



Relazione di impatto 2024

Sommario

1) La nostra azienda e il bene comune	4
L'azienda in breve	4
Proprietà e amministrazione	4
Vision	4
Mission	4
Dallo Statuto	5
Finalità specifiche di Bene Comune	5
2) Gestione, valutazione e rendicontazione dell'impatto	7
Strumento per la valutazione dell'Impatto	7
Il Responsabile dell'Impatto e le sue attribuzioni	7
Principali fattori d'impatto e KPI socio ambientali	7
Individuazione dei principali stakeholder	8
Struttura della presente Relazione d'Impatto	8
3) Valutazione generale	9
Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo	9
Risultati del BIA generali	11
4) Valutazione per aree	12
Governare d'impresa	12
Lavoratori	12
Altri portatori d'interesse	13
Ambiente	14
5) Risultati e obiettivi relativi alle finalità specifiche	16
Integrare la dimensione sociale, organizzativa con quella economica ed ambientale	16
Attività svolte nel 2024	16
Obiettivi 2025	17
Generare benessere e riduzione dello stress delle persone	18
Attività svolte nel 2024	18
Obiettivi 2025	18
Favorire la crescita della consapevolezza individuale	19
Attività svolte nel 2024	19
Obiettivi 2025	19
Migliorare le relazioni nei contesti lavorativi e sociali	19
Attività svolte nel 2024	19
Obiettivi 2025	20
Sostenere lo sviluppo locale	20
Attività svolte nel 2024	20
Obiettivi 2025	20
Sostenere l'evoluzione di altre imprese con affinità di valori	20
Attività svolte nel 2023	20

Obiettivi 2024	21
6) Riepilogo obiettivi per l'esercizio successivo	22
7) Conclusioni	24
Il nostro percorso verso lo sviluppo sostenibile e il bene comune	24

1) La nostra azienda e il bene comune

L'azienda in breve

Siamo un gruppo di professionisti di lunga esperienza, poliedrici e dinamici e abbiamo scelto di unire esperienze, competenze e capacità per poter offrire quella somma che vale molto più dei singoli.

Inoltre abbiamo scelto di costituirci in una società S.r.l. Benefit quindi, sia per statuto che per valori etici, siamo impegnati attivamente a dare attenzione ai bisogni di tutti gli stakeholder, ricercando sempre il beneficio comune e investendo per costruire relazioni proficue e continuative.

Una società "benefit" basa le proprie relazioni su rapporti di fiducia duraturi, affinché tutti vivano in equilibrio e armonia e si impegna a lasciare in eredità un mondo migliore di quello che ha trovato.

Abbiamo a cuore la soddisfazione del cliente e portiamo avanti il nostro intento di migliorare il mondo un lavoro alla volta, un dialogo alla volta.

Forniamo servizi diversificati di consulenza e percorsi innovativi di Coaching, Formazione, Counseling organizzativo, Facilitazione e Mediazione, attività cucite su misura che aiutano Manager, Organizzazioni e Imprenditori ad affrontare, gestire e risolvere le situazioni lavorative più complesse e sfidanti.

Proprietà e amministrazione

La proprietà di Life Insight srl è di Andrea Sacco per il 10% e di Amen SRL al 90%.
Andrea Sacco è Amministratore Unico.

Vision

Siamo professionisti della comunicazione, allenati ad accogliere i diversi punti di vista che emergono nelle interazioni e a farli coesistere.

Life Insight aiuta a riconoscere il valore che ogni persona apporta, promuovendo l'emergere di una visione e un intento comune.

L'intento che accomuna tutti i nostri interventi si basa sul concetto di prosperità: crescere a vantaggio e nel pieno rispetto di tutti i soggetti coinvolti.

Mission

Life Insight si impegna a creare valore condiviso, promuovendo sostenibilità, trasparenza e benessere sociale.

Essere una Società Benefit non significa rinunciare al profitto, ma fare scelte che portino beneficio a tutti: dai collaboratori ai clienti, fino alla comunità e all'ambiente.

Con il nostro metodo S.T.E.P., guidiamo le aziende verso un modello di impresa sostenibile:

1. Sense: identifichiamo dove concentrare attenzione ed energie.
2. Transform: progettiamo percorsi di cambiamento che rispettano l'identità aziendale.
3. Embrace: incorporiamo nuovi approcci nella cultura aziendale, valorizzando trasparenza e responsabilità.
4. Perform: consolidiamo i risultati per garantire un impatto duraturo.

Dallo Statuto

ATTIVITA' FOR BENEFIT:

NELL'ESERCIZIO DELL'ATTIVITA' ECONOMICA LA SOCIETA' PERSEGUIRA' PIU' EFFETTI POSITIVI, E LA RIDUZIONE DEGLI EFFETTI NEGATIVI AMBIENTALI E SOCIALI, NELL'INTENTO DI ACCRESCERE IL LIVELLO DI BENESSERE ATTRAVERSO LA CONSAPEVOLEZZA DEL RUOLO DEGLI STAKEHOLDER CHE DIRETTAMENTE O INDIRETTAMENTE BENEFICERANNO DELLE AZIONI SVOLTE.

LA SOCIETA' INTENDE INTEGRARE LA DIMENSIONE SOCIALE, ORGANIZZATIVA CON QUELLA ECONOMICA ED AMBIENTALE, ATTRAVERSO LA GENERAZIONE DI SERVIZI CON EFFETTI POSITIVI PER L'INDIVIDUO E LA COMUNITA' E LA PROMOZIONE DELLO SVILUPPO LOCALE IN UNA MATRICE DI FACILITAZIONE PER PROMUOVERE AZIONI CON INTENTO BENEFICO ALL'INTERNO DEI PROGETTI PER MOSTRARE AI CITTADINI, ALLE ISTITUZIONI E ALLE IMPRESE COME SIA POSSIBILE CREARE MODELLI AZIENDALI E ORGANIZZATIVI CHE PRODUCANO BENESSERE MISURABILE E AL CONTEMPO SVILUPPINO CONSAPEVOLEZZA.

LA SOCIETA' INTENDE INOLTRE SOSTENERE L'EVOLUZIONE DI ALTRE IMPRESE CHE CONDIVIDONO VALORI E SCOPI PIU' ALTI, ANCHE COADIUVATA DAL CONTRIBUTO DI ALTRE SOCIETA' BENEFIT A FINI INCLUSIVI E NON ESCLUSIVI, UTILIZZANDO LA FIDUCIA E IL PIACERE SANO QUALI ELEMENTI IMPRESCINDIBILI E LA VISIONE SISTEMICA COME MAPPA, ORIENTANDOSI AL PERCORSO E CELEBRANDONE I RISULTATI. SARA' ANCHE VALORIZZATA L'INTERCONNESSIONE DI PERSONE E ORGANIZZAZIONI CHE SI INFORMANO, STUDIANO, PROGETTANO, HANNO INTUZIONI, DANNO FORMA E MOVIMENTO, COSTRUISCONO E MANTENGONO RELAZIONI FUNZIONALI SANE E POTENZIANTI, CHE STIMOLANO A VICENDA E INVESTONO ENERGIE DI DIVERSE FORME GENERANDO PROFITTI E RISULTATI IN DIVERSE FORME DA REINVESTIRE IN NUOVI PROGETTI ED IN NUOVE IMPRESE PER IL BENE DI CHI C'E' E DI CHI VERRA' DOPO.

A TAL FINE, A MERO TITOLO ESEMPLIFICATIVO, E CON LE MODALITA' E NEI LIMITI DI CUI AL PIANO ANNUALE/BIENNALE/TRIENNALE DI ATTUAZIONE DELLE ATTIVITA' DI BENEFICIO COMUNE APPROVATO ALLA FINE DI OGNI ESERCIZIO PER IL SUCCESSIVO DI CUI AI SEGUENTI ARTICOLI, LA SOCIETA' SI OCCUPERA' DI: **CONTRIBUIRE ALLA CRESCITA DELLA CONSAPEVOLEZZA PERSONALE E DEL BENESSERE ANCHE ATTRAVERSO TECNICHE VOLTE A DIMINUIRE LO STRESS (DISTRESS) IN PARTICOLARE IN AMBITO INDIVIDUALE, LAVORATIVO, SOCIALE, RELAZIONALE.**

Finalità specifiche di Bene Comune

Volendo meglio schematizzare, ai fini della rendicontazione, i temi riferiti sul nostro Statuto, individuiamo come nostre finalità specifiche di bene comune le seguenti:

1. Integrare la dimensione sociale, organizzativa con quella economica ed ambientale
2. Generare benessere e riduzione dello stress delle persone
3. Favorire la crescita della consapevolezza individuale
4. Migliorare le relazioni nei contesti lavorativi e sociali
5. Sostenere lo sviluppo locale

6. Sostenere l'evoluzione di altre imprese con affinità di valori

2) Gestione, valutazione e rendicontazione dell'impatto

Strumento per la valutazione dell'Impatto

Lo strumento individuato per la valutazione dell'impatto, con riferimento all'allegato 4 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208, è il B Impact Assessment (BIA) di B Lab. Tale strumento è pienamente conforme ai requisiti definiti dal sopracitato Allegato.

Il Responsabile dell'Impatto e le sue attribuzioni

Responsabile dell'impatto è Andrea Sacco, Amministratore Unico dell'azienda.

Principali fattori d'impatto e KPI socio ambientali

Life Insight svolge un'attività di natura immateriale e comunque a basso impatto ambientale, pertanto gli aspetti di impatto principali sono di carattere sociale. Come si evince dalle nostre finalità specifiche di bene comune, i benefici che ci proponiamo di generare riguardano soprattutto il benessere dei nostri clienti e dei nostri collaboratori e, più in generale, della nostra comunità locale.

Sulla base di queste caratteristiche del modello di business, i KPI socio ambientali individuati sono i seguenti:

KPI	Descrizione
KPI1	% su fatturato di donazioni e investimenti nella comunità
KPI2	numero di ore-persona svolte a favore di organizzazioni senza finalità di lucro
KPI3	livello medio della soddisfazione dei clienti
KPI4	variazione del livello medio di benessere percepito dei clienti tra inizio e fine ciclo di incontri
KPI5	miglioramento percepito della capacità dei clienti di gestire lo stress tra inizio e fine ciclo incontri
KPI6	numero totale di ore-uomo dedicate al mantenimento o miglioramento della professionalità dei collaboratori con setting formale
KPI7	media delle ore lavorate dai collaboratori nei giorni lavorati, inclusi trasferimenti
KPI8	percentuale sul totale del numero di progetti volti al miglioramento del clima organizzativo e delle relazioni interne fatturati nell'anno
KPI9	quota delle emissioni di CO2 compensata con crediti di carbonio
KPI10	quota sul totale degli acquisti e delle vendite con imprese purpose driven

KPI9 viene calcolato dividendo per 15 la quantità di tonnellate di CO2 sequestrata nel corso di 15 anni dagli alberi di cui si è acquistata la piantumazione e poi calcolando la percentuale di questo valore rispetto alle emissioni di CO2 causate dall'attività aziendale

KPI10 viene calcolato dividendo la somma degli acquisti da aziende purpose driven e delle vendite verso aziende purpose driven per il totale degli acquisti (esclusi costi di personale e affitti) e delle vendite (%)

Individuazione dei principali stakeholder

- Clienti diretti nazionali per coaching, counseling organizzativo, comunicazione nonviolenta, ecc.: in prevalenza organizzazioni micro e piccole, con particolare attenzione verso le startup.
- Società per l'intermediazione di servizi di consulenza tecnica/organizzativa: medie o grandi aziende italiane o straniere
- Società per l'intermediazione di servizi di coaching: medie o grandi aziende italiane o straniere
- Clienti indiretti per le attività di consulenza tecnica/organizzativa
- Clienti indiretti per le attività di coaching
- Clienti privati per percorsi di crescita personale e oggettistica
- Collaboratori: professionisti della formazione, facilitazione e consulenza con i quali esiste una condivisione di valori; formalmente sono fornitori di Life Insight
- Beneficiari di erogazioni liberali e attività pro bono

Struttura della presente Relazione d'Impatto

La presente Relazione d'Impatto, oltre alla precedente parte descrittiva generale dell'azienda, al fine di rendicontare l'impatto sociale e ambientale si articola nelle seguenti parti:

3. La valutazione dell'andamento generale dell'impatto socio ambientale, avvalendosi dell'indicatore sintetico costituito dal punteggio BIA
4. La valutazione sintetica dell'andamento dell'impatto nelle aree previste dall'allegato 5 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208
5. Risultati e obiettivi specifici, con riferimento alle specifiche finalità di bene comune indicate nella parte Benefit dello Statuto
6. Un riepilogo complessivo degli obiettivi e target per l'esercizio successivo
7. Una parte conclusiva che evidenzia i tratti salienti del modo in cui l'azienda sta contribuendo e si propone di contribuire al Bene Comune.

3) Valutazione generale

Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo

Il 2024 è stato un anno di forti contraddizioni per la sostenibilità e l'economia. Se da un lato sono proseguiti gli sforzi per la transizione ecologica, dall'altro si sono registrati segnali preoccupanti, soprattutto a livello internazionale. In particolare, l'elezione di Donald Trump alla presidenza degli Stati Uniti ha sollevato dubbi sul futuro degli accordi climatici globali e sul sostegno alla finanza sostenibile. Anche in Europa e in Italia si sono verificate difficoltà, con segnali di rallentamento nelle politiche green.

A livello globale, il 2024 ha visto un notevole aumento delle tensioni politiche legate alla sostenibilità. L'elezione di Donald Trump negli Stati Uniti ha avuto un impatto immediato: il nuovo presidente ha dichiarato l'intenzione di rivedere l'adesione americana agli accordi di Parigi e di sospendere

i finanziamenti federali per progetti legati alle energie rinnovabili. Questo ha generato incertezza nei mercati finanziari, con un calo della fiducia negli investimenti sostenibili.

La COP29, tenutasi a Baku (Azerbaijan), ha evidenziato profonde divisioni tra le nazioni industrializzate e quelle emergenti. Nonostante l'approvazione di un fondo da 500 miliardi di dollari per sostenere i Paesi in via di sviluppo, l'assenza di un impegno concreto da parte degli Stati Uniti e di altri grandi emettitori ha limitato i risultati dell'evento. Inoltre, il mercato dei green bond ha subito una contrazione rispetto alle aspettative, con una riduzione degli investimenti legata all'incertezza politica e alle difficoltà economiche globali.

In Italia, il 2024 ha visto l'entrata in vigore di nuove normative per la sostenibilità aziendale, ma anche difficoltà nell'attuazione delle politiche green. Sul piano legislativo, il Decreto Sostenibilità Aziendale ha introdotto nuovi obblighi per le imprese con oltre 250 dipendenti, imponendo la pubblicazione di report dettagliati sugli impatti ambientali e sociali delle loro attività. Tuttavia, molte aziende hanno segnalato difficoltà nell'adeguarsi a queste normative, a causa di costi elevati e di una mancanza di supporto tecnico.

L'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) ha subito rallentamenti significativi, in particolare nei settori della mobilità sostenibile e delle energie rinnovabili. La burocrazia e la complessità dei progetti hanno ridotto l'efficacia dei finanziamenti, rallentando il raggiungimento degli obiettivi di decarbonizzazione fissati per il 2030.

Eventi Salienti in Ordine Cronologico

- Gennaio 2024: Entrata in vigore del Decreto Sostenibilità Aziendale, che introduce obblighi di rendicontazione ESG per le grandi imprese.
- Febbraio 2024: Pubblicazione del rapporto IFAC-AICPA, che evidenzia un rallentamento nella crescita della finanza sostenibile a livello globale.

- Giugno 2024: L'Unione Europea approva nuove linee guida per la tassonomia verde, ma con criteri meno stringenti rispetto al passato, suscitando critiche da parte degli ambientalisti.
- Novembre 2024: COP29 a Baku, con l'approvazione di un fondo climatico per i Paesi in via di sviluppo, ma senza un impegno forte da parte degli Stati Uniti.
- Novembre 2024: Donald Trump vince le sessantesime elezioni presidenziali e annuncia che appena assunta la carica procederà ad importanti provvedimenti di disimpegno da tematiche ambientali e sociali.
- Dicembre 2024: L'Italia registra un calo degli investimenti in energie rinnovabili rispetto al 2023, a causa delle incertezze normative e della crisi economica.

Conclusioni

Il 2024 ha mostrato quanto sia fragile il percorso verso la sostenibilità, soprattutto in un contesto internazionale sempre più polarizzato. L'elezione di Donald Trump e il rallentamento della finanza sostenibile sono segnali preoccupanti, che rischiano di compromettere i progressi degli ultimi anni. In Italia, nonostante i passi avanti sul piano normativo, permangono ostacoli significativi, tra cui la lentezza nell'attuazione dei progetti del PNRR e la difficoltà delle imprese ad adattarsi ai nuovi obblighi ESG. Le prospettive per il 2025 appaiono incerte: sarà fondamentale un maggiore coordinamento internazionale e un rafforzamento delle politiche nazionali per evitare un ulteriore arretramento sul fronte della sostenibilità.

Il 2024 per Life Insight

Dal nostro punto di vista, in linea con quanto emerge da studi di settore (p.es. Gallup), nel 2024 si è aggravato in Italia il livello di insoddisfazione e disimpegno dei lavoratori, evidentemente effetto anche della inadeguata capacità (o inadeguato investimento) delle aziende nel prendersi cura di questi aspetti.

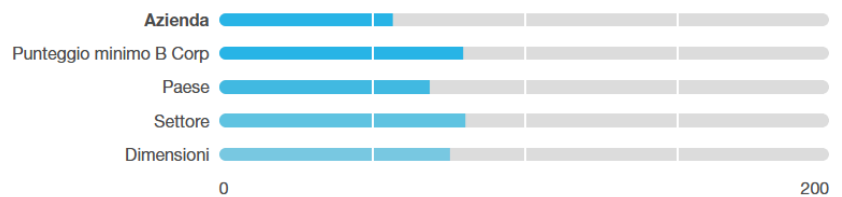
Risultati del BIA generali

Punteggio complessivo: B Impact Score



Life Insight S.r.l. SB

Data di fine dell'anno fiscale 31 Dec 2024



Il punteggio ottenuto sul BIA è condizionato dal fatto che non abbiamo lavoratori a libro paga. La quota disponibile per le Operation risulta diminuita.

Il report completo del B Impact Assessment è disponibile in coda alla presente Relazione d'Impatto.

4) Valutazione per aree

Governo d'impresa



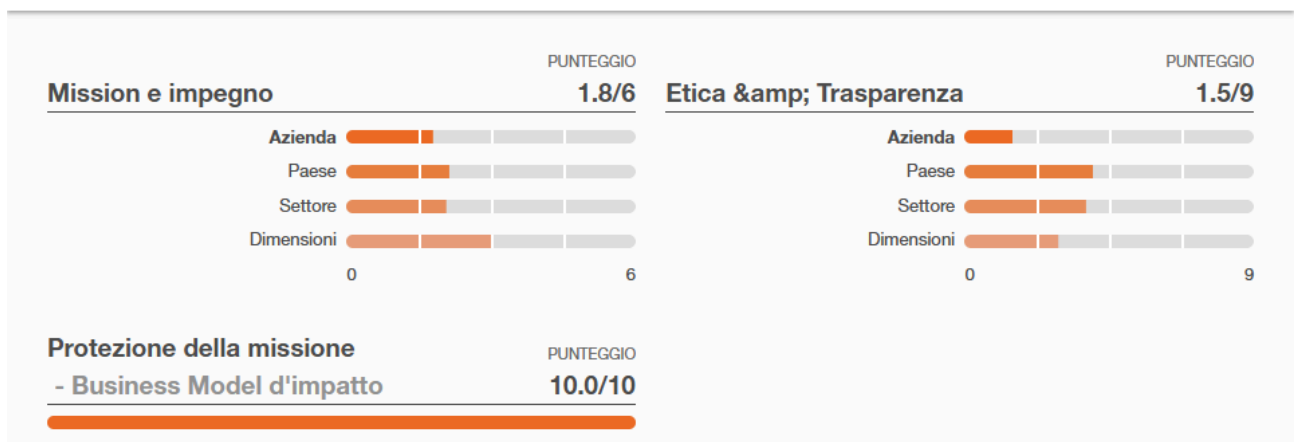
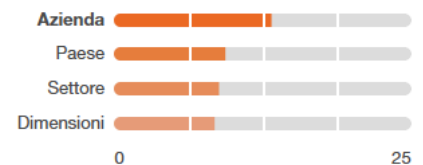
Governance

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE

16/16

13.3



Il punteggio ottenuto risulta globalmente superiore a tutti i benchmark grazie all'effetto dell'IBM 'Protezione della missione'. Al netto di questo vediamo invece che i punteggi ottenuti nelle singole sezioni sono inferiori e ciò è riconducibile al fatto che l'azienda è ancora molto giovane e piccola e non ha ancora dedicato risorse a miglioramenti soprattutto formali in questi ambiti.

Lavoratori

L'azienda non ha nessun lavoratore a libro paga, per cui l'area 'Lavoratori' del B Impact Assessment non si attiva.

Adottando una accezione più estensiva e sostanziale del termine, per Life Insight i 'lavoratori' sono nei fatti formalmente fornitori, e in particolare i professionisti a cui si è fatto riferimento nella sezione 2.

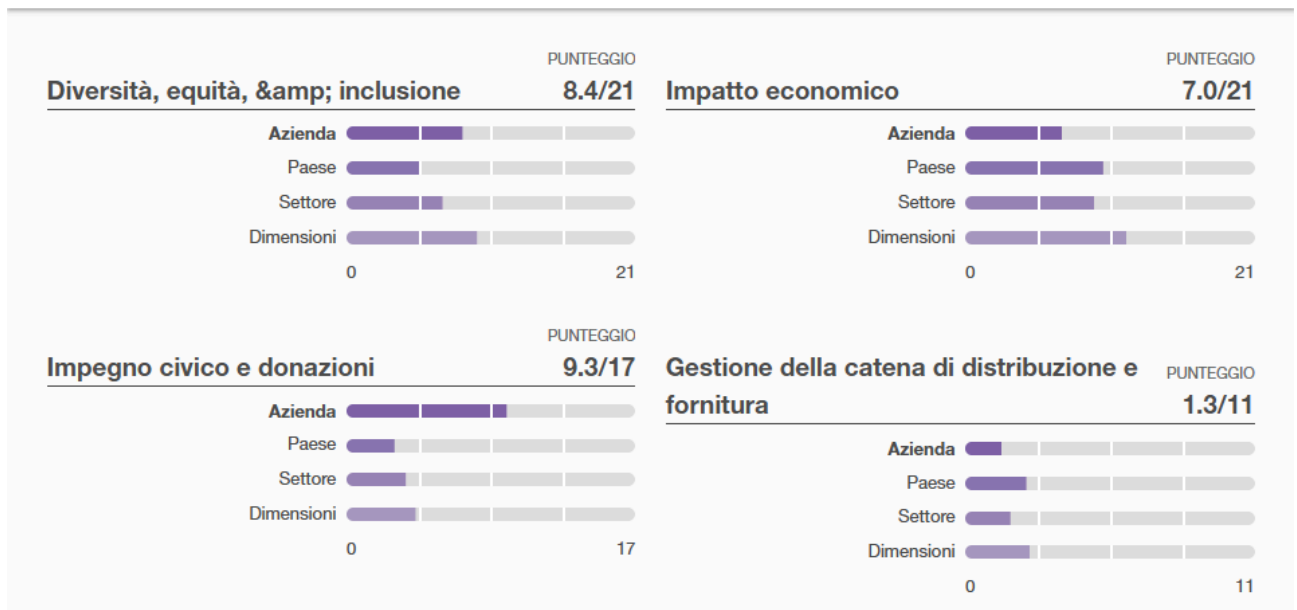
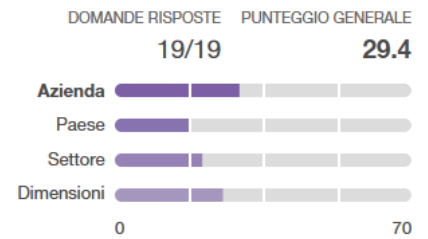
E' fondamentale chiarire che i lavoratori di Life Insight, in realtà fornitori esterni, come già detto, dedicano a Life insight solo una quota non prevalente del loro tempo lavorativo.

Altri portatori d'interesse



Comunità

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.



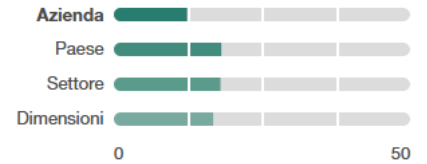
Il nostro punteggio risulta complessivamente superiore a tutti i benchmark grazie alla sezione 'Impegno civico e donazioni'. Infatti l'azienda, nonostante il valore di fatturato ancora abbastanza contenuto, si è ugualmente impegnata in significativa azioni di sostegno ad attività benefiche.



Clients

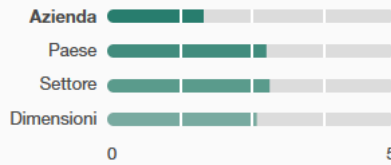
Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
20/20 12.3



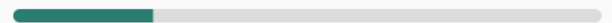
Gestione del cliente

PUNTEGGIO
1.6/5



Formazione - Business Model d'impatto

PUNTEGGIO
10.6/45



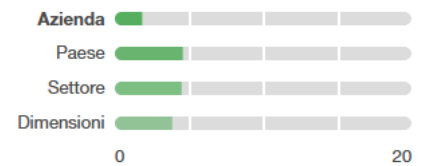
Ambiente



Ambiente

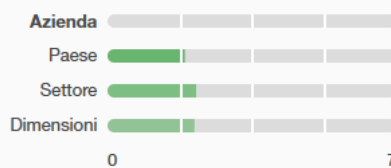
Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
10/10 1.8



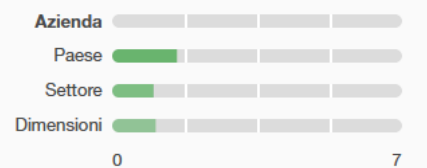
Management ambientale

PUNTEGGIO
0.0/7



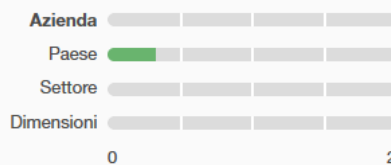
Aria & Climate

PUNTEGGIO
0.0/7



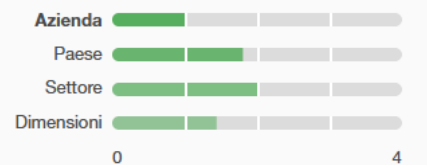
Acqua

PUNTEGGIO
0.0/2



Terra & Vita

PUNTEGGIO
1.0/4



Il punteggio estremamente contenuto nell'area ambiente è da attribuire al fatto che, come già detto, le attività svolte dall'azienda sono di carattere immateriale, tanto da rendere molto scarsa la percezione dell'importanza di intraprendere pratiche di monitoraggio delle ricadute

ambientali, rispetto alla possibilità di rivolgere le scarse risorse disponibili verso altri aspetti dell'attività aziendale maggiormente generativi di impatto.

5) Risultati e obiettivi relativi alle finalità specifiche

Integrare la dimensione sociale, organizzativa con quella economica ed ambientale

Attività svolte nel 2024

KPI	Descrizione	Cons. 2024
KPI1	% su fatturato di donazioni e investimenti nella comunità	14,5%
KPI2	numero di ore-persona di prestazioni pro bono svolte a favore di organizzazioni senza finalità di lucro	0
KPI9	quota delle emissioni di CO2 compensata con crediti di carbonio	243%

- Abbiamo definito un set di indicatori chiave di performance (KPI) per misurare il nostro impatto sociale e ambientale.
- Abbiamo fatto una donazione da 2.500 Euro verso l'Associazione Stranaidea, basata a Torino; Nel 2024, Life Insight ha scelto di destinare 2.500 euro a Stranaidea, una realtà che da oltre 38 anni opera perseguendo l'interesse generale della comunità, dell'ambiente e del territorio. Stranaidea gestisce servizi dedicati a minori, adulti, giovani e famiglie, promuovendo l'inserimento lavorativo di persone in condizioni di fragilità, principalmente a Torino, nelle Valli di Lanzo e nel Canavese, ma con collaborazioni che si estendono anche a livello regionale, nazionale ed europeo.
- Abbiamo deciso di sostenere Stranaidea non solo per il profondo allineamento di valori — rispetto della dignità umana, giustizia, pari opportunità, corresponsabilità e integrazione — ma anche per il loro approccio, che mette al centro la persona, promuovendo autonomia, partecipazione attiva e benessere.
- La scelta è stata ulteriormente rafforzata dalla conoscenza diretta di due persone che collaborano con Stranaidea: professionisti in cui riconosciamo non solo grande competenza, ma anche una sincera condivisione di ideali. Questo investimento rappresenta per Life Insight un primo passo concreto nel supportare realtà capaci di generare impatto sociale autentico, in linea con i nostri obiettivi di beneficio comune.
- Nel 2024, Life Insight ha aderito con 6.900 Euro al progetto di riforestazione promosso da ZeroCO2 in Italia, sostenendo la piantumazione di 225 alberi su una superficie di 2.913 mq riforestati, corrispondenti alla compensazione di 96 tonnellate di CO2 (primi 15 anni di vita). Il progetto ha coinvolto tre realtà sociali italiane – [Eta Beta](#), [Cascinet - Soul Food Forest Farm](#) e [AgriAsilo La Piemontesina](#) – con l'obiettivo di favorire l'adattamento al cambiamento climatico e generare valore per le comunità svantaggiate.
 - Come si legge sul sito di zeroCO2: "Collaborando con cooperative agricole-sociali, fattorie didattiche e aziende agricole, offriamo opportunità di reinserimento per persone in situazioni di svantaggio sociale. In questo modo creiamo un ambiente di lavoro inclusivo e favoriamo lo sviluppo personale e lavorativo attraverso la formazione professionale. Sosteniamo progetti di agricoltura sociale che promuovano l'autofinanziamento attraverso la vendita diretta o la trasformazione dei frutti degli alberi che piantiamo. Promuoviamo l'agricoltura sociale per realizzare

attività che generino benessere sia per le comunità territoriali, sia per il tessuto sociale italiano in generale.”

- La nostra partecipazione ha contribuito a due aspetti fondamentali:
 - Salvaguardia della biodiversità, attraverso l'adozione di pratiche agronomiche sostenibili;
 - Sostegno economico, grazie al coinvolgimento diretto di cooperative agricole sociali.
- Scegliere di piantare alberi non significa solo mitigare gli effetti del cambiamento climatico: significa investire nel benessere delle persone, nella resilienza dei territori e nella costruzione di un futuro più giusto e sostenibile.
- Abbiamo deciso di collaborare con ZeroCO2 perché crediamo che il benessere delle persone non possa prescindere dalla salute dell'ambiente. Le azioni concrete, anche piccole, costruiscono la base di una consapevolezza più ampia e duratura: quella che ogni organizzazione, indipendentemente dalla sua dimensione, può e deve essere parte attiva della soluzione.
- Con questa iniziativa, Life Insight rafforza il suo impegno nel perseguire i principi di responsabilità sociale e ambientale, in coerenza con la sua missione di società benefit e con una visione sistemica orientata al bene comune, per chi c'è oggi e per chi verrà dopo di noi.
- Abbiamo misurato le emissioni di CO2 dei viaggi di lavoro, che risultano pari a 2,63 t.

Obiettivi 2025

KPI	Descrizione	u. m.	cons. 2024	target 2025
KPI1	% su fatturato di donazioni e investimenti nella comunità	%	14,5%	10%
KPI2	numero di ore-persona di prestazioni pro bono svolte a favore di organizzazioni senza finalità di lucro	N.	0	20
KPI9	quota delle emissioni di CO2 compensata con crediti di carbonio	%	243	100

- Ci proponiamo di collaborare con Stranaidea attraverso l'erogazione di nostri servizi pro bono per migliorare l'efficacia ed efficienza del loro servizio e la gestione dello stress del loro personale
- Contiamo di proseguire con le donazioni a Stranaidea
- Contiamo di proseguire con il supporto ai progetti di riforestazione di zeroCO2
- Proseguire e ampliare gli interventi pro bono a favore di organizzazioni del Terzo Settore, valutando nuove collaborazioni oltre quella avviata con Stranaidea;
- Continuare il supporto a progetti ambientali, esplorando nuove iniziative di riforestazione o di tutela della biodiversità, sia in Italia sia all'estero;
- Monitorare KPI sociali e ambientali, migliorando la nostra capacità di valutare l'impatto generato;
- Sviluppare la cultura interna di sostenibilità, coinvolgendo maggiormente collaboratori e stakeholder nei valori Benefit;

- Comunicare in modo trasparente i risultati raggiunti e le aree di miglioramento, attraverso una Relazione d’Impatto ancora più completa e dettagliata.

Generare benessere e riduzione dello stress delle persone

Attività svolte nel 2024

KPI	Descrizione	Cons. 2024
KPI4	variazione del livello medio di benessere percepito dei clienti tra inizio e fine ciclo di incontri	n.d.
KPI5	miglioramento percepito della capacità dei clienti di gestire lo stress tra inizio e fine ciclo incontri	n.d.
KPI7	media delle ore lavorate dai collaboratori nei giorni lavorati, inclusi trasferimenti	07

- il valore dei KPI non è disponibile in quanto i KPI sono stati istituiti solo nel 2025 e a posteriori questi dati non sono ricostruibili
- Nel 2024, Life Insight ha erogato ore di formazione e coaching orientate allo sviluppo personale e organizzativo, promuovendo consapevolezza, autonomia e crescita individuale.

Tra le esperienze più significative, si evidenzia il lavoro svolto con una startup che ha scelto di adottare un approccio comunicativo basato sulla Comunicazione Non Violenta (CNV), proposto da Life Insight come alternativa a metodologie tradizionali richieste dal mercato. L'apertura della startup a questa modalità ha permesso di introdurre pratiche più rispettose e consapevoli nella gestione delle relazioni interne. Al termine del primo ciclo formativo, l'azienda ha confermato l'intenzione di proseguire il percorso, riconoscendo i benefici concreti ottenuti in termini di riduzione dello stress e miglioramento del benessere organizzativo.

Sebbene non abbiamo rilevato i livelli ai quali si riferiscono gli indicatori, consideriamo il rinnovo dell'incarico come la miglior conferma del beneficio percepito dal cliente.

Obiettivi 2025

KPI	Descrizione	u.m.	cons. 2024	target 2025
KPI4	variazione del livello medio di benessere percepito dei clienti tra inizio e fine ciclo di incontri	n/10	n.d.	3
KPI5	miglioramento percepito della capacità dei clienti di gestire lo stress tra inizio e fine ciclo incontri	n/10	n.d.	3
KPI7	media delle ore lavorate dai collaboratori nei giorni lavorati, inclusi trasferimenti		7	7

- Offrire formazione o workshop a 10 prospect per migliorare la consapevolezza riguardo le cause dello stress e come gestirlo.
- Aumentare il numero di clienti che rinnovano gli incarichi a noi conferiti
- Acquisire 3 nuovi clienti, compresi quelli pro bono

Favorire la crescita della consapevolezza individuale

Attività svolte nel 2024

KPI	Descrizione	u.m.	Cons. 2024
KPI6	numero totale di ore-uomo dedicate al mantenimento o miglioramento della professionalità dei collaboratori con setting formale	n	>300
KPI3	livello medio della soddisfazione dei clienti	n/10	n.d.

- Life Insight considera la consapevolezza individuale un fondamento per il benessere personale e per lo sviluppo organizzativo sostenibile. In questa prospettiva, abbiamo promosso percorsi di formazione, coaching, CNV e consulenza rivolti ai clienti e, coerentemente, ha investito nella crescita continua dei propri professionisti. Il numero di ore/uomo di formazione interna rappresenta un indicatore indiretto ma significativo dell'impegno nel coltivare una cultura della consapevolezza, dell'ascolto e della presenza, valori che guidano anche il lavoro con le organizzazioni clienti.

Obiettivi 2025

KPI	Descrizione	u.m.	cons. 2024	target 2025
KPI6	numero totale di ore-uomo dedicate al mantenimento o miglioramento della professionalità dei collaboratori con setting formale	n	>300	400
KPI3	livello medio della soddisfazione dei clienti	n/10	n.d.	7

- Mantenere il monte ore/uomo di formazione interna in setting formale di almeno 120h al fine di consolidare una cultura della consapevolezza attraverso lo sviluppo continuo delle competenze professionali e relazionali.
- Introdurre almeno 1 percorso strutturato annuale su tematiche coerenti con la mission (es. comunicazione empatica, benessere organizzativo, pratiche rigenerative), anche includendo i momenti di scambio con altri formatori come nel caso di Play14, al fine di rafforzare allineamento valoriale e impatto nei processi di accompagnamento ai clienti

Migliorare le relazioni nei contesti lavorativi e sociali

Attività svolte nel 2024

KPI	Descrizione	u.m.	Cons. 2024
KPI8	percentuale sul totale del numero di progetti volti al miglioramento del clima organizzativo e delle relazioni interne fatturati nell'anno	%	20

- Questo indicatore misura la quota percentuale di progetti che, tra le attività realizzate da Life Insight, includono esplicitamente obiettivi di miglioramento del clima organizzativo e delle relazioni interne. Rientrano in questa categoria gli interventi che prevedono percorsi di comunicazione efficace, gestione dei conflitti, sviluppo di leadership relazionale, facilitazione, pratiche di comunicazione nonviolenta (CNV) e qualsiasi azione progettata per potenziare la qualità delle relazioni tra le persone nei contesti di lavoro. Il KPI consente di monitorare l'impegno strategico dell'organizzazione nella creazione di ambienti professionali più collaborativi, rispettosi e generativi.

Obiettivi 2025

KPI	Descrizione	u.m.	cons. 2024	target 2025
KPI8	percentuale sul totale del numero di progetti volti al miglioramento del clima organizzativo e delle relazioni interne fatturati nell'anno	%	20	30

- Incrementare la percentuale di progetti orientati al miglioramento delle relazioni interne e del clima organizzativo almeno al 40% del totale dei progetti attivati nell'anno, includendo anche attività sperimentali e percorsi su misura con componenti relazionali significative (es. CNV, team coaching, leadership collaborativa).

Sostenere lo sviluppo locale

Attività svolte nel 2024

- Fatti acquisti di materiali da ufficio da fornitori a livello locale

Obiettivi 2025

- Proseguire con la preferenza a fornitori locali per gli acquisti aziendali

Sostenere l'evoluzione di altre imprese con affinità di valori

Attività svolte nel 2023

KPI	Descrizione	u.m.	Cons. 2024
KPI10	quota sul totale degli acquisti e delle vendite con imprese purpose driven	%	<10

- per il momento si sono stabiliti rapporti di collaborazione dando la preferenza ad aziende purpose driven (Società Benefit e certificate B Corp)

Obiettivi 2024

KPI	Descrizione	u.m.	cons. 2024	target 2025
KPI10	quota sul totale degli acquisti e delle vendite con imprese purpose driven	%	<10	>10

- Aumentare progressivamente la quota di relazioni economiche (acquisti e vendite) con realtà che si riconoscono in un modello di impresa responsabile e purpose-driven — incluse Società Benefit, B Corp, cooperative sociali, ETS e altre organizzazioni che dimostrano attenzione all'impatto sociale e ambientale.
- Target 2025: superare il 10% di acquisti/vendite effettuati con realtà purpose-driven, identificabili sulla base di dichiarazioni statutarie, certificazioni, partnership attive o criteri ESG.

6) Riepilogo obiettivi per l'esercizio successivo

KPI	Descrizione	u.m.	Cons. 2024	Target 2025
KPI1	% su fatturato di donazioni e investimenti nella comunità	%	14,5	10
KPI2	numero di ore-persona svolte a favore di organizzazioni senza finalità di lucro	n.	0	20
KPI3	livello medio della soddisfazione dei clienti	n/10	n.d.	7
KPI4	variazione del livello medio di benessere percepito dei clienti tra inizio e fine ciclo di incontri	n/10	n.d.	3
KPI5	miglioramento percepito della capacità dei clienti di gestire lo stress tra inizio e fine ciclo incontri	n/10	n.d.	3
KPI6	numero totale di ore-uomo dedicate al mantenimento o miglioramento della professionalità dei collaboratori con setting formale	n	>300	400
KPI7	media delle ore lavorate dai collaboratori nei giorni lavorati, inclusi trasferimenti	n	7	7
KPI8	percentuale sul totale del numero di progetti volti al miglioramento del clima organizzativo e delle relazioni interne fatturati nell'anno	%	20	30
KPI9	quota delle emissioni di CO2 compensata con crediti di carbonio	tCO2	243	100
KPI10	quota sul totale degli acquisti e delle vendite con imprese purpose driven	%	<10	>10

- Ci proponiamo di collaborare con Stranaidea attraverso l'erogazione di nostri servizi pro bono per migliorare l'efficacia ed efficienza del loro servizio e la gestione dello stress del loro personale
- Contiamo di proseguire con le donazioni a Stranaidea
- Contiamo di proseguire con il supporto ai progetti di riforestazione di zeroCO2
- Proseguire e ampliare gli interventi pro bono a favore di organizzazioni del Terzo Settore, valutando nuove collaborazioni oltre quella avviata con Stranaidea;
- Continuare il supporto a progetti ambientali, esplorando nuove iniziative di riforestazione o di tutela della biodiversità, sia in Italia sia all'estero;
- Monitorare KPI sociali e ambientali, migliorando la nostra capacità di valutare l'impatto generato;
- Sviluppare la cultura interna di sostenibilità, coinvolgendo maggiormente collaboratori e stakeholder nei valori Benefit;
- Comunicare in modo trasparente i risultati raggiunti e le aree di miglioramento, attraverso una Relazione d'Impatto ancora più completa e dettagliata.
- Offrire formazione o workshop a 10 prospect per migliorare la consapevolezza riguardo le cause dello stress e come gestirlo.
- Aumentare il numero di clienti che rinnovano gli incarichi a noi conferiti
- Acquisire 3 nuovi clienti, compresi quelli pro bono

- Aumentare il monte ore/uomo di formazione interna in setting formale del +X% rispetto al 2024 al fine di consolidare una cultura della consapevolezza attraverso lo sviluppo continuo delle competenze professionali e relazionali.
- Introdurre almeno 1 percorso strutturato annuale su tematiche coerenti con la mission (es. comunicazione empatica, benessere organizzativo, pratiche rigenerative) al fine di rafforzare allineamento valoriale e impatto nei processi di accompagnamento ai clienti.
- Incrementare la percentuale di progetti orientati al miglioramento delle relazioni interne e del clima organizzativo almeno al 40% del totale dei progetti attivati nell'anno, includendo anche attività sperimentali e percorsi su misura con componenti relazionali significative (es. CNV, team coaching, leadership collaborativa).
- Proseguire con la preferenza a fornitori locali per gli acquisti aziendali
- Aumentare progressivamente la quota di relazioni economiche (acquisti e vendite) con realtà che si riconoscono in un modello di impresa responsabile e purpose-driven — incluse Società Benefit, B Corp, cooperative sociali, ETS e altre organizzazioni che dimostrano attenzione all'impatto sociale e ambientale.
- Target 2025: superare il 10% di acquisti/vendite effettuati con realtà purpose-driven, identificabili sulla base di dichiarazioni statutarie, certificazioni, partnership attive o criteri ESG.

7) Conclusioni

Sviluppo Sostenibile e Responsabilità d'Impresa: I Nostri Risultati e Prospettive

Valutazione dei Risultati Conseguiti

La nostra analisi evidenzia che gli outcome sociali e ambientali raggiunti nell'esercizio rappresentano ancora una fase iniziale del percorso di trasformazione aziendale. Tuttavia, riconosciamo che l'adozione di pratiche di corporate responsibility, la trasparenza nella comunicazione agli stakeholder e l'allineamento strategico tra valori dichiarati e azioni implementate costituiscono già elementi distintivi del nostro posizionamento come impresa orientata alla creazione di valore condiviso.

Iniziative Strategiche in Corso

Le nostre attività si sono concentrate su:

Partnership e Network: Abbiamo sviluppato alleanze strategiche con organizzazioni quali ZeroCO2, rafforzando il nostro ecosistema di collaborazioni per l'impatto sociale e ambientale.

Corporate Wellness: Abbiamo implementato programmi di promozione del benessere organizzativo nelle aziende clienti.

Organizational Development: Abbiamo facilitato processi di sviluppo della consapevolezza organizzativa, elemento chiave per costruire configurazioni antifragili capaci di prosperare nell'incertezza e trasformare le sfide in opportunità di crescita.

Questi interventi, pur non ancora completamente quantificabili in termini di KPI tradizionali, costituiscono gli asset fondamentali per la generazione di impatto sistemico a lungo termine.

Roadmap Strategica

La nostra strategia futura si articola su tre pilastri:

Consolidamento dei Processi: Sistematizzazione e ottimizzazione delle metodologie operative per garantire scalabilità e replicabilità degli interventi.

Sviluppo di Progettualità a Valore Condiviso: Implementazione di iniziative che generino benefici tangibili per tutti gli stakeholder coinvolti.

Misurazione dell'Impatto: Adozione di framework di misurazione più sofisticati per quantificare con precisione il valore generato nelle sue diverse dimensioni.

Il Nostro Commitment

Manteniamo il nostro impegno verso l'ascolto attivo degli stakeholder, l'apprendimento continuo e il reinvestimento delle risorse nella costruzione di un ecosistema economico più sostenibile, consapevole e capace di generare prosperità intesa come un mutuo scambio al fine di generare un ecosistema dinamico, antifragile.

Riflessione Conclusiva

L'elevazione della consapevolezza nelle organizzazioni non rappresenta solo un obiettivo sociale, ma una leva strategica fondamentale per sviluppare quella che Nassim Taleb definisce "antifragilità" - non solo la capacità di un sistema di resistere agli shock, piuttosto quella di trarne beneficio reagendo per evolversi e rafforzarsi.

In un contesto di crescente complessità e volatilità, le organizzazioni che investono nello sviluppo della consapevolezza collettiva acquisiscono un vantaggio competitivo sostenibile, trasformando l'incertezza in opportunità di innovazione e crescita e in taluni casi possono essere sistemi di crescita per cellule autorganizzate come nei casi descritti da Frederic Laloux.

Il nostro ruolo è quello di essere catalizzatori di questa trasformazione, contribuendo all'emergere di una nuova economia fondata sulla consapevolezza, dove la prosperità aziendale invece che la crescita ad ogni costo e il benessere collettivo, invece che il benessere fasullo di pochi, convergono in un modello di sviluppo genuinamente e concretamente sostenibile.

Ringraziamo tutti gli stakeholder per la fiducia accordata e per il supporto al percorso di crescita responsabile di cui tutti siamo chiamati ad essere parte, nel percorso di vita, più o meno consapevolmente.