

RELAZIONE DI IMPATTO 2025

IMPRONTA ADVERTISING

Il nostro impegno

Impronta Advertising Srl Benefit (Impronta Advertising) è un'agenzia di comunicazione fondata nel 2007 che si propone di realizzare progetti di comunicazione integrata per tradurre le esigenze dei propri Clienti in interazioni positive. Impronta Advertising insieme alle società¹ *Impronta Advance*, *Impronta Action* e *Youmain* fanno parte di un ecosistema creativo raggruppato in Impronta Group Srl Benefit. Il Gruppo si configura come un network sinergico orientato a guidare il cambiamento nel settore della comunicazione e dei servizi professionali, con il preciso obiettivo strategico di generare un impatto positivo e misurabile nei confronti di tutti i propri stakeholder: collaboratori, clienti, comunità locale e ambiente.

L'assetto organizzativo è strutturato secondo logiche di flessibilità operativa e inclusione, volte a favorire l'accoglienza, la condivisione e la valorizzazione dei talenti individuali. La cultura aziendale promuove stabilmente il confronto interfunzionale, superando le barriere gerarchiche, e fondando le relazioni professionali sul rispetto delle competenze e sulla fiducia reciproca.

Il percorso di transizione verso modelli di business sostenibili ha segnato una tappa fondamentale con l'assunzione dello status giuridico di **Società Benefit** (ai sensi della Legge n. 208 del 28/12/2015), avvenuto nel 2024, per le società *Impronta Advertising* e *Impronta Group*.

Con tale trasformazione, l'organizzazione ha integrato formalmente negli oggetti sociali delle due aziende, accanto alle finalità di profitto economico, le seguenti finalità di beneficio comune:

- Ridurre l'impatto ambientale attraverso la definizione di buone prassi interne all'organizzazione e l'attuazione di strategie funzionali alla valutazione e mitigazione dell'impronta carbonica.
- Affermare una cultura basata sul rispetto e l'equità, volta a promuovere i principi di diversità e inclusione, assicurando il dialogo aperto e l'espressione dei talenti individuali, in un contesto scevro da pregiudizi e discriminazioni.
- Promuovere modalità di lavoro orientate a garantire il benessere delle persone, attraverso forme di conciliazione dei tempi vita-lavoro, sostenendo modalità di lavoro flessibili e orientate al raggiungimento dei risultati.
- Sensibilizzare il cliente verso la sostenibilità del servizio, sotto il profilo economico, sociale e ambientale, promuovendo il miglior rapporto costo – beneficio, proponendo tempistiche di esecuzione congrue e rispettose delle

¹ Società a responsabilità limitata

risorse impiegate, favorendo la digitalizzazione e limitando la realizzazione di supporti non necessari².

- Valutare i propri fornitori sotto il profilo della sostenibilità, valorizzando – a parità di condizioni e in assenza di vincoli ostativi - quelli che presentano le migliori prestazioni sociali e ambientali.
- Sostenere in modo diretto e indiretto la comunità di riferimento, in particolare gli enti senza finalità lucrative, sia attraverso donazioni economiche, che tramite la fornitura di servizi pro bono.

Le funzioni di monitoraggio, vigilanza e promozione di tali obiettivi sono affidate al Responsabile dell'Impatto, individuato nella figura di **Fabio Cinti**, Socio e Managing Director di Impronta Group.

L'operato del Gruppo si inserisce nel movimento globale delle *Benefit Corporation*. A testimonianza dell'evoluzione di questo impegno, l'esercizio 2025 ha visto il coronamento dell'iter con il conseguimento della **Certificazione B Corp**, intestata alla controllata *Impronta Advertising* ma applicabile all'intero Gruppo.

Un'impronta positiva, presente e futura

L'anno 2025 ha rappresentato il momento di consolidamento e messa a terra delle politiche programmatiche. Di seguito vengono rendicontate le principali azioni implementate, suddivise per aree di intervento strategico:

Finalità di beneficio comune	Azioni intraprese nel 2025	Obiettivi attesi per il 2026
Ridurre l'impatto ambientale attraverso la definizione di buone prassi interne all'organizzazione e l'attuazione di strategie funzionali alla valutazione e mitigazione dell'impronta carbonica.	● Ottenimento della Certificazione B Corp ● Validazione dei target di riduzione delle emissioni GHG da parte della Science Based Targets initiative (SBTi) ● Conseguimento del rating EcoVadis Silver ● Sostituzione di due veicoli ibridi con veicoli 100% elettrici, nell'ambito del piano di progressiva elettrificazione del parco auto aziendale ● Raggiungimento dell'obiettivo near-term 2025 previsto dal piano SBTi ● Pubblicazione del GHG Report 2024 (Report di impronta carbonica annuale) ● Donazione al FAI - Fondo Ambiente Italiano, a sostegno della tutela del patrimonio ambientale e culturale del Paese ● Proseguimento delle piantumazioni annuali attraverso il progetto "Il Bosco di Impronta	● Pubblicazione del GHG Report 2025 ● Avvio di un sistema di qualifica dei fornitori su base ESG, valorizzando quelli con le migliori prestazioni ambientali ● Proseguimento del piano SBTi con target annuale di riduzione delle emissioni GHG ● Avanzamento del piano di elettrificazione del parco auto aziendale

² Finalità di beneficio comune esclusivamente applicabile a Impronta Advertising

	Group" su Tree-Nation, a compensazione volontaria dell'impronta carbonica residua dell'organizzazione Promozione dell'acquisto di prodotti sfusi o con imballaggi ridotti	
Affermare una cultura basata sul rispetto e l'equità, volta a promuovere i principi di diversità e inclusione, assicurando il dialogo aperto e l'espressione dei talenti individuali, in un contesto scevro da pregiudizi e discriminazioni.	- Mantenimento e diffusione del Manifesto di Impronta come strumento di cultura interna condivisa, a presidio dei valori di rispetto, equità e dialogo aperto - Adozione di una politica di selezione orientata al mantenimento di un equilibrio di genere prossimo al 50% tra uomini e donne, a conferma dell'impegno concreto verso la parità di opportunità	- Conseguimento della certificazione UNI PdR 125:2022 per la parità di genere - Strutturazione di un processo formale di gestione e valorizzazione della diversità interna
Promuovere modalità di lavoro orientate a garantire il benessere delle persone, attraverso forme di conciliazione dei tempi vita-lavoro, sostenendo modalità di lavoro flessibili e orientate al raggiungimento dei risultati.	- Rafforzamento dell'accordo di smart working aziendale: 40.000 ore FTE erogate nel 2025 (+14% rispetto al 2024), con piena autonomia di reparto nella gestione delle modalità da remoto - Introduzione di giornate dedicate al personale (2 edizioni nel 2025) con attività ludiche, sportive e di svago, a favore del benessere e della coesione del gruppo - Applicazione del principio di libera fruizione dei permessi per agevolare un maggiore equilibrio tra vita privata e professionale - Introduzione di sessioni di approfondimento su innovazione, strategia e sviluppo delle competenze, aperte a tutta la popolazione aziendale - Incremento della formazione erogata: 297 ore totali nel 2025 (+148% rispetto alle 120 ore del 2024), con focus su lingue straniere, sicurezza e normativa	- Consolidamento delle giornate dedicate al personale (minimo 2 edizioni l'anno) - Introduzione di un programma di well-being strutturato, con iniziative dedicate al benessere fisico e mentale delle persone - Somministrazione di una survey anonima annuale sul clima aziendale - Avvio e ampliamento dei momenti di condivisione interfunzionale e degli approfondimenti strategici su innovazione e sviluppo
Sensibilizzare il cliente verso la sostenibilità del servizio, sotto il profilo economico, sociale e ambientale, promuovendo il miglior rapporto costo – beneficio, proponendo tempistiche di esecuzione congrue e rispettose delle risorse impiegate, favorendo la digitalizzazione e limitando la realizzazione di supporti non necessari	- Promozione di supporti digitali a vantaggio di quelli cartacei nell'ambito delle attività di comunicazione - Diffusione del portale Youmain, come strumento di gestione remota del lavoro, alternativa a quella in presenza, con riduzione degli impatti correlati	

Valutare i propri fornitori sotto il profilo della sostenibilità, valorizzando - a parità di condizioni e in assenza di vincoli ostativi - quelli che presentano le migliori prestazioni sociali e ambientali.	• Divulgazione delle policy ESG di Gruppo all'intera base fornitori	• Somministrazione del questionario di due diligence ESG a tutti i fornitori attivi • Sviluppo di uno strumento di autovalutazione per i fornitori strategici
Sostenere in modo diretto e indiretto la comunità di riferimento, in particolare gli enti senza finalità lucrative, sia attraverso donazioni economiche, che tramite la fornitura di servizi pro bono.	• Continuità nel sostegno al progetto Incontradonna, a supporto delle donne in situazioni di vulnerabilità • Donazioni ad Actionaid e Medici Senza Frontiere (MSF), a conferma dell'impegno verso la cooperazione internazionale e l'aiuto umanitario	• Mantenere nell'ambito del Gruppo un'attenzione costante alla comunità di riferimento, promuovendo nuovi progetti e iniziative da veicolare tramite le singole controllate • Valutazione di nuove partnership pro-bono con enti del terzo settore

Il 2025 è stato un anno ricco di traguardi importanti. Molte azioni intraprese non rientravano nei piani iniziali dell'organizzazione ma si è scelto di assegnare loro massima priorità, in relazione all'impatto da queste generato.

Gli obiettivi dichiarati nella precedente relazione di impatto restano ancora vigenti e rientrano nel programma 2026 e degli anni a venire. Di seguito un dettaglio relativo allo stato dei target non raggiunti o non completamente raggiunti:

Ambiente

Obiettivo 2025 Organizzazione di sondaggi interni e gruppi di lavoro dedicati alla sostenibilità ambientale	PARZIALMENTE RAGGIUNTO Il percorso di certificazione B Corp e la validazione SBTi hanno coinvolto l'intera organizzazione su temi di sostenibilità in modo strutturato, assolvendo a una funzione analoga a quella dei gruppi di lavoro. Un presidio più formalizzato è in programma per il 2026.
Obiettivo 2025 Introduzione di un sistema di qualifica dei fornitori che valorizzi quelli con politiche ambientali più solide	→ OBIETTIVO RIPORTATO AL 2026 Nel 2025 abbiamo completato la divulgazione delle policy ESG all'intera base fornitori, costruendo il prerequisito indispensabile. Il sistema di qualifica vero e proprio è confermato tra gli obiettivi 2026.

Lavoratori

Obiettivo 2025 Ottenimento della certificazione UNI PdR 125:2022 per la parità di genere	→ OBIETTIVO RIPORTATO AL 2026 Il percorso preparatorio è in corso. Nel 2025 abbiamo confermato una politica di selezione orientata all'equilibrio di genere (circa 50% uomini/donne), una solida base su cui costruire la certificazione formale nel 2026.
Obiettivo 2025 Introduzione di un orario di lavoro ridotto	NON RAGGIUNTO Le 40.000 ore di smart working erogate (+14% vs 2024) e la piena autonomia di reparto nella gestione del lavoro da remoto hanno ampliato concretamente la flessibilità oraria, andando nella direzione del target, che per il momento non è stato ancora raggiunto. L'obiettivo resta tra le priorità aziendali, e sarà riportato agli anni successivi.
Obiettivo 2025 Promozione di servizi di well-being gratuiti rivolti a tutti i dipendenti	PARZIALMENTE RAGGIUNTO Abbiamo introdotto 2 giornate dedicate al personale con attività ludiche, sportive e di svago: un primo passo concreto. Un programma di well-being strutturato è confermato tra gli obiettivi 2026.
Obiettivo 2025 Realizzazione di sondaggi anonimi per comprendere esigenze e aspettative del personale	→ OBIETTIVO RIPORTATO AL 2026 La survey annuale sul clima aziendale è confermata come obiettivo 2026, insieme all'ampliamento dei momenti di confronto interfunzionale.

Fornitori

Obiettivo 2025 Somministrazione del questionario di due diligence a tutti i fornitori attivi	→ OBIETTIVO RIPORTATO AL 2026 Nel 2025 abbiamo completato la divulgazione delle policy ESG all'intera base fornitori. La somministrazione del questionario di due diligence è il passo successivo, pianificato per il 2026.
Obiettivo 2025 Sviluppo di uno strumento di autovalutazione per i fornitori strategici	→ OBIETTIVO RIPORTATO AL 2026 Obiettivo riportato al 2026, da sviluppare in parallelo al questionario di due diligence ESG.

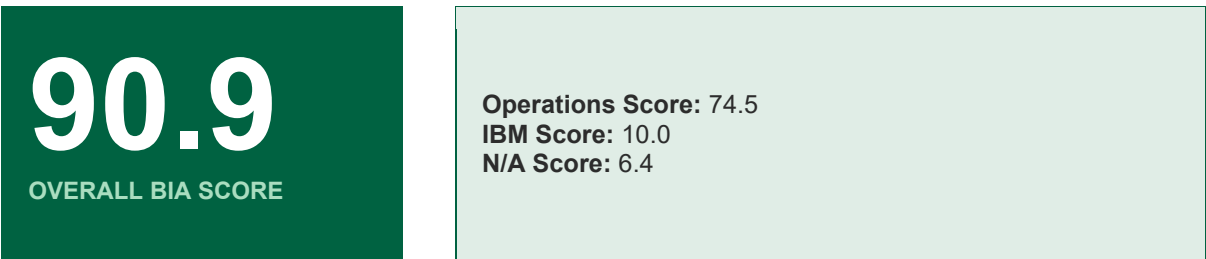
La valutazione d'impatto 2025

La valutazione d'impatto aziendale è stata effettuata tramite lo strumento **B Impact Assessment (BIA)**, sviluppato dalla no-profit internazionale B Lab. Tale framework ha fornito gli insight analitici necessari per comprendere approfonditamente gli impatti del modello di business e ha restituito gli input fondamentali per la pianificazione degli interventi

di miglioramento futuro, con l'obiettivo di elevare costantemente le performance di sostenibilità del Gruppo.

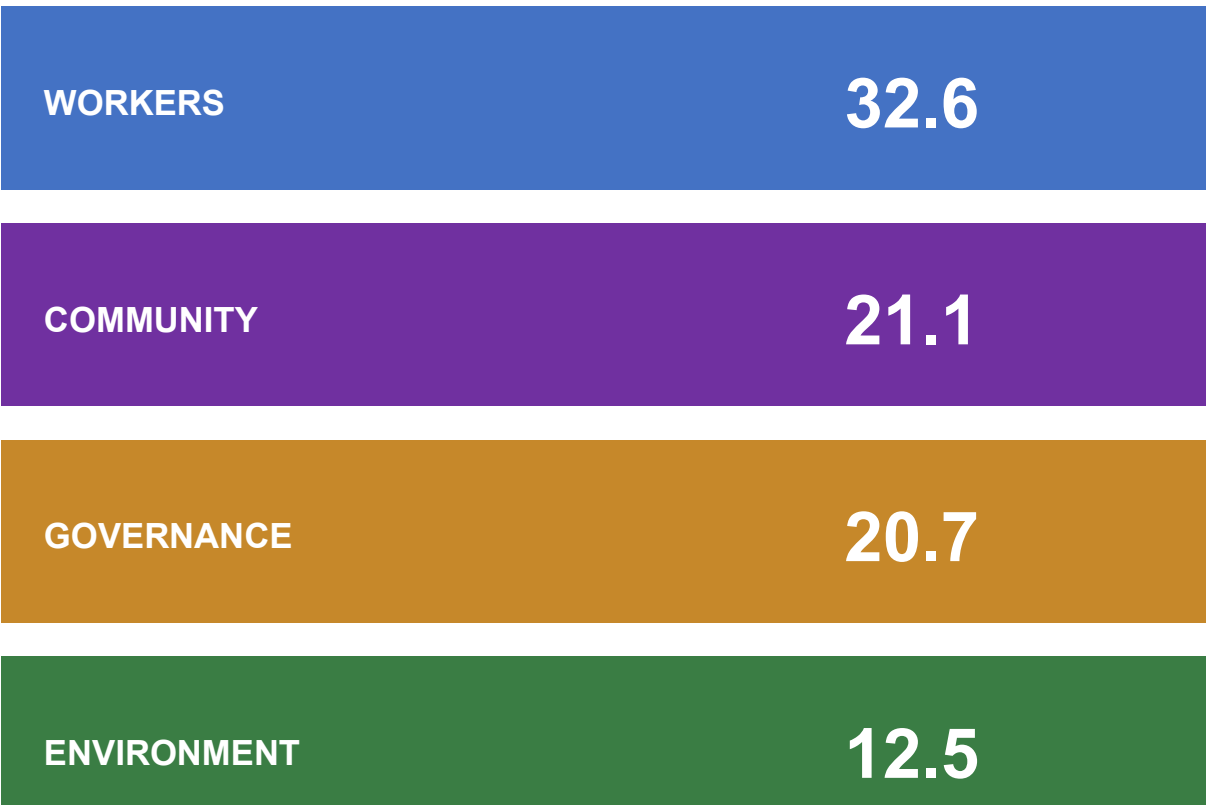
Si specifica che il BIA è stato compilato in maniera congiunta per **Impronta Advertising** e **Impronta Group**, essendo le azioni operative e strutturali completamente condivise tra le due realtà.

Il **punteggio complessivo conseguito è pari a 90.9 punti**. Considerando che la soglia minima per l'ottenimento della certificazione B Corp è fissata a 80 punti, il posizionamento del Gruppo si attesta a più di 10 punti sopra il break-even, a testimonianza della solidità e della coerenza del modello applicato. Di seguito si riportano i risultati e le analisi estratte dalla piattaforma con riferimento alle singole aree tematiche.



I punteggi per area

Ecco come ci siamo posizionati nelle sei aree di valutazione del BIA. Per ogni area trovate il punteggio ottenuto, una barra visiva del raggiungimento e un commento su cosa significa per noi quel numero.



Conclusioni e traiettorie future

La presente relazione di impatto dimostra come l'esercizio 2025 abbia rappresentato per Impronta Advertising un momento di profonda maturazione organizzativa e di consolidamento dei propri obiettivi di beneficio comune. Il conseguimento della Certificazione B Corp, la validazione scientifica dei target SBTi e l'incremento sistemico degli indicatori legati al welfare e alla formazione non costituiscono traguardi isolati, bensì la conferma della solidità del modello di governance adottato.

Le evidenze emerse dall'analisi del B Impact Assessment (BIA) e il monitoraggio delle attività svolte tracciano una roadmap chiara per l'esercizio 2026. L'attenzione del Gruppo si focalizzerà sul completamento di percorsi strategici complessi, tra cui l'ottenimento della certificazione per la parità di genere UNI PdR 125:2022 e l'estensione dei presidi ESG alla catena di fornitura attraverso l'introduzione di strumenti formali di due diligence.

Impronta Advertising riafferma il proprio impegno nel guidare un cambiamento positivo nel settore della comunicazione e dei servizi professionali, coniugando stabilmente la sostenibilità economica con la generazione di valore misurabile per le persone, la comunità e l'ambiente.