 5 attività diverse: Ciclofficina, un programma che si propone di dare una nuova vita a vecchie biciclette. La Cucina di Albert ideato per insegnare agli ospiti della Comunità le basi della cucina e del servizio di sala, affinché possano essere indipendenti e familiarizzare con un tipo di lavoro; l'iniziativa NO W. No Waste, invece, è volta a ridurre gli sprechi alimentari, a valorizzare gli scarti e a indirizzare i giovani verso uno stile di vita più sostenibile, che parte dalla cucina; il laboratorio H228 hip-hop, si offre di guidare i ragazzi nella rielaborazione del proprio vissuto e delle proprie emozioni esprimendole tramite la musica; sia educando i giovani sui diversi generi musicali, sia fornendo loro sostegno tecnico nella registrazione dei brani e nelle riprese dei video musicali. L'ultimo progetto proposto dalla comunità, "Cura Boschi Amo", rappresenta un momento in cui i giovani e i volontari si dedicano alla cura degli spazi verdi

● SUPPORTO COMUNITA' LOCALE

Alla fine dell'anno, sono stati donati 8.000 €. Questa somma ha beneficiato cinque diverse associazioni, sia a livello internazionale che all'interno della comunità locale. Tra le associazioni beneficiarie troviamo:

Comunità Oklahoma ONLUS
Bici e solidarietà
Comitato Casa dei pesci
Tam Tam Basketball
Emergency

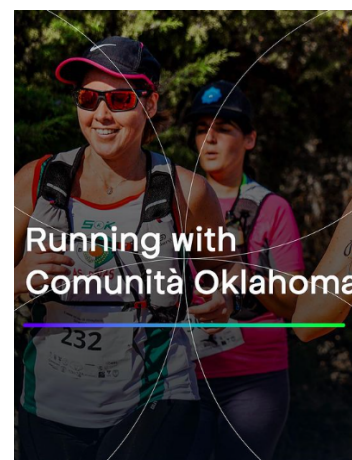
- **AMPLIARE LA RISONANZA DEGLI ENTI DEL TERZO SETTORE**

Si sono offerte a due associazioni la possibilità di partecipare gratuitamente al Press Day organizzato da Green Media Lab. ciclofficina Oklahoma e recup con stand

Inoltre, si è fornito il supporto ai propri clienti per creare connessioni tra il mondo profit e quello no profit, e si sono creati contenuti social per promuovere le attività di queste associazioni, come mostrato nell'esempio riportato nel box di seguito..

BOX - RUNNING WITH COMUNITÀ OKLAHOMA

In occasione della 11^a Maratona di Milano, Green Media Lab ha deciso di correre a sostegno della Comunità Oklahoma. Per concretizzare questo impegno, l'agenzia ha creato una pagina dedicata su Rete del Dono, una piattaforma di crowdfunding, con l'obiettivo di raccogliere fondi per una nobile causa. In tutto sono stati raggiunti 2.428€, di cui 2.000€ versati da Green Media Lab, che verranno interamente devoluti alla Comunità. Questi fondi permetteranno ai ragazzi di godere di una meritata vacanza, offrendo loro un'esperienza di svago e di crescita personale. Il team di Green Media Lab non si è limitato a sponsorizzare l'evento, ma ha anche partecipato attivamente alla corsa, organizzando e formando 6 staffette.



3.3 OGGETTO DI IMPATTO N.3

“Green Media Lab promuove iniziative a favore della società civile, della comunità locale e del territorio di appartenenza, con l'obiettivo di valorizzare e responsabilizzare le nuove generazioni agevolando l'inserimento nel mondo del lavoro.”

Green Media Lab ha una lunga tradizione nel promuovere e nello sviluppare attività ed eventi volti alla valorizzazione del territorio di appartenenza e all'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro.

In particolare, l'azienda si impegna nella:

- 3.3.1 Promozione di eventi con scopo divulgativo con tematiche sociali e ambientali;
- 3.3.3 Agevolare l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro.

Obiettivi specifici 2023	Attività 2023	Area d'impatto
Promozione e creazione di eventi con scopo divulgativo con tematiche sociali e ambientali;	1 intervento divulgativo sui modelli di business responsabili tenuto durante gli outdoor running & business days Organizzazione di un contest per dare spazio ai giovani talenti legati al mondo della sostenibilità	Ambiente Comunità
Agevolare l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro	60% del personale è under 30 31 anni è l'età media del personale di Green Media Lab Partecipazione a lezioni e master universitari per avvicinare i giovani al mondo del lavoro	Lavoratori Governance

DESCRIZIONE QUANTITATIVA O QUALITATIVA DELLE AZIONI E DEI RISULTATI OTTENUTI

- **CREAZIONE DI EVENTI A SCOPO DIVULGATIVO**

Un aspetto significativo delle attività di Green Media Lab è la propria dedizione alla diffusione della conoscenza sui modelli di business responsabili. Durante gli **Outdoor Running & Business Days**, si è organizzato un intervento divulgativo che ha trattato i modelli di business responsabili, illustrando come le aziende possano integrare la sostenibilità nelle loro operazioni quotidiane. Questo intervento non solo ha sensibilizzato i partecipanti sull'importanza di un approccio responsabile agli affari, ma ha fornito esempi concreti di pratiche virtuose che potevano essere implementate immediatamente.

All'interno dello stesso perimetro d'azione, Green Media Lab ha organizzato l'edizione zero di "The SOSTainables", un evento mirato a dare spazio e visibilità ai giovani talenti legati al mondo della sostenibilità. Questo concorso rappresenta una piattaforma per nuove idee e soluzioni innovative, e ha permesso ai partecipanti di mostrare le loro competenze e la loro creatività in un ambiente competitivo e stimolante. L'evento si è rivelato un grande successo, e si è deciso di ripeterlo nel 2024.

- **AGEVOLAZIONE DEI GIOVANI NEL MONDO DEL LAVORO**

L'azienda si è distinta per la sua demografia inclusiva e dinamica. Con un personale composto per il 71% da donne e con il 60% dei dipendenti sotto i 30 anni, Green Media Lab ha mostrato un impegno concreto verso la diversità e l'inclusione. L'età media del personale era di 31 anni, riflettendo una cultura aziendale giovane e proattiva, pronta all'innovazione e ad affrontare nuove sfide. Per avvicinare i giovani al mondo del lavoro, Green Media Lab partecipa attivamente a lezioni e master universitari. Attraverso questi interventi, l'azienda ha offerto agli studenti una visione pratica del mercato del lavoro e delle opportunità nel settore della sostenibilità, formando una nuova generazione di professionisti consapevoli e responsabili.

THE SOSTAINABLES

"The SOSTainables" è un'iniziativa interamente dedicata ai talenti emergenti del mondo della sostenibilità.

Green Media Lab ha aperto un concorso in cui persone fisiche, progetti, start up e associazioni potevano partecipare per presentare soluzioni e iniziative a problemi ambientali e sociali rispondenti alle sfide individuate dall'Agenda 2030. Le start-up e i giovani innovatori hanno raccontato al pubblico i rispettivi progetti responsabili attraverso un dialogo interattivo, moderato da Anna Favella. A completare lo scambio, una giuria di esperti capitanata da Giovanni Storti. L'ironia e il divertimento sono stati la chiave di lettura dell'evento, per cercare di parlare di temi sensibili nel modo più accessibile e leggero per il pubblico.

L'Edizione 0 di The SOSTainables si è svolta il 4 Luglio 2023, presso l'Headquarter di Green Media Lab di Milano, ospitando circa 200 persone, tra giornalisti, influencer, clienti e network di agenzia.



3.4 OGGETTO DI IMPATTO N.4

“Green Media Lab pone particolare enfasi sul contribuire alla soddisfazione e al benessere delle persone che la compongono e a quelle con cui collabora, per attrarre e trattenere persone di talento. Questo obiettivo vuole essere raggiunto attraverso la partecipazione, lo sviluppo di nuove conoscenze e l’osservanza delle esigenze individuali, migliorando così le condizioni per trattenere persone di talento.”

DEFINIZIONE DELLO STATO DELL’ARTE E DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO

I dipendenti di Green Media Lab sono innanzitutto persone, che hanno scelto di dedicare il proprio impegno in un’azienda con saldi principi e valori ambientali, etici, sociali. Il **work-life balance** resta uno dei motivi di scelta di un’azienda: la soddisfazione del dipendente rispetto all’equilibrio tra vita lavorativa e privata è prioritario all’interno di Green Media Lab e per questo tutelato.

Green Media Lab incoraggia i propri dipendenti a trovare e sperimentare una conciliazione efficace dei tempi di vita e di lavoro, differenziandoli e separandoli adeguatamente. Il **benessere dei dipendenti** diventa quindi fondamentale spunto di riflessione per definire l’attività lavorativa e il percorso aziendale, in quanto strettamente intersecato e **interconnesso con il benessere dell’azienda stessa**.

Gli impegni riguardanti la soddisfazione di tutte le persone che entrano in contatto con Green Media Lab sono:

- 3.4.1 Contribuire alla soddisfazione e al benessere dei dipendenti e dei collaboratori;
- 3.4.2 Promozione di un piano formativo per la popolazione aziendale
- 3.4.3 D&I
- 3.4.4 Performance review e piano di crescita

Obiettivi specifici 2023	Attività 2023	Area d’impatto
Contribuire alla soddisfazione e al benessere dei dipendenti e dei collaboratori	Indagine di clima mirata a valutare il benessere dei dipendenti e identificare aree di miglioramento.	Lavoratori
Promozione di un piano formativo per la popolazione aziendale	413 ore di formazione erogate ai dipendenti 8 distinte tematiche affrontate Organizzazione di 4 incontri di formazione ESG destinati alla popolazione aziendale (Greenwashing, D&I, Bilancio di sostenibilità, B Corp)	Lavoratori

D&I	Programmazione delle attività volte al percorso di certificazione UNI/PdR e implementazione delle relative policy interne; Organizzazione di un incontro formativo riguardo a diversità e linguaggio inclusivo. 83% dipendenti donne (media di 30,6 anni), 73% nel management (36 anni di età media)	Lavoratori Governance
Performance review e piano di crescita	100% della popolazione aziendale coinvolta nel processo di performance review Programmazione di un piano di crescita per tutti i team	Lavoratori Governance

DESCRIZIONE QUANTITATIVA O QUALITATIVA DELLE AZIONI E DEI RISULTATI OTTENUTI

- **GARANTIRE SODDISFAZIONE DEI DIPENDENTI**

Green Media Lab ha condotto un'indagine sul clima aziendale per valutare il benessere dei propri dipendenti e identificare le aree di miglioramento. Attraverso questa indagine, si è cercato di comprendere meglio le esigenze e le percezioni del personale per creare un ambiente di lavoro più positivo e produttivo.

- **FORMAZIONE PERSONALE**

Durante l'anno, sono state erogate complessivamente 413 ore di formazione ai dipendenti, affrontando otto tematiche diverse. Questa formazione mirava a migliorare le competenze e a promuovere una cultura aziendale inclusiva e attenta alle tematiche ambientali e sociali. Inoltre, avevano organizzato quattro incontri di formazione specificamente dedicati alle tematiche ESG per tutta la popolazione aziendale. Questi incontri avevano coperto argomenti importanti come la Diversità e l'Inclusione (D&I), il Bilancio di Sostenibilità, le certificazioni B Corp e il Greenwashing.

- **DIVERSITY & INCLUSION**

L'azienda ha pianificato le attività necessarie per ottenere la certificazione UNI/PdR, implementando le relative policy interne. Questo percorso era parte di un impegno più ampio per migliorare le pratiche aziendali e garantire standard elevati di qualità.

Uno degli incontri formativi si era concentrato nello specifico sulla diversità e sul linguaggio inclusivo, sensibilizzando il personale sull'importanza di una comunicazione rispettosa e inclusiva. L'attenzione all'inclusività è riflessa anche nella composizione del suo personale: la maggioranza dei dipendenti è infatti costituita da donne, che rappresentano l'83% del totale. Anche il corpo manageriale rispecchia questo impegno, con il 73% di donne in posizioni di leadership.

- **PERFORMANCE REVIEW E PIANO DI CRESCITA**

Tutti i dipendenti dell'azienda sono stati coinvolti nel processo di performance review, garantendo una valutazione completa e partecipata del loro rendimento e delle loro competenze. Questo processo è stato fondamentale per identificare le aree di crescita e sviluppo individuale. Si è programmato un piano di crescita per tutti i team, con l'obiettivo di sostenere il progresso professionale dei dipendenti e promuovere un ambiente di lavoro dinamico e collaborativo.

FORMAZIONE LINGUAGGIO INCLUSIVO

Green Media Lab svolge periodicamente attività di formazione interna, una delle più significative è focalizzata sul linguaggio inclusivo, trattando vari argomenti cruciali, tra cui la diversità di genere, le disabilità, la salute fisica e mentale, le migrazioni, la cultura e l'etnia, lo status socio-economico e l'età.

L'obiettivo della formazione è sensibilizzare il personale sull'importanza di un linguaggio rispettoso e inclusivo, capace di rappresentare adeguatamente la diversità della società. Ogni tematica è stata approfondita per fornire una comprensione più ampia e consapevole delle sfide e delle opportunità legate a ciascun aspetto. Ogni modulo è stato intervallato con attività interattive, come quiz ed esercitazioni.

Affrontare questi argomenti è essenziale per un'agenzia di comunicazione come Green Media Lab, poiché permette di migliorare la qualità dei messaggi e delle campagne sviluppate, rendendole più inclusive e rappresentative della realtà. Questo approccio, oltre a creare contenuti che risuonano positivamente con un pubblico diversificato, promuove un ambiente di lavoro più rispettoso e accogliente.

3.5 OGGETTO DI IMPATTO N.5

“Green Media Lab si impegna con le sue attività, a prevenire danni sull’ambiente e a preservare la natura, utilizzando modelli idonei di valutazione, ottimizzando i processi delle attività più dannose, preferendo strumenti e materiali di consumo a basso impatto ambientale e perseguendo l’obiettivo di Carbon Neutrality.”

DEFINIZIONE DELLO STATO DELL’ARTE E DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Green Media Lab è consapevole del fatto che **l’ecosistema sia alla base della vita e dell’interdipendenza umana verso di essa.**

Per questa ragione, si impegna non solo a promuovere iniziative per la tutela dell’ambiente e la sensibilizzazione dei propri stakeholders, ma anche ad implementare misure e procedure interne volte a ridurre la propria impronta ambientale.

Tra gli impegni principali, mirati alla sensibilizzazione della comunità e al miglioramento dei processi aziendali, si riportano:

- 3.5.1 Utilizzare materiali di recupero per attività giornaliere e per per mobilio;
- 3.5.2 Efficientamento energetico;
- 3.5.3 Promozioni di organizzazione di eventi in linea con i criteri di sostenibilità.

Obiettivi specifici 2023	Attività 2023	Area d’impatto
Utilizzare materiali di recupero per attività giornaliere e per il mobilio	Acquisto di carta certificata FSC ; Riduzione dell’uso di stoviglie monouso attraverso l’adozione di stoviglie in porcellana;	Ambiente
Efficientamento energetico	Analisi di fattibilità e scouting di misure di efficientamento energetico per la struttura	Ambiente
Promozioni di organizzazione di eventi in linea con i criteri di sostenibilità	3 eventi supportati nel processo di carbon neutrality	Ambiente

DESCRIZIONE QUANTITATIVA O QUALITATIVA DELLE AZIONI E DEI RISULTATI OTTENUTI

- **UTILIZZO MATERIALI DI RECUPERO**

Green Media Lab ha adottato diverse iniziative per promuovere la sostenibilità all'interno della propria struttura e migliorare il proprio impatto ambientale. Uno dei primi passi è stato l'acquisto di carta certificata FSC, garantendo che il materiale provenisse da foreste gestite in

modo responsabile. Parallelamente, si è intrapresa un'importante iniziativa per ridurre l'uso di stoviglie monouso all'interno dell'ufficio: invece di continuare con stoviglie usa e getta, si sono introdotte stoviglie in porcellana, contribuendo alla diminuzione dei rifiuti plastici e l'impatto ambientale complessivo aziendale.

- **EFFICIENTAMENTO ENERGETICO**

Si sono condotte analisi di fattibilità e attività di scouting per identificare misure di efficientamento energetico per la sede. Questo processo aveva coinvolto una valutazione dettagliata delle condizioni energetiche e l'esplorazione di soluzioni per migliorare l'efficienza, ridurre i consumi e abbattere i costi energetici.

- **ORGANIZZAZIONE RESPONSABILE DEGLI EVENTI**

Si sono supportati tre eventi nel loro percorso verso la carbon neutrality. Questo sostegno aveva incluso la valutazione delle emissioni di carbonio, la promozione di pratiche virtuose e l'implementazione di strategie per compensare l'impatto ambientale residuo, dimostrando un impegno concreto verso la riduzione delle emissioni di CO2 e la promozione della sostenibilità.

BOX - CARBON NEUTRALITY EVENTI

Non tutti sono consapevoli che la creazione di un evento può comportare **numerosi esternalità negative**, non solo inerenti al flusso di persone partecipanti, ma anche legate al consumo di risorse e di materiali necessari per la buona riuscita dello stesso. Green Media Lab è al corrente di queste problematiche e, pertanto, si è impegnata per **minimizzare gli impatti ambientali** legati alle giornate **Winter Business Days, Emoving Days e Outdoor & Running Business Days**, calcolando l'ammontare di CO2 prodotta durante gli eventi e, conseguentemente, compensandolo attraverso lo **sviluppo di crediti di carbonio**.

L'intero processo è stato svolto in collaborazione con l'**Università Statale di Milano** e l'azienda **Climate Partner**. Dopo aver creato questionari specifici con cui raccogliere informazioni su passanti e standisti, i dati sono stati analizzati dal dipartimento di Environmental Science and Policy e dall'impresa Climate partner, i quali si sono occupati della stima delle emissioni prodotte, per poi comunicarlo a Green Media Lab che ha proceduto con l'acquisto dei crediti di carbonio.

Questa scelta è stata compiuta sia per mantenere una coerenza con i temi legati agli eventi stessi, sia perché l'obiettivo della carbon neutrality è prioritario anche internamente, perciò Green Media Lab si sta impegnando su più fronti per contribuire a questo traguardo.

Winter Business Days

Evento B2B dedicato alle aziende che operano nel settore degli sport invernali, il cui obiettivo è quello di presentare gli ultimi trend del momento e ampliare il network di riferimento. L'impronta totale di carbonio calcolata per i due giorni di evento, 22 e 23 GENNAIO è pari a 50,97 t di CO2 equivalente, che sono principalmente legate alle distanze percorse dai vari partecipanti per recarsi al luogo dell'evento. La Figura 1 mostra nel dettaglio il contributo dei vari sottoprocessi all'impronta totale.

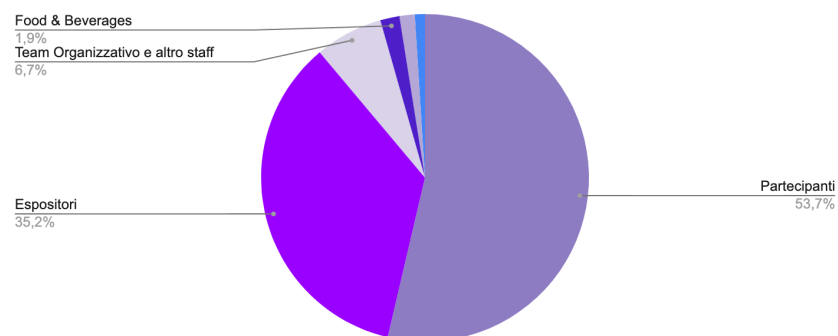


figura 1: Contributo relativo dei diversi sottoprocessi e fattori produttivi all'impronta di carbonio dell'evento Winter business Days.

Emoving days

L'impronta totale di carbonio per i tre giorni di evento, 24 - 25 e 26 marzo è pari a 19,71 t di CO₂ equivalente. La Figura 2 mostra nel dettaglio il contributo dei vari sottoprocessi all'impronta totale (*si segnala che per l'edizione 2023 degli Emoving Days non è stata calcolata l'impronta ambientale legata agli spostamenti dei visitatori.).

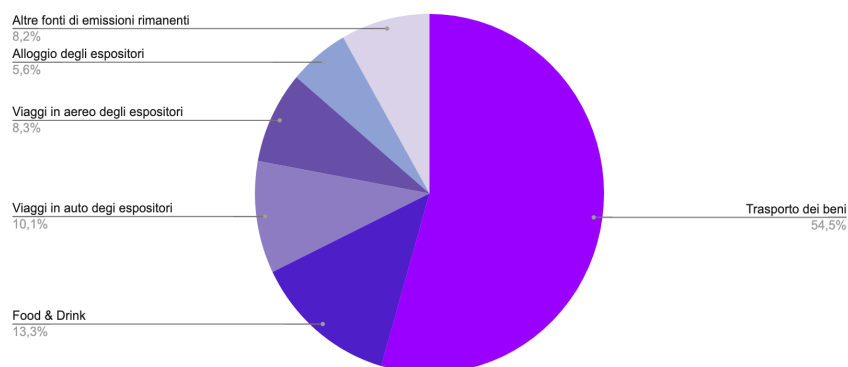


Figura 2: Contributo relativo dei diversi sottoprocessi e fattori produttivi all'impronta di carbonio dell'evento E-Moving Days

Outdoor & running Business Days

Anche nel 2023 Green media lab ha calcolato l'impronta di carbonio connessa all'evento Outdoor & running Business days.

Per rendere gli **eventi carbon neutral** organizzati nel 2023, Green Media Lab ha acquistato **crediti di carbonio** per compensare **2500 tonnellate di CO₂eq**. Attraverso l'acquisto di tali crediti, Green Media Lab supporta il finanziamento di un progetto di energia eolica ad Yagdir in India proposto da **ClimatePartner**.

IN YOUR SHOES

La responsabilità ambientale dell'evento Outdoor Running & Business Days non si è fermata alle sole iniziative di mitigazione e compensazione, infatti non sono mancati all'interno della fiera esempi di associazioni orientate verso il riutilizzo e la promozione dell'economia circolare. Un chiaro esempio è **"In Your Shoes"**, la cui mission è quella di supportare le comunità di sportivi nei paesi in via di sviluppo. Nello specifico, essa raccoglie calzature da running usate in tutto il mondo e le spedisce in Kenya e in Nepal, supportando così gli sportivi locali e dando a delle scarpe altrimenti inutilizzate un valore inestimabile.



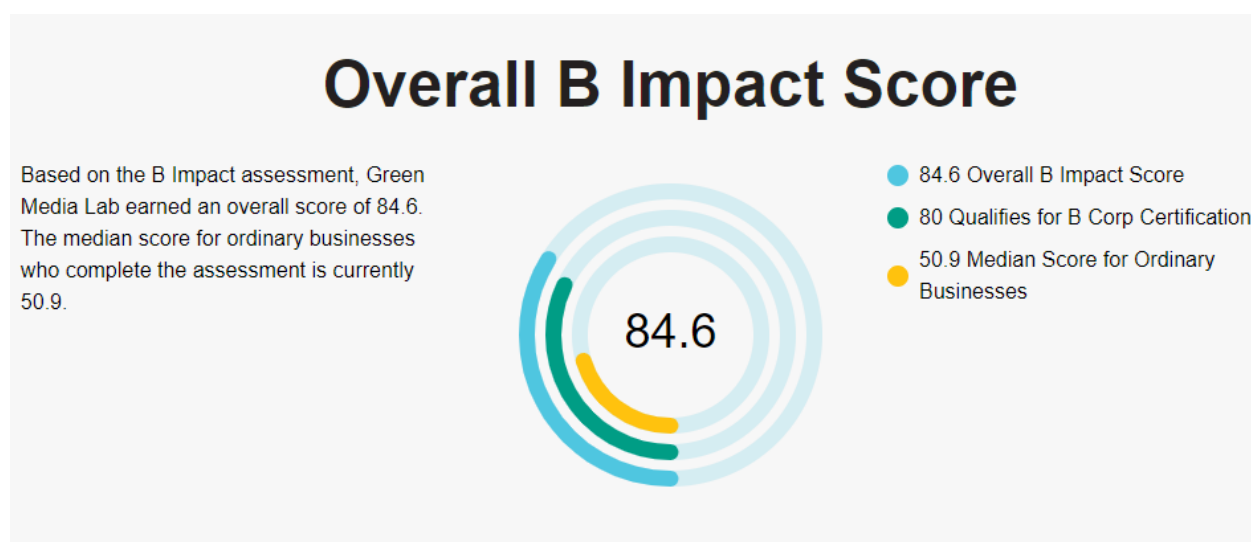
3.6 STRUMENTO DI ANALISI INDIPENDENTE: B IMPACT

Lo strumento scelto e utilizzato ai fini valutatori e di rendicontazione è il **B Impact Assessment**, software digitale sviluppato in maniera nativa da B Lab. I dati sopra riportati sono relativi all'assessment certificato, con cui Green Media Lab ha passato la prima certificazione nel 2018 con **80.01 punti**. L'azienda, in fase di ri-certificazione ha **raggiunto un punteggio pari a 84.6 punti**.

In seguito ad un'analisi svolta da B Corp, nel processo di certificazione è stata inclusa anche **MagNet srl B**, poiché Green Media Lab è in possesso della maggioranza delle quote di **MagNet srl B**.

L'assessment ha natura olistica e copre tutti gli aspetti della vita aziendale. Nel documento vi sono indicate e descritte in maniera qualitativa e quantitativa tutte le attività migliorative compiute da Green Media Lab nell'ultimo esercizio.

Green Media Lab ha deciso di utilizzare il B Impact assessment come strumento di rendicontazione, in quanto è lo strumento di misurazione utilizzato dal movimento B Corp e per la sua completezza nell'indagare le varie aree di impatto.



Governance
18.5

Lavoratori
27.5

Comunità
23.0

Ambiente
10.1

Clienti
5.4

4. OBIETTIVI FUTURI

Nel corso del prossimo esercizio, Green Media Lab, intende continuare le sue attività di beneficio comune, perseguendo obiettivi sempre più ambiziosi. Infatti, fra le attività programmate per il 2024, la Società si è prefissata di dare continuità ed arricchire le iniziative adottate nell'ambito della diffusione dei principi di responsabilità ambientale e sociale, portando la propria testimonianza durante panel e percorsi formativi. Inoltre, la società s'impegna a continuare a supportare gli enti del terzo settore e le organizzazioni internazionali tramite l'organizzazione di eventi e l'utilizzo di ulteriori modalità innovative. Per una lettura degli obiettivi puntuale e precisa, si rimanda ad un momento successivo, in cui sarà possibile definire con lucidità e lungimiranza i target da raggiungere in futuro.

5. CONCLUSIONE

Green Media Lab ha deciso di utilizzare la **Relazione di Impatto** come strumento principe di trasparenza nei confronti dei propri stakeholders. Nella relazione di impatto si è prestata una grande attenzione a descrivere in maniera approfondita il **lavoro e gli impatti generati dall'organizzazione**.

La relazione di impatto è uno strumento utile sia internamente, per una maggiore consapevolezza degli impatti generati, sia esternamente, per rispecchiare trasparenza verso l'insieme degli stakeholders.

Per concludere, Green Media Lab ringrazia tutte le persone e i team che hanno permesso il realizzarsi di così tante attività, consapevole dell'**importanza dell'agire collettivo e della sinergia tra le parti**.