Fare Impresa S.r.l. Società Benefit

FARE IMPRESA
YOUR BUSINESS DREAM

Sede Uffici Caserta
Via E. Ruggiero 123
Sede Uffici Napoli
Via Gramsci 13
Sede Uffici Milano
Via Porto Corsini 22

T. +39 0287178974
F. +39 0823210474
E. innova@fare-impresa.it

La Relazione di Impatto
Fare Impresa Srl

In data 31.05.22 la società si è trasformata in società benefit prevedendo l'introduzione del seguente oggetto sociale:

"in qualità di società benefit", ai sensi e per gli effetti della legge 28 dicembre 2015, articolo unico, commi 376- 384(la" legge di stabilità 2016"), la società nell'esercizio della sua attività economica e oltre allo scopo di dividerne gli utili, intende perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse, le seguenti specifiche finalità di beneficio comune che sono perseguite, nell' esercizio dell'attività economica di cui ai punti successivi, attraverso lo svolgimento di attività il cui obiettivo è quello di generare un misurabile valore sociale nel pubblico interesse e di creare le premesse per il mantenimento di risultati economici soddisfacenti.

Le finalita' specifiche di beneficio comune, da bilanciare nell'interesse dei soci, che la società intende perseguire consistono:

- nel perseguimento del benessere dei propri dipendenti e collaboratori, anche al fine di conciliare al meglio famiglia e lavoro, dando la possibilita' ad ogni dipendente e collaboratore di svolgere la maggior parte della propria attivita' con la modalita' dell' home working e adottare orari flessibili;
- nel reinvestimento di almeno l'1%(uno per cento) dell'utile in formazione dei propri dipendenti e collaboratori;
- nell' impegno ad incrementare il livello di formazione e cultura generale della popolazione riguardo ai temi dell' imprenditorialita' e dell' innovazione, attraverso la costante creazione di contenuti formativi riguardo i suddetti temi;
- nell' attuazione, nel coordinamento e nella messa in rete di iniziative, attivita' e azioni di promozione, scambio, divulgazione, di relazioni istituzionali e lobbyng utili alla promozione dello sviluppo sociale, economico, culturale, turistico ed ambientale del territorio. tali attivita' potranno essere svolte anche a titolo gratuito o con attenzione particolare verso persone economicamente e socialmente svantaggiate per contribuire ad una maggiore coesione sociale e territoriale;"

L'Amministratore Unico

Avv. Luigi Del Rosso

Sommario

Fare Impresa è un Acceleratore di Impresa. 4
L'offerta 4
Vision 4
Mission 5
COSA SONO LE SOCIETÀ BENEFIT 6
LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE: GLI OBIETTIVI SPECIFICI 7
LA CREAZIONE DI UN AMBIENTE LAVORATIVO POSITIVO 7
LA CRESCITA CONTINUA DELLE PROPRIE RISORSE 7
L'ORIENTAMENTO CONCRETO ALL'INCREMENTO DELLA FORMAZIONE DELLA POPOLAZIONE 7
NETWORKING 7
LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE: I RISULTATI OTTENUTI NEL 2024 8
BENESSERE E POSITIVITÀ 8
CRESCITA E FORMAZIONE 9
CULTURA IMPRENDITORIALE DIFFUSA 9
ALCUNE ATTIVITÀ SVOLTE NEL 2024 10
LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE PREVISTE PER IL 2025 11
CONCLUSIONE 14
PREMESSA 16
COS'È IL SOCIAL STATEMENT 18
La scheda anagrafica dell'impresa 19
Il set di indicatori 19
Elenco degli indicatori 20
PERCHÉ IL SOCIAL STATEMENT 21
IL SOCIAL STATEMENT DI FARE IMPRESA SRL SB 23
Scheda Anagrafica 23
Informazioni generali 23
Strumenti 23
CATEGORIA 1 RISORSE UMANE 24
Aspetto 2.1 Composizione del capitale sociale 24
Aspetto 2.1.2 Segmentazione dei soci 24
Aspetto 2.2 Composizione del capitale sociale 24
CATEGORIA 3 CLIENTI 25
Aspetto 3.1 Caratteristiche della clientela 25
Aspetto 3.2 Sviluppo del Mercato 25
Aspetto: 3.3 Customer satisfaction e customer loyalty 26
Aspetto 3.4. Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale (ad esempio, alta utilità sociale) 27
Aspetto: 3.5. Politiche promozionali (ad esempio, rispetto codici di autodisciplina) 27
CATEGORIA 4. FORNITORI 28
Aspetti: 4.1 Politiche di gestione dei fornitori 28
Aspetto 4.2. Condizioni Negoziali 28
CATEGORIA 5. PARTNER FINANZIARI 29
Aspetti: 5.1 Rapporti con le banche 29
Aspetti: 5.2 Rapporti con le compagnie assicurative 29
Aspetti: 5.3 Rapporti con società di servizi finanziari (ad esempio, società di leasing) 29
CATEGORIA 6. STATO, ENTI LOCALI E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE 30
Aspetto: 6.1 Imposte, tributi e tasse 30
Aspetto: 6.2 Rapporti con Enti Locali e Istituzioni 30
Aspetti: 6.3. Norme e codici etici per il rispetto della legge 30
Aspetti: 6.4 Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati ricevuti 31
CATEGORIA 7. COMUNITÀ 32
Aspetti: 7.1 Corporate giving 32

Aspetti: 7.2 Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento *32*
Aspetti: 7.3 Comunicazione e coinvolgimento della comunità (stakeholder engagement) *34*
Aspetti: 7.4 Comunità virtuale *35*
Aspetti: 7.6 Prevenzione della corruzione *35*
CATEGORIA 8. AMBIENTE 36
Aspetti: 8.1 Consumi di energia, materiali ed emissioni *36*
Aspetti: 8.2 Strategia ambientale e relazioni con la comunità *37*

Chi è Fare Impresa srl

Fare Impresa è un Acceleratore di Impresa.

Accompagniamo gli Imprenditori al Business con Servizi di Formazione Manageriale, Consulenza Strategica ed Innovazione, Agevolazioni finanziarie, Amministrazione Finanza e Controllo.
Fare Impresa collabora con un gruppo di Imprese e Professionisti, rispettivamente composto da un una boutique di Advisory, un Investitore Qualificato del Fondo Rilancio di Cdp, una Società di Crowdfunding, un club di investimento, un Centro di Ricerca Universitario.
Il Metodo di Fare Impresa si basa su Informazione, Formazione e Gestione. L'individuazione della formazione adeguata, del capitale intellettuale, delle opportunità agevolative, delle strategie di posizionamento sul mercato e la definizione e validazione del Business Model sono fasi necessarie per avviare un'attività di successo.
Fare Impresa ha sviluppato dei tools abilitanti per la creazione del Busness Model, del Pitch, del Business Plan, della Valutazione di Azienda, e per la formazione all'imprenditorialità ed innovazione.

I contenuti e le competenze del capitale intellettuale investito in Fare Impresa sono resi disponibili per una categoria di imprenditori emergente che proviene dall'Università e dal mondo del lavoro, che mira ad introdurre sul mercato, a valle di un processo di profonda ricerca, un'innovazione di prodotto e/o processo.

L'offerta

I servizi offerti da Fare Impresa sono molteplici:

Value Management consulting: La "value proposition" di Fare Impresa Value Management si fonda su Consulenza Strategica da parte di esperti in innovazione e sviluppo di impresa, mediante un percorso strutturato in e-collaborazione, utilizzando siliconplan.com.

Finanza Agevolata: La "value proposition" di Fare Impresa Finanza Agevolata si fonda sulla promozione di opportunità di agevolazioni finanziarie presenti sul territorio nazionale per la fase pre-seed e seed, e supporto alla richiesta ottenimento e rendicontazione di finanza e incentivi per lo sviluppo di impresa.

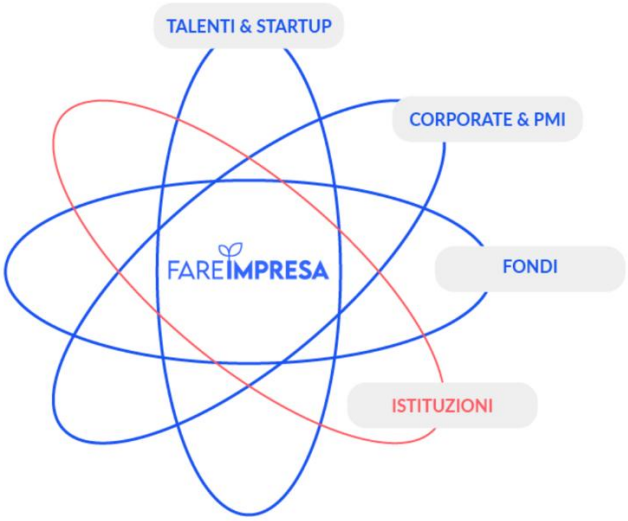
Servizi Reali: La "value proposition" di Fare Impresa Centro Elaborazioni dati, si fonda su aspetti pratici della costituzione e gestione della start up innovativa, in termini di adempimenti contabili fiscali e camerali, necessari per ottenere e mantenere i requisiti di iscrizione nella sezione start up innovative della CCAA, e le conseguenti agevolazioni di start up/PMI innovativa

Vision

Portare innovazione nel panorama italiano supportando Imprenditori in tutte le fasi di sviluppo. Fornendo loro le competenze necessarie affinchè possano amministrare ed espandere il proprio business.

Mission

La nostra missione è di aiutare e supportare la crescita di StartUp e PMI Innovative attraverso servizi di accelerazione d'impresa, re-start aziendale, open innovation e mentoring. Ci proponiamo anche di avviare un'educazione imprenditoriale attraverso l'erogazione di servizi di accompagnamento, corsi di formazione ed e-book. Il nostro scopo, dunque, è quello di favorire la crescita delle startup innovative e delle PMI, che hanno tanto da offrire al mercato ma poca esperienza e metodologia. Ci mettiamo al loro fianco come partner piuttosto che come fornitrice di servizi, sostenendoli passo dopo passo verso il successo.
In Fare Impresa creiamo collisioni attraverso progetti, metodi e iniziative che aggregano gli attori dell'ecosistema portando istituzioni, startup e talenti a collidere con efficacia generando valore, innovazione e opportunità.



Cosa sono le Società Benefit

Le Società Benefit (SB) si discostano dal paradigma aziendale ordinario e coniugano al tradizionale scopo di lucro il raggiungimento di uno o più obiettivi di beneficio comune. Di conseguenza, i concetti di finalità, governance, trasparenza e responsabilità si allargano ad un'ampia gamma di parti interessate, non solo agli azionisti.

L'Italia, seconda nel mondo solo agli Stati Uniti, ha introdotto lo stato giuridico di Società Benefit a partire dal 1 Gennaio 2016. Questo strumento legale crea una solida base per l'allineamento della missione nel lungo termine e la creazione di valore condiviso. Lo status di SB consente, quindi, di proteggere la missione in caso di aumenti di capitale e cambi di leadership, creare una maggiore flessibilità nel valutare i potenziali di vendita e mantenere la missione anche in caso di passaggi generazionali o quotazione in borsa.

Diverse dalle imprese sociali e dagli enti no-profit, le SB sono organizzazioni a scopo di lucro che, oltre a generare un profitto, creano un impatto positivo e concreto sulla società e sull'ambiente. Questa duplice finalità è perseguita volontariamente e incorporata in tutte le operazioni quotidiane della Società.

Poiché la legge rimette alle SB la libertà di scegliere le finalità da perseguire, imprenditori e investitori hanno una maggiore libertà nel determinare quali attività incorporare e definiscono autonomamente cosa significa essere un bene per la società e l'ambiente.

Da sempre, Fare Impresa promuove una visione olistica di impresa, creando valore per un pubblico ampio di stakeholders non limitato al numero dei soci. Pertanto, in linea con la sua cultura aziendale, Fare Impresa ha adottato lo status giuridico di Società Benefit sin dalla sua costituzione.

Ottemperando agli obblighi stabiliti dalla Legge 28-12-2015 n°208 (Commi 376-384 e allegati 4-5) in materia di Società Benefit, la Società si impegna ad "operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse".
La normativa impone inoltre la misurazione dell'impatto positivo generato sulla comunità e sull'ambiente, tramite sistemi di misurazione indipendenti e trasparenti.
Tenuto conto del percorso ancora breve intrapreso da Fare Impresa abbiamo ritenuto di adottare lo standard Social Statement, che a nostro avviso propone un sistema di valutazione dell'impatto adatto a realtà di piccola dimensione come la nostra.
Il prodotto dell'applicazione del social statement è riportato in calce alla presente relazione.

Le finalità di beneficio comune: gli obiettivi specifici

Le QUATTRO finalità di beneficio comune riportate anche nello statuto societario che Fare Impresa persegue quotidianamente sono le seguenti:

LA CREAZIONE DI UN AMBIENTE LAVORATIVO POSITIVO

Ovvero, il perseguimento del benessere dei propri dipendenti e collaboratori, anche al fine di conciliare al meglio famiglia e lavoro, offrendo la possibilita' ad ogni dipendente e collaboratore di svolgere la maggior parte della propria attivita' con la modalita' dell'home working e adottare orari flessibili.

LA CRESCITA CONTINUA DELLE PROPRIE RISORSE

Attraverso il reinvestimento di almeno l'1% dell'utile annuo in formazione dei propri dipendenti e collaboratori.

L'ORIENTAMENTO CONCRETO ALL'INCREMENTO DELLA FORMAZIONE DELLA POPOLAZIONE

Riguardo ai temi dell'imprenditorialità e dell'innovazione, attraverso la costante creazione di contenuti formativi riguardo i suddetti temi. Tali attività potranno essere svolte anche a titolo gratuito o con attenzione particolare verso persone economicamente e socialmente svantaggiate per contribuire ad una maggiore coesione sociale e territoriale.

NETWORKING

Fare Impresa svolge un'attività di coordinamento messa in rete di iniziative, attivita' e azioni di promozione, scambio, divulgazione, di relazioni istituzionali e lobbyng utili alla promozione dello sviluppo sociale, economico, culturale, turistico ed ambientale del territorio.
Tali attivita' potranno essere svolte anche a titolo gratuito o con attenzione particolare verso persone economicamente e socialmente svantaggiate per contribuire ad una maggiore coesione sociale e territoriale;

Le finalità di beneficio comune: i risultati ottenuti nel 2024

Prima di illustrare i risultati ottenuti durante l'esercizio 2024, è necessario contestualizzare questa relazione nel momento storico unico in cui è stata scritta.

BENESSERE E POSITIVITÀ

La creazione di un clima aziendale positivo per il benessere dei dipendenti e dei collaboratori è stata raggiunta grazie alle seguenti iniziative:

- La strutturazione di processi decisionali altamente democratici che permettono ad ogni dipendente di intervenire e contribuire alla pianificazione delle attività sia ordinarie che straordinarie.

- La creazione di un ambiente dinamico e stimolante. Sebbene ogni dipendente abbia un ruolo definito e determinante all'interno della struttura aziendale, Fare Impresa motiva tutti i membri a valorizzare le proprie capacità cimentandosi in attività lontane dalle proprie competenze di base.

- Il reclutamento di nuovi membri con diversi gradi di esperienza, sia lavorativa che generale. La compresenza di diverse generazioni facilita la creazione di connessioni relazionali, dalle quali tutti traggono giovamento, dai singoli all'azienda in toto.

- L'organizzazione di momenti di ascolto collettivo e individuale durante i quali ogni dipendente ha la possibilità di esprimere le proprie perplessità, dubbi e incertezze. Questo consiste in sessioni di brainstorming collettivo di frequenza bimestrale.

- La creazione di un sistema informale e continuo per la comunicazione di feedback per la crescita personale del dipendente e dell'intero sistema aziendale. Questo consiste in aggiornamenti quotidiani sulle attività da svolgere e sessioni di feedback mensili.

CRESCITA E FORMAZIONE

La Società si è impegnata a destinare parte delle proprie risorse all'acquisto di materiale formativo per i propri dipendenti quali libri e corsi online accessibili a tutti i membri. Nel concreto Fare impresa ha acquistato in abbonamento, nuovi strumenti abilitanti la digitalizzazione d'impresa (Google workspace, Ada, canva, siliconolan.com etc) nonché corsi di formazione Euroconference, con temi che vanno dalla fiscalità e contabilità ed agevolazioni finanziarie e fiscali, all'imprenditorialità ed innovazione, per un valore almeno pari ad euro 2500 euro.

CULTURA IMPRENDITORIALE DIFFUSA

FARE IMPRESA, incubatore certificato MIMIT, vanta un'esperienza pluriennale e consolidata nell'accompagnamento di startup e PMI innovative, con particolare focus sul supporto ai giovani imprenditori under 35.
Dal 2019 ad oggi, abbiamo partecipato attivamente a numerosi eventi di rilievo nel panorama nazionale e regionale dell'innovazione e dell'imprenditorialità, tra cui Start Cup Campania, SMAU Milano e Napoli, Innovation Village, Startup Italia, SIOS, oltre a collaborazioni stabili con importanti istituzioni come il PID di Caserta, la Camera di Commercio di Caserta e l'Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli".
L'intera attività di Fare Impresa ha come obiettivo quello di incrementare la consapevolezza imprenditoriale della popolazione attraverso la vendita dei propri servizi .

La nostra attività si articola in tre business unit principali:

1. Commercialisti d'affari:

Supportiamo società e imprese nella gestione fiscale, amministrativa e strategica, aiutandole a pianificare e ottimizzare ogni aspetto della loro attività.

2. Finanza agevolata:

Forniamo consulenza per accedere a finanziamenti pubblici, agevolazioni e contributi, accompagnandoti in tutte le fasi, dalla progettazione alla rendicontazione.

3. Consulenza per PMI e startup:

Ti aiutiamo a sviluppare business plan, strategie innovative e sostenibili, con un focus sull'innovazione e la crescita a lungo termine. Ci occupiamo di Business Plan, Pitch, Business Model, Valutazione, closing. Per le PMI, anche di certificazione dei crediti di imposta.

Inoltre, collaboriamo con Studio Del Rosso & Associati, che si occupa di:
· Operazioni straordinarie (fusioni, acquisizioni, cessioni, ecc.).
· Revisione legale dei conti.
· Organismi di Vigilanza (OdV) e compliance normativa.

L'obiettivo del progetto "Percorso di Accelerazione" di Fare Impresa è aiutare aspiranti imprenditori a prendere decisioni più velocemente e fare meno errori grazie al confronto costante con altri imprenditori e con professionisti esperti.

Il “Percorso di Accelerazione” ha come obiettivo quello di fornire ai partecipanti le competenze e le conoscenze necessarie per far si che la start-up arrivi preparata al go-to-market. Alla fine del Percorso di Accelerazione ogni team avrà i tre documenti che ogni azienda/start up deve possedere: Business Plan, Pitch e Business Model.

Alcune attività svolte nel 2024

Nel 2024, FARE IMPRESA conferma e rinnova il suo impegno nel potenziare la formazione e i percorsi di accelerazione, grazie anche all’implementazione di una piattaforma web in cloud che faciliterà la gestione digitale dei processi di incubazione, con moduli per la compilazione e stampa di Business Plan, Business Model e Pitch. Il nostro programma di accelerazione, strutturato su 6 mesi, si arricchisce di strumenti esclusivi, tra cui l’ebook “I Primi 365 giorni della startup e PMI innovativa” di Fernando Del Rosso.
Inoltre, FARE IMPRESA è protagonista di iniziative di open innovation e networking come “INFINITI MONDI – Napoli Innovation City” (CUP: B67F23000000008), eventi con Talent Garden e Università Parthenope, e collabora con enti pubblici e privati su temi di inclusione, intelligenza artificiale e smart city.

In particolare, abbiamo organizzato e preso parte a una serie di iniziative formative e divulgative che testimoniano il nostro impegno nel promuovere la cultura d’impresa e l’innovazione diffusa nel territorio:

- **Gennaio 2024**: Una serie di webinar su “Prospettive Innovative d’Azienda”, volti a fornire competenze strategiche e operative ad aspiranti imprenditori e professionisti.
- **Febbraio 2024**: Ciclo di webinar online "Finanza Agevolata in Live Streaming Series”, sul tema della finanza agevolata e sui principali strumenti attivi di finanziamento alle imprese;
- **Marzo 2024**: Corsi intensivi, riconosciuti dalla Regione Campania, in “Esperto di Coaching” e “Arteterapeuta” in collaborazione con Orsini ForUn Futura e AssoISUE. I corsi si sono svolti in presenza presso la sede di Caserta di Orsini ForUn Futura.
- **Giugno 2024**: Partecipazione all’evento T-Sustainability, dedicato alla sostenibilità applicata all’innovazione, in collaborazione con il Digital Innovation Hub di Confartigianato Imprese Caserta, a supporto dello sviluppo tecnologico locale.
- **Settembre 2024**: Corso intensivo su “Creazione d’Impresa” per Startup e PMI innovative, erogato in presenza presso il Talent Garden di Napoli, con l’obiettivo di formare un ampio spettro di stakeholder. Durata del corso da settembre 2024 a dicembre 2024.
- **Ottobre 2024**: Mese ricco di attività con l’organizzazione e partecipazione a workshop su Digital Marketing e Business Intelligence in partnership con l’Università Vanvitelli e D.I.B.T., e presenza al Giffoni Hub Innovation, SMAU Milano e Start Cup Campania.
- **Novembre 2024**: Abbiamo proposto un ciclo di lezioni su *Digital Media Strategist* tenute dall’advisor Alessia Malorgio;
- **Dicembre 2024**:
  Partecipazione al meeting annuale di Invitalia *"Connettere, Collaborare, Crescere"* , presso il Talent Garden di Roma, dove la nostra startup incubata “Silicon Plan” è stata presentata ad una serie di investitori;
  Partecipazione al Premio SIOS 2024 di StartupItalia, dove la nostra startup incubata 20Seconds ha vinto il premio Community Award;
- Partecipazione alla V Edizione della “Borsa Mediterranea della Formazione e del Lavoro – L’hub delle opportunità: Connettere intelligenze” dal 3 al 6 dicembre 2024 presso il Giffoni

Multimedia Valley, uno degli eventi più significativi del Sud Italia dedicati alla formazione, al lavoro e all'innovazione sociale e culturale. L'invito ufficiale, ricevuto dalla Fondazione Super Sud e firmato dal Presidente Giovanni D'Avenia, ha previsto la partecipazione a una tavola rotonda di alto profilo con l'Assessore Valeria Fascione, programmata per il 4 dicembre alle ore 9:30. Questo ha rappresentato una preziosa occasione per interagire con giovani studenti, aspiranti lavoratori e operatori del settore, offrendo loro una visione aggiornata e concreta delle trasformazioni in atto nel mondo del lavoro, in particolare alla luce dell'impatto crescente dell'intelligenza artificiale e delle discipline STEM. La Borsa Mediterranea si conferma una piattaforma di confronto privilegiata tra istituzioni, imprese, enti di formazione e agenzie per il lavoro, con un pubblico complessivo che supera i 10.000 partecipanti e una rilevanza mediatica capillare con oltre 6,5 milioni di utenti raggiunti nelle edizioni precedenti. Nel corso della tavola rotonda e delle sessioni congressuali, FARE IMPRESA ha contribuito con la propria esperienza nell'accompagnamento di startup e giovani imprenditori, evidenziando come l'innovazione tecnologica e digitale rappresentino leve fondamentali per la crescita economica, sociale e culturale del territorio campano e del Mezzogiorno. La partecipazione a questo evento ha rafforzato il nostro impegno nel promuovere modelli di formazione integrata e opportunità di autoimprenditorialità rivolte a giovani talenti, favorendo un ecosistema locale capace di attrarre investimenti e competenze all'avanguardia.

Le finalità di beneficio comune previste per il 2025

Per l'esercizio 2025, Fare Impresa, rispetta e rinnova i suoi impegni secondo gli obiettivi specifici precedentemente descritti.
Non solo, la Società vuole ottenere risultati sempre più soddisfacenti, incrementando l'ammontare delle proprie risorse destinate alla formazione dei dipendenti.
Inoltre, Fare Impresa si impegna a continuare l'opera di creazione distribuzione di contenuti gratuiti con l'obiettivo di contribuire alla formazione di imprenditori e aspiranti imprenditori.
Infine, la Società mira all'organizzazione di eventi sociali frontali per il coinvolgimento dei diversi stakeholders.
Dal 2025 l'Azienda programma di migliorare il monitoraggio delle Benefit performance in modo che la Relazione di impatto possa:
* Integrare grafici e tabelle KPI;
* Integrare piano fiere ed eventi
* Integrare budget dedicato;
* Introdurre una sezione "Valore generato per gli stakeholder".
* Introdurre un cruscotto di impatto (es. ore formazione, numero di startup incubate, % utenti soddisfatti, case study di successo).

Per il 2025 il nostro percorso di Accelerazione verrà ulteriormente migliorato attraverso l'utilizzo di una piattaforma web in cloud che permetterà agli utenti di compilare i moduli previsti nel percorso e stampare i tre output: Business Plan, Business Model, Pitch.

Il percorso di Accelerazione ha le seguenti caratteristiche:

- Durata 6 mesi
- Moduli 6 mesi
- Library
- Ebook "I Primi 365 della start up e PMI innovativa" di Fernando Del Rosso

- Stampa di: Business Plan, Business Model e Pitch

Per quanto riguarda i dipendenti, Fare Impresa rinnova l'impegno nella formazione stanziando un budget di formazione ad-hoc, a prescindere dall'utile, e organizzando periodicamente cene aziendali per coinvolgere maggiormente i dipendenti e rafforzare il rapporto tra di essi.
Fare Impresa mira a diventare un Corporate Venture Builder.

Promozione delle politiche DEI (Diversity, Equity, Inclusion)

Nel corso del 2025, Fare Impresa si impegna a integrare stabilmente tra le proprie finalità di beneficio comune la promozione delle politiche di ESG, inclusione e del diversity management, riconoscendone il valore strategico non solo in termini etici e culturali, ma anche in ottica di competitività, innovazione e sostenibilità.

Tale impegno si tradurrà in un piano organico di eventi, convegni, seminari e attività formative, finalizzate a sensibilizzare imprenditori, stakeholder pubblici e privati, giovani talenti e rappresentanti delle istituzioni sulle tematiche legate al superamento del gender gap, alla valorizzazione della leadership femminile, all'inclusione lavorativa delle diversità (di genere, età, cultura, orientamento, abilità) e all'adozione di pratiche inclusive nei contesti aziendali.

Oltre all'organizzazione di eventi, workshop formativi e la diffusione di contenuti multimediali, le azioni previste includono l'attivazione di partnership con enti di ricerca, università e associazioni del territorio per co-progettare attività didattiche e divulgative sui temi DEI (Diversity, Equity, Inclusion).

La finalità di questa nuova direttrice di impatto è creare consapevolezza, fornire strumenti concreti alle organizzazioni e contribuire a una cultura imprenditoriale più equa e responsabile, in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030 e le trasformazioni del contesto socioeconomico contemporaneo.

L'inclusione non sarà dunque un tema accessorio, ma un asse trasversale di tutte le nostre azioni, contribuendo in modo determinante a rafforzare l'identità benefit di Fare Impresa e ad ampliare la nostra capacità di generare valore condiviso per la comunità.

Conclusione

Questa relazione di impatto continua il percorso intrapreso negli anni precedenti. Per questa ragione, sebbene la stesura della stessa formalizzi il nostro impegno per la creazione di un modo più sostenibile di fare impresa, non rappresenta in alcun modo un ostacolo al raggiungimento di obiettivi più ambiziosi.

Infine, ci auspichiamo che le nostre azioni possano essere d'ispirazione per altre realtà imprenditoriali del territorio nazionale, per lo sviluppo comune di paradigmi di business sempre più evoluti e finalizzati alla crescita sostenibile e al miglioramento della vita delle persone.

SOCIAL STATEMENT

Fare Impresa Srl

Premessa

La normativa istitutiva delle Società Benefit (L. 208/2015) prevede che la relazione annuale concernente il perseguimento del beneficio comune debba includere la valutazione dell'impatto generato utilizzando uno standard di valutazione esterno che abbia precise caratteristiche.
Esauriente e articolato nel valutare l'impatto della società e delle sue azioni nel perseguire la finalità di beneficio comune nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse;
2. Sviluppato da un ente che non è controllato dalla società benefit o collegato con la stessa;
3. Credibile perché sviluppato da un ente che;
a) ha accesso alle competenze necessarie per valutare l'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso;
b) utilizza un approccio scientifico e multidisciplinare per sviluppare lo standard, prevedendo eventualmente anche un periodo di consultazione pubblica.
4. Trasparente perché le informazioni che lo riguardano sono rese pubbliche, in particolare:
a) i criteri utilizzati per la misurazione dell'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso;
b) le ponderazioni utilizzate per i diversi criteri previsti per la misurazione;
c) l'identità degli amministratori e l'organo di governo dell'ente che ha sviluppato e gestisce lo standard di valutazione;
d) il processo attraverso il quale vengono effettuate modifiche e aggiornamenti allo standard;
e) un resoconto delle entrate e delle fonti di sostegno finanziario dell'ente per escludere eventuali conflitti di interesse.

La valutazione dell'impatto (secondo l'allegato cinque alla Legge) deve inoltre comprendere le seguenti aree di analisi:

1. Governo d'impresa, per valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società;
2. Lavoratori, per valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro;
3. Altri portatori d'interesse, per valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura.
4. Ambiente, per valutare gli impatti della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.

Abbiamo cercato di trovare lo strumento più efficiente che consentisse da un lato di assolvere pienamente al dettato normativo e che contemporaneamente, dall'altro, contemperasse una complessità adeguata alla nostra mission benefit.
La scelta è ricaduta sul social statement.

Prima di addentrarci nell’analisi e nel cuore della valutazione riteniamo opportuno innanzitutto illustrare, almeno per sommi capi, lo strumento utilizzato e in secondo luogo condividere le ragioni di tale scelta.

Cos’è il Social Statement

Il Social Statement (SS) è uno strumento volontario, pensato in primo luogo per guidare le imprese nell’attività di rendicontazione delle proprie prestazioni sociali, standardizzando la modalità di rilevazione e presentazione delle informazioni e favorendo forme di confronto e valutazione dei risultati ottenuti.

Mediante la diffusione del Social Statement il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali mira ad accrescere il grado di consapevolezza delle imprese sulle tematiche sociali, ambientali e di sostenibilità, promuovendo la diffusione di una cultura della responsabilità all’interno del sistema industriale. Il Social Statement vuole anche rispondere alle crescenti richieste informative che provengono da molteplici categorie di stakeholder sulle tematiche della Corporate Social Responsibility.

La definizione di uno strumento basato su un modello di rendicontazione chiaro e consolidato mira a garantire maggiore trasparenza nella comunicazione delle imprese, a tutela dei consumatori e a vantaggio di tutti i cittadini. Il Social Statement vuole essere uno strumento semplice, modulare e flessibile, per consentire a tutte le imprese - indipendentemente dalla dimensione, dal settore di appartenenza, dalla natura giuridica, dall’esperienza nell’attività di reporting, ecc. – di aderire al sistema definito dal Governo.

In questo ambito, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha voluto dedicare un’attenzione particolare alle piccole e medie imprese (PMI), che costituiscono, come è noto, una componente fondamentale del sistema industriale italiano. Si è, dunque, voluto predisporre uno strumento che non vincoli questa categoria di attori, ma parta dalle loro esigenze offrendo nuove interessanti opportunità in chiave gestionale e competitiva.

Il Social Statement si basa sulla definizione di CSR data dalla Commissione Europea nel Libro Verde, pubblicato nel luglio 2001. Secondo questo approccio la Corporate Social Responsibility è “l’integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate”, ossia, in base alla definizione contenuta nel documento originale “a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis“.

Sempre dalla definizione di CSR formulata nel Libro Verde si desume che essere socialmente responsabili implica andare oltre il semplice rispetto della normativa vigente, “investendo “di più” nel capitale umano, nell’ambiente e nei rapporti con le parti interessate”. Muovendo da questi presupposti e a seguito di un confronto con diverse categorie di stakeholder, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha messo a punto una proposta per orientare le imprese nella predisposizione del Social Statement.

La proposta si articola in due parti fondamentali:
A. la scheda anagrafica dell’impresa;
B. il set indicatori.

La scheda anagrafica dell'impresa

La scheda anagrafica ha l'obiettivo di mettere a fuoco le caratteristiche generali dell'impresa che decide di adottare il Social Statement.
Le principali informazioni richieste sono:

- nome;
- natura giuridica dell'organizzazione (SRL, SPA, Cooperativa ecc.);
- settore di attività (o settori in cui opera in prevalenza);
- fatturato;
- sede principale;
- sedi secondarie;
- principali mercati di riferimento;
- numero di dipendenti.

Nella scheda anagrafica, inoltre devono essere riportate informazioni più specifiche, dirette a rilevare l'impegno dell'azienda nell'ambito della Corporate Social Responsibility.
Si richiede, pertanto, alle imprese di segnalare l'adozione di strumenti quali Codici di Condotta, Sistemi di Gestione (ad esempio, sistemi di qualità, sistemi di gestione dell'ambiente e della sicurezza), certificazioni e report sociali, ambientali e di sostenibilità. Tali documenti potranno essere allegati al Social Statement per testimoniare l'impegno dell'impresa sulle iniziative intraprese.

Il set di indicatori

Il set di indicatori è il cuore del Social Statement.

Qualsiasi processo realizzato da un'organizzazione necessita di meccanismi e strumenti di misurazione efficaci ed efficienti. L'attività di misurazione serve per supportare i decisori nella definizione degli obiettivi strategici e tattici, permette di monitorare gli sforzi realizzati per raggiungere tali obiettivi, consente di valutare le performance ottenute e di confrontare tali prestazioni nel tempo e nello spazio.

Come è noto gli indicatori sono misure che, attraverso una semplificazione della realtà, hanno l'obiettivo di rilevare e/o di descrivere fenomeni complessi e di difficile rappresentazione bilanciando due esigenze divergenti: l'accuratezza scientifica e la capacità di sintesi.

Il set di indicatori ha la specifica finalità di monitorare l'impegno e le attività realizzate dall'impresa in tema di CSR, supportando i processi decisionali e attuativi. A tale scopo, attraverso una serie di confronti con le parti interessate e dopo una fase di pilot testing sulle imprese si è giunti all'identificazione e alla selezione di una serie di indicatori.
Per ogni indicatore è stato condotto un esame puntuale. Sono stati analizzati e discussi elementi quali:

- ✓ la rilevanza rispetto alla nozione di CSR;
- ✓ la comprensibilità per le imprese;
- ✓ la producibilità delle informazioni funzionali alla determinazione dell'indicatore (ad esempio, eventuale materiale documentale);

- ✓ la modalità di rilevazione e misurazione;
- ✓ l'applicabilità rispetto alle diverse tipologie di imprese.

I singoli indicatori sono organizzati in un framework articolato su tre livelli in cui si è privilegiato un approccio orientato agli stakeholder.
Pertanto, il piano dei conti del Social Statement si divide in:

- ✓ categorie: gruppi di stakeholder cui sono rivolti specifiche famiglie (cluster) di indicatori;
- ✓ aspetti, aree tematiche monitorate da gruppi di performance indicatori nell'ambito di una determinata categoria di stakeholder;
- ✓ indicatori, ovvero misure qualitative e quantitative che forniscono informazioni relative a uno specifico aspetto. Possono essere utilizzati per controllare e dimostrare le performance di un'organizzazione.

Gli indicatori possono essere qualitativi (ad esempio, laddove si richieda la descrizione di un progetto o di un'iniziativa realizzata dall'azienda) e quantitativi (nei casi in cui l'informazione richiesta debba essere espressa sotto forma numerica – percentuale, ratio, quoziente, dati economici o finanziari, ecc.).

Il set di indicatori è stato suddiviso in due categorie principali:

- ✓ indicatori comuni (C), che devono essere utilizzati da tutte le imprese per la realizzazione del Social Statement (dalle PMI alle grandi aziende);
- ✓ indicatori addizionali (A), che si possono applicare alle imprese di maggiore dimensione (a partire da 50 dipendenti) in base a specifici criteri, affiancando e integrando gli indicatori comuni.

Il set di indicatori e il Social Statement vogliono essere un'opportunità per guidare le imprese verso obiettivi di eccellenza nelle modalità di rendicontazione di CSR, favorendo il miglioramento continuo delle prestazioni aziendali in questo campo. In questo senso, se alcuni degli indicatori addizionali indicati dovessero risultare non applicabili all'impresa per fattori legati alle sue caratteristiche strutturali e/o organizzative (dimensioni, settore di appartenenza, natura giuridica e assetto proprietario, complessità di rilevazione e/o misurazione delle informazioni richieste), le ragioni alla base dell'esclusione dovranno essere debitamente specificate e motivate dal management.

Elenco degli indicatori

Di seguito si riporta il set completo di indicatori individuati per il Progetto.
Gli indicatori sono articolati in otto categorie, in base ai diversi gruppi di stakeholder:

1. Risorse Umane
2. Soci/Azionisti e Comunità Finanziaria
3. Clienti
4. Fornitori
5. Partner finanziari
6. Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione
7. Comunità
8. Ambiente

Perché il Social Statement

Come dicevamo in premessa abbiamo cercato di individuare uno standard di valutazione adeguato ai nostri obiettivi benefit così come formalmente sanciti dapprima nello Statuto sociale e poi nel nostro manifesto.
Abbiamo escluso standard valutativi particolarmente complessi e articolati (da quello B-Corp al Social Roi utilizzato per valutare l'impatto delle startup a vocazione sociale) in quanto abbiamo ritenuto fossero eccessivamente onerosi: in fondo si tratta del nostro primo anno di attività, anno peraltro molto particolare anche a causa della pandemia ancora in corso.
Non abbiamo altresì ritenuto adeguate al nostro caso metriche principalmente basate su criteri finanziari (per esempio i criteri IRIS elaborati dal Global Impact Investing Network), in quanto, in questo primo anno gli indicatori economico-finanziari non sono pienamente rappresentativi dei risultati raggiunti.
La scelta, dunque, alla fine è ricaduta sull'utilizzo del social statement in quanto, pur nella sua semplicità consente sia di assolvere pienamente alle aspettative del dettato normativo sia perché ben si adatta al nostro modello di business.
Infatti, nell'oggetto sociale abbiamo previsto che

> *In qualità di "società benefit", ai sensi e per gli effetti della Legge 28 dicembre 2015, articolo unico, commi 376-384 (la "Legge di Stabilità 2016"), la Società - nell'esercizio della sua attività economica e oltre allo scopo di dividerne gli utili - intende perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse. Le finalità specifiche di beneficio comune che la Società intende perseguire consistono:*
> *- nel perseguimento del benessere dei propri dipendenti e collaboratori, anche al fine di conciliare al meglio famiglia e lavoro, dando la possibilità ad ogni dipendente e collaboratore di svolgere la maggior parte della propria attività con la modalità dell'home working e adottare orari flessibili;*
> *- nel reinvestimento di almeno l'1% (uno per cento) dell'utile in formazione dei propri dipendenti e collaboratori;*
> *- nell'impegno ad incrementare il livello di formazione e cultura generale della popolazione riguardo ai temi dell'imprenditorialità e dell'innovazione, attraverso la costante creazione di contenuti formativi riguardo i suddetti temi. Tali attività potranno essere svolte anche a titolo gratuito o con attenzione particolare verso persone economicamente e socialmente svantaggiate per contribuire ad una maggiore coesione sociale e territoriale.*

Quindi per noi è fondamentale che l'attività di beneficio non sia un extra, un *quid pluris*. Me è necessario che sia incardinata nella catena del valore, che sia parte integrante delle operation e non una variabile legata al marketing o alla comunicazione.

E la logica di stakeholder approach sottesa al modello di Social Statement a nostro modo di vedere ben si adatta nella misurazione dell'impatto della nostra attività.

Nelle pagine seguenti riportiamo il risultato dell’applicazione del set di indicatori. Iniziando, come previsto dall’anagrafica.

IL SOCIAL STATEMENT DI FARE IMPRESA SRL SB

Scheda Anagrafica

Informazioni generali

Nome	FARE IMPRESA SRL
Tipo (srl, spa ecc.)	SRL - SOCIETA' BENEFIT
Settore di attività *descrizione e codice Istat*	70.22.09 **Altre attività di consulenza imprenditoriale e altra consulenza** 63.11.11**Elaborazione elettronica di dati contabili**
Fatturato	Classe 100-500k
Sede principale	VIA RUGGIERO 123, CASERTA
Composizione societaria *specificare semplicemente l'assetto proprietario: proprietario unico, azionariato diffuso, se compartecipata, se compartecipante in altre aziende, ecc.)*	1 socio: Relaxinvest srl - Holding
Principali mercati di riferimento *descrivere, specificando se i prodotti/servizi sono destinati al consumatore finale e in che misura i prodotti sono destinati all'esportazione*	MERCATO ITALIA BtB BtC
Numero dipendenti	1 dipendente + più collaboratori con lavoro autonomo

Strumenti

La società ha una mission esplicita	SI. Come riportata nell'oggetto sociale e nel Manifesto
La società è dotata di sistemi di Gestione della qualità Gestione ambientale Gestione della sicurezza Gestione sociale Protezione delle informazioni	 NO NO NO NO SI
La società pubblica Report sociali, ambientali e/o di sostenibilità (specificare) ?	Si. Relazione di Impatto

Contatto: Fernando Del Rosso (Fernando Del Rosso)
Email: innova@fare-impresa.it

CATEGORIA 1 RISORSE UMANE

La società nel 2023 ha un solo dipendente e più collaboratori con lavoro autonomo.

CATEGORIA 2 SOCI/AZIONISTI E COMUNITA' FINANZIARIA

Aspetto 2.1 Composizione del capitale sociale

Indicatore 2.1.1 Soci e quote

Indicatore	2.1.1 Numero Azionisti per tipologia di azioni (quote)		
Commento esplicativo	**Rilevanza** A	**Qualitativi**	**Quantitativi** Si
	L'indicatore punta alla conoscenza e al monitoraggio dell'evoluzione nel tempo della proprietà dell'azienda.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Al 31 dicembre 2023 la compagine sociale è la seguente: ○ RELAXINVEST SRL 100%		
Documentazione di supporto	Atto costitutivo Visura Camerale		

Aspetto 2.1.2 Segmentazione dei soci

Indicatore	2.1.2 segmentazione soci		
Commento esplicativo	**Rilevanza** A	**Qualitativi** Si	**Quantitativi** Si
	L'indicatore vuole mettere in risalto la partecipazione al capitale sociale da parte di imprese e persone fisiche		
Modalità di misurazione dell'indicatore	I titolari dell'impresa sono così distribuiti. ● 1 persona giuridica 100%		
Documentazione di supporto	Atto costitutivo Visura Camerale		

Aspetto 2.2 Composizione del capitale sociale

Indicatore	2.2. Altro Composizione del Capitale Sociale		
Commento esplicativo	**Rilevanza** A	**Qualitativi** Si	**Quantitativi** Si
	Si tratta di un indicatore ampio, che dovrebbe ricomprendere tutte le modalità di remunerazione dei soci attuate dalla società		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La società è compostata INDIRETTAMENTE attraverso una Holding che la controlla, per il 51% da socio donna.		
Documentazione di supporto	Verbale di assemblea straordinaria Visura Camerale		

CATEGORIA 3 CLIENTI

Aspetto 3.1 Caratteristiche della clientela

Indicatore 3.1.1 – ripartizione dei clienti per categorie

N/A: Non si ritiene di condividere questa informazione

Aspetto 3.2 Sviluppo del Mercato

Indicatore 3.2.1 Sviluppo nuovi servizi

Indicatore	3.2.1 Sviluppo servizi		
Commento esplicativo	**Rilevanza** A	**Qualitativi** Si	**Quantitativi** Si
	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nella "lettura ed ascolto" delle esigenze dei clienti e del mercato e nella traduzione di tali necessità/aspettative in pianificazione e sviluppo di nuovo prodotti/servizi. Inoltre, l'indicatore ha come obiettivo quello di monitorare il processo di miglioramento/rinnovo/evoluzione dell'azienda nel tempo		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Fare Impresa ha sviluppato il "percorsi di accelerazione " Sono inoltre attivi i servizi B2B & B2C per la finanza agevolata		
Documentazione di supporto	Sito internet Relazione di Impatto		

Aspetto: 3.3 Customer satisfaction e customer loyalty

Indicatore: 3.3.1 Iniziative di customer satisfaction (ricerche, iniziative di misura e utilizzo, callcenter e gestione dei reclami)

Indicatore	3.3.1 Indagini presso utenza		
Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Si	Quantitativi Si
	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nella "lettura ed ascolto" delle esigenze dei clienti e del mercato e nella traduzione di tali necessità/aspettative in pianificazione e sviluppo di nuovo prodotti/servizi. Inoltre, l'indicatore ha come obiettivo quello di monitorare il processo di miglioramento/rinnovo/evoluzione del contesto economico		
Modalità di misurazione dell'indicatore	FARE IMPRESA ha lanciato il "Percorso di accelerazione, con l'obiettivo di venire incontro alle esigenze della startup e degli startupper; attraverso tale percorso si cerca di fornire le competenze necessarie affinchè un individuo possa amministrare la propria azienda o lanciare il proprio business sul mercato Nell'ambito di tali progetti, vengono costantemente monitorate le esigenze ed il grado di soddisfazione dei clienti.		
Documentazione di supporto	Sito internet Relazione di Impatto		

Aspetto 3.4. Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale (ad esempio, alta utilità sociale)

	Rilevanza A	Qualitativi Si	Quantitativi Si
Commento esplicativo	L'indicatore richiede una particolare attenzione rivolta ad offerta di servizi/prodotti con evidente e dimostrabile valenza etico-ambientale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Fare Impresa vuole contribuire allo sviluppo dell'ecosistema startup attraverso la formazione e la cultura dell'imprenditorialità e dell'innovazione.		
Documentazione di supporto	Sito internet Relazione di Impatto		

Aspetto: 3.5. Politiche promozionali (ad esempio, rispetto codici di autodisciplina)

Fare Impresa ha individuato i valori che devono guidare la propria attività, nonché una mission ed una mission chiare e precise.
Mission: Diventare il metodo di Accelerazione delle Imprese Innovative italiane, creando il link tra Start up Innovative e fondi Crowd e Venture Capital

Vision: Portare innovazione nel panorama italiano supportando Imprenditori in tutte le fasi di sviluppo

Valori:

- Mentorship: Ti presentiamo guide esperte che hanno forti legami nell'industria digitale.
- Team: Possiamo aiutarti a creare un team completo, inclusi sviluppatori e manager.
- Money: Investiamo i fondi iniziali nelle migliori startup, co-investiamo con i principali fondi di venture capital e ti aiutiamo con i bandi locali, nazionali ed europei.
- Network: Ti aiutiamo a trovare nuovi partner dal nostro network di startup, dirigenti d'azienda e grandi imprese
- Partnership: Siamo partner del CeRICT Centro Regionale Information Communication Technology CeRICT scrl, che con l'esperienza di professionalità di oltre 220 tra Professori, Ricercatori e Tecnici, opera nel dominio applicativo ICT

Documentazione a supporto: https://www.fare-impresa.it/about/

CATEGORIA 4. FORNITORI

Aspetti: 4.1 Politiche di gestione dei fornitori

N/A: Non si ritiene di condividere questa informazione

Indicatore: 4.1.1 Ripartizione dei fornitori per categoria

N/A: Non si ritiene di condividere questa informazione

Indicatore: 4.1.2 Selezione dei fornitori

I nostri fornitori vengono selezionati in base alla flessibilità e ottimizzazione dei costi, rientrano quindi Principalmente in quattro categorie:
- Freelance che non possono emettere fattura
- Freelance che possono emettere fattura
- Altre startup tecnologiche
- Servizi in cloud ai quali accedere in autonomia, per tutte le attività di supporto al core business aziendale (per esempio: software per la fatturazione, e-mail marketing, ecc.)

Indicatore 4.1.3. Comunicazione, sensibilizzazione ed informazione

N/A: Non si ritiene di condividere questa informazione

I freelance vengono considerati parte integrante del team e condividono con noi: finalità, etica, orientamento agli obiettivi.
Le startup e le aziende che erogano servizi in cloud offrono servizi standard.

Aspetto 4.2. Condizioni Negoziali

	Rilevanza C	Qualitativi Si	Quantitativi Si
Commento esplicativo	L'obiettivo dell'indicatore è valutare la politica dell'azienda sui pagamenti applicati ai fornitori. La valutazione potrebbe essere articolata per classi di importo delle fatture e tempi massimi correlati di pagamento. Ciò al fine di evidenziare in maniera corretta le politiche adottate e attuate dall'azienda.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Tutte le fatture vengono quietanzate nei termini previsti dal fornitore al momento dell'emissione.		
Documentazione di supporto	Bilancio di esercizio		

CATEGORIA 5. PARTNER FINANZIARI

Aspetti: 5.1 Rapporti con le banche

N/A: Non si ritiene di condividere questa informazione

Aspetti: 5.2 Rapporti con le compagnie assicurative

N/A: Non si ritiene di condividere questa informazione

Aspetti: 5.3 Rapporti con società di servizi finanziari (ad esempio, società di leasing)

N/A: Non si ritiene di condividere questa informazione

CATEGORIA 6. STATO, ENTI LOCALI E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Aspetto: 6.1 Imposte, tributi e tasse

N/A: Non si ritiene di condividere questa informazione

Aspetto: 6.2 Rapporti con Enti Locali e Istituzioni

	Rilevanza A	Qualitativi Si	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore punta ad analizzare i rapporti esistenti tra l'impresa e le Istituzioni Pubbliche, evidenziando forme di coinvolgimento e/o partnership. Ad esempio, adesione ad accordi volontari o accordi di Programma su specifiche iniziative aventi valenza economica (sviluppo del territorio), ambientale o sociale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Al momento non abbiamo sottoscritto accordi con le istituzioni.		
Documentazione di supporto	N/A		

Aspetti: 6.3. Norme e codici etici per il rispetto della legge

Indicatore: 6.3.1 Norme e codici per il rispetto della legge e sistemi di auditing interno

	Rilevanza C	Qualitativi Si	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore valuta l'esistenza di politiche esplicite e di sistemi di auto-controllo interno (adottati su base volontaria) per garantire il rispetto della legge, della mission della vision e dei vincoli statutari		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Fare Impresa ha adottato un proprio codice etico che si basa, tra gli altri, sui seguenti valori: responsabilità verso gli stakeholders, trasparenza e collaborazione.		
Documentazione di supporto	https://www.fare-impresa.it/servizi-3-4/		

Indicatore: 6.3.2 Verifiche di conformità e controlli ispettivi

N/A – motivazione: non abbiamo ancora avuto alcun controllo ispettivo

Aspetti: 6.4 Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati ricevuti

N/A: Non si ritiene di condividere questa informazione

CATEGORIA 7. Comunità

Aspetti: 7.1 Corporate giving

N/A – non abbiamo devoluto denaro ad alcuna associazione o causa benefica

Aspetti: 7.2 Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento

Indicatore: 7.2.1 Istruzione e formazione

	Rilevanza C	Qualitativi Si	Quantitativi SI
Commento esplicativo	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel sociale attraverso investimenti in termini di impegno orario ed altre attività svolte direttamente nel campo dell'istruzione, dell'informazione della conoscenza		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Attraverso la piattaforma proprietaria eroghiamo servizi di formazione e divulgazione, incubazione e mentorship in materia di imprenditorialità ed innovazione. Abbiamo erogato webinar grauiti. Abbiamo pubblicato articoli di interesse comune. Abbiamo scritto post sui canali social Abbiamo pubblicato 1 e-book Nei confronti dei collaboratori abbiamo garantito le seguenti iniziative di formazione, per un costo complessivo di 2.500 euro: ● Acquisto libri ● Acquisto webinar ● Acquisto video corsi Il nostro impegno statutario prevede il re-investimento dell'1% degli utili in programmi di formazione dei dipendenti e dei collaboratori		
Documentazione di supporto	Sito internet: https://www.fare-impresa.it **Canali social** https://www.instagram.com/fareimpresa_it_/ https://www.facebook.com/fareimpresait https://www.linkedin.com/company/75728366/admin/ Statuto sociale Visura Relazione di Impatto		

Indicatore 7.2.2 Cultura

N/A – al momento non abbiamo attuato progetti di cultura

Indicatore 7.2.3 Sport

N/A – al momento non abbiamo attuato progetti sportivi

Indicatore: 7.2.4 Ricerca e innovazione

	Rilevanza C	Qualitativi Si	Quantitativi SI
Commento esplicativo	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel campo della ricerca e dell'innovazione. L'innovazione, in particolare, può riguardare i processi produttivi (operations, logistica, gestione delle informazioni, ecc.) e i prodotti. E' evidente che questo impegno ha, in primo luogo, una ricaduta positiva sulla competitività dell'impresa e, dunque, sul suo valore, ossia sul valore del suo capitale economico. L'innovazione, però, ha anche e soprattutto una valenza più ampia: gli sforzi condotti dall'impresa in questo campo sono finalizzati a garantire la sua sostenibilità, ovvero la sua capacità di durare nel tempo, creando valore per gli stakeholder e per la comunità in genere, contribuendo, così, allo sviluppo del sistema Paese.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Nel 2023 abbiamo partecipato in maniera indiretta alla realizzazione di una piattaforma per realizzare Business Plan, Pitch, Business Model Canvas, Valutazione pre-monay delle start up innovative, con l'obiettivo di incrementare il tasso di innovazione nazionale grazie ad un più semplice accesso a contenuti formativi di valore.		
Documentazione di supporto	Sito internet https://www.fare-impresa.it		

Indicatore: 7.2.5 Solidarietà sociale (anche internazionale)

N/A – al momento non abbiamo attuato o aderito a progetti di solidarietà sociale

Indicatore: 7.2.6 Altro (ad esempio, volontariato, posti asilo per la comunità)

N/A – al momento non abbiamo attuato o aderito a progetti di solidarietà sociale

Aspetti: 7.3 Comunicazione e coinvolgimento della comunità (stakeholder engagement)

	Rilevanza C	Qualitativi Si	Quantitativi Si
Commento esplicativo	L'indicatore valuta le azioni di comunicazione e di coinvolgimento degli stakeholder, in particolare dei soggetti presenti nella comunità (cittadini, ONG, media, ecc.). Esempi in questo senso possono essere iniziative come Fabbriche e Impianti Aperti, l'organizzazione di momenti di presentazione dei bilanci sociali o di sostenibilità, processi strutturati di confronto con gli stakeholder per l'individuazione di indicatori per la misurazione delle performance aziendali, ecc.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Pubblicazione relazione d'impatto.		

Documentazione di supporto	Sito internet

Aspetti: 7.4 Comunità virtuale

Indicatore: 7.5.1 Contatti (caratteristiche ed analisi)

Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi Si	Quantitativi Si
	Alla luce dell'importanza assunta da Internet e dalle tecnologie digitali, l'indicatore si propone di esaminare numero, profilo e caratteristiche dei soggetti che contattano l'azienda attraverso l'utilizzo della rete.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Fare Impresa ha attivato i seguenti canali online: Sito internet: https://www.fare-impresa.it **Canali social** https://www.instagram.com/fareimpresa_it_/ https://www.facebook.com/fareimpresait https://www.linkedin.com/company/75728366/admin/		
Documentazione di supporto	Sito web e canali social		

Indicatore: 7.5.2 Security

Fare Impresa ha attuato il GDPR.

Indicatore: 7.5.3 Strumenti di gestione delle relazioni

Si veda l'indicatore 7.4

Aspetti: 7.6 Prevenzione della corruzione

Commento esplicativo	Rilevanza C	Qualitativi Si	Quantitativi
	L'indicatore valuta l'esistenza di politiche esplicite e di sistemi di auto-controllo interno per garantire che non si verifichino pratiche di corruzione e, più in generale, comportamenti non etici.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Adozione della vision e della mission aziendali.		
Documentazione di supporto	https://www.fare-impresa.it/about/		

CATEGORIA 8. Ambiente

Aspetti: 8.1 Consumi di energia, materiali ed emissioni

Commento esplicativo	Rilevanza C	Qualitativi Si	Quantitativi Si
	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel campo della sostenibilità ambientale in termini di riduzione, oltre i limiti stabiliti dalla normativa di riferimento, dei consumi di materie prime (input) e delle emissioni inquinanti (output, ossia emissioni in aria, scarichi in acqua, rumore, rifiuti, ecc.).		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Per ridurre l'impatto di FARE IMPRESA SRL SB sull'ambiente abbiamo deciso di: - adottare sistemi di totale conservazione e produzione digitale al fine di ridurre il consumo di carta, toner ed elettricità.		
Documentazione di supporto			

Indicatore: 8.1.1 Energia

N/A – i nostri collaboratori lavorano al 100% in modalità smart working, pertanto il consumo di energia è trascurabile

Indicatore: 8.1.2 Acqua

N/A – i nostri collaboratori lavorano al 100% in modalità smart working, pertanto il consumo di acqua è trascurabile

Indicatore: 8.1.3 Materie prime, materiali ausiliari e imballaggi

N/A – non produciamo beni

Indicatore: 8.1.4 Emissioni in atmosfera

N/A – i nostri collaboratori lavorano al 100% in modalità smart working, pertanto le emissioni di energia sono trascurabili.

Indicatore: 8.1.5 Scarichi idrici

N/A – i nostri collaboratori lavorano al 100% in modalità smart working, pertanto lo scarico idrico è trascurabile

Indicatore: 8.1.6 Rifiuti

N/A – i nostri collaboratori lavorano al 100% in modalità smart working, pertanto la produzione di rifiuti è trascurabile. La politica di completa dematerializzazione documentale contribuisce ulteriormente a ridurre la produzione di rifiuti.

Aspetti: 8.2 Strategia ambientale e relazioni con la comunità

N/A – i nostri collaboratori lavorano al 100% in modalità smart working; non è pertanto necessario implementare particolari strategie ambientali. La politica di completa dematerializzazione documentale contribuisce a ridurre la produzione di rifiuti.
Non sono previste particolari relazioni con la comunità, salvo con clienti, fornitori e utenti della piattaforma e del sito internet.

Il sottoscritto Del Rosso Luigi, ai sensi dell'art. 31 comma 2-quinquies della Legge 340/2000, dichiara che il presente documento è conforme all'originale depositato presso la società.

FARE IMPRESA
YOUR BUSINESS DREAM

Sede Uffici Caserta
Via E. Ruggiero 123
Sede Uffici Napoli
Via Gramsci 13
Sede Uffici Milano
Via Porto Corsini 22

T. +39 0287178974
F. +39 0823210474
E. innova@fare-impresa.it