

*Il futuro appartiene a chi
sa cambiare insieme*

RELAZIONE DI IMPATTO

Redatta ai sensi dell'art. 1 c. 382 della Legge 208/2015

Esercizio dal 1° gennaio 2024 al 31 dicembre 2024

...Il nostro approccio è una fusione di ispirazione valoriale, esperienza pratica e rigore scientifico, che insieme formano un quadro robusto e flessibile per affrontare le sfide educative e sociali del presente. Questa metodologia complessa e ben ponderata favorisce una visione olistica e universale per affrontare le sfide in atto.

L'umano Algoritmo, Antonello Vedovato

Fondatore del progetto Edulife, 2024

SOMMARIO

LETTERA DEL PRESIDENTE	5
LETTERA DEL RESPONSABILE DI IMPATTO	7
INTRODUZIONE	9
CHI SIAMO	11
DOVE OPERA EDULIFE	12
CHI SONO I COLLABORATORI	13
IL CICLO DEL VALORE	16
STORIA DELL'AZIENDA	17
MODELLO DI BUSINESS	19
VALORI AZIENDALI	22
CERTIFICAZIONI	23
COLLABORAZIONI	24
SOCIETÀ BENEFIT E B-CORP	30
RESPONSABILE DI IMPATTO E FINALITÀ	32
CERTIFICAZIONE B-CORP	33
SDG'S	36
ANALISI DI MATERIALITÀ	37
OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE	39
GOVERNANCE	39
G.1 - Integrazione dell'impatto sui 5 pilastri delle iniziative programmate a favore dei clienti	39
G.2 - Modello organizzativo aggiornato (ISO 9001, 27001, d.lgs. 81, 231/2001, B Corp)	48
G.3 - Pubblicazioni ed iniziative editoriali (speech, pubblicazioni, eventi)	49
G.4 - Sinergie con Enti del Terzo Settore	50
G.5 - Qualificazione apicale del ruolo di responsabile di impatto	51
LAVORATORI	52
L.1 - Laboratori Formativi interni	52
L.2 - Estensione qualificata Smart Working	53
L.3 - Colloqui con il personale	54
L.4 - Iniziative di welfare (mensa, portatili, telefoni, part time)	54

L.5 - Assessment di rilevamento del benessere	55
CLIENTI FORNITORI	57
CF.1 - Analisi coinvolgimento ed impatto dei giovani in progetti con clienti	57
CF.2 - Analisi coinvolgimento e impatto sui giovani in progetti dedicati	58
CF.3 - Valutazione dei fornitori	59
CF.4 - Identificazione ambito territoriale di clienti e fornitori	60
CF.5 - Customer satisfaction	61
CF.6 - Scelta fornitore caffè etico	64
COMUNITÀ	66
C.1 - Istituti scolastici: attività di orientamento intra ed extra regionale	67
C.2 - Ripetibilità progetti e continuità nel tempo	67
C.3 - Progetto sociale Food Truck	68
AMBIENTE	69
A.1 - Data Center certificato	69
A.2 - Infrastruttura aziendale	70
A.3 - Parco auto aziendale	71
A.4 - Progetti di analisi energetica e piani di efficientamento dei consumi	72
A.5 - Adozione di tazze tè e tazzine caffè lavabili	72
QUALI AZIONI PER IL FUTURO	74
GOVERNANCE	74
LAVORATORI	75
CLIENTI/FORNITORI	76
COMUNITÀ	77
AMBIENTE	78
CONCLUSIONI	80

LETTERA DEL PRESIDENTE

Anche quest'anno desidero aprire con una riflessione tratta dalla recente edizione speciale della pubblicazione "**L'Umano Algoritmo**", realizzata dalla Fondazione Edulife ETS. Un intero capitolo è dedicato al tema della **Tempesta Perfetta**.

"Negli ultimi decenni, il mondo ha assistito all'accentuarsi di una serie di macro-divari che stanno ridisegnando il nostro futuro e compromettendo la stabilità globale. Queste crescenti disuguaglianze stanno mettendo a rischio la coesione delle comunità e la sostenibilità dei sistemi su cui si basa il progresso umano. In questo contesto, si delinea uno scenario di grande criticità per i nostri giovani. Stiamo vivendo una rottura intergenerazionale come mai prima d'ora. [...]"

L'intelligenza artificiale (IA), e in particolare l'IA generativa, sta portando a una trasformazione radicale nella società, nel mondo del lavoro e della produzione economica. [...]"

Di fronte alla tempesta perfetta, il mondo si trova a un bivio critico: affrontare queste sfide con decisione e innovazione o rischiare di precipitare in una crisi senza precedenti."

Oggi siamo nel pieno di questa **fase di profondo cambiamento**, che sta ridefinendo assetti economici, tecnologici e sociali su scala globale. In questo contesto, il ritorno al **senso** delle cose, e in particolare delle organizzazioni, assume un valore strategico. Il **coinvolgimento delle nuove generazioni** diventa un elemento essenziale per affrontare il futuro con maggiore consapevolezza, fiducia e speranza. Se lo scopo tattico delle organizzazioni rimane importante, il **senso strategico** emerge sempre più come una leva imprescindibile per guidare le leadership nella **complessità esponenziale**, accelerata dalla frattura intergenerazionale e dall'evoluzione dell'intelligenza artificiale.

Edulife ha raccolto questa sfida attraverso il **Capability Ecosystem 311**, attivo a Verona, Hangzhou (Cina) e Macas (Amazzonia dell'Ecuador). Accanto alla consolidata dimensione digitale e virtuale, si è sviluppata una forte attenzione alle **esperienze laboratoriali**, in presenza e immersive. Questa trasformazione rappresenta un'opportunità concreta di **crescita personale e organizzativa**, sempre più riconosciuta come essenziale da manager, imprenditori e professionisti di aziende di ogni dimensione.

In questo percorso, i **giovani** di 311 rivestono un ruolo centrale, contribuendo con il loro **pensiero laterale** e offrendo prospettive originali e innovative.

Tuttavia, non tutte le realtà – siano esse profit, del terzo settore o istituzionali – scelgono di adottare un approccio di **change management** così strutturale. Chi lo fa,

instaura con **Edulife** un rapporto che va oltre la semplice fornitura di servizi, trasformandosi in una **relazione di reciprocità** e vera e propria **partnership**. Questo rafforza il nostro impegno nel promuovere un modello innovativo di **gestione della complessità**.

La trasformazione di **Edulife** in **Società Benefit** non è stata, come spesso ribadiamo, un traguardo, ma una tappa di un percorso continuo, che ha trovato naturale prosecuzione nella **certificazione B-Corp**. Oggi guardiamo con attenzione anche al modello dell'**Impresa Sociale**, in un'evoluzione progressiva e consapevole e sempre in sinergia con la **Fondazione Edulife ETS**. Quest'ultima rappresenta per noi una fonte costante di ispirazione valoriale e innovazione, alimentando quotidianamente un approccio basato su apertura, ascolto, inclusione e partecipazione, rivolto a tutti i nostri stakeholders.

Questo secondo Report d'Impatto segna dunque il consolidamento del nostro modello organizzativo e strategico, gettando le basi per **nuove forme di governance**.

Desidero quindi ringraziare tutto il team di Edulife per l'impegno profuso nel perseguire **importanti obiettivi di beneficio comune**, mantenendo al contempo la sostenibilità economica e finanziaria dell'azienda in un contesto globale complesso e "tempestoso".

A tutti i lettori di questo report, **auguro un 2025 ricco di valore e impatto positivo**.



Francesco Trecate
Presidente Edulife Spa Società Benefit

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Francesco Trecate'.

LETTERA DEL RESPONSABILE DI IMPATTO

È trascorso un nuovo anno (il secondo) del percorso di valutazione di impatto iniziato nel 2023, e la strada percorsa ha sicuramente portato sia **soddisfazioni** che ancor più **consapevolezza** riguardo i risultati ottenuti e la necessità di proseguire con **nuovi obiettivi** sempre più sfidanti ma necessari.

Ricordo infatti che il tema dell'**impatto ESG** di un'impresa è ormai presenza quotidiana delle cronache economiche, ed impegnarsi alla sua reale verifica e valutazione è davvero un esercizio di come, oltre le parole, sia necessario raggiungere concretamente dei **risultati**.

All'incarico ricevuto dalla società di **responsabile di impatto**, durante il **2024** si è aggiunto anche quello, ancor più importante, di **amministratore delegato**, secondo un piano di crescita del **gruppo Edulife** che vede sempre più impegnati i soci fondatori in obiettivi sfidanti ma possibili.

Una condizione questa che è sempre più opportunità per dare concretezza alla sintonizzazione tra **obiettivi societari** in senso stretto e la loro **sostenibilità** appunto in ottica ESG.

Misurare l'impatto ricordo, per la storia di Edulife, significa in primis impegnarsi a continuare a **far emergere l'implicito** degli stili e delle scelte effettuate **nel corso di 24 anni di vita**. Opera che di anno in anno prende sempre più forma sia nelle azioni più strategiche che in quelle apparentemente di minor conto.

Ma le **finalità sociali, di governance e di attenzione all'ambiente** che la valutazione di impatto richiede e che fanno parte della nostra storia non bastano. Servono ulteriori obiettivi e scelte per realizzare un percorso che consideri, in tutte le loro dimensioni, la modalità con la quale l'azienda deve agire nel pieno rispetto degli **obiettivi EGS** con particolare riferimento ai **17 obiettivi** posti dall'Organizzazione delle Nazioni Unite.

Questo percorso ricordo ha un senso se con la nostra crescita riusciamo ad **accompagnare anche gli stakeholder** che, a vario titolo, abbiamo scelto per realizzare i nostri progetti di servizio che puntano a **migliorare costantemente l'apprendimento delle persone** in tutto l'arco della propria vita, sia essa professionale che sociale.

È infatti **fondamentale che in primis i collaboratori siano coinvolti**, perché solo assieme a loro i nostri servizi saranno veramente all'altezza delle attese dei clienti, che a loro volta si sentiranno sempre più appartenenti se sapremo condividere con loro questo nostro percorso.

A supporto delle nostre azioni, determinante è anche condividere le nostre scelte

con i fornitori i quali completano la **generazione di valore** che sappiamo esprimere e che, per questo, devono fornire servizi pienamente compatibili con gli obiettivi di impatto individuati.

Ricordo che, per dare **metodo** a questo nostro percorso di valutazione di impatto, oltre ad essere **Società Benefit** abbiamo scelto di misurare le nostre azioni secondo il modello del **progetto B-Corp**, che identifica ormai un movimento globale, il cui scopo è predisporre una misurazione delle **performance ambientali e sociali delle aziende**, allo stesso modo in cui si misurano i risultati economici delle stesse.

A riguardo, è opportuno precisare che la **“Certificazione B Corporation”** è un marchio che viene concesso in licenza da B Lab, ente privato no profit, alle aziende che, come la nostra, hanno **superato con successo il B Impact Assessment** (“BIA”) e soddisfano quindi i requisiti richiesti da B Lab in termini di **performance sociale e ambientale, responsabilità e trasparenza**, come è ben esplicitato nella pagina dedicata del nostro sito istituzionale.

Nel darsi un metodo ricordo che la verifica di impatto è stata impostata secondo cinque pilastri: **Governance, Lavoratori, Clienti e Fornitori, Comunità, Ambiente**. Modello, questo, che seguiremo in questa relazione per presentare i risultati raggiunti nel 2024 e gli obiettivi che ci siamo posti per il 2025.

Concludo rinnovando l'**augurio di una buona lettura** auspicando che lo sforzo compiuto di redazione di un documento divulgativo **dedicato alle persone** ed alle **organizzazioni** con le quali vogliamo continuare questa avventura, possa essere confermato anche in questa edizione.



Enrico Oliosio
Responsabile di impatto Edulife Spa Società Benefit

INTRODUZIONE



La presente relazione di impatto è stata redatta ai sensi della Legge italiana n. 208 del 28-12-2015, Commi 376-384 relativa alle Società Benefit: in quanto tale, **Edulife** ha incorporato tale qualifica a dicembre 2022, integrando lo Statuto facendo convergere gli obiettivi di profitto imprenditoriali dell'azienda con **obiettivi sociali, di trasparenza e di sostenibilità ambientale** al fine di favorire sempre più la creazione e generazione di un impatto positivo.

Come **Società Benefit** dunque, abbiamo misurato i nostri contributi in termini di valore generato **nel corso del 2024** (periodo di rendicontazione dal 1° gennaio 2024 al 31 dicembre 2024), per poi pianificarne e delinearne gli sviluppi futuri; con questo documento abbiamo la possibilità di raccontare a tutti i nostri stakeholder il nostro operato, volto a dare voce e forma alla nostra vocazione: **creare valore condiviso**, il tutto guardando con attenzione al **grande cambiamento** esistente nell'epoca in cui viviamo.

Con questa seconda relazione continua il nostro percorso, accomunato anche dal riconoscimento ricevuto a luglio 2023 e dato dall'**ottenimento della certificazione B-Corp**: un risultato che ci mette nelle condizioni di **misurare il nostro impatto** rispetto ai **17 obiettivi 2030** dell'Organizzazione delle Nazioni Unite grazie allo strumento messo a disposizione denominato **SDG Action Manager** che con particolare consapevolezza si sta progressivamente adottando.

Certificazione



Corporation

Per essere correttamente redatta ai sensi dell'art. 382 della L. 208/2015 la stessa deve includere:

- a)** la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;
- b)** la valutazione dell'impatto generato utilizzando lo standard di valutazione esterno con caratteristiche descritte nell'allegato 4 annesso alla citata legge e che comprende le seguenti aree di valutazione:
 - 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 alle politiche e pratiche adottate;
 - 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;
 - Altri portatori d'interesse, per valutare le relazioni della società con i propri fornitori, 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;
 - Ambiente, per valutare gli impatti della in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, uso e consumo e fine vita.
- c)** una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

Il presente documento è la testimonianza del nostro impegno ed è il racconto tangibile di come le nostre finalità di beneficio si declinino in azioni e in obiettivi di miglioramento, delineati anno dopo anno e che nelle prossime pagine verranno analizzati in modo analitico, chiaro ed esplicitando il senso del nostro modo di operare.

CHI SIAMO

Edulife nasce nel 2001 da un gruppo di fondatori ancora oggi presenti e accomunati dalla stessa visione e dallo stesso sogno creativo: importanti soci di dimensione mondiale, oltre ai soci fondatori e ad un venture capital: operiamo sul territorio nazionale e internazionale con le definite competenze nell'ambito dell'apprendimento e dello sviluppo dei talenti oltre che con i servizi informativi e digital.

Da ormai 24 anni aiutiamo le aziende ad affrontare il cambiamento progettando e sviluppando percorsi orientati alla crescita delle persone mettendo a disposizione il nostro know-how ed il nostro metodo e lo realizziamo attraverso una serie di servizi e di prodotti personalizzati su misura del cliente.

In particolare con:



Attività di **consulenza e laboratori formativi** rivolti alle organizzazioni che mirano alla progettazione di percorsi con l'obiettivo di incrementare e ampliare le competenze e le capacità delle persone



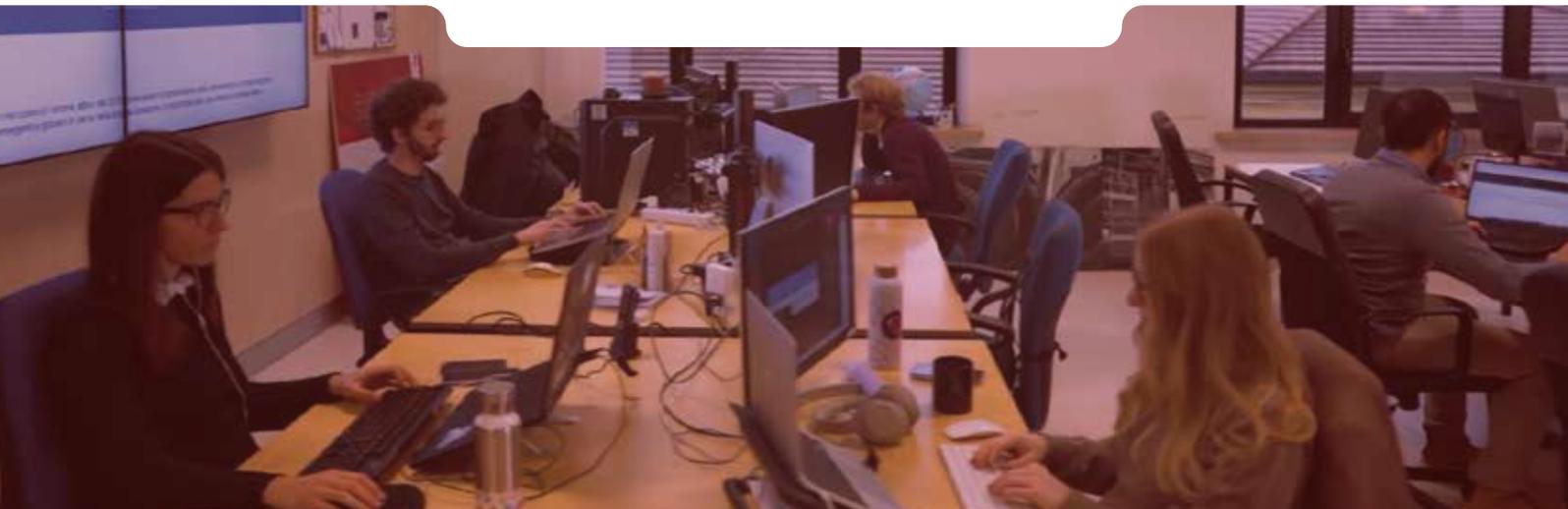
Sviluppo di modelli esclusivi di crescita e mappatura delle competenze a supporto della formazione di strutture interne, reti commerciali e post vendita



Progettazione e sviluppo di infrastrutture tecnologiche e-learning per la formazione, oltre che di contenuti digitali finalizzati all'apprendimento

Tutti questi prodotti e servizi sono completamente **personalizzabili**, pensati e costruiti sulle esigenze del cliente.

DOVE OPERA EDULIFE



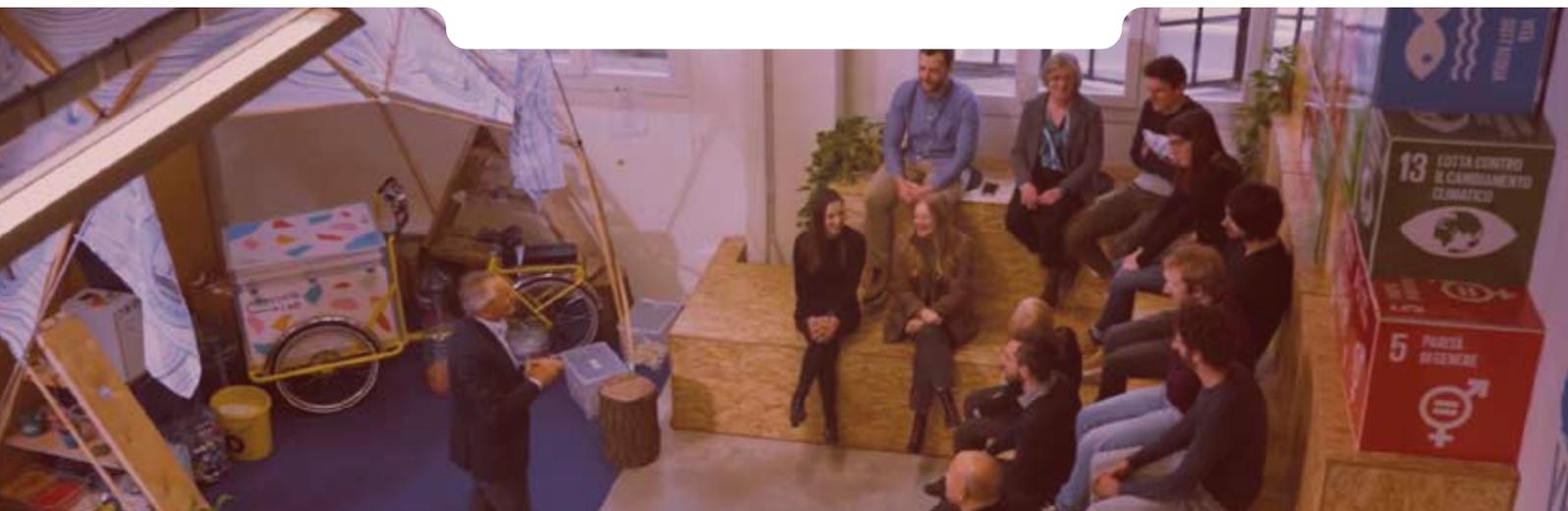
Il luogo di riferimento dove opera Edulife è in Italia ed in particolare a Verona, presso l'ecosistema 311Verona. Qui Edulife ha collocato la propria sede e favorito la fondazione del progetto "311Ecosistem": si tratta di uno spazio di ricerca operativa, un Learning Accelerator, focalizzato sul percorso di maturazione delle capacità negli ambiti della comunicazione, dell'ingegneria del software e delle tecnologie cognitive.

È partecipato da giovani e da imprese che, in una logica di contaminazione e reciprocità, operano quotidianamente attivando forme di apprendimento non formali e informali.

L'Italia è il principale territorio dove opera Edulife e la relazione con clienti presenti su mercati internazionali esprime la capacità di fornire servizi, anche in contesti di mercato e di bisogni culturali e sociali, specifici.

CHI SONO I COLLABORATORI

Edulife progetta e realizza i propri servizi a supporto dell'apprendimento delle persone grazie ad un team di collaboratori con diverse competenze e con caratteristiche professionali e valoriali coerenti con la finalità. L'organizzazione è articolata in **sette aree**:



La **direzione**, ha il ruolo di indirizzo, gestione ed organizzazione con: Francesco Trecate (presidente e socio fondatore), Enrico Oliosio (amministratore delegato e socio fondatore), Emilia Leopardi Barra (socio), Antonello Vedovato (socio fondatore)



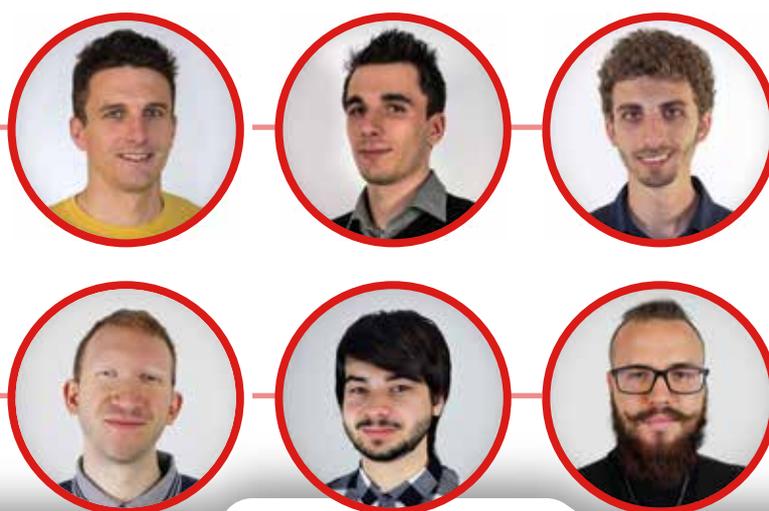
L'**amministrazione** ha il ruolo di gestione contabile e di corretta amministrazione della società con Laura Soato



L'area **metodologie didattiche e formazione** ha il ruolo di analizzare ed applicare in ogni progetto formativo l'approccio metodologico del ciclo del valore con Enrico Oliosio e Susanna Molon



L'area **commerciale** ha il ruolo di promuovere i servizi e gestire la relazione con i clienti: Emilia Leopardi, Francesco Trecate, Luca Mancini, Carlo Gagliardi e Francesca Merli (fino a settembre 2024)



L'area **tecnologie digitali** ha il ruolo di declinare in soluzioni tecnologiche digitali i bisogni di ogni progetto di academy aziendale con: Luca Trevisani, Andrea Beltrame, Andrea Meoni, Michele Bertolotto, Andrea Zanchettin, Denis Azamfiroaei



L'area **contenuti digitali** ha il ruolo di interpretare e creare con efficacia i contenuti che caratterizzano i progetti formativi con: Giovanni Veneri, Andrea Zamboni e Simona Vielmi (fino a dicembre 2024)



L'area **assistenza al cliente** ha il ruolo di accompagnare i clienti nell'esperienza di fruizione dei servizi forniti con: Susanna Molon, Deborah Turco, Francesca Merli, Carlo Gagliardi (fino a settembre 2024)

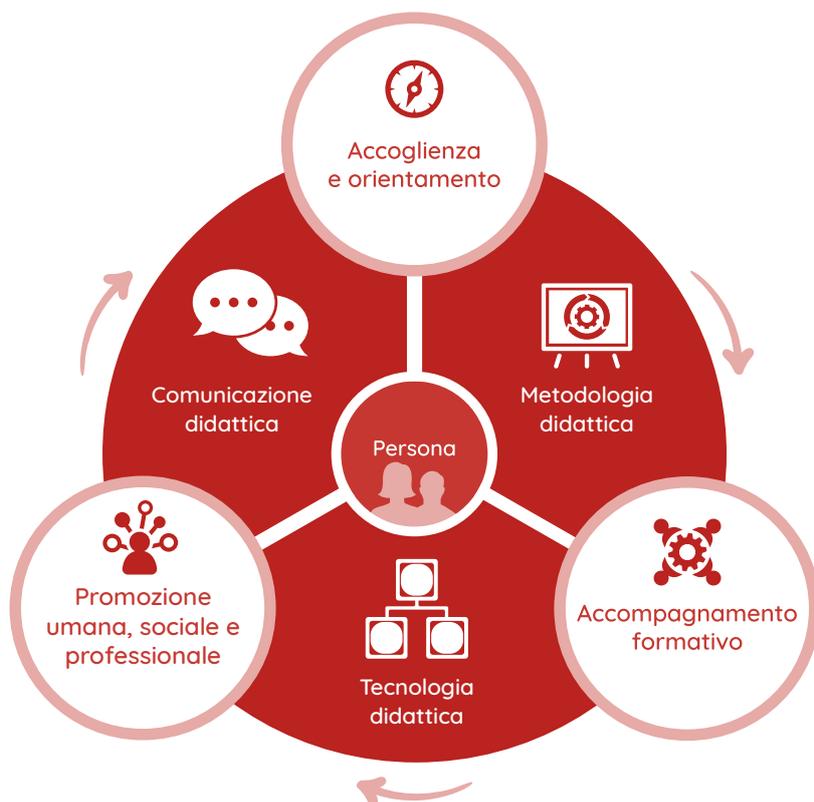
IL CICLO DEL VALORE

Ciò che caratterizza Edulife nei suoi servizi è la capacità di applicare, nell'analisi e nello sviluppo di ogni progetto, un metodo: il "Ciclo del valore". Esso è frutto di decenni di ricerca e sperimentazione nell'ambito degli apprendimenti, e rappresenta un modello integrato che mira a sviluppare la persona in modo olistico, prendendo in considerazione il **sapere essere, saper fare e saper agire**.

L'accoglienza e l'orientamento è il saper essere: questa dimensione enfatizza l'importanza di creare un ambiente in cui ogni persona si senta accolta, valorizzata e compresa. Il "saper essere" va oltre la mera presenza; implica l'ascolto attivo, l'empatia e la capacità di stabilire relazioni autentiche, creando un clima di fiducia e rispetto reciproco.

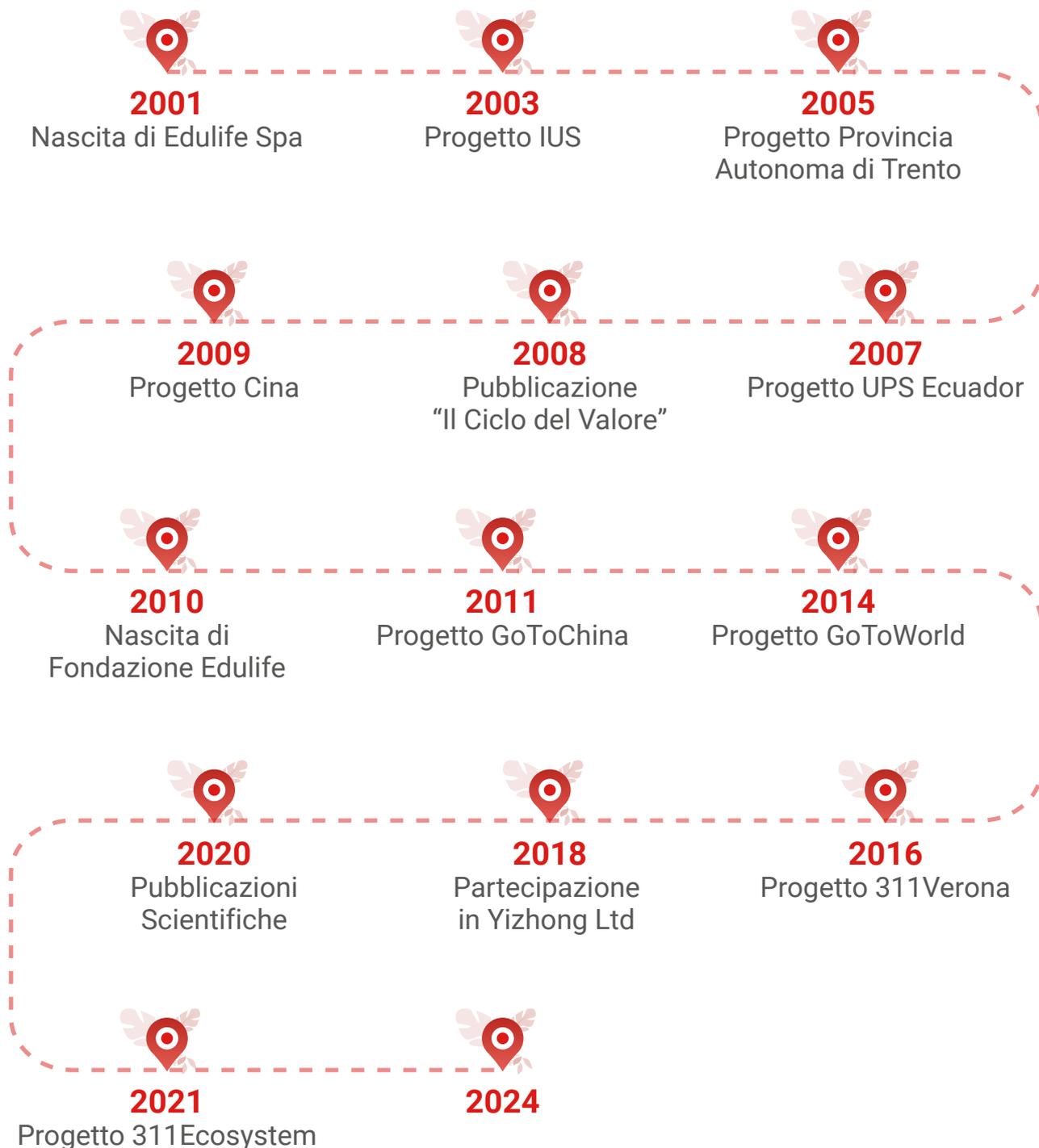
L'accompagnamento formativo è il saper fare: questa fase si concentra sulla consapevolezza della persona, fornendo gli strumenti e le competenze necessarie per prendere decisioni informate e responsabili. Il "saper fare" implica una comprensione profonda delle proprie capacità e passioni, nonché la capacità di affrontare un mondo in continua evoluzione.

La **promozione umana, sociale e professionale è il saper agire:** questa dimensione mira a sviluppare la persona in un contesto più ampio, considerando non solo le sue aspirazioni personali ma anche il suo ruolo nella società. La promozione umana, sociale e professionale incoraggia le persone a diventare cittadini significativi e persone spiritualmente consapevoli.



STORIA DELL'AZIENDA

Numerosi sono i traguardi che in questi 24 anni abbiamo avuto il piacere e l'orgoglio di raggiungere.

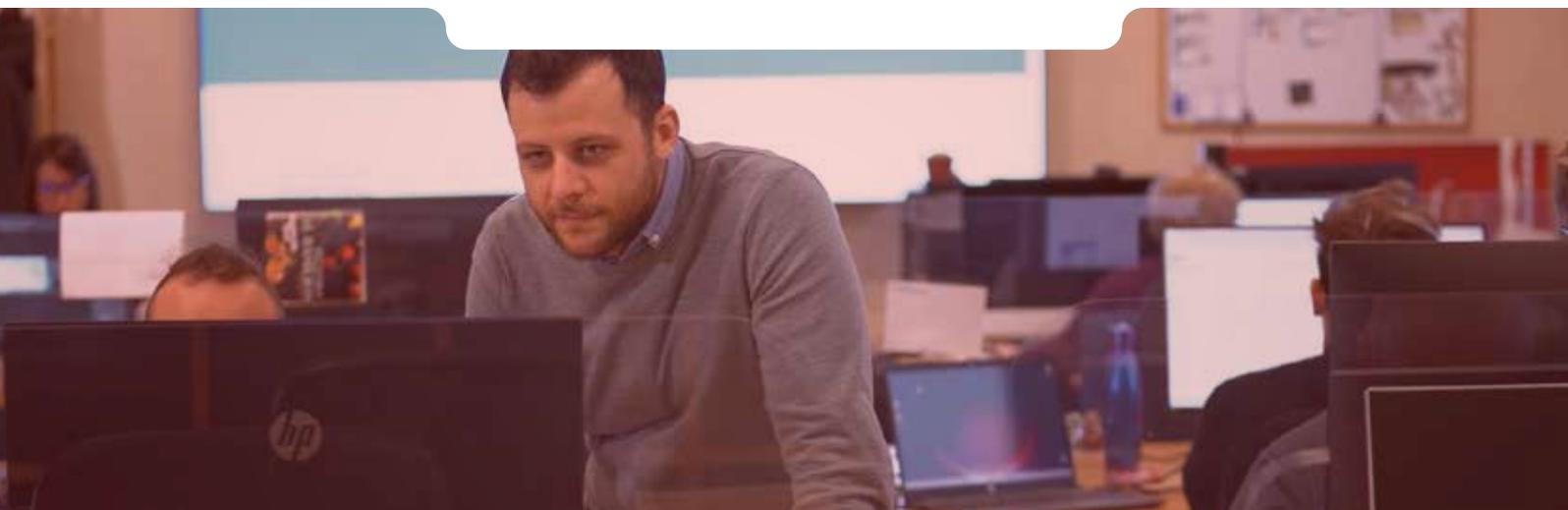


Il cronogramma della nostra storia è disponibile sul sito web alla pagina <https://edulife.it/azienda/>

2024

La nostra storia nel 2024 è proseguita con un'importante evoluzione legata ad una nuova interpretazione delle tecnologie più innovative e disruptive, quali l'Intelligenza Artificiale Generativa. È stato infatti realizzato il progetto LIA "Learning Improve Assistant", un agente AI in grado di supportare l'apprendimento della persona facilitando l'individuazione di risposte a domande e bisogni specifici secondo modelli di apprendimento validati da esperti di contenuto.

Sempre nel 2024 si è consolidata l'evoluzione del modello di portale Edulife orientato alle soluzioni di User Experience più attuali realizzando il progetto "Ecosistema digitale" per favorire in modo sempre più efficace la raccolta e la condivisione di buone pratiche.



MODELLO DI BUSINESS

Edulife è una società che opera principalmente nel settore dei servizi formativi per il mondo corporate e medie imprese, con una particolare attenzione all'innovazione nell'ambito dell'apprendimento e dello sviluppo dei talenti.

L'esperienza e la professionalità decennale è riconosciuta anche dalla qualifica di ente accreditato presso la Regione Veneto per la formazione continua.

In particolare i servizi proposti riguardano:

Consulenza

Il nostro team affianca le imprese nella costruzione di un **piano formativo** centrato sulle proprie necessità.

La nostra metodologia valorizza l'**apprendimento** centrato sulla persona come strumento di crescita professionale.

La nostra proposta di **laboratori** esperienziali bottom up fondati sul cambiamento e sul confronto, consente di far emergere soluzioni innovative e le potenzialità nascoste delle imprese.

Il supporto alla costruzione di **academy** contribuisce allo sviluppo della mission e della cultura aziendale, dove le persone mettono in condivisione le proprie conoscenze, competenze e capacità.

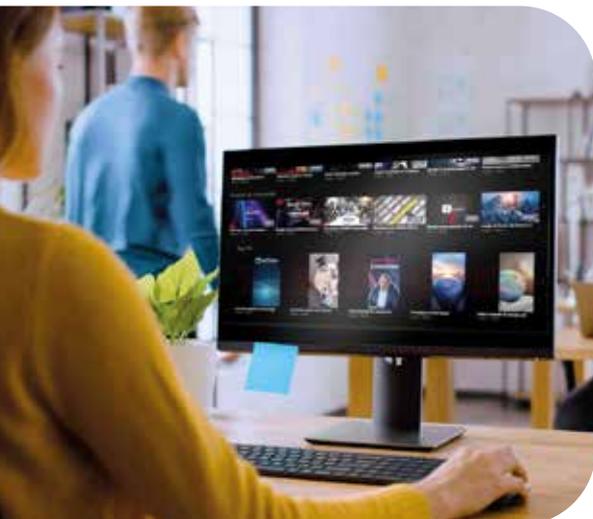


Piattaforme e tecnologie

Una **piattaforma** completamente personalizzabile ed infrastrutture tecnologiche innovative consentono di gestire al meglio i percorsi di formazione della propria Academy aziendale.

Questo è possibile grazie alla nostra piattaforma e-learning LCMS completamente personalizzabile in funzionalità e interfaccia con sistemi di tracciatura SCORM e xAPI integrati.

La piattaforma Edulife integra inoltre un sistema di certificazione della formazione



con crediti formativi riconosciuti (es. ECM, Commercialisti, Consulenti del Lavoro,...) ed è inoltre conforme a tutte le disposizioni dettate dalla normativa IVASS (per le Imprese di Assicurazione).

Grazie alla reportistica dedicata forniamo funzionalità di verifica dei risultati ed elaborazione di report personalizzati e specifici, conformi anche alle disposizioni IVASS e FBA.

Organizziamo **aule virtuali** come luoghi di apprendimento digitale dove la distanza fisica non è oggi un ostacolo.

Utilizziamo la **Realtà Aumentata** per l'arricchimento della realtà mediante contenuti formativi veicolati con supporti digitali fruibili da un'app totalmente personalizzabile.

Forniamo sistemi innovativi e personalizzati di **monitoraggio** delle competenze, capacità e attitudini delle persone nell'organizzazione.

Applichiamo l'**Intelligenza Artificiale Generativa** fornendo agenti AI in grado di supportare l'apprendimento della persona attraverso l'individuazione di risposte a domande e bisogni specifici secondo modelli di apprendimento validati da esperti di contenuto.

Forniamo un portale di **gestione della formazione** con le soluzioni personalizzate di User Experience più attuali per favorire in modo sempre più efficace la raccolta e la condivisione di **buone pratiche**.

◀ **Contenuti digitali**

Elaboriamo i contenuti ed i corsi e-learning affinché il **visual** diventi un efficace supporto per l'apprendimento.

Abbiamo capacità di analisi dei contenuti e sviluppiamo **corsi e-learning LCMS** completamente personalizzabili con sistemi di tracciatura SCORM/xAPI.

Curiamo la produzione di **video** orientati alla formazione come: tutorial, video animati, interviste, video operativi, ecc.



Rielaboriamo graficamente contenuti complessi per renderli più semplici e fruibili.

Sviluppiamo soluzioni di corsi in modalità **e-learning** integrati con tecnologia 360°, per una immersività e personalizzazione uniche.

Applichiamo la **gamification** utilizzando un insieme di logiche e di meccaniche di coinvolgimento tipiche dei giochi, applicate all'apprendimento.

Utilizziamo **strumenti di IA** per interpretare al meglio e migliorare la realizzazione di contenuti didattici efficaci.



Assistenza (EGS)

Diamo **supporto a 360°** per accompagnare l'esperienza formativa delle comunità di apprendimento aziendali.

Forniamo supporto a livello di organizzazione, gestione e regia delle **aule virtuali** curando il rapporto con i docenti e con i partecipanti.

VALORI AZIENDALI

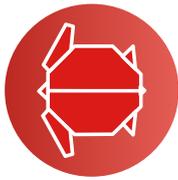
I 10 valori in cui crediamo costituiscono il decalogo dei valori di Edulife:



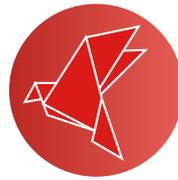
Fiducia



Generosità



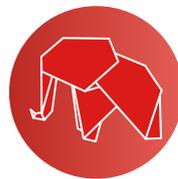
Umiltà



Libertà



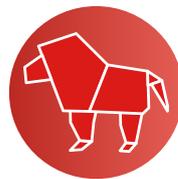
Rispetto



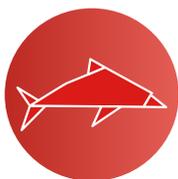
Sincerità



Equità



Coraggio



Onestà



Bellezza

Questi valori ci accompagnano tutti i giorni e ci orientano nelle azioni che decidiamo di intraprendere.



CERTIFICAZIONI

Edulife dispone di un fitto set documentale che comprende la nostra politica integrata ed il codice etico aziendale, oltre ad una serie di certificazioni possedute e rinnovate da diversi anni che esprimono il modello di gestione aziendale presente.

Le certificazioni in possesso sono presentate nella home page del sito web <https://edulife.it/>



ISO 9001:2015



ISO 27001:2013



D. Lgs. 231/2001



GDPR



Whistleblowing



ISO 31000:2018



Accreditamento
Formazione Continua
Regione Veneto



Certificazione
UNI/PdR 125:2022

● **Certificazione della parità di genere secondo la UNI/PdR 125:2022**

Edulife nel 2024 ha conseguito la recente certificazione della parità di genere secondo la normativa europea UNI/PdR 125:2022. Si tratta di un processo che aiuta le organizzazioni a creare un ambiente di lavoro più equo e inclusivo e si basa su di una serie di criteri che riguardano l'organizzazione nel suo complesso, come la sua cultura, le sue politiche e le sue pratiche.

COLLABORAZIONI

Edulife opera in un contesto di continua ricerca e sviluppo di modelli di apprendimento e di capacitazione delle persone con approccio pragmatico orientato alla proposizione ed applicazione dei risultati raggiunti alle organizzazioni che riconoscono il valore delle soluzioni proposte.

Per raggiungere questi obiettivi, ha definito, nel corso degli anni, una serie di collaborazioni sia sul lato della ricerca e sviluppo che su quello della proposizione dei servizi offerti.

Fondazione Edulife ETS

Fondazione Edulife attraverso progetti di ricerca rivolti ai giovani fa emergere costantemente buone pratiche generando innovazione nell'ambito degli apprendimenti nei contesti non formali, informali e formali.

Fondazione Edulife ha un ruolo importante nella ricerca scientifica di metodologie didattiche innovative e ha realizzato negli anni alcune pubblicazioni scientifiche che sono la base su cui poggiano tutte le metodologie applicate da Edulife Spa nei progetti co-costruiti con i propri clienti.



Il Ciclo del Valore: Innovazione e qualità dell'insegnamento nella formazione superiore

La pubblicazione nasce da una esperienza di Edulife con le IUS (Istituzioni Universitarie Salesiane). Questo progetto ha rappresentato per Edulife Spa una chiave di innovazione metodologica sostenuta e alimentata da un ambiente virtuale di apprendimento collaborativo (AVAC) integrato con strumenti specifici per la finalità della ricerca (es. HRM – Human Resource Management, Didablog, ecc.).

La caratterizzazione internazionale e interculturale del progetto ha posto una serie di bisogni trasversali che hanno permesso alla Fondazione Edulife di fare una ricerca scientifica e ad Edulife Spa di avviare un processo di accelerazione sia sul fronte degli strumenti che del metodo.

Il ciclo del valore è diventato per Edulife Spa una guida che utilizza sia per i progetti interni che per i progetti con i clienti.



Talentuosità implicite innovazioni esplicite: biografia di un imprenditivo dell'innovazione sociale

Attraverso il racconto della vita personale e professionale del fondatore di Edulife, viene raccontata anche la storia della società ripercorrendo tutte le tappe più significative del progetto Edulife dove, attraverso un processo bottom-up, progetto, azione e riflessione accompagnano le esperienze formative e conducono Edulife a cogliere nell'innovazione il punto di svolta ripensato della formazione.

Dalla pubblicazione emerge che il dominio in cui si muove Edulife Spa diventa quello della Pedagogia nel Lavoro dove è indispensabile interpretare le esperienze professionali leggendo con attenzione i grandi cambiamenti riguardo la generazione del valore a favore dell'Essere Umano.



Capability Ecosystem: l'ecosistema per l'innovazione e la formazione

La pubblicazione cerca di capire da dentro, quello che di 311 Verona viene narrato dall'esterno.

Partendo dal cambiamento avvenuto nel mondo del lavoro con l'ingresso delle tecnologie convergenti e la conseguente radicale modificazione dei processi produttivi, si racconta la genesi della nascita del progetto 311Verona, per avviare un profondo cambiamento e una discontinuità nell'economia.

311 Verona diventa anche la casa di Edulife Spa, il luogo in cui ogni giorno Edulife grazie alla contaminazione di giovani, imprese e professionisti, le persone di Edulife si contaminano e si interrogano.

Le pubblicazioni scientifiche della Fondazione Edulife sull'accelerazione dell'apprendimento e sulla gestione dei talenti sono state, tra l'altro, materiale di studio e di approfondimento per Edulife Spa che costantemente accompagna i propri clienti in un contesto che richiede un sempre crescente sforzo in termini di change management.



L'Umano Algoritmo: una sintesi dello stato dell'arte della metodologia Edulife

Nel 2023 Edulife ha partecipato alla fase di redazione e di stampa della pubblicazione "L'Umano Algoritmo" il cui autore è il socio fondatore Antonello Vedovato, su iniziativa della Fondazione Edulife.

"L'umano algoritmo" emerge come un compasso orientativo, delineando una mappa e fornendo coordinate chiare e esplicite per navigare la complessa responsabilità che noi, in qualità di adulti, affrontiamo nel relazionarci con i giovani.

Quest'opera, confezionata in forma di pamphlet, manifesta l'intento dell'autore di condividere una raccolta di pensieri chiave, un taccuino di annotazioni essenziali che mettono in risalto i principi fondamentali per decifrare il significato profondo della nostra presenza consapevole e ponderata nel mondo dei giovani.

Il testo, con umiltà, non si propone come detentore di verità assolute, ma ambisce a facilitare il percorso dei giovani nella rivelazione del loro progetto esistenziale, tracciando con limpidezza e sintesi i passaggi essenziali per sviluppare un rapporto costruttivo e reciprocamente arricchente tra generazioni differenti.

Si tratta di un percorso esplorativo attraverso le sfide e le possibilità che il nostro tempo ci presenta, un dialogo aperto e sincero volto a edificare, congiuntamente, un avvenire più luminoso e equilibrato.

"L'umano algoritmo" è un invito alla riflessione, un dialogo tra le pagine che stimola la mente e il cuore, spingendo ogni lettore a interrogarsi sul proprio ruolo e sulla propria responsabilità nel tessere relazioni significative con le nuove generazioni.

È un viaggio che attraversa temi universali, unendo punti di vista diversi in un discorso armonico e coeso, con l'aspirazione di contribuire alla costruzione di un mondo in cui ogni persona possa realizzare il proprio potenziale e vivere in sintonia con gli altri.

Yizhong-Edulife Cina

Yizhong-Edulife è una consociata facente parte della visione comune del Progetto Edulife. La presenza in Cina è attiva dal 2011 e la collaborazione sistematica ha permesso ad Edulife di sviluppare opportunità sia sul tema della ricerca metodologica e tecnologica che della formazione dei giovani e degli adulti, grazie a laboratori di sperimentazione direttamente applicate sul campo con la presenza di persone di Edulife.

Yizhong-Edulife ha il proprio quartiere generale ad Hangzhou dove sono presenti gli uffici tecnici, di innovazione e di coordinamento delle varie progettualità attivate.



La sperimentazione di metodologie di valorizzazione degli apprendimenti e delle capacità delle persone in un contesto culturalmente diverso come quello cinese ha permesso di potenziare l'attività di ricerca stessa e di perfezionarla nel modello, favorendo una maggiore capacità e maturità nelle modalità di applicazione all'interno dei servizi erogati sia in Italia che in Cina.

L'obiettivo è di innovare le metodologie didattiche ed i curricula, valorizzando le competenze degli insegnanti e rispondendo ai bisogni degli studenti. L'approccio educativo è orientato alle competenze, utilizzando unità di apprendimento come strumento per valutare il raggiungimento degli standard stabiliti dal quadro europeo delle qualifiche (EQF).

Un esempio significativo dell'operato di Yizhong-Edulife è la collaborazione con il programma TechPro², sponsorizzato da aziende come FCA e CNH Industrial, diffuso in cinque continenti con 58 centri di formazione, uno dei quali in Cina. Nel 2014, il progetto è stato attivato nella scuola tecnica di Changshan, con la creazione di un nuovo laboratorio Automotive dotato di tecnologie innovative, l'introduzione di nuove metodologie formative e contenuti specialistici in linea con gli standard internazionali.

Nel 2018, Yizhong-Edulife ha collaborato con CNH Industrial per estendere il programma TechPro² nelle province agricole del nord della Cina ad Harbin e nella regione dello Xinjiang ad Ürümqi, fornendo formazione tecnica e metodologica attraverso i locali Agriculture Vocational Technical College. Questo programma mira a fornire ai giovani locali competenze preziose nella riparazione e manutenzione delle attrezzature industriali, preparandoli per future carriere nel settore.

Yizhong-Edulife opera anche a Yanji (Confine con la Corea del Nord) ed a Yanqing (Pechino) in altrettanti progetti di sviluppo delle capacità sociali e professionali dei giovani a favore della realizzazione del proprio progetto di vita come protagonisti dello sviluppo economico locale.





Nel 2024 Yizhong-Edulife ha attivato un nuovo progetto denominato “Parenting”, un progetto di accompagnamento dei genitori per favorire la valorizzazione degli apprendimenti e delle capacità dei propri figli in un contesto sociale sempre più sfidante.

Università Politecnica dell’Ecuador

La collaborazione con l’Università Politecnica Salesiana è nata grazie ad un progetto avviato nel 2011 di formazione dei docenti delle IUS in America Latina e in particolare in Ecuador, realizzato in collaborazione con Fondazione Edulife ETS.

A questo progetto sono poi seguite relazioni strategiche di studio ed approfondimento del rapporto antropologico dell’umano con la natura grazie alla presenza di UPS a Macas, nel cuore dell’Amazzonia. Questo grande progetto è ancora in fase di sviluppo ed intende contribuire a far evolvere i modelli di apprendimento finora sviluppati grazie alla loro verifica e sperimentazione in luoghi come l’Amazzonia, dove la natura mantiene il suo ruolo centrale di dono sacro e irrinunciabile per il bene dell’umanità, rispetto al contesto antropocentrico del contesto occidentale nel quale Edulife opera quotidianamente.

Gli obiettivi di questa collaborazione sono quindi orientati al perfezionamento di modelli metodologici originali che favoriscono lo sviluppo integrale della persona, superando le dimensioni di condizionamento determinate dall’applicazione acritica delle tecnologie digitali.



Consorzio Go to World

Il Consorzio nasce per aiutare le PMI nei processi di internazionalizzazione e innovazione attraverso l'attivazione dei territori di riferimento, con nuove formule di impatto sociale ed economico, coinvolgendo stakeholders pubblici e privati.



Edulife Spa è socia del Consorzio assieme a IC&Partner, società di consulenza per l'internazionalizzazione che opera accanto alle imprese supportandone il processo di ingresso o di sviluppo sui mercati esteri attraverso una estesa rete di uffici in 56 paesi. La scelta di un consorzio con questa società nasce dalla condivisione con Edulife delle finalità legate al riconoscimento della persona come soggetto centrale di ogni modello di sviluppo.

SOCIETÀ BENEFIT E B-CORP

Essere benefit significa che, nell'esercizio tradizionale della propria attività economica, si persegue, oltre alla ricerca del profitto, anche delle precise finalità di beneficio in ambito sociale e ambientale, volte al voler operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti degli stakeholder interni ed esterni l'impresa.

La forma giuridica delle società benefit è stata introdotta in Italia a partire dal 2016, il primo paese al mondo dopo gli Stati Uniti: sono società a scopo di lucro che, nel perseguire la massimizzazione del profitto si impegnano, al contempo, a creare e restituire valore non solo internamente ma anche esternamente. Una società benefit dunque si pone volontariamente nell'ottica di generare un impatto positivo sull'ambiente e sulla comunità, considerando la necessità di un bilanciamento degli interessi di stakeholder e shareholder.



Ad oggi le società benefit in Italia sono 4.593 le società Benefit con una crescita del 27% e rappresenta un fenomeno in continua crescita grazie alla sempre maggiore consapevolezza, visione e perspicacia delle aziende che vedono nelle tematiche ESG un volano di sviluppo e crescita continui.

Edulife ha ottenuto la qualifica di società benefit a dicembre 2022 a seguito di una precisa volontà di dare formalizzazione e valorizzazione ad un modo di essere e operare tanto insito nelle attività di impresa quanto nell'agire della governance: ed è così che, dopo una attenta analisi e identificazione di quei temi considerati direttamente collegati con le operazioni aziendali, che sono stati definiti alcuni obiettivi di beneficio comune ritenuti significativi.

In particolare sono stati 5 gli obiettivi di beneficio comune identificati, uno per ogni pilastro di sostenibilità considerato.

Gli stessi sono di seguito riportati:



Governance

Sviluppare e promuovere progetti sostenibili di impatto sociale attraverso un coinvolgimento attivo dei giovani, in autonomia, con i propri soci e con le proprie partecipate, nell'ambito della cittadinanza attiva, della cittadinanza digitale e della cittadinanza nelle economie e nei territori per il bene comune. Sensibilizzare, comunicare e promuovere, anche con la partecipazione a conferenze e seminari, la cultura della responsabilità sociale.



Lavoratori

Perseguire il benessere del personale, creando un luogo di lavoro idoneo a favorire la crescita umana e professionale nella sostenibilità e nella coerenza fra i progetti di vita dei collaboratori e lo scopo e il senso della visione di Edulife.



Clienti-Fornitori

Sviluppare servizi e soluzioni integrati con le tecnologie adattive finalizzati agli apprendimenti informali, non formali e formali, a supporto dell'accoglienza delle inclinazioni, dell'orientamento alla scelta, dell'accompagnamento formativo e della promozione umana e professionale dei beneficiari.



Comunità

Collaborare in modo strutturato e duraturo con organizzazioni non profit, fondazioni ed enti del terzo settore in generale, il cui scopo sia allineato e sinergico con quello di Edulife, al fine di contribuire attivamente allo sviluppo delle cittadinanze nei contesti del lavoro e dei territori.



Ambiente

Ideare, progettare, implementare e supportare servizi e soluzioni con criteri condivisi per la prevenzione e la riduzione dei relativi impatti ambientali.

RESPONSABILE DI IMPATTO E FINALITÀ

Ai sensi del comma 380 della Legge 208/2015 nelle Società Benefit è istituito un nuovo ruolo in azienda, quello del responsabile di impatto, a cui è affidato il compito di contribuire a far sì che la società, nello svolgere le proprie attività, si impegni a generare un impatto positivo nei confronti di dipendenti, comunità, ambiente e stakeholders, perseguendo le finalità di beneficio comune dichiarate nel proprio statuto.

Tale ruolo può essere interno o esterno all'azienda, oltre che svolto da un singolo soggetto o più soggetti i quali siano dotati di competenze di carattere economico-aziendale, giuridico o tecnico: le stesse consentono di poter direzionare e coadiuvare le attività benefit nell'anno, controllarne il perseguimento e affiancare l'organo amministrativo nella valutazione dell'impatto delle attività sulla comunità o sull'ambiente e nel bilanciamento tra interessi dei soci, beneficio comune e interessi degli stakeholder.

Tale incarico, per la nostra società, è stato conferito al dottor Enrico Oliosio.



LO STRUMENTO DI VALUTAZIONE E LA CERTIFICAZIONE B-CORP

Una società benefit deve costantemente monitorare e misurare i risultati ottenuti e, nell'allegato 4 della Legge 205/2015, è specificato che la valutazione dell'impatto generato deve essere effettuata utilizzando uno standard di valutazione esterno con precise caratteristiche. In particolare, lo standard deve essere:



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.



Sviluppato da un **ente indipendente**, non controllato dalla società benefit o collegato con la stessa.



Credibile, perché sviluppato da un ente che:

- a) dispone delle competenze necessarie per valutare l'impatto sociale e ambientale delle attività di un'azienda nel suo complesso;
- b) utilizza un approccio scientifico e multidisciplinare per sviluppare lo standard, prevedendo eventualmente anche un periodo di consultazione pubblica.



Trasparente, perché le informazioni che lo riguardano sono rese pubbliche.

In particolare:

- a) i criteri utilizzati per la misurazione dell'impatto sociale e ambientale;
- b) le ponderazioni assegnate ai diversi criteri di misurazione;
- c) l'identità degli amministratori e dell'organo di governo dell'ente che ha sviluppato e gestisce lo standard;
- d) il processo attraverso cui vengono effettuate modifiche e aggiornamenti allo standard;
- e) un resoconto delle entrate e delle fonti di sostegno finanziario per escludere eventuali conflitti di interesse.

A tal proposito, in relazione alla sezione b) abbiamo fin da subito utilizzato lo strumento B Impact Assessment con l'impegno generale di operare continuamente e in modo efficace per il progressivo raggiungimento delle nostre finalità specifiche di beneficio comune.

Il BIA è uno strumento online completo e rigoroso che consente di ottenere una fotografia del profilo di impatto dell'azienda e misurarne il valore creato, sviluppato da B Lab, un'organizzazione no-profit promotrice di un movimento globale di aziende che usano il business come forza di impatto positivo, questo strumento è utilizzato per:



Misurare l'impatto: Valutando le performance di un'azienda in relazione alle cinque aree principali: governance, lavoratori, comunità, ambiente e clienti.



Ottenere la certificazione B Corp: grazie al raggiungimento di un punteggio minimo di 80 punti su 200. Così facendo, attivando l'iter di ottenimento della certificazione, la stessa attesta l'impegno dell'azienda a rispettare elevati standard di performance sociale e ambientale, trasparenza e responsabilità.



Miglioramento continuo: fornendo un quadro dettagliato dei punti di forza e delle aree di miglioramento dell'azienda, aiutandola a definire strategie per favorire e implementare il proprio impatto positivo.



Confronto e benchmarking: permettendo alle aziende di confrontare le proprie performance con quelle di altre aziende del settore e di identificare le migliori pratiche da adottare per essere *non solo le migliori al mondo, ma soprattutto e principalmente le migliori per il mondo.*

Da luglio 2023 oltre a essere Società Benefit siamo anche B Corp: concetti accomunati alla base dal significato principe della sostenibilità, ma con sostanziali differenze metodologiche.

La certificazione B-Corp, come accennato sopra, si applica a quelle società, siano esse società benefit o meno, che dimostrino di perseguire le proprie finalità attraverso il perseguimento di elevate performance economico ambientali e sociali ed avvalorate dal superamento di una soglia minima di punteggio di 80 rispetto la soglia massima di eccellenza di 200 punti: solo così l'ente internazionale non profit B Lab certifica le realtà che scelgono di produrre in modo rigenerativo benefici di carattere sociale e ambientale mentre raggiungono simultaneamente i loro risultati di profitto.

Il processo di valutazione permette quindi di capire come migliorare il proprio modello di business affinché esso risulti coerente con la volontà di creare impatto positivo per la collettività oltre ad evidenziare le possibili aree di miglioramento. Con la firma della dichiarazione di interdipendenza si entra a far parte di un network internazionale in rapida crescita presente in più di 80 paesi nel mondo, mettendo a fattor comune il fatto che trattasi di realtà caratterizzate dall'obiettivo condiviso di agire per il bene comune.

Nel nostro percorso di ottenimento della certificazione il punteggio raggiunto sulla base della **valutazione B Impact**, è stato complessivamente pari a **86,6**.

Overall B Impact Score

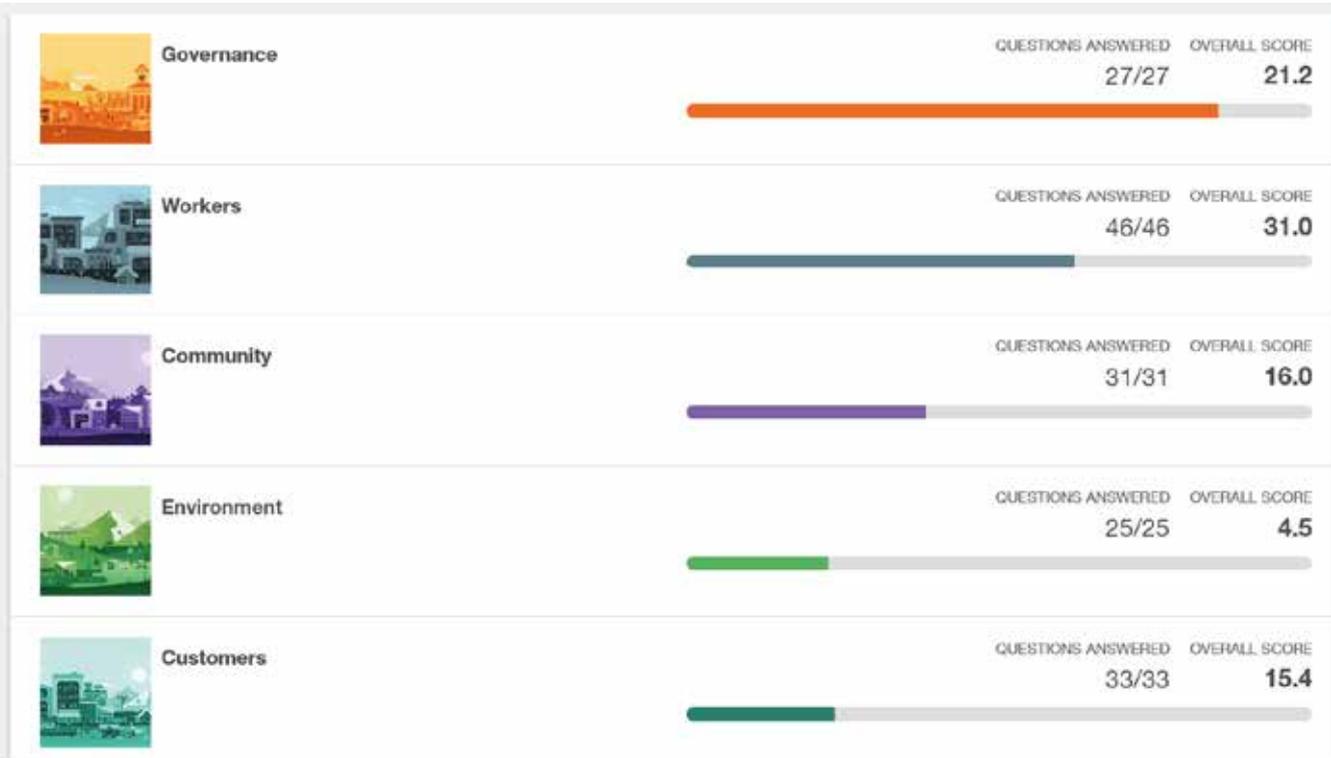
Based on the B Impact assessment, Edulife S.p.A. Società Benefit earned an overall score of 86.6. The median score for ordinary businesses who complete the assessment is currently 50.9.



- 86.6 Overall B Impact Score
- 80 Qualifies for B Corp Certification
- 50.9 Median Score for Ordinary Businesses

Da considerare che il punteggio medio per le imprese ordinarie che completano la valutazione è attualmente 50,9.

Il punteggio è dato dalla somma dei punteggi ottenuti nella valutazione di **cinque diversi pilastri della sostenibilità**:



SDG'S

L'impatto analizzato secondo la struttura degli obiettivi di sviluppo sostenibile SDG è un metodo che consente all'azienda di avere consapevolezza di quanto il suo agire abbia conseguenze dirette ed indirette rispetto ai 17 obiettivi definiti dall'Organizzazione delle Nazioni Unite come strategia "per ottenere un futuro migliore e più sostenibile per tutti".

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



In particolare attraverso lo strumento SDG Action Manager del B Impact Assessment reso disponibile da B Lab Italia, è possibile effettuare una mappatura che permette di determinare una valutazione del proprio impatto; non solo, lo strumento consente un confronto dei propri risultati con quelli di altre imprese che operano nello stesso settore sia a livello nazionale ma anche internazionale.

Nel 2023 era stato compilato il primo modulo denominato "Modulo Base", ma l'obiettivo è di effettuare la compilazione completa in modo da individuare la propria valutazione rispetto ad ognuno di questi obiettivi.

Nel 2024, come seconda annualità di applicazione del percorso di sostenibilità, non si sono create le condizioni per completare questa attività, e per questo è stata resa un obiettivo per il 2025.

Si ricorda che lo strumento consente un monitoraggio e una comparazione nel tempo molto preziosa dal punto di vista rendicontativo. Nei prossimi anni sarà dunque possibile monitorarne l'evoluzione.

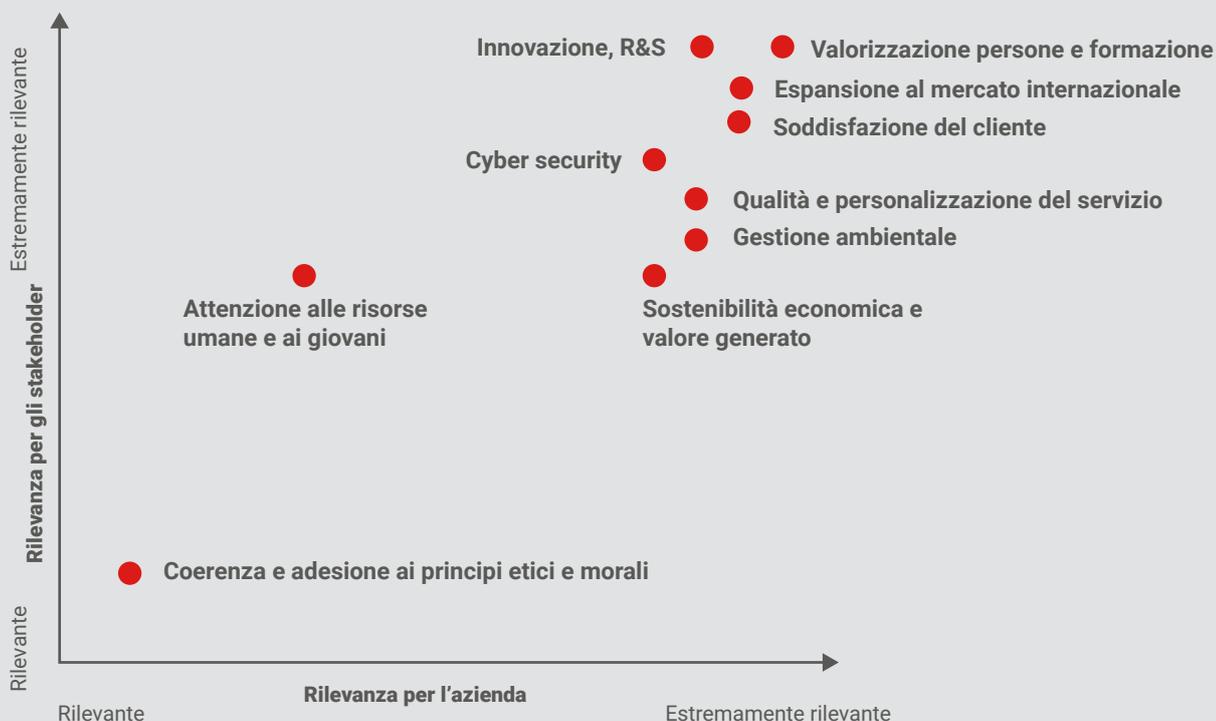
ANALISI DI MATERIALITÀ

Parlare di analisi di materialità significa analizzare e identificare quei personali argomenti in ambito economico, sociale e ambientale, ritenuti significativi per l'azienda perché impattanti dal punto di vista dei rischi da sostenere e delle opportunità da cogliere, così da poter strutturare un approccio imprenditoriale consapevole, attento e volto a prevenire l'insorgere di problematiche aziendali oltre che valutare strategicamente dei piani di azione.

L'analisi di materialità adottata nel 2024 nasce dalla conferma del lavoro svolto nel 2023 a fronte di meeting dedicati internamente con la Direzione ed un coinvolgimento degli stakeholder che, anche quest'anno è avvenuto mediante l'invio di un questionario specifico.

Il risultato ottenuto ha permesso di individuare come significative, per la nostra società, alcune tematiche considerando i 5 pilastri della sostenibilità, frutto di una prioritizzazione ed una selezione di soglia minima.

Anche in questa edizione, i temi di materialità sui quali gli stakeholder sono stati invitati ad esprimere un livello di priorità hanno seguito la scala di misurazione scelta in un range tra Molto, Abbastanza, Poco, Per nulla. Il tutto si è tradotto in un feedback di rilevanza complessiva sintetizzato nella matrice rappresentata secondo una classificazione da Rilevante a Estremamente rilevante.



Dall'analisi è possibile notare la conferma della linearità della distribuzione che rappresenta un forte legame tra Edulife ed i propri Clienti.

Si conferma anche in questa edizione, in forte coerenza con le finalità e i valori fondanti di Edulife, la forte attesa di "Valorizzazione delle persone e formazione".

Confermato come livello condiviso di rilevanza l'argomento legato alla "Soddisfazione del cliente".

Cresce il livello di rilevanza sulle tematiche di "Innovazione, ricerca e sviluppo" ed "Espansione al mercato internazionale".

Si conferma estremamente rilevante la tematica della "Cyber security" e quindi l'importanza di certificazioni come la ISO 27001 per poter garantire elevati livelli di servizio, parimerito il tema "Qualità e personalizzazione del servizio" come conferma e incoraggiamento della scelta di Edulife di non interpretare le proprie soluzioni come prodotti rigidi, ma come soluzioni personalizzabili e adattabili ai diversi bisogni di ciascun Cliente.

Edulife anche nel 2024 ha considerato con attenzione i temi materiali emersi, considerandoli oggetto di revisione continua al fine di risultare quanto più allineati con le attese ed i futuri bisogni connessi agli obiettivi di beneficio comune identificati.



OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE

Per essere correttamente redatta la relazione di impatto, ai sensi dell'art. 382 della L. 208/2015 deve includere secondo quanto previsto dalla lettera a) e c):

- La descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuate dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;
- Una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.



In questa sezione saranno dunque illustrate nel dettaglio le finalità di beneficio comune dichiarate nello statuto e, per ciascuna di esse, verrà poi dato opportuno approfondimento come richiesto dalla normativa con la presenza di specifici indicatori a misurazione e confronto dei dati emersi.



GOVERNANCE

Sviluppare e promuovere progetti sostenibili di impatto sociale attraverso un coinvolgimento attivo dei giovani, in autonomia, con i propri soci e con le proprie partecipate, nell'ambito della cittadinanza attiva, della cittadinanza digitale e della cittadinanza nelle economie e nei territori per il bene comune. Sensibilizzare, comunicare e promuovere, anche con la partecipazione a conferenze e seminari, la cultura della responsabilità sociale”.



G.1 - Integrazione dell'impatto sui 5 pilastri delle iniziative programmate a favore dei clienti

In continuità con l'attività svolta nel 2023, per verificare l'impatto delle azioni attivate da Edulife nel 2024, sono stati analizzati i progetti attivati ed il loro livello di impatto rispetto ai 5 pilastri di sostenibilità dichiarati.

Resta importante avere presente il quadro generale dell'impatto quantitativo sull'utenza finale nel 2024 quantificato nei seguenti principali dati numerici:

INDICATORE	2024	2023	VALORE SULL'ANNO
PROGRESSIVO PERSONE FORMATE	627.500	504.000	123.500
ORE DI FORMAZIONE EROGATA	14.400.000	11.427.000	3.000.000

Circa **627.500** è il progressivo rilevato le persone formate attraverso i sistemi e i servizi di Edulife misurate a fine 2024, con un saldo sull'anno 2024 pari a **123.500** persone.

Riguardo le ore di formazione tracciate il progressivo, sempre nello stesso periodo, è di circa **14.400.000**, con un saldo sull'anno 2024 pari a poco meno di **3.000.000** di ore.

Una attività questa erogata a circa **60** organizzazioni Clienti, in linea con il 2023.

I risultati che sono emersi esprimono quanto Edulife in ogni sua azione ricerchi elementi di "senso" che siano coerenti con la propria finalità dichiarata:

PILASTRO	PROGETTI 2024	PROGETTI 2023
GOVERNANCE	30	34
LAVORATORI	10	2
COMUNITÀ	123	109
AMBIENTE	18	19
CLIENTI FORNITORI	22	12

I progetti analizzati sono **187** e di questi, in **170 (91%)** è stato rilevato un impatto rispetto ad almeno uno dei 5 pilastri considerati. Nel 2023 i progetti analizzati erano stati 191 di cui 173 (90%) con impatto su almeno un pilastro.

Una prima sintesi significativa riguarda quindi il numero di progetti che hanno contribuito ad ognuno dei 5 pilastri.

Un altro indicatore rilevato riguarda la capacità di ogni progetto di avere impatto su più pilastri, indice questo di una maggiore sua significatività.

NUMERO DI PILASTRI CON IMPATTO	PROGETTI 2024	PROGETTI 2023
1	88	96
2	44	41
3	38	34
4	1	1
5	1	1

Dall'analisi è possibile rilevare che 84 progetti (45%) hanno avuto impatto su almeno 2 pilastri. Nel 2023 erano stati 77 (45%).

Data questa prima analisi di tipo quantitativo, in termini qualitativi è stato utile analizzare le principali evidenze di impatto su ognuno dei cinque pilastri, questo per favorire l'esplicitazione dell'obiettivo specifico raggiunto.

Sul pilastro **GOVERNANCE** i principali obiettivi raggiunti sono stati:

- Capacità di accompagnare le aziende clienti appartenenti al mercato assicurativo per il raggiungimento dell'obiettivo di favorire la formazione e la crescita della propria rete di persone presenti sui territori, consentendo di adempiere a quanto richiesto dalla normativa IVASS che regola il mercato assicurativo.

Si tratta in particolare di 10 società di assicurazione che sono servite sia come soluzione software che come consulenza ed assistenza nell'attività di formazione della propria rete di agenzie presenti sul tutto il territorio nazionale. Questo obiettivo ha una ricorrenza annuale in quanto accompagna in modo quotidiano il cliente su attività necessarie al loro business con piena realizzazione sul ciclo gennaio-dicembre.



- Supporto alle realtà che hanno con Edulife un rapporto strategico di finalità e di progetto, per il raggiungimento dei propri scopi sociali.

Nel 2024 sono 3 le realtà del settore assicurativo e del commercio che, grazie a progetti di laboratori di change management co-progettati, hanno potuto intraprendere un percorso di ascolto, consapevolezza, comprensione, creatività e responsabilità rispetto al riconoscimento delle proprie finalità di senso ed alle conseguenti prospettive di sviluppo nel contesto geopolitico complesso definito di "tempesta perfetta".

Questo obiettivo, per ogni realtà cliente, è parte di una progettualità pluriennale che in modo progressivo va a determinare tre diverse fasi: Linguaggio, Metodo, Strumenti.

Nel 2024 è stata sviluppata la fase del linguaggio condiviso e poste le basi per

la definizione di un metodo per favorire lo sviluppo del progetto di sviluppo di metodi e strumenti adeguati per favorire una presenza nel proprio mercato di riferimento attuale: nel 2024 hanno realizzato il 40-50% del loro percorso di evoluzione.

LINGUAGGIO (40-50%)	METODI	STRUMENTI
--------------------------------	---------------	------------------



Laboratorio di change management

- Supporto al raggiungimento di obiettivi etici e di beneficio comune per lo sviluppo delle capacità della propria comunità di collaboratori e la diffusione interna della cultura legata all'etica ed alla conoscenza della normativa sulla responsabilità amministrativa degli enti.

In particolare sono stati serviti 5 clienti con percorsi formativi online sul tema del D.Lgs 231/2001 facilitando i loro processi di formazione interna necessari: percorsi che, partendo da una base informativa comune, sono stati personalizzati con selezione dei reati, presupposto per adeguarli al contesto aziendale di riferimento e con integrazione di informazioni specifiche. Queste attività sono state realizzate in modo completo nell'arco dell'anno.

ARTICOLAZIONE PROGETTO FORMATIVO ONLINE SUL D.LGS N. 231/2001		
MODULO BASE	SELEZIONE REATI PRESUPPOSTO	MODULO PERSONALIZZATO

Sul pilastro **LAVORATORI** i principali obiettivi raggiunti sono stati:

- Progettazione di laboratori trasformativi finalizzati allo sviluppo e maturazione del proprio modello identitario.

Questo obiettivo rientra nella progettualità di laboratori di change management realizzata per 3 realtà del settore assicurativo e commercio, considerando come l'impatto riguardi non solo la governance ma anche i lavoratori. Il percorso e la progressione di sviluppo del progetto sono descritti nella precedente sezione relativa al pilastro Governance.



Attività di restituzione in laboratorio di change management

- Supporto allo sviluppo di soluzioni digitali sul tema di promozione del Welfare.



In particolare si è contribuito alla realizzazione del progetto formativo "Move@Work" a favore dello sviluppo del benessere psicofisico dei lavoratori con prime applicazioni in 2 realtà. Si tratta della erogazione di un progetto

formativo online realizzato in collaborazione con lo studio "LabofMove" di Verona volto a favorire all'interno delle aziende la cura del benessere psicofisico con contenuti video e multimediali, metodologica strutturati all'interno di un ambiente web dedicato, a supporto di una efficace attività motoria. Questa progettualità sviluppata nel 2024 per il 50% circa del suo percorso, è prevista in completamento sugli attuali clienti entro il primo semestre 2025.

- Partecipazione a progetti per la realizzazione di soluzioni di servizi digitali democratici per il territorio di tipo Open Source.



In particolare la progettualità ha riguardo la partecipazione allo sviluppo del progetto OSA Space in collaborazione con Fondazione Edulife destinata ad ogni organizzazione profit e no-profit che intende a dare forte valore al tema Open Source. Questo progetto ha concluso la sua fase di sviluppo nel 2024 ed iniziato la fase di utilizzo attraverso partner di riferimento al fine di realizzare un benchmark applicativo utile al suo riconoscimento come opportunità per la diffusione di soluzioni open source in ottica digitale democratica.

Sul pilastro **CLIENTI/FORNITORI** i principali obiettivi raggiunti sono stati, in riferimento ai clienti:

- Accompagnamento formativo online con soluzioni digitali attente ai diversi stili cognitivi, nel raggiungimento dell'obiettivo di crescita professionale finalizzata ad essere competenti e professionali e quindi capaci di avere una presenza significativa sul mercato di riferimento.

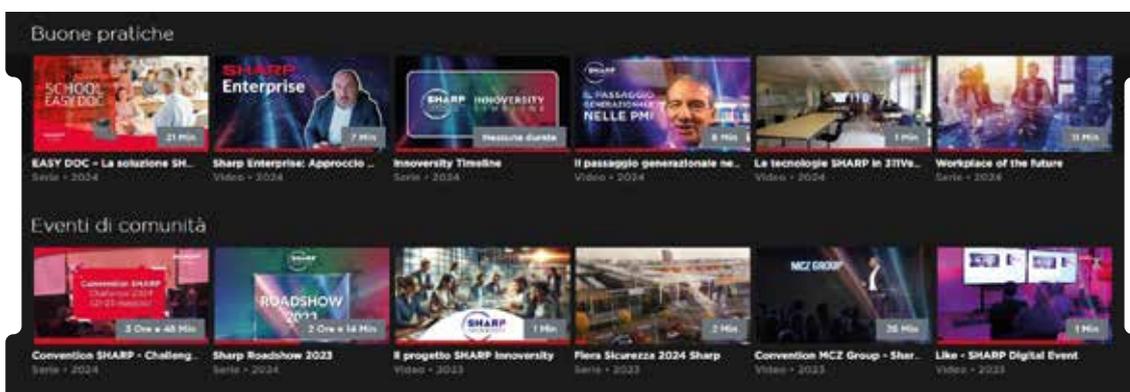
Questo obiettivo è il più frequente in termini di applicazione al servizio dei clienti in quanto sintesi dell'approccio metodologico applicato del "Ciclo del valore" che caratterizza i servizi di Edulife.

Si tratta di una attività sistematica di fornitura di servizi che ha al suo interno un processo di evoluzione costante in quanto asset strategico. La quota di applicazione rispetto al numero complessivo dei progetti realizzati è infatti pari a circa il 70%.



- Sviluppo di progettualità orientate alla qualificazione della capacità delle reti di realtà partner sui territori con particolare valore al tema della cittadinanza attiva.

È una progettualità di riferimento per un importante cliente assicurativo che è stata realizzata nel 2024 e che ha riguardato la capacità delle agenzie assicurative, particolarmente vocate al tema mutualistico, di essere presenti sul territorio non solo professionalmente ma anche socialmente, come segno della propria radice identitaria.



Ecosistema digitale di capitalizzazione delle esperienze

Questo progetto, connesso ai laboratori descritti nella sezione Governance, è pluriennale ed è stato sviluppato nel 2024 per una quota pari al 40% con particolare riferimento al tema dei linguaggi: lo stesso continuerà nel 2025 applicando metodi e tecnologie a supporto.

Sul pilastro **AMBIENTE** i principali obiettivi raggiunti sono stati:

- Proseguimento del progetto di creazione di una academy finalizzata a favorire la diffusione di una cultura e di una professionalità nel settore automotive ed orientata alla capacità di raggiungere gli obiettivi di riduzione dell'impatto dei veicoli sull'ambiente.

Oltre ad azioni formative dirette, l'academy intende sviluppare progettualità strategiche a supporto delle principali aziende automobilistiche internazionali.



- Proseguimento del progetto formativo online nell'ambito del progetto "Fondo Nuove Competenze" con particolare riferimento ai temi legati alla cultura della sostenibilità.

Le azioni svolte nel 2024 hanno creato una prima fase di diffusione su 4 realtà fruitrici del servizio formativo, ma con reale possibilità di ulteriore sviluppo nel 2025 grazie al nuovo bando attivato.

FONDO NUOVE COMPETENZE 2024

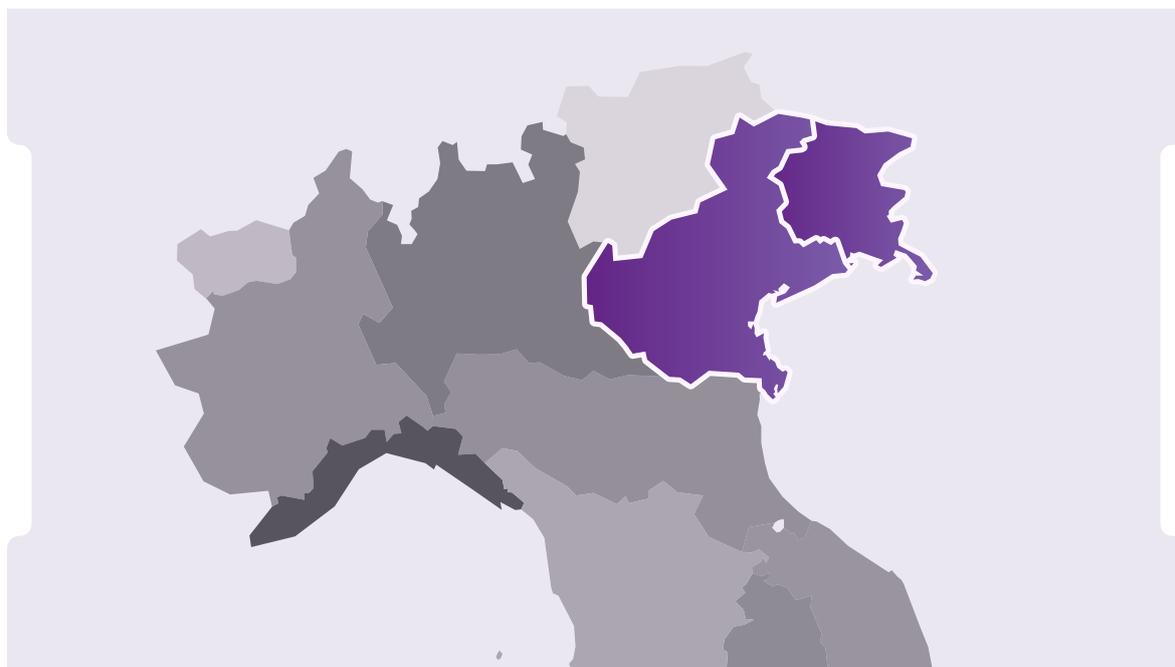
FONDO NUOVE COMPETENZE 2025

Sul pilastro **COMUNITÀ** i principali obiettivi raggiunti sono stati:

- Conferma della partecipazione in progetti formativi nelle scuole, con Regione Veneto e Regione Friuli Venezia Giulia, finalizzati all'accompagnamento degli studenti nella scelta del proprio percorso formativo e professionale mediante laboratori digitali online basati sul portale Plan Your Future.

Il servizio reso ha permesso di favorire azioni di comunità sull'area territoriale del Veneto e del Friuli-Venezia Giulia con più di 20.000 studenti partecipanti che hanno avuto l'opportunità di essere maggiormente consapevoli nel loro percorso di scelta scolastico e professionale.

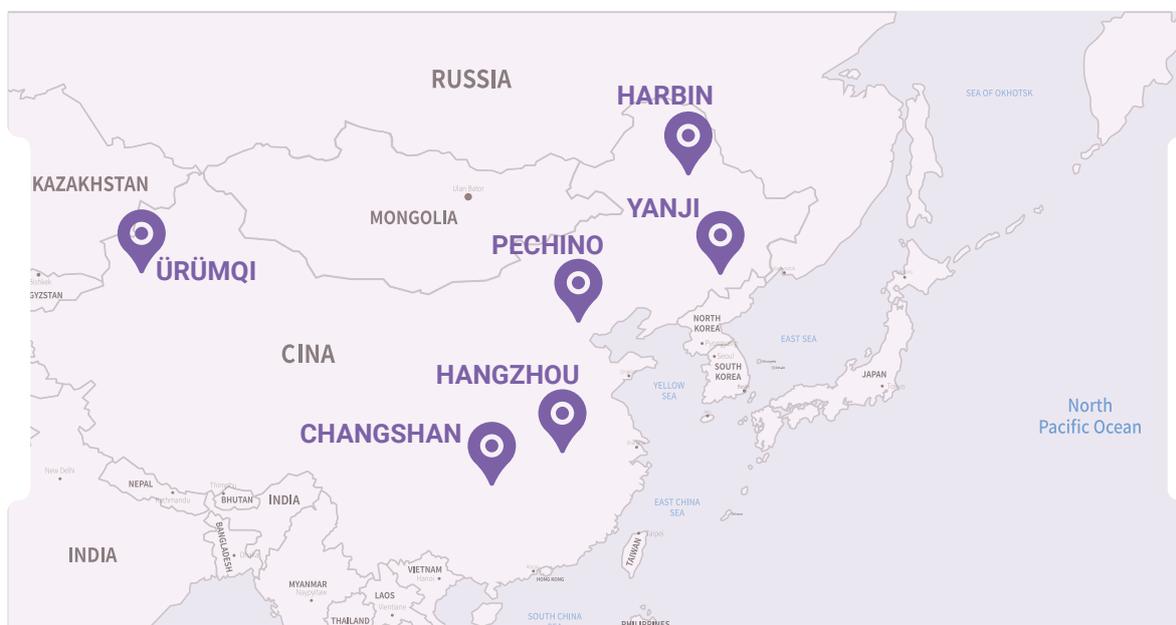
Si tratta di progettualità pluriennali applicate in modo ricorrente ogni anno in quanto sostenute da finanziamenti pubblici che consentono di operare su di un orizzonte a lungo termine.



Territori di applicazione del progetto PYP

- Continuità nel supporto alla partecipata Yizhong-Edulife per sviluppare, in 5 scuole professionali cinesi presenti in diversi luoghi del continente, progetti di accompagnamento metodologico e digitale dei docenti a favore dei processi di insegnamento agli studenti. I risultati sono una migliore qualità dell'esperienza di apprendimento degli studenti e una qualificazione nell'utilizzo delle tecnologie innovative a favore di un loro migliore inserimento lavorativo nell'economia dei territori di riferimento: tale attività di frequente partecipata anche da aziende manifatturiere italiane.

La società partecipata Yizhong-Edulife è attiva nel continente cinese da 13 anni con la presenza costante di un socio Edulife e la consulenza frequente dall'Italia completata da due visite annuali nelle quali vengono organizzati laboratori sul change management al personale di Yizhong e, negli ultimi, anche ai genitori degli studenti.



G.2 - Modello organizzativo aggiornato (ISO 9001, 27001, d.lgs. 81, 231/2001, B Corp)

L'azione G.2 già identificata nel 2023 è stata confermata in quanto riconosciuta come indicatore standard necessario.

Ricordiamo infatti che l'adozione da parte di Edulife di un modello organizzativo qualificato e trasparente fa parte di un percorso avviato da tempo: un percorso iniziato con la certificazione ISO 9001, sviluppato negli anni e successivamente potenziato nel tempo fino a raggiungere nel 2023 la certificazione B-Corp. È un percorso che, ricordiamo, chiede di essere costantemente aggiornato e verificato.

Le certificazioni in particolare sono state citate nella loro apposita sezione:

- Certificazione sul sistema di gestione qualità ISO 9001: DAL 2004 E RINNOVATA NEL 2023

- Certificazione sul sistema di gestione della sicurezza delle informazioni ISO 27001: DAL 2013 E RINNOVATA NEL 2023
- Applicazione della normativa sulla sicurezza nei luoghi di lavoro (D.lgs. 81/2008): Costante aggiornamento della formazione delle proprie persone e garanzia di figure responsabili aziendali ed attrezzature in linea con la normativa vigente
- Applicazione del D.lgs 231/2001 sulla responsabilità amministrativa degli enti: Formazione dei lavoratori sul modello organizzativo 231/2001 e verifica periodica con Organismo di Vigilanza
- Certificazione B Corp: Certificazione acquisita nel 2023

A queste elencate, nel corso del 2024 è stata colta l'opportunità (non inserita inizialmente nel piano 2024) per avviare il percorso per conseguire la certificazione del "Sistema di gestione per la Parità di genere UNI/PdR 125:2022". Tale certificazione è stata raggiunta nel novembre 2024 e rilasciata dall'ente certificatore KIWA Cermet Italia Spa.

L'esperienza è stata particolarmente interessante nel comprendere il valore della parità di genere in tutti i suoi aspetti ed i potenziali impatti che essa può portare in termini di clima aziendale e di benessere. Il percorso è stato realizzato in pochi mesi grazie alla presenza di presupposti già orientati verso un contesto di riconoscimento dell'identità della persona. Un percorso comunque che non si conclude con la certificazione, ma che permette di avere una serie di indicatori di riferimento al fine di dare continuità e di procedere in un percorso di miglioramento sempre possibile.



G.3 - Pubblicazioni ed iniziative editoriali (speech, pubblicazioni, eventi)

L'attività editoriale di Edulife, in coerenza con il modello di esplicitazione dell'attività di ricerca che viene svolta costantemente, ha permesso di realizzare e pubblicare nel 2024 un progetto metodologico sull'applicazione della IA. Un progetto di tipo multimediale che va oltre l'ipotesi iniziale di realizzazione di una pubblicazione, allo scopo di favorirne la fruibilità e la diffusione al più ampio spettro possibile di destinatari. Il titolo scelto è **"Intelligenza Artificiale: Senso, Impatto, Innovazione"**.

Un progetto che già dal suo rilascio nel novembre 2024 ha raccolto un alto gradimento sia per il formato multimediale scelto che per l'articolazione dei contenuti utilizzati.

I quattro moduli, nel quale sono di seguito esposti, è strutturato affrontano in modo progressivo un percorso di consapevolezza sull'origine dell'Intelligenza Artificiale, sulla sua corretta collocazione in funzione dell'umano e sulle sue applicazioni consapevoli a supporto dell'unicità della creatività della persona:

- Dall'Intuizione fantascientifica alla realtà quotidiana
- Cos'è l'IA? - Un po' di storia dalle origini ai nostri giorni
- Quale ruolo per l'umano nell'era dell'AI
- Utilizzo consapevole dell'Intelligenza Artificiale

Il rilascio di questo progetto editoriale multimediale è stato promosso in particolare utilizzando i canali social aziendali.

Molto positivi i riscontri ricevuti dai circa 2.000 follower social ed in particolare dai clienti principali per l'alfabetizzazione su questa dei loro collaboratori.



G.4 - Sinergie con Enti del Terzo Settore

Nel 2024 è stato avviato un percorso, assieme a Fondazione Edulife ETS, di crescita delle rispettive persone finalizzato a favorire una reciproca condivisione di valori e contaminazione di stili gestionali. Un progetto riconosciuto come strategico considerando le radici comuni sulle quali si basano le due realtà ed il bisogno di verificarle ed approfondirle con la comunità dei reciproci collaboratori.

La finalità nella ricerca di una sinergia è duplice sia in termini di reale condivisione dei reciproci obiettivi che di emersione delle potenzialità latenti che possono essere trasformate in progetti di realtà potenziata e quindi in opportunità.

A conferma della volontà di operare in questa direzione vi è l'acquisizione di ruoli, avvenuta nel marzo 2024, tra i reciproci organi di governance: Emilia Leopardi Vicepresidente Fondazione Edulife, Antonio Faccioli consigliere CdA Edulife Spa.

Il percorso ha carattere pluriennale e riguardo al 2024 ha permesso di dare forma ad un primo evento condiviso per una reciproca conoscenza tra i collaboratori delle due realtà che si è svolto nell'aprile 2024 all'interno del contesto socio-ambientale del parco di Villa Buri a Verona.



G.5 - Qualificazione apicale del ruolo di responsabile di impatto

Nel 2024, a seguito della riconfigurazione dei ruoli della governance aziendale, che ha portato Edulife Spa ad avere come Amministratore delegato l'ing. Enrico Oliosio, con delibera del CdA è stato scelto di assegnare alla stessa persona anche il ruolo di responsabile di impatto con tutti gli aspetti conseguenti di definizione obiettivi, del loro conseguimento, compresa la redazione del report di impatto annuale.



Questa scelta è indicatore della priorità che il tema dell'impatto ha per Edulife.



LAVORATORI

“Perseguire il benessere del personale, creando un luogo di lavoro idoneo a favorire la crescita umana e professionale nella sostenibilità e nella coerenza fra i progetti di vita dei collaboratori e lo scopo e il senso della visione di Edulife”.

Questa è la citazione estratta dallo statuto aziendale che, in continuità con gli obiettivi indicati per il 2023, intende essere il faro delle azioni di impatto rispetto al tema lavoratori.

È infatti costante l'attenzione e cura che Edulife pone rispetto alle persone che collaborano, perché la crescita e lo sviluppo dei talenti e del proprio progetto di vita, riteniamo sia il modo più importante per garantire un benessere nel tempo ed una elevata qualità lavorativa.

In continuità con le finalità di beneficio comune già individuate in precedenza, nel 2024 sono stati realizzati i seguenti obiettivi:



L.1 - Sinergie con Enti del Terzo Settore

Il percorso dei laboratori formativi è proseguito nel corso del 2024 realizzando iniziative sia di relazione interna che hanno una coerente continuità con la relazione esterna legata a Fondazione Edulife già indicata come obiettivo di governance G.4.

Le iniziative di relazione interna sono state di due tipologie diverse, in due diversi tempi.

La prima realizzata nel mese di giugno ha permesso di favorire l'allineamento rispetto a due focus: metodologico e relazionale.

Il **focus metodologico** ha inteso dare valore al progetto di definizione del progetto di vita di ogni collaboratore attraverso un percorso a step già introdotto nel 2023 e che prevede:

- Autovalutazione secondo il modello di valutazione autentica
- Riconoscimento dei valori comuni



- Obiettivi trasformativi
- Progetto di vita

Il **focus relazionale** ha permesso di riconoscere il bisogno di definire un sistema di relazione interno che valorizzi la multigenerazionalità presente favorendo l'individuazione di soggetti interni facilitanti.

Entrambi i focus hanno avuto poi uno sviluppo nei mesi successivi.



In particolare l'attivazione del primo step metodologico si è realizzata con un assessment sul modello definito e già condiviso in precedenza di valutazione autentica.

Il secondo step si è realizzato favorendo l'organizzazione di un incontro in contesto extralavorativo gestito da due facilitatori interni che ha consentito l'emersione di una maggiore consapevolezza di ruolo e di responsabilità da applicare al contesto.

Il percorso continuerà nel 2025 con obiettivi che intendono favorire una progressione positiva nella direzione intrapresa.



L.2 - Estensione qualificata Smart Working



In applicazione al regolamento sulla gestione dello smart working redatto nel 2023, anche per il 2024 è stata confermata questa forma di gestione del proprio lavoro a **due** collaboratori, valutati i bisogni personali di mobilità e la capacità personale di gestione autonoma del proprio tempo lavorativo. A questi collaboratori è stato garantito un pc portatile per favorire la loro attività in mobilità.

Complessivamente a dicembre 2024 i collaboratori con i quali è stato attivato lo Smart Working in forma flessibile sono stati **sette**.



L.3 - Colloqui con il personale

Si conferma il percorso avviato di incontri individuali finalizzato all'applicazione del modello di valutazione autentica individuato, a cura del responsabile delle risorse umane. Nel 2024 è stato applicato a due profili in inserimento ma con previsione di estendere ai collaboratori presenti seguendo un modello di responsabilità gerarchico.

In sintesi si prevede di applicare il modello di colloquio individuale, sulla base dell'assessment di valutazione autentica, a responsabili d'area in modo che, a seguire, questi possano essere abilitati ad applicarlo ai collaboratori assegnati.



L.4 - Iniziative di welfare (mensa, portatili, telefoni, part time)

Le iniziative di welfare a favore dei lavoratori già attive sono state confermate anche per il 2024.

In particolare esse sono:

- Conciliazione lavoro-famiglia
- Buono pasto
- Attrezzature digitali
- Telefono aziendale
- Parcheggio interno



Conciliazione lavoro-famiglia

L'attenzione al tema della conciliazione lavoro-famiglia è stata realizzata confermando un contratto di tipo part time a 2 lavoratrici. La terza lavoratrice presente nel 2023 non è più in organico per dimissioni volontarie.

Buono pasto

Nel 2024 è stato confermato il riconoscimento del costo del pasto applicato a tutti i lavoratori che operano in sede in fasce orarie che comprendono la pausa pranzo. La fornitura è sempre effettuata da un servizio di Food Truck presente quotidianamente presso il cortile della sede, risultato di un progetto sociale di inserimento lavorativo di persone svantaggiate. In caso di assenza del servizio, il pasto è garantito nella forma del delivery mediante individuazione del fornitore da una piattaforma digitale a scelta dei lavoratori.

Attrezzature digitali

È stata confermata la scelta di dotare tutti i lavoratori di un computer fisso o portatile a seconda delle esigenze logistiche individuali: il servizio di assistenza per il corretto funzionamento e configurazione viene garantito da una figura sistemistica interna.

Telefono aziendale

Confermata anche la scelta, ai collaboratori con ruoli che prevedono frequenti contatti commerciali e tecnici con clienti e fornitori, di fornire un telefono mobile aziendale: anche nel 2024 i telefoni aziendali messi a disposizione sono stati **otto**.



L.5 - Assessment di rilevamento del benessere

In continuità con la scelta effettuata nel 2023 di analisi del livello di benessere aziendale, anche nel 2024 è stato dato seguito ad un assessment digitale anonimo simile.

Questa tipologia di sondaggio è stata inoltre potenziata, grazie al **percorso di certificazione del modello di gestione della parità di genere**, con un sondaggio dedicato al rilevamento del livello di benessere di genere ad ulteriore definizione di un sistema di indicatori di clima aziendale percepito.

I risultati hanno permesso di rilevare una percezione positiva di clima aziendale, con l'aggiunta di suggerimenti per migliorare ulteriormente il percepito rilevato.

Suggerimenti che sono in fase di studio e che rientrano negli obiettivi per il 2025.

In particolare, le indicazioni raccolte presentano un elevato gradimento riguardo l'attenzione dell'azienda alla formazione e crescita professionale, alla riduzione delle disuguaglianze di genere ed a favorire l'inclusione; un elevato gradimento emerge anche nell'attenzione alla sicurezza e che permette di esprimere una elevata soddisfazione complessiva.

Elementi di attenzione che emergono riguardano il percorso di crescita nella capacità di gestire la responsabilità ed il riconoscimento economico.

Risultati dell'assessment:

QUESITO	SÌ SEMPRE	NO MAI	NON SO A VOLTE
L'azienda offre pari opportunità di carriera per uomini e donne?	88%	0%	12%
Le opportunità di promozione nella tua area sono chiare e ben comunicate?	24%	53%	24%
Ritieni che le promozioni siano basate su criteri equi e trasparenti?	41%	24%	35%
Ti senti supportato/a nel tuo percorso di crescita professionale in azienda?	35%	29%	35%
Hai accesso a programmi di formazione adeguati alle tue esigenze professionali?	24%	41%	35%
Ricevi feedback utili dai tuoi superiori per migliorare le tue prestazioni e competenze?	35%	6%	59%
Esistono programmi di mentoring o sviluppo per supportare la tua carriera?	12%	35%	53%
L'azienda promuove un ambiente di lavoro inclusivo e favorevole alla parità di genere?	94%	0%	6%
Ritieni che l'azienda supporti un buon equilibrio tra vita personale e professionale?	71%	18%	12%



CLIENTI FORNITORI

“Sviluppare servizi e soluzioni integrati con le tecnologie adattive finalizzati agli apprendimenti informali, non formali e formali, a supporto dell'accoglienza delle inclinazioni, dell'orientamento alla scelta, dell'accompagnamento formativo e della promozione umana e professionale dei beneficiari”.

Edulife opera infatti per soddisfare le esigenze di apprendimento e di crescita professionale delle comunità di persone di imprese ed istituzioni, proponendo soluzioni tecnologiche e metodologiche flessibili e personalizzabili.

È questo un obiettivo che richiede sia una organizzazione interna aziendale che una adeguata selezione di fornitori con professionalità verificate.

Sui clienti l'impatto è sempre misurato, per ogni progetto attivato, verificando il contributo dato ad ognuno dei cinque pilastri di sostenibilità individuati.

Nel 2024, in continuità con quanto realizzato finora, le attività di beneficio comune realizzate sono state le seguenti:

- CF.1 - Analisi coinvolgimento e impatto dei giovani in progetti con clienti
- CF.2 - Analisi coinvolgimento e impatto sui giovani in progetti dedicati
- CF.3 - Valutazione dei fornitori
- CF.4 - Identificazione ambito territoriale di clienti e fornitori
- CF.5 - Customer satisfaction clienti
- CF.6 - Scelta fornitore caffè etico



CF.1 - Analisi coinvolgimento ed impatto dei giovani in progetti con clienti

Lottica intergenerazionale è alla base del servizio di progettazione e realizzazione di attività con le imprese che prevedono il coinvolgimento di giovani.

Nel 2024 sono stati progettati e realizzati laboratori trasformativi con **3 clienti** nei quali è stata prevista la partecipazione di un gruppo di **giovani under 35** operanti a vario titolo all'interno dell'ecosistema 311Verona dove ha sede Edulife, ma anche

all'esterno.

Ricordiamo che la finalità è favorire la presenza attiva di un pensiero laterale intergenerazionale che possa favorire lo sviluppo di progettualità innovative. Il modello è consolidato grazie all'esperienza effettuata negli ultimi 6 anni con i clienti più significativi.

In particolare con **Itas Mutua** sono stati realizzati **8 laboratori** del progetto mutualistico delle durata di 1,5 giornate nelle quali è stata garantita la presenza di almeno un giovane per ogni gruppo di lavoro.

Complessivamente i giovani coinvolti sono stati **12** con un totale presenze pari a **32**.

Il riscontro ricevuto dal cliente è stato di particolare successo in quanto ha permesso di aggregare persone le quali erano prive di esperienza nella gestione equilibrata delle relazioni con generazioni più giovani. Il progetto mutualistico con Itas Mutua è pluriennale su almeno tre anni con l'obiettivo di coinvolgere un numero crescente di agenzie mutualistiche ed un significativo numero di collaboratori interni.

Un laboratorio di questo tipo è stato realizzato con successo anche con il cliente **Net Insurance** e grazie al quale si è potuto riflettere e definire obiettivi di efficacia e generazione del valore che hanno coinvolto tutta l'organizzazione. In questa attività i giovani coinvolti sono stati **quattro**.

Con **Sharp Italia** la progettualità orientata al change management e con caratteristica intergenerazionale prosegue da alcuni anni e vede lo sviluppo progressivo e continuo di azioni formative sulle buone pratiche particolarmente innovative e di elevato impatto.



CF.2 - Analisi coinvolgimento e impatto sui giovani in progetti dedicati

Edulife è noto operi con i giovani a servizio ed in accompagnamento dei propri clienti, ma anche con progetti che abbiano come beneficiari i giovani.

Nel 2024 sono proseguiti, in particolare con attività di laboratori virtuali, tre progetti:



PlanYourFuture, Orientati e PlanYourFuture – FVG trattasi di servizi di supporto all'orientamento scolastico e professionale rivolti ai giovani studenti di scuole secondarie di primo e secondo grado. Nell'anno 2024 i giovani studenti che hanno avuto l'opportunità di fruire di questi servizi di orientamento digitali per ogni progettualità sono stati:

PROGETTO	ACCESSI REGISTRATI
PlanYourFuture (Regione Friuli Venezia Giulia)	5.100
PlanYourFuture	1.750
Orientati (Regione Veneto)	6.700
TOTALE	13.550



Questi progetti hanno quindi avuto una finalità di beneficio comune su di un totale di circa **13.550** giovani delle scuole del Veneto e del Friuli Venezia Giulia.

Va ricordato che il portale PlanYourFuture consente la fruizione di alcuni contenuti anche in modalità non registrata con tracciatura delle visualizzazioni in forma anonima: i valori rilevati consentono di stimare questo tipo di accesso per circa **22.500** utenti.



CF.3 - Valutazione dei fornitori

Anche nel 2024 è proseguita l'attività di selezione dei fornitori già prevista nel relativo processo di qualifica del sistema di certificazione ISO 9001. Ricordiamo che l'obiettivo è la verifica del loro impatto in termini di sostenibilità e la presenza di progetti qualificati orientati in questa direzione.

Riguardo i fornitori di servizi tecnologici in cloud è stata acquisita la certificazione di sostenibilità ambientale secondo i livelli di standard previsti sul territorio nazionale ed europeo. Per la fornitura di apparecchiature elettroniche è stata verificata la presenza del marchio internazionale di certificazione del livello di risparmio energetico Energy Star.

Ad una selezione di fornitori per volume di fatturato è stato somministrato un assessment di rilevamento delle priorità sui temi di materialità per il percorso

Società Benefit, i cui risultati sono riportati nel confronto con il rilevamento interno ad Edulife, nel capitolo Materialità.

In sintesi le indicazioni di priorità per i fornitori sono state le seguenti:

PRIORITÀ	RILEVANZA
Innovazione, ricerca e sviluppo	97%
Valorizzazione persone e formazione	97%
Soddisfazione del cliente	94%
Espansione al mercato internazionale	94%
Cyber security	90%
Qualità e personalizzazione servizio	88%
Gestione ambientale	87%
Sostenibilità economica e valore generato	85%
Attenzione alle risorse umane e ai giovani	85%
Coerenza e adesione ai principi etici e morali	68%



CF.4 - Identificazione ambito territoriale di clienti e fornitori

L'analisi dei clienti e dei fornitori si sviluppa anche con una valutazione dell'area territoriale di presenza in quanto ritenuto elemento qualificante rispetto alla valorizzazione del territorio nel quale sono insediati.



In continuità con la precedente annualità, si conferma che i fornitori sono prevalentemente nel Nord Est di Italia, zona nella quale risiede Edulife: questo conferma una preferenza, fatte salve le caratteristiche di qualità e professionalità, per l'area territoriale più prossima anche in riferimento alla facilità logistica ed all'impatto economico che ne deriva.

In particolare le sedi dei principali fornitori sono (no ai nomi, ma meglio mettere le percentuali per regione):

- 70% in Verona e provincia
- 80% nell'area del Nord est italiano



CF.5 - Customer satisfaction

È continuato nel 2024 sia con i clienti che con i fornitori un percorso di condivisione del progetto Società Benefit, con una seconda edizione di un assessment finalizzato a raccogliere sia il livello di maturità e di consapevolezza riguardo il progetto società benefit sia in termini di priorità rispetto ai temi di materialità presentati, in modo simile a quanto proposto ai lavoratori.

Clienti

La relazione con i clienti è stata verificata con la somministrazione di un assessment inviato ad una selezione specifica di contatti.

L'assessment è stato suddiviso in tre sezioni:

- Livello di conoscenza generale dei temi di sostenibilità legato al percorso Società Benefit
- Priorità dei clienti sui temi di materialità per il percorso Società Benefit (riportate nel capitolo Materialità)
- Indicazioni sul livello di qualità percepito di ogni servizio fornito

Livello di conoscenza generale dei temi di sostenibilità

Rispetto al 2023 è stata inserita una sezione relativa alla conoscenza generale al fine di favorire un percorso di condivisione più consapevole da parte dei clienti.

Sono stati invitati i 14 clienti più significativi. Le risposte ottenute sono state 7.

In particolare le domande poste sono state le seguenti con in grassetto la risposta prevalente:

DOMANDA	POSSIBILI RISPOSTE
Quanto ritieni importante lavorare con un'azienda che si impegna attivamente per il bene comune con particolare riferimento al settore della formazione utilizzando tecnologie digitali?	È molto importante , È abbastanza importante, Non è particolarmente rilevante, Non fa alcuna differenza
In che modo gradiresti un maggiormente coinvolgimento nel nostro percorso di sostenibilità e beneficio comune legato ai servizi che forniamo?	Partecipando a webinar o eventi formativi sui temi di sostenibilità, Ricevendo aggiornamenti regolari sulle nostre iniziative ambientali e sociali , Fornendo feedback sui nostri progetti e servizi, Collaborando a iniziative di co-progettazione di corsi formativi sostenibili

<p>Gradiresti partecipare ad iniziative promosse dalla nostra azienda per favorire l'impatto positivo nel settore dell'educazione digitale?</p>	<p>Sì, sicuramente, Sì, ma dipende dall'iniziativa, No, non mi interessa, Forse, se fosse facile partecipare</p>
<p>Quanto incide la sostenibilità dei nostri servizi nelle tue decisioni di acquisto?</p>	<p>Molto, è uno dei fattori principali, Abbastanza, è un fattore importante, Poco, ci sono altri fattori più importanti, Non incide affatto</p>
<p>Quali caratteristiche di un servizio definito "sostenibile" preferiresti rispetto ad uno standard?</p>	<p>Accessibilità per utenti con diverse abilità, Ridotto impatto ambientale (es. meno server fisici, efficienza energetica), Formazione inclusiva e accessibile a tutti, Offerta di contenuti formativi su tematiche sociali e ambientali</p>
<p>Cosa ti aspetti da un'azienda di servizi digitali che vuole essere riconosciuta come "società benefit"?</p>	<p>Coerenza tra i valori dichiarati e le azioni concrete, Impegno continuo nel creare un impatto positivo, Trasparenza e rendicontazione periodica dei risultati, Coinvolgimento attivo di clienti e stakeholder nella progettazione dei servizi</p>
<p>Come vorresti che la nostra azienda evolvesse nel lungo periodo per massimizzare l'impatto positivo nel settore dell'educazione?</p>	<p>Innovando costantemente nei servizi digitali sostenibili, Offrendo formazione accessibile anche a gruppi svantaggiati, Ampliando l'impegno nel supportare la formazione su tematiche di sostenibilità, Collaborando con altre aziende ed enti per creare sinergie sostenibili</p>
<p>Conosci le iniziative di sostenibilità del nostro progetto di società benefit?</p>	<p>Sì, sono ben informato/a, Sì, ma solo in parte, No, non ne sono a conoscenza, Ne ho sentito parlare, ma vorrei saperne di più</p>
<p>Pensi che i nostri servizi rispecchino adeguatamente i valori di una società benefit?</p>	<p>Sì, completamente, Sì, ma c'è margine di miglioramento, Solo in parte, No, non del tutto</p>

Dall'analisi delle risposte più frequenti ricevute possiamo affermare che il cliente sta aumentando la sensibilità e la conoscenza riguardo i temi di sostenibilità e che le attese rispetto all'operato di una società come Edulife che opera nel settore della formazione, supportata dalle tecnologie, sono di progressivo coinvolgimento in

progettualità comuni che favoriscano l'inclusività e l'accessibilità a tutti i servizi formativi digitali. Un riscontro quindi che trova conferma sulla positività della scelta di condividere il percorso di sostenibilità intrapreso.

Priorità dei clienti sui temi di materialità per il percorso Società Benefit (riportate nel capitolo Materialità)

Riguardo la sezione sulla priorità dei clienti sui temi di materialità per il percorso Società Benefit, le indicazioni sono state raccolte confermando la scala di valutazione proposta in precedenza (Molto, Abbastanza, Poco, Per nulla) e riclassificando in valori percentuali (100%, 75%, 50%, 25%).

TEMI DI MATERIALITÀ	PRIORITÀ
Coerenza e adesione ai principi etici e morali	96%
Soddisfazione del cliente	96%
Attenzione alle risorse umane e ai giovani	96%
Valorizzazione persone e formazione	96%
Innovazione, ricerca e sviluppo	93%
Qualità e personalizzazione servizio	93%
Cyber security	89%
Sostenibilità economica e valore generato	86%
Gestione ambientale	86%
Espansione al mercato internazionale	75%

Risulta evidente quanto elevata sia la priorità rispetto a 4 temi di materialità in particolare che riguardano la coerenza e l'attenzione alla persona:

- Coerenza e adesione ai principi etici e morali
- Soddisfazione del cliente
- Attenzione alle risorse umane e ai giovani
- Valorizzazione persone e formazione

Indicazioni sul livello di qualità percepito

Riguardo la sezione sul livello di qualità percepito, le indicazioni sono state raccolte facendo riferimento ai servizi fruiti confermando la scala di valutazione proposta in precedenza (Molto, Abbastanza, Poco, Per nulla) e riclassificando in valori percentuali (100%, 75%, 50%, 25%).



SERVIZIO	LIVELLO 2024	LIVELLO 2023
Consulenza e analisi	96%	83%
Livelli di servizio garantiti (disponibilità, continuità, integrità, affidabilità...)	93%	95%
Piattaforme tecnologiche per la gestione della formazione (gestionale della formazione)	92%	95%
Personalizzazione di piattaforme tecnologiche Edulife	92%	90%
Piattaforme tecnologiche per la certificazione delle competenze (gestionale delle competenze)	90%	88%
System integration con sistemi del cliente interni o esterni	90%	88%
Piattaforme tecnologiche per l'apprendimento on line (LMS)	89%	92%
Laboratori formativi in presenza	88%	81%
Servizio egs completo di erogazione, supporto, tutoring e assistenza per l'erogazione di contenuti formativi online	88%	95%
Assistenza e manutenzione attraverso il servizio di customer service 8x5 al numero verde e/o email	85%	81%
Servizio di supporto e regia per aule virtuali e webinar	81%	75%
Regia, produzione e post produzione di video di interviste ed eventi formativi	80%	75%
Realizzazione di contenuti multimediali e gamification	75%	78%

Dall'analisi dei valori emersi risulta una sostanziale conferma dell'alto livello di soddisfazione indicato nell'annualità precedente con una particolare crescita della soddisfazione del servizio di Consulenza ed Analisi, in linea con la scelta adottata di qualificazione dei servizi dell'azienda.



CF.6 - Scelta fornitore caffè etico

L'obiettivo posto per il 2024 riguardava il cambio del fornitore di caffè verso un fornitore con dichiarazione di conformità etica nel processo di coltivazione, raccolta, trasformazione e confezionamento: tale azione ha portato a verificare tre nuovi fornitori con le caratteristiche etiche poste anche nel rispetto inoltre del criterio di localizzazione territoriale di prossimità con la sede aziendale. I fornitori analizzati sono stati: Pellini (Verona), Illy (Trieste), Lavazza (Torino).

La scelta dei fornitori era basata anche sul vincolo della disponibilità di cialde compatibili Nespresso con attenzione alla sua compostabilità.

Tutti e tre i fornitori analizzati hanno dimostrato di avere le caratteristiche etiche richieste. Riguardo la preferenza per la cialda compostabile è stato verificato che solo Pellini ne dispone.

Oltre alla specificità indicate sono state inoltre tenute in considerazione le caratteristiche organolettiche e di soddisfazione del gusto espresso. A riguardo è stato rilevato che l'utilizzo di bicchierini compostabili ne altera in genere la corretta percezione. Per questo si è scelto di prolungare l'analisi effettuando forniture dai tre selezionati in attesa di completarla utilizzando tazzine in ceramica lavabili programmate per la fine 2024 e che per limiti di fornitura sono state adottate da marzo 2025.





COMUNITÀ

“Collaborare in modo strutturato e duraturo con organizzazioni non profit, fondazioni ed enti del terzo settore in generale, il cui scopo sia allineato e sinergico con quello di Edulife, al fine di contribuire attivamente allo sviluppo delle cittadinanze nei contesti del lavoro e dei territori.”

Questa l'affermazione presente nello statuto di Edulife e che sta alla base del pilastro relativo alla Comunità.

Questo OBC fa parte di una dimensione quella della collaborazione e relazione in particolare con i territori di riferimento, che caratterizza l'azione di Edulife grazie anche alla relazione sinergica con la Fondazione Edulife ETS particolarmente orientata, per propria finalità, al potenziamento delle capacità delle persone nei territori di riferimento locale ed internazionale.

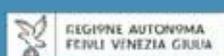
In particolare le attività con beneficio comune che sono state realizzate nel 2024 sono:

- C.1 - Istituti scolastici: attività di orientamento intra ed extra regionale
- C.2 - Ripetibilità progetti e continuità nel tempo (orientamento e digitalizzazione...)
- C.3 - Progetto sociale Food Truck



C.1 - Istituti scolastici: attività di orientamento intra ed extra regionale

Come già descritto nella precedente relazione, l'attività con gli istituti scolastici, e quindi con destinatari i giovani, è descritta nel pilastro Clienti/Fornitori e fa riferimento ai progetti per i giovani. Anche per il 2024 è stato confermato il coinvolgimento di tutte le scuole secondarie di primo e secondo grado della Regione Friuli Venezia Giulia ed il 50% degli stessi ordini di scuole della Regione Veneto, grazie alla promozione della piattaforma digitale di orientamento scolastico e professionale Plan Your Future.



Plan your Future



Incontri di introduzione
alla piattaforma digitale
di Orientamento



#orientati

Farsi strada nel futuro è più facile.



C.2 - Ripetibilità progetti e continuità nel tempo

La capacità di essere ripetibili è sicuramente un indicatore di beneficio comune importante per le azioni progettuali che interessano l'ambito del pilastro Comunità.

Per il contesto relativo a percorsi di **digitalizzazione di lavoratori degli enti locali ed istituzioni**, era previsto nel 2024 un progetto di formazione digitale a favore di realtà artigianali territoriali provinciali della Regione Veneto per **120 operatori**. La relazione con l'ente di riferimento IVL si è dimostrata solida e professionalmente competente e la conferma lo è stato l'approvazione ed il finanziamento di una progettualità condivisa a sei mani assieme anche a Fondazione Edulife. Questa progettualità non ha però avuto seguito in quanto condizionata dai tempi di realizzazione e conseguentemente dagli stretti vincoli di durata dei percorsi formativi progettati a causa di rigidità presenti nel bando non superabili.

Riguardo la ripetibilità di attività con le scuole, è stata confermata la **continuità dei progetti di laboratori virtuali di orientamento scolastico e professionale** per le Regioni Friuli Venezia Giulia e Veneto.





C.3 - Progetto sociale Food Truck

Il progetto sociale di Food Truck denominato “Food Loop”, già presente da qualche anno nel contesto di 311Verona dove Edulife quotidianamente opera, ha la caratteristica di coinvolgere giovani in stato di disagio parziale nella gestione di un servizio mobile di produzione pasti espressi grazie ad una collaborazione con la **Cooperativa “I Piosi”** di Sommacampagna (VR) , con Fondazione Edulife ed Edulife Spa Società Benefit.



Anche nel 2024 è stato scelto di dare continuità alla fornitura di pasti nella pausa pranzo per tutti i collaboratori attraverso il servizio “**Food Loop**”: le motivazioni non sono solo sociali, ma anche di prossimità di un servizio di cucina espressa in grado di fornire pasti di qualità a favore della salute e del benessere fisico dei propri collaboratori.



AMBIENTE

“Ideare, progettare, implementare e supportare servizi e soluzioni con criteri condivisi per la prevenzione e la riduzione dei relativi impatti ambientali” è stato viene riportato nello statuto di Edulife e che riguarda direttamente il pilastro Ambiente.”

Contribuire a preservare il pianeta è un impegno doveroso, indica di consapevolezza, rispetto e sensibilità, tale obc viene realizzato incentivando comportamenti sempre più limitativi dell’impatto negativo da parte dei propri lavoratori, dei servizi richiesti ai propri fornitori, ed erogati ai propri clienti.

In particolare le attività con beneficio comune che sono state realizzate nel 2024 sono:

- A.1 - Data Center certificato
- A.2 - Infrastruttura aziendale
- A.3 - Parco auto aziendale
- A.4 - Progetti di analisi energetica e piani di efficientamento dei consumi
- A.5 – Adozione di tazze tè e tazzine caffè lavabili



A.1 - Data Center certificato

In continuità con le azioni già intraprese a sostegno anche del processo di certificazione aziendale, riguardo i servizi di data center utilizzati per la gestione dei propri servizi digitali, come Edulife è stata rinnovata la verifica della certificazione di sostenibilità ambientale dei due fornitori selezionati.

In particolare è stata verificata la conferma della presenza della Certificazione European Code of Conduct (il Codice di Condotta Europeo relativo agli audit energetici) emessa dal Joint Research Centre, il servizio scientifico interno della Commissione Europea.

Si ricorda che lo scopo di questa certificazione è di stimolare gli attori del settore industriale ad affrontare la questione della crescita della propria impronta ambientale.

È importante tenere presente che questa certificazione prevede audit energetici che



permettono ai data center sia di misurare i consumi e di identificare nuove opportunità per il risparmio di energia sia di definire e attuare un piano d'azione finalizzato alla riduzione del consumo energetico.

In particolare, nei fornitori selezionati è stato possibile verificare e confermare l'attenzione a:

- Fornire la miglior efficienza energetica Power Usage Effectiveness
- Promuovere la messa in atto di "best practice"
- Attuare un costante monitoraggio degli aspetti normativi e tecnologici
- Operare con data center di ultimissima generazione basati sul principio della manutenzione a impatto nullo, con particolare attenzione alle soluzioni di raffreddamento



A.2 - Infrastruttura aziendale

La consapevolezza dell'impatto ambientale dell'infrastruttura immobiliare nella quale Edulife ha la propria sede di lavoro è un ulteriore indicatore di beneficio comune che è stato posto all'attenzione dell'azienda.

Si ricorda che l'edificio, non di proprietà, è stato considerato elemento di valore nel contesto di riqualificazione industriale di ex industria



manifatturiera e che ha permesso di valorizzare un'area dismessa in una zona urbana di Verona.

In particolare per il 2024 l'obiettivo posto era il monitoraggio dei consumi elettrici, termici e idrici per favorire risparmio e sostenibilità ambientale. Tale azione ha visto l'attivazione di una prima fase di sensibilizzazione della comunità che partecipa all'utilizzo della struttura, e non rapida da realizzare considerando che vede coinvolte circa 30 realtà con 150 persone stabilmente presenti ed altre 100 come ospiti partecipanti alle varie attività laboratoriali organizzate in particolare da Fondazione Edulife. Una attivazione che, nel 2025 contiamo possa trovare concretezza in un piano che consenta di favorire la verifica dei consumi energetici e l'individuazione di situazioni e comportamenti che ne favoriscano i risparmi.



A.3 - Parco auto aziendale

Il parco auto aziendale originariamente costituito da 5 auto funzionanti a combustibile fossile, diesel o benzina, in fase di sostituzione, dal 2023 è stato ridimensionato per valutare soluzioni a minore impatto ambientale in funzione dei diversi utilizzi previsti.

Anche nel 2024 è stato dato seguito ad una seconda sostituzione che si è orientata verso una soluzione ibrida a trazione elettrica-benzina automaticamente attivabili in funzione delle condizioni di viaggio.

Per le future sostituzioni le valutazioni continueranno secondo questa priorità, in funzione della migliore convenienza in termini di impatto e di costi di gestione, attenti a considerare le migliori indicazioni degli esperti.





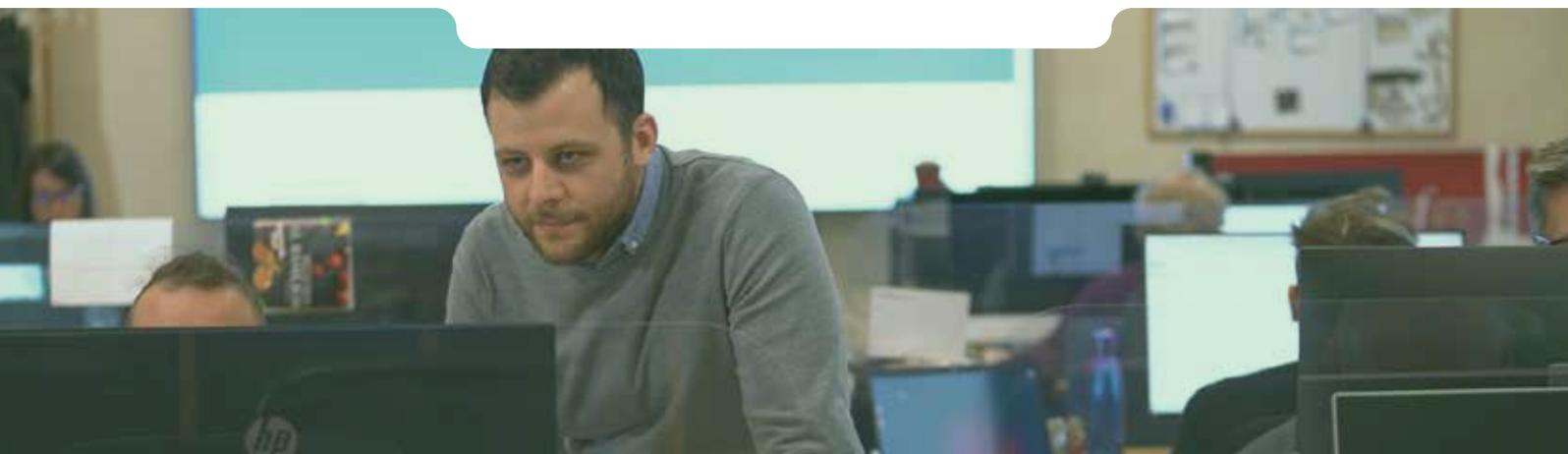
A.4 - Progetti di analisi energetica e piani di efficientamento dei consumi

La struttura nella quale risiede l'azienda non è di proprietà ed ha il valore di essere una rigenerazione urbana di origine industriale; ma vi è la consapevolezza, come Edulife, di essere soggetti che devono favorire, nei confronti delle proprietà e dei co-inquilini, un percorso di analisi energetica per la definizione di un piano di efficientamento dei consumi.

Il percorso svolto nel 2024 con la proprietà ha permesso di raccogliere elementi di interesse nei riguardo di questo tipo di progettualità, salvo riconoscere una difficoltà nel darne seguito causata del condizionamento dovuto all'approvazione da parte dell'ente locale di un piano di riqualificazione più ampio che riguarda tutta l'area e che sta subendo ritardi che si auspica nel 2025 possano essere risolti.

Riguardo l'azione di sensibilizzazione verso i propri collaboratori, si è iniziato con la condivisione e la scelta di alcune buone pratiche quotidiane relative alla corretta differenziazione dei rifiuti e all'attenzione agli sprechi energetici.

Il percorso di formazione online in programma è stato programmato nel 2025 in quanto, grazie ad alcuni clienti, si stanno individuando soluzioni formative che consentono di ottimizzare l'investimento iniziale previsto.



A.5 - Adozione di tazze tè e tazzine caffè lavabili

A seguito della scelta di un fornitore etico di caffè è stato valutato coerente procedere anche con la fornitura a tutti i collaboratori, in funzione del bisogno, di una tazza da tè e/o tazzine da caffè in ceramica e quindi lavabile in modo da ridurre il consumo di bicchieri monouso.

Questa scelta ha preso forma in occasione delle festività natalizie 2024 ed ha

compreso anche l'ideazione di un messaggio di sensibilizzazione con una grafica curata che è stato utilizzato anche per gli auguri agli stakeholder.

“Ogni giorno puoi rendere più felice il mondo” è un chiaro messaggio non solo socio-relazionale ma sostanzialmente di attenzione al benessere dell'ecosistema che si può realizzare anche, e non solo, non utilizzando contenitori monouso.



QUALI AZIONI PER IL FUTURO

In continuità con il percorso intrapreso di sostenibilità, le azioni ad impatto che si intendono realizzare nel 2025, suddivise nei 5 pilastri, sono dunque le seguenti:

GOVERNANCE

G.1	Integrazione dell'impatto sui 5 pilastri delle varie iniziative programmate	Incremento dell'impatto su ogni commessa realizzata dei risultati sui 5 pilastri con dato di sintesi percentuale valutato con indicatori ove misurabili.
G.2	Modello organizzativo aggiornato (ISO 9001, 27001, d.lgs. 81, 231/2001...)	Modelli aggiornati e Certificazioni confermate con integrazione della Certificazione di Parità di genere
G.3	Pubblicazioni ed iniziative editoriali (speech, pubblicazioni, eventi)	Pubblicazione dell'aggiornamento del pamphlet "L'umano algoritmo". Realizzazione di eventi di sensibilizzazione delle aziende del territorio sul tema del change management
G.4	Sinergie con enti del terzo settore	Prosecuzione delle sinergie tra Edulife SB e Fondazione Edulife ETS per favorire la reciproca contaminazione di stili gestionali. Avvio di una consulenza per comprendere il migliore modello di gestione ed organizzazione rispetto le finalità delle due realtà.
G.5	Qualificazione apicale del ruolo di responsabile di impatto?	Conferma del coinvolgimento diretto di figura apicale nel ruolo di responsabile di impatto e nella redazione del relativo report di impatto
G.6	Valorizzazione delle esperienze Italia-Cina	Strutturazione di una forte e sistematica condivisione di esperienze tra realtà italiana e società cinese partecipata Yizhong-Edulife al fine di favorire lo sviluppo di progettualità proprie in un contesto di finalità comune.



LAVORATORI

L.1	Laboratori Formativi Società Benefit-Fondazione	Sempre maggiore coinvolgimento nel percorso di progressiva consapevolezza e conoscenza del potenziale del gruppo di persone Fondazione e Società Benefit.
L.2	Applicazione qualificata Smart Working	Conferma della priorità sul lavoro in presenza come caratteristica di efficacia della crescita relazionale di ciascuno e delle produttività. Riconoscimento di smart working parziale per figure con alta autonomia lavorativa al fine di facilitare aspetti di tipo logistico.
L.3	Colloqui con il personale	Sistematizzazione dei colloqui con i collaboratori secondo una linea gerarchica di ruoli, con riflessione sui dati individuali raccolti di Valutazione Autentica e la definizione di un percorso di crescita interno. Prevista nuova erogazione di questionario di valutazione autentica a tutti i collaboratori come modalità di verifica in progress del percorso di crescita concordato.
L.4	Iniziative di welfare (mensa, portatili, telefoni, part time, parcheggio)	Conferma dei benefit previsti: Pasto presso food truck interno per tutti i lavoratori, Portatili per tutti gli smart worker, Telefoni per tutti i commerciali, Part time alle madri, Posto auto. Previsto premio di risultato in base ai risultati aziendali e proporzionale all'imprenditorialità dimostrata.



CLIENTI FORNITORI

CF.1	Analisi coinvolgimento e impatto dei giovani con i clienti	Continuazione della proposta ai clienti di progetti di laboratori formativi che prevedono la partecipazione attiva di giovani in base alla numerosità del gruppo, al fine di facilitare una migliore contaminazione generazionale nell'analisi dell'attualità e nell'individuazione condivisa di possibili soluzioni.
CF.2	Analisi coinvolgimento e impatto sui giovani	Conferma della continuità del progetto di strumenti online di orientamento scolastico e professionale PYF con il cliente FVG e sviluppo di ulteriori strumenti ad arricchimento dell'offerta erogata dalla piattaforma digitale. Continuazione del progetto di orientamento di Regione Veneto Orientati.
CF.3	Valutazione dei fornitori (ISO) con condivisione documenti aziendali	Verifica dell'elenco dei principali fornitori e prosecuzione del dialogo sul percorso di società benefit con l'erogazione di un assessment aggiornato. Verifica del percorso di sostenibilità adottato dai fornitori individuati.
CF.4	Identificazione dell'ambito territoriale di operatività con fornitori (principali su nord-est)	Conferma della priorità nella scelta di fornitori su base territoriale locale al fine di minimizzare l'impatto logistico, a parità di prodotto.
CF.5	Customer satisfaction clienti	Analisi di soddisfazione dei clienti mediante un assessment di verifica del livello di soddisfazione del servizio ricevuto. Agli stessi clienti si prevede di continuare a sottoporre un assessment sul tema della sostenibilità ESG sia in termini di propria sensibilità che di indicazioni di priorità per l'azienda al fine di proseguire il percorso di accompagnamento degli stakeholder.
CF.6	Scelta fornitore caffè etico	Prosecuzione e conclusione del processo di scelta del fornitore di caffè che, oltre la dichiarazione di conformità etica nel processo di coltivazione, raccolta, trasformazione, preveda per il confezionamento delle cialde l'utilizzo di materiale compostabile. Confermata la priorità della sede del fornitore nell'area del nord est italiano.



COMUNITÀ

C.1	Istituti scolastici: attività di orientamento intra ed extra regionale	Proseguimento delle attività di orientamento presso Istituti Scolastici con monitoraggio di dati di andamento pluriannuali
C.2	Ripetibilità progetti e continuità nel tempo (orientamento e digitalizzazione...)	Individuare progettualità condivise con istituzioni ed enti di formazione con particolare attenzione al territorio del Nord Est d'Italia la per lo sviluppo di azioni formative a favore della professionalizzazione digitale.
C.3	Progetto sociale Food Truck	Conferma della partecipazione al progetto Food truck sociale di fornitura di pasti aziendali ai collaboratori, attivo presso la sede di 311Verona frutto di un percorso di inserimento lavorativo di persone in condizione di svantaggio sociale curato da Cooperativa Sociale i Piosi di Sommacampagna (VR) che è quindi fornitore di pasti.

AMBIENTE

A.1	Data Center certificato	Verifica ed aggiornamento delle certificazioni di sostenibilità Data4 e VAR Group in coerenza con le evidenze necessarie per il sistema qualità aziendale.
A.2	Infrastruttura aziendale (riqualificazione)	Prevista l'applicazione della metodologia di analisi delle possibili soluzioni di efficientamento dell'edificio, con conseguenti proposte di miglioramento, suddivisa in due diversi ambiti in funzione della responsabilità diretta dell'azienda e della proprietaria della struttura.
A.3	Parco auto aziendale	Per il 2025 prevista la vendita di un'auto alimentata diesel. Non previsti acquisti di altre auto.
A.4	Progetti di analisi energetica e piani di efficientamento dei consumi (Formazione dedicata)	Prosecuzione nelle attività di formazione dei collaboratori al fine di sensibilizzarli sui temi della sostenibilità e fare una raccolta di buone prassi. Prevista la costituzione di un tavolo di progetto partecipato sul tema per azioni e obiettivi mirati
A.4	Progetto caffè sostenibile	Previsione di scelta di fornitore locale con cialde compostabili e sensibilizzazione all'utilizzo della tazza e della tazzina personalizzata in ceramica lavabile fornita al fine di ridurre la produzione di rifiuti. (e misurazione riduzione rifiuti)



CONCLUSIONI

A conclusione di questa seconda relazione di impatto possiamo affermare che il cammino intrapreso sta tracciando una strada chiara e sempre più definita non solo dalle nostre consolidate consapevolezze ma anche da un sistema normativo italiano ed europeo in evoluzione veloce sulle tematiche ESG dato dalle disposizioni della CSRD, CSDDD e Agenda 2030.

Il 2024 è stato infatti l'anno nel quale, dopo la prima interiorizzazione, è cresciuta la consapevolezza di quanto sia importante avere un approccio ESG a 360 gradi.

Le azioni programmate nel 2024 con gli obiettivi raggiunti e con quelli modificati, hanno permesso di comprendere l'importanza del modo di operare che si applica soprattutto nei confronti di tutti gli stakeholder: il progressivo coinvolgimento di questi infatti, sarà indicatore importante anche rispetto ai dati, agli spunti ed ai risultati che si raggiungeranno e che saranno fonte di ispirazione e di miglioramento continuo.

Questo percorso che stiamo facendo, assieme alle organizzazioni ed alle persone con le quali abbiamo scelto di "camminare", ci permetterà di essere sempre più consci di quanto l'impatto del nostro fare impresa debba essere un segno tangibile orientato a rendere le persone felici nella responsabilità delle loro azioni e a favorire lo sviluppo di un mondo migliore.



edulife
apprendere per crescere insieme
SOCIETÀ BENEFIT

Certificazione

