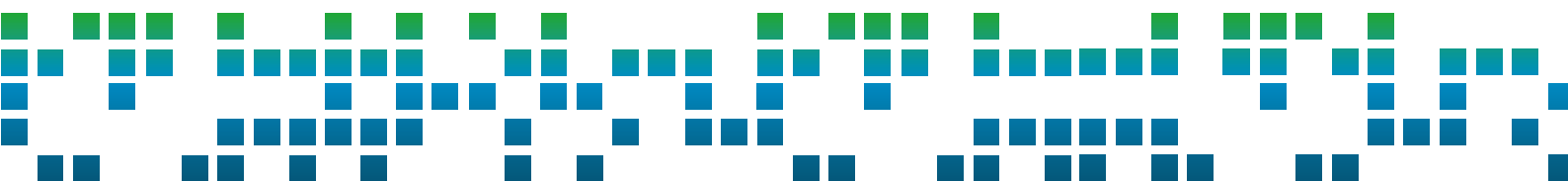


RELAZIONE DI IMPATTO 2023



DIGITAL 360
EMPOWERING INNOVATION



INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER	3
1. INTRODUZIONE	5
2. FINALITÀ 1: LA CULTURA E LE COMPETENZE DIGITALI PER L'INNOVAZIONE DEL PAESE	8
3. FINALITÀ 2: L'INNOVAZIONE DIGITALE DEI NOSTRI CLIENTI E IL SUPPORTO AL TERZO SETTORE	11
4. FINALITÀ 3: IL DIGITALE COME STRUMENTO DI INCLUSIONE	13
5. FINALITÀ 4: DIGITAL360 PEOPLE	15
6. MISURAZIONE	18
7. NOTA METODOLOGICA	19
APPENDICE: I PROGETTI 2023, LE COLLABORAZIONI	22

Lettera agli stakeholder

La conversione in Società Benefit avvenuta nel 2021 ha sancito formalmente la visione del futuro di DIGITAL360, cioè l'innovazione digitale vista non solo come business ma anche come il principale abilitatore di una crescita economica sostenibile ed inclusiva, rispettosa dell'ambiente e delle risorse, e capace di valorizzare anche le componenti più fragili ed emarginate della società. In questa visione si colloca la nostra missione di guidare imprese e pubbliche amministrazioni nel comprendere e attuare l'innovazione digitale, contribuendo così ad una economia ed una società più sostenibile e inclusiva.

Ecco perché le finalità di beneficio comune messe nello statuto sono parte integrante del nostro modo di concepire il core business e sono perseguite, giorno dopo giorno, attraverso l'attività ordinaria di tutte le nostre persone: mentre organizziamo eventi e scriviamo articoli sui nostri portali per promuovere la conoscenza delle tecnologie digitali e del loro impatto sulla competitività, sostenibilità e inclusività; mentre lavoriamo a fianco dei nostri clienti (aziende e pubbliche amministrazioni) per supportarli nel processo di trasformazione digitale; mentre collaboriamo con università, istituzioni e associazioni per diffondere la cultura digitale; mentre cerchiamo di migliorare l'engagement delle nostre persone, prestando particolare attenzione alla inclusività e alla diversità; mentre affianchiamo pro bono organizzazioni nonprofit per aiutarle a perseguire meglio le proprie finalità sociali attraverso il digitale.

Le finalità di beneficio comune del Gruppo

1

La diffusione della cultura digitale a tutti i livelli, con lo scopo di accelerare il processo di innovazione digitale del tessuto economico-produttivo, della pubblica amministrazione e dell'intera società, con importanti effetti benefici su competitività, produttività, sostenibilità e inclusività del Paese;

2

L'affiancamento di enti od organizzazioni di qualsiasi natura per aiutarli a comprendere appieno l'opportunità offerta dall'innovazione digitale per sviluppare percorsi di crescita sostenibile e inclusiva;

3

La promozione di un mercato del lavoro più inclusivo, favorendo in particolare l'ingresso nel mondo del lavoro digitale anche di quelle categorie di persone che mostrano fragilità di varia natura - sociali, culturali, etniche, fisiche, psicologiche, di genere, ecc.;

4

La crescita delle proprie persone, favorendo il loro benessere sia nella sfera professionale sia personale, cercando di favorire le diversità e di valorizzare le attitudini e le aspirazioni di ciascuno, in un ambiente di lavoro contraddistinto da una cultura di impresa che esprima un impatto positivo verso la società e l'ambiente, in cui siano anche utilizzate forme di lavoro remoto che consentano di ridurre l'impatto ambientale.

Per questo motivo nel rapporto presentiamo indicatori fortemente connessi al nostro business, come il numero di articoli pubblicati, di eventi organizzati o di clienti supportati con la nostra consulenza.

Il 2023 è stato un anno particolarmente complesso, sia per la gestione delle molteplici acquisizioni fatte nel 2022 e nel corso del 2023 stesso, sia per la gestione del processo di ingresso del fondo Three Hills Capital Partners e del conseguente delisting dalla Borsa. Nonostante questo, abbiamo continuato a seguire la strada intrapresa, perseguendo gli importanti obiettivi di crescita che ci eravamo dati sui KPI relativi alle finalità di beneficio comune.

Nel 2024 intendiamo rivedere meglio l'insieme di indicatori che ci aiutano a concretizzare il nostro percorso, anche alla luce dell'esperienza di questi primi due anni di attività e delle numerose acquisizioni fatte, per allineare ancora di più la nostra attività quotidiana alle finalità di beneficio comune e, soprattutto, per sensibilizzare e coinvolgere sempre di più le nostre persone, vero patrimonio e valore di questa avventura imprenditoriale.

Andrea Rangone
Presidente, DIGITAL360

Introduzione

1.

1.1 Chi siamo

DIGITAL360 S.p.A. è una società Benefit nata dalla ricerca universitaria - da un gruppo di professori del Politecnico di Milano appassionati di tecnologia e di innovazione – che nel suo percorso di crescita ha integrato alcune delle figure di maggiore spicco del mondo dell'innovazione digitale in Italia (imprenditori, manager, esperti di settore).

La missione di DIGITAL360 è quella di accompagnare imprese e pubbliche amministrazioni nella comprensione e nell'attuazione dell'innovazione digitale, favorendone l'incontro con i migliori fornitori tecnologici. Persegue questa missione attraverso due Business Unit:

- la prima, denominata *Demand Generation*, aiuta i fornitori di servizi e soluzioni digitali (tech company) a comunicare più efficacemente e ad entrare in contatto con nuovi clienti;
- la seconda, denominata *Advisory&Coaching*, si affianca ad imprese e pubbliche amministrazioni per supportarle nel percorso di trasformazione digitale.

Entrambe le Business Unit condividono un asset fondamentale del Gruppo: il Network DIGITAL360, che include tutte le testate e i portali B2B dedicati ai temi della trasformazione digitale e dell'innovazione imprenditoriale ed è il punto di riferimento in Italia per manager, professionisti, policy maker, politici, tech company, startup e pubbliche amministrazioni.

Oltre a rappresentare un abilitatore diretto di molti dei servizi della Business Unit "Demand Generation", il Network svolge in realtà anche un ruolo chiave a livello di go-to-market di entrambe le linee di business, permettendo di identificare su base continuativa nuovi prospect e di "scalare" il modello di business verso il mercato delle imprese di piccole e medie dimensioni.

Entrambe le unità di business seguono un approccio innovativo, fortemente basato su asset proprietari (oltre al Network DIGITAL360, anche un know-how fortemente ingegnerizzato e le piattaforme tecnologiche erogate in modalità as-a-service), che sta rivoluzionando i mercati di riferimento. Nel primo semestre 2023 si è aperto un nuovo capitolo nella storia di DIGITAL360, dopo l'esperienza di

successo della quotazione, che in 6 anni, dal 2017 al 2023, ha portato ad una crescita del titolo pari al 365%, permettendo al Gruppo di diventare un player di eccellenza in Italia e all'estero nel campo dell'innovazione digitale. Il 19 maggio 2023 è stata annunciata al mercato la conclusione di un accordo di investimento con il fondo di private equity Three Hills Capital Partners (THCP), che ha portato a promuovere, alla fine di settembre, un'offerta pubblica di acquisto (OPA) sulle azioni di DIGITAL360, con conseguente delisting con efficacia dal 25 ottobre 2023. L'operazione assume un rilievo molto importante nell'attuazione della strategia di crescita futura del Gruppo DIGITAL360, anche in un contesto di incertezza dei mercati finanziari, perché affianca alla società un solido e stabile partner finanziario che pone la Società nelle migliori con-

dizioni di accelerare ulteriormente la propria crescita in un mercato, quello digitale, ancora pieno di grandissime opportunità in Italia e all'estero. DIGITAL360 è oggi presente, con i suoi circa 1000 collaboratori, in 8 paesi - Italia, Spagna, Portogallo, Messico, Colombia, Cile, Argentina e Uruguay. In Italia abbiamo 5 sedi: Milano, dove si trova il quartier generale, Roma, Ferrara, Potenza e Catania.

1.2 Valori, finalità di beneficio comune e stakeholder

Nel 2023 abbiamo aggiornato i valori fondamentali del Gruppo che riportiamo anche nel nostro codice etico e che creano un background culturale condiviso tra tutti gli stakeholder, sia interni (management, personale dipendente, collaboratori) che esterni (clienti, fornitori, investitori, istituzioni pubbliche e collettività).

I valori fondamentali del Gruppo



Oggi sono un driver importante, insieme alle nostre 4 finalità di beneficio comune, per aiutarci a concretizzare azioni che possiamo misurare e migliorare nel tempo.

Le finalità di beneficio comune del Gruppo

1

La diffusione della cultura digitale a tutti i livelli, con lo scopo di accelerare il processo di innovazione digitale del tessuto economico-produttivo, della pubblica amministrazione e dell'intera società, con importanti effetti benefici su competitività, produttività, sostenibilità e inclusività del Paese;

2

L'affiancamento di enti od organizzazioni di qualsiasi natura per aiutarli a comprendere appieno l'opportunità offerta dall'innovazione digitale per sviluppare percorsi di crescita sostenibile e inclusiva;

3

La promozione di un mercato del lavoro più inclusivo, favorendo in particolare l'ingresso nel mondo del lavoro digitale anche di quelle categorie di persone che mostrano fragilità di varia natura - sociali, culturali, etniche, fisiche, psicologiche, di genere, ecc.;

4

La crescita delle proprie persone, favorendo il loro benessere sia nella sfera professionale sia personale, cercando di favorire le diversità e di valorizzare le attitudini e le aspirazioni di ciascuno, in un ambiente di lavoro contraddistinto da una cultura di impresa che esprima un impatto positivo verso la società e l'ambiente, in cui siano anche utilizzate forme di lavoro remoto che consentano di ridurre l'impatto ambientale.

L'impatto generato dalle nostre attività si estende a tutte le diverse categorie di stakeholders, come evidenziato nella tabella sottostante.

STAKEHOLDER	Finalità 1	Finalità 2	Finalità 3	Finalità 4
Dipendenti e collaboratori	■	■	■	■
Stakeholder finanziari	■			
Clienti	■	■	■	
Società e comunità locale	■	■	■	■
Scuole e università	■	■		
Pubblica Amministrazione e fornitori	■	■	■	
Utenti fruitori dei nostri contenuti ed eventi	■			
Ambiente	■	■		■

Finalità 1: la cultura e le competenze digitali per l'innovazione del Paese

2.

Finalità di beneficio comune

“La diffusione della cultura digitale a tutti i livelli, con lo scopo di accelerare il processo di innovazione digitale del tessuto economico produttivo, della pubblica amministrazione e dell'intera società, con importanti effetti benefici su competitività, produttività, sostenibilità e inclusività del Paese.”

Diffondiamo la cultura digitale attraverso tre canali principali:

- i nostri **assets editoriali** oltre 100 tra portali online, canali web e newsletter (nella grafica sottostante sono riportati i principali), fruiti mediamente da 2,45 milioni di utenti unici al mese;
- i nostri **eventi**, sia in presenza che digitali, a cui si sono iscritti nel 2023 oltre 150 mila manager e professionisti;
- le nostre **piattaforme di e-learning** (360DigitalSkill e FPA Digital School), con cui offriamo contenuti a tutti gli utenti, per fare cultura, formazione e informazione su innovazione digitale e soluzioni tecnologiche.

Più precisamente nel 2023 abbiamo:

- realizzato **19200 articoli**, di cui circa **2000** dedicati alla sostenibilità;
- organizzato **750 eventi**, di cui **28** dedicati alla sostenibilità;
- erogato formazione ad oltre **40mila utenti**.

Oltre a queste attività sono state realizzate alcune iniziative spontanee da parte dei nostri collaboratori rivolte ai cittadini e alle scuole (ad esempio

adesione al cyber month o le lezioni nelle scuole sulla conoscenza dei rischi informatici).

AI4.BUSINESS	DIGITAL4	Ec👉nomyUp
BLOCKCHAIN4.INNOVATION	BIGDATA4.INNOVATION	Big Data & Analytics ZeroUno
CYBERSECURITY360	Cloud Computing ZeroUno	Cybersecurity CORCOM
eCommerce Agenda🌐Digitale👉	Cultura Digitale Agenda🌐Digitale👉	Documenti Agenda🌐Digitale👉
Industry 4.0 Agenda🌐Digitale👉	Fatturazione Agenda🌐Digitale👉	Industria 4.0 CORCOM
INTERNET4.THINGS	INDUSTRY4.BUSINESS	Infrastrutture Agenda🌐Digitale👉
Search DataCenter ZeroUno	The Outlook CYBERSECURITY360	PAGAMENTIdigitali
Smart City Agenda🌐Digitale👉	Search Security ZeroUno	Sicurezza Agenda🌐Digitale👉
INNOVATION Politiche e tecnologie per l'industria post	RM RISK MANAGEMENT 360	ESG360

I principali portali del Network DIGITAL360

RELAZIONE DI IMPATTO DIGITAL360



SFIDA	INDICATORE	RISULTATI 2022	TARGET 2023	RISULTATI 2023	TARGET 2024
Diffondere la cultura e le competenze digitali	Numero articoli totale	19849 articoli	Mantenere il trend di crescita	19200	Mantenere il trend di crescita
	Numero di eventi totale	710 numero di eventi	Mantenere il trend di crescita	750 numero di eventi	Mantenere il trend di crescita
	Numero utenti che fruiscono della formazione (FPA Digital School, Digital Skills)	20k utenti	Mantenere il trend di crescita	40.444 utenti	Mantenere il trend di crescita
Diffondere la cultura e le competenze sulla sostenibilità e inclusività	Numero articoli su sostenibilità	1713 numero articoli	Aumentare del 10% il numero di articoli	1.938 numero di articoli	Mantenere il trend di crescita
	Numero eventi su sostenibilità	20 eventi realizzati	Aumentare del 10% il numero di eventi	28	Mantenere il trend di crescita

Finalità 2: l'innovazione digitale dei nostri clienti e il supporto al terzo settore

3.

Finalità di beneficio comune

“L'affiancamento di enti od organizzazioni di qualsiasi natura per aiutarli a comprendere appieno l'opportunità offerta dall'innovazione digitale per sviluppare percorsi di crescita sostenibile e inclusiva.”

Nel corso del 2023 abbiamo affiancato imprese e pubbliche amministrazioni con oltre **600 progetti di advisory**, con l'obiettivo di supportarne di innovare il modo di lavorare e i processi grazie alla digitalizzazione.

In particolare, rispetto al 2022 sono aumentati i progetti con focus specifico su temi ESG, quali la sostenibilità, lo smart working, la diversità e l'inclusione, passando da 35 a **66**.

Nell'ultimo anno sono proseguite inoltre le collaborazioni tra le nostre persone e il terzo settore tra cui: gli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano (che sono stati fondati da alcuni dei soci di DIGITAL360), Aused (Associazione degli utilizzatori di sistemi e tecnologie dell'informazione), Clusit (Associazione italiana per la sicurezza informatica), Università di Brescia, Fondazione Banco Alimentare, City Angels, Atacama, Avvocato di Strada Odv, Caritas Ambrosiana, Fondazione S Carlo, Chiesa Valdese, WWF.

Non è stato possibile raggiungere l'obiettivo legato alla misurazione del tempo dedicato a queste attività, non avendo completato lo strumento del timesheet, ma ci stiamo lavorando per renderlo operativo nel 2024.



SFIDA	INDICATORE	RISULTATI 2022	TARGET 2023	RISULTATI 2023	TARGET 2024
Supportare imprese e pubbliche amministrazioni nella loro trasformazione digitale	Numero di progetti	545 progetti advisory	Mantenere il trend di crescita	605 progetti advisory	Mantenere il trend di crescita
Sviluppare imprese e pubbliche amministrazioni con progetti specifici ad impatto ESG	Numero di progetti di advisory specifici	35 progetti advisory	più di 40 progetti advisory	66 progetti advisory	Mantenere il trend di crescita
Collaborare con associazioni, scuole, università, organizzazioni nonprofit sui temi dell'innovazione digitale	Numero di collaborazioni	25 collaborazioni	Mantenere il numero di collaborazioni	25 collaborazioni	Mantenere il numero di collaborazioni
	Sviluppo del sistema di misurazione del tempo dedicato	Avvio della progettazione del sistema	Operatività del Sistema	Attività ancora in corso	Operatività del Sistema

Finalità 3: il digitale come strumento di inclusione

4.

Finalità di beneficio comune

“La Promozione di un mercato del lavoro più inclusivo, favorendo in particolare l'ingresso nel mondo del lavoro digitale anche di quelle categorie di persone che mostrano fragilità di varia natura – sociali, culturali, etniche, fisiche, psicologiche, di genere, ecc.”

Nel 2023 abbiamo coinvolto circa **300 imprese**, attraverso eventi e campagne di comunicazione, con l'obiettivo di aumentarne la sensibilità sull'employability di alcune categorie di persone particolarmente deboli e/o emarginate come i NEET (ragazzi che non lavorano e non studiano), i detenuti (o ex detenuti), gli homeless.

Nel corso dell'anno abbiamo organizzato la terza edizione di “Al lavoro 4.0 – Costruisci il tuo futuro”, in collaborazione con Caritas Ambrosiana e Fondazione San Carlo. Abbiamo avviato inoltre 19 tirocini dell'edizione 2022, esperienza che ha permesso a 11 ragazzi di trovare lavoro; ci siamo dedicati alla stesura di un progetto formativo più esteso che abbiamo sottoposto al bando Prospettive del Fondo Repubblica Digitale con alcuni partner rilevanti (tra cui Graduate School of Management del Politecnico di Milano, Fondazione San Carlo e Caritas Ambrosiana).

Nel 2023 abbiamo supportato **16 enti del terzo settore** nel proseguimento dei loro obiettivi sociali attraverso il digitale, sia con attività legate all'advisory che alla comunicazione e al fundraising. Tra le iniziative attive nel 2023, citiamo:

- la collaborazione con **Atacama360**, cooperativa sociale fondata da detenuti che offre servizi di produzione audio-video alle aziende e mira a creare posti di lavoro per persone

- con un passato difficile alle spalle;
- il supporto alla comunicazione di **Autlab e Fondazione Terra e Luna**, primo corso online che insegna a oltre 7.000 docenti a integrare nella didattica strumenti per includere studenti autistici;
- la realizzazione della guida **“Dove andare per”**, pubblicata in collaborazione con Avvocato di Strada Onlus, Linklaters e City Angels, che offre alle persone senza dimora informazioni utili per capire dove ricevere assistenza;
- la consulenza offerta alla **Fonda-**

zione Banco Alimentare nel processo di evoluzione del suo sistema informativo;

- l'affiancamento dei **City Angels** con attività di comunicazione digitale, fundraising, fornitura di pc e smart phone.

Non è stato possibile raggiungere l'obiettivo legato alla misurazione del tempo dedicato a queste attività nel 2023, non avendo completato lo strumento del timesheet, ma ci stiamo lavorando per renderlo operativo nel 2024.



SFIDA	INDICATORE	RISULTATI 2022	TARGET 2023	RISULTATI 2023	TARGET 2024
Sensibilizzare le aziende con iniziative di comunicazione ed eventi a inserire persone fragili nel mondo del lavoro	Numero di aziende coinvolte	250 imprese e organizzazioni	10% in più	circa 300 imprese e organizzazioni	Mantenere trend di crescita
Inserire persone “fragili” nel mondo del lavoro digitale	Numero tirocini avviati e numero assunzioni	14 tirocini avviati 10 assunzioni	20 tirocini 15 assunzioni	19 tirocini 11 assunzioni	20 tirocini avviati 15 assunzioni
Supportare enti nonprofit nel perseguimento dei loro obiettivi sociali attraverso il digitale	Numero di enti	12 enti supportati	16 enti supportati	16 enti supportati	Mantenere numero di enti già supportati
	Sviluppo del sistema di misurazione del tempo dedicato	Avvio della progettazione del sistema	Operatività del sistema	Attività ancora in corso	Operatività del sistema

Finalità 4: Digital360 people

5.

Finalità di beneficio comune

“La crescita delle proprie persone, favorendo il loro benessere sia nella sfera professionale sia personale, cercando di favorire le diversità e di valorizzare le attitudini e le aspirazioni di ciascuno, in un ambiente di lavoro contraddistinto da una cultura di impresa che esprima un impatto positivo verso la società e l’ambiente, in cui siano anche utilizzate forme di lavoro remoto che consentano di ridurre l’impatto ambientale.”

La finalità legata alle nostre persone intende favorire il loro benessere sia nella sfera professionale che personale, valorizzando la diversità e le attitudini di ciascuno di loro. Una grande varietà di figure professionali coesistono nel nostro Gruppo e offrono spunti di crescita continua.

Rispetto agli obiettivi sull’**aumento della soddisfazione dei nostri collaboratori** nel 2022, nel 2023 abbiamo rilevato un incremento della soddisfazione del **10%**.

Abbiamo inoltre esteso ad altre società del Gruppo la **piattaforma di welfare**, che include molti servizi per la persona, di conciliazione, hospitality, mobilità e benessere.

Nel 2023 il programma di eventi interni di condivisione e ispirazione culturale per favorire l’**engagement** è stato esteso ad altre società del Gruppo che non siamo ancora riusciti a ingaggiare adeguatamente e che ha portato a una riduzione della percentuale di partecipanti. Per questo motivo stiamo sperimentando un nuovo canale di ingaggio, rappresentato da una innovativa piat-

taforma - hi! - realizzata da una società del Gruppo.

L'impegno preso per **aumentare diversità ed inclusione** si è concretizzato nel 2023 con l'avvio del monitoraggio del recruiting di persone con fragilità e ci ha permesso di valutare alcune azioni di miglioramento che stiamo finalizzando per il 2024.

Abbiamo lavorato anche sull'aumento del numero di donne manager che nel 2023 sono diventate **45**, e sul-

la certificazione di parità di genere (che è stata ottenuta da **5 società**). Infine il **coinvolgimento alle iniziative di CSR** è stato esteso a tutte le società del Gruppo ma, per le motivazioni già indicate relative al timesheet, non siamo ancora in grado di monitorare il numero delle persone che vi partecipano poi effettivamente. Per questo motivo stiamo ridefinendo l'obiettivo che intendiamo perseguire.



SFIDA	INDICATORE	RISULTATI 2022	TARGET 2023	RISULTATI 2023	TVARGET 2024
Aumentare la soddisfazione dei collaboratori	Employee Satisfaction	4,71/7	Migliorare il rating	5,18/7	Migliorare il rating
Aumentare il Welfare aziendale	lancio di piattaforma	Progettazione e formazione	Estensione della piattaforma	5 società	7 società
Aumentare l'engagement di dipendenti e collaboratori	partecipazione a webinar/eventi interni	65% di persone che hanno partecipato	Aumentare la partecipazione al 70%	57% persone che hanno partecipato	Tornare al 65% di partecipazione

	% di persone con fragilità in organico	Sviluppo di un sistema di monitoraggio per il recruiting di persone con fragilità	Operatività del sistema	Target raggiunto con avvio monitoraggio	Gli obiettivi 2024 sono in fase di valutazione
Aumentare la diversità e l'inclusività	% di manager donne sul totale dei manager nella Capogruppo	29 manager donne (vs 54 manager uomini)	Aumentare la % di donne manager sul totale	59 donne manager (vs 47 uomini manager)	Mantenere l'equilibrio raggiunto
	Ottenere la certificazione per la parità di genere		Certificazione per la parità di genere su 5 società del gruppo	Target raggiunto	Certificazione per la parità di genere su altre 2 società del Gruppo
Coinvolgere le persone DIGITAL360 in iniziative di CSR	% di persone coinvolte su popolazione aziendale	14% di persone coinvolte (sul totale della popolazione aziendale)	Estendere il coinvolgimento a tutte le società del gruppo italiane	Target raggiunto	Gli obiettivi 2024 sono in fase di valutazione



Misurazione

6.

DIGITAL360, in qualità di Società Benefit, si conforma ai requisiti normativi per la rendicontazione dell'impatto generato dall'azienda.

Per questo, utilizza lo standard internazionale di terza parte B Impact Assessment (BIA), sviluppato dalla nonprofit B Lab, che consente una valutazione globale delle performance di sostenibilità dell'azienda nelle aree di governance, lavoratori, comunità, ambiente e clienti. Lo standard permette una misurazione olistica delle performance di sostenibilità dell'azienda nelle aree di go-

vernance, lavoratori, comunità, ambiente e clienti. In particolare, sono state valorizzati come modelli di business ad impatto positivo il lavoro svolto per l'integrazione nel mondo del lavoro di persone con barriere all'occupazione e le attività relative alla formazione di competenze professionali in termini di digitalizzazione e sostenibilità. La misurazione secondo lo standard ha restituito un punteggio complessivo di **109.5**

Di seguito, il risultato della valutazione di dettaglio nelle diverse aree d'impatto.

Governance	Lavoratori	Comunità	Ambiente	Clienti	Punteggio generale
20,2	54	15,2	3	16.9	109.5

L'analisi effettuata con lo strumento del B Impact Assessment si riferisce all'anno 2023 ed include il seguente perimetro di aziende: DIGITAL360 SpA (Capogruppo), ICT&Strategy Srl, Partners4Innovation, (P4I) Srl, FPA Srl, ServicePro Italy Srl, Meridiana Italia Srl, Gruppo

Methodos SpA.

Considerata la crescita dinamica di DIGITAL360, l'azienda si impegna ad ampliare gradualmente il perimetro delle aziende incluse nell'analisi per estendere obiettivi e attività a un numero sempre maggiore di aziende ogni anno.

Nota Metodologica

7.

Le Società Benefit rappresentano un modello di impresa avanzato che nel perseguire i propri obiettivi di business integra delle finalità di beneficio comune. Questo modello è parte di un movimento globale di 'Purpose Driven Businesses', che mira a rigenerare la società e la biosfera attraverso un paradigma economico più evoluto.

In Italia, le Società Benefit sono state introdotte come una nuova forma giuridica d'impresa nel 2016. Questo modello consente alle aziende di allineare e proteggere la loro missione, creando valore condiviso nel lungo termine, misurando l'impatto generato e dandone visibilità con una relazione annuale da allegare al bilancio finanziario.

Dal passaggio alla forma giuridica di Società Benefit derivano 2 requisiti legali (in ottemperanza di quanto previsto dalla legge n.208 del 28/12/2015), la nomina della figura del responsabile dell'impatto, che si occupa di garantire che l'azienda punti ad avere un impatto positivo sulle persone, sulla società e sull'ambiente, e la pubblicazione della Relazione di Impatto in cui vengono co-

municati di anno in anno progressi ed obiettivi per ciascuna delle finalità esplicitate a statuto.

Il nostro passaggio a Società Benefit del Giugno 2021 non è risultato in una prima relazione di impatto relativa al cosiddetto "anno zero", con l'obiettivo di raccontare i nostri obiettivi per il 2022. L'impossibilità di assegnare chiari obiettivi e priorità per il 2022 è dovuta al fatto che l'azienda è andata in contro ad un riassetto dei ruoli interni relativi alla gestione dell'impatto ambientale e sociale, oltre che ad un'espansione del perimetro delle aziende controllate, sarebbe stato perciò inaccurato stabilire obiettivi per il 2022 prima di un consolidamento di ruoli e perimetro d'azione.

Nel 2022 abbiamo focalizzato il nostro impegno sull'assegnazione di ruoli e responsabilità specifiche, relative alla gestione dell'impatto e realizzato la nostra prima relazione di impatto con il supporto e la review di NATIVA Srl SB per migliorare il livello di attendibilità e precisione di quanto riportato, in conformità con gli impegni di trasparenza, responsabilità e corretta governance che caratteriz-

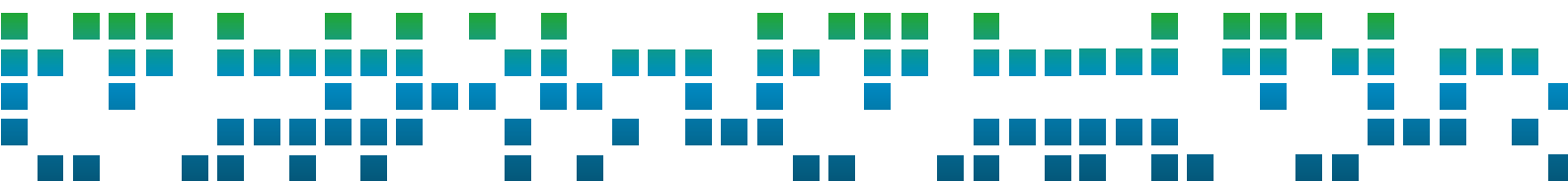
zano le Società Benefit.

Nella nostra prima relazione di impatto il perimetro di rendicontazione si riferiva alle società: DIGITAL360 SpA (Capogruppo), ICT&Strategy Srl, Partners4Innovation, (P4I) Srl, FPA Srl, ServicePro Italy Srl. Nel 2023 abbiamo esteso la misurazione anche a Meridiana Italia Srl e al Gruppo Methodos.

La relazione d'Impatto sarà un documento che produrremo ogni anno, valorizzandola come un importante strumento di comunicazione e trasparenza in cui definiamo e pianifichiamo nuove attività per garantire un impegno costante verso la sostenibilità e la creazione di valore condiviso rispetto alle finalità a statuto.

Appendice: i progetti 2023, le collaborazioni

Ogni progetto a cui decidiamo di contribuire ci aiuta ad esprimere la nostra missione: far conoscere l'innovazione digitale come strumento di inclusione. Di seguito riprendiamo alcune di queste collaborazioni: non sono le uniche ma una sintesi di quelle più trasversali per numero di persone coinvolte nelle società incluse nel perimetro di rendicontazione di questa relazione.



ATACAMA: Cambiare il mondo un video alla volta



Un team di giovani imprenditori che vuole cambiare il mondo un video alla volta, una casa di produzione nella quale i professionisti hanno alle spalle un passato difficile ma vogliono ripartire e dare un'opportunità ad altri come loro (un detenuto che lavora ha l'80% di possibilità in meno di essere recidivo).

Il Gruppo divulga e sostiene il progetto perché altre aziende possano beneficiare dei servizi video che la Cooperativa offre. Nel corso del 2023 Atacama si è dotata di un nuovo consiglio direttivo e ha proposto al mercato i suoi servizi.



Dove andare per ...

Le persone senza dimora a Milano sono oltre 2000, pari allo 0,15% della popolazione cittadina, di cui mille in strada e mille in strutture di accoglienza notturna. Sosteniamo le associazioni che gestiscono le emergenze con attività di volontariato, con la raccolta di abiti e device usati ma anche distribuendo la guida “Dove Andare Per”, che abbiamo contribuito a redigere nel 2023. L’iniziativa nasce dalla collaborazione con Avvocato di Strada OdV, Linklaters, City Angels, Chiesa Valdese e con il patrocinio del Comune di Milano. Nel 2023 sono state stampate 5.000 guide e distribuite alle associazioni e unità di strada che assistono le persone senza dimora ed è stata realizzata la versione digitale della guida, più pratica per aggiornamenti in tempo reale e per la consultazione delle associazioni di volontariato.



Un progetto di



In collaborazione con

Linklaters DIGITAL360



Con il sostegno di



Fondazione Banco Alimentare

Dall'inizio del 2022 affianchiamo la Fondazione Banco Alimentare insieme a grandi player tecnologici, nel consolidamento e nell'evoluzione del suo sistema informativo, dalle infrastrutture informatiche ai software gestionali, supportando l'attività ordinaria e la gestione dei progetti speciali. L'organizzazione nonprofit ha inserito poi pro bono alcuni professionisti di alto livello che la accompagneranno in questo processo di innovazione. Tutto ciò permetterà a Banco Alimentare di facilitare il dialogo con i partner e migliorare le attività operative anche a livello locale, in virtù di una maggiore qualità del trattamento dei dati.



Caritas Ambrosiana

Prosegue la collaborazione con Caritas Ambrosiana avviata nel 2021 con il progetto "Al lavoro 4.0" rivolto ai NEET. Nel 2022 abbiamo contribuito all'organizzazione del convegno annuale con più di 500 partecipanti, disegnando workshop interattivi per incentivare l'interazione grazie a gamification e strumenti digitali e gestendo la diretta online.



Digital Angels

Nel 2023 abbiamo continuato a supportare con attività di formazione e comunicazione i Digital Angels e contribuito al fundraising e alla raccolta di device rigenerati e vestiti usati per i senza tetto.



WWF

Nel 2023 è stata avviata una partnership tra WWF Italia e una realtà del nostro Gruppo che si occupa di cambiamento culturale per costruire insieme un network di clienti, partner, CHRO, Responsabili ESG e volontari che insieme aiutino ad accrescere la consapevolezza e le azioni di persone e aziende per la tutela del nostro pianeta.

Il Villaggio di Lalla

Il progetto "Il villaggio di Lalla" nasce nel 2022 con il sostegno del Gruppo per costruire una scuola per l'infanzia in Malawi dotata di pozzo per l'acqua, mensa, presidio sanitario. La costruzione dei primi manufatti viene utilizzata come rifugio per chi ha perso la casa in una situazione di emergenza che anche i media europei riportano. Parte delle risorse del programma originario sono utilizzate per combattere l'emergenza alimentare (circa 1000 kit di mais e zucchero). A settembre 2023 vengono completati i lavori di nursery school, mensa, cucina e dal 1 ottobre la Lalla Nursery School accoglie 50 bambini tra 1 e 4 anni, selezionati tra i più bisognosi di aiuto dal comitato dei villaggi.



Autlab

Il primo laboratorio in Italia che forma i docenti non specializzati a creare percorsi educativi per bambini con autismo. Nato dall'idea della manager Roberta Salvaderi, mamma di Giulia, una bambina di 9 anni che, nonostante l'autismo, è riuscita a conquistare spazi di autonomia e felicità. AutLab è sviluppato insieme a Fondazione Piatti.

Il corso, riconosciuto dal MIUR, ha l'obiettivo di sviluppare percorsi educativi, scolastici ed extrascolastici, per fare in modo che anche i bambini con autismo possano partecipare con successo all'interazione sociale scolastica e apprendere attraverso uno scambio per loro chiaro, motivante e dotato di significato. I professionisti del nostro Gruppo hanno supportato la nascita del progetto promuovendone la visibilità presso aziende clienti e cercando opportunità di speech per l'ideatrice.

Nel 2023 grazie al successo di Autlab è nata Fondazione tra Terra e Luna che aiuta bambini e famiglie coinvolti dallo spettro autistico con risorse e iniziative di formazione, informazione, networking verso strutture specializzate.



DIGITAL 360
EMPOWERING INNOVATION

