

BILANCIO D'ESERCIZIO 2024

E. DI C. S.P.A SOCIETA' BENEFIT

INDICE DEI CONTENUTI:

- > Convocazione Assemblea Ordinaria
- > Bilancio di esercizio 2024 e Nota Integrativa
- > Relazione del collegio sindacale 2024
- > Relazione della società di revisione 2024
- > Relazione d'Impatto Società Benefit 2024

ESERCIZIO SOCIALE 2024

Relazione annuale d'impatto della Società Benefit

**Redatta ai sensi ex art. 1 c.382 L. 208/2015
Schemi di bilancio e nota integrativa**

**Esercizio dal 01/01/2024
al 31/12/2024**



Sede in Località Burchio snc, 50063 Figline e Incisa Valdarno (FI)
Capitale sociale euro 6.743.100,00 interamente versato
Cod. Fiscale 02344630484
Iscritta al Registro delle Imprese di FIRENZE nr. 02344630484
Nr. R.E.A. 525376

INDICE degli Argomenti

- INTRODUZIONE
- CARATTERISTICHE FONDAMENTALI DELLE SOCIETÀ BENEFIT

Valore condiviso per la società e la biosfera: sostenibilità, responsabilità, trasparenza

- E. DI C. S.P.A. SOCIETÀ BENEFIT - POLO LIONELLO BONFANTI

- > La Vocazione del Polo Lionello Bonfanti oggi

- > Corporate Governance

- MISURARE CIO' CHE CONTA

L'avvio dello studio sulla materialità

- LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO SULLE FINALITÀ DI BENEFICIO

COMUNE: Lo standard di valutazione interno: il metodo RainbowScore® per un'impresa a più dimensioni.

Report 2024 attraverso lo standard di valutazione esterno:

- > Etica e valori aziendali

- > Una comunicazione che costruisce comunione

- LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO DAL POLO LIONELLO BONFANTI

MISURATA ATTRAVERSO GLI OBIETTIVI DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE SDG ACTION MANAGER

- > Autovalutazione dinamica per strategie aziendali mirate ad un miglioramento

continuo della direzione dei 17 SDG della Agenda 2030.

- > Report di valutazione.

- LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO DAL POLO LIONELLO BONFANTI SULLE FINALITÀ DEL PROGETTO ECONOMIA DI COMUNIONE

- > I requisiti di prestazione validati attraverso uno standard di valutazione esterno,

universalmente riconosciuto: il B Impact Assesment di B Lab.

- > Report 2024 dopo la nuova certificazione validata il 15 Aprile 2024

- DESCRIZIONE NUOVI OBIETTIVI CHE LA SOCIETÀ INTENDE PERSEGUIRE NELL'ESERCIZIO SUCCESSIVO

- > Obiettivi di beneficio comune specifico

- CONCLUSIONI

- APPENDICE: Dettagli progetti realizzati c/o Polo Lionello Bonfanti

1. Visite didattiche e gruppi vari

2. Iniziative

INTRODUZIONE

Superata la seconda certificazione B Corp e raggiunto il diciottesimo bilancio dopo l'inaugurazione del Polo Lionello, E. di C. S.p.A SB, con maturità, fedeltà creativa e profonda speranza si appresta ad attraversare un Giubileo tra crescenti ombre e sospensioni geopolitiche, nella certezza di perseguire obiettivi inclusivi e 'a prova di futuro'.

La quotidianità operosa è difficile da rendicontare, ma queste pagine permettono di entrare nelle svariate sfaccettature che colorano la vita qui al Polo nel costante impegno di "fare crescere l'economia nuova" come abbiamo scritto nella più recente presentazione di questo luogo dove convivono lavoro, formazione, innovazione.

Nel corso del 2024 un convegno internazionale promosso dalla ONG "New Humanity" ha lanciato il tema della "sostenibilità relazionale" quale pista di azione comune alle molte iniziative culturali internazionali nate in seno al Movimento dei Focolari, le cosiddette 'inondazioni'. Esse mirano a portare il Carisma dell'Unità attraverso un dialogo improntato sulla reciprocità con il mondo della cultura verso tutte le sue diverse espressioni: politica, economia, ecologia, diritto, architettura, medicina, psicologia, arte etc. in vista di un nuovo umanesimo 'sinodale'. La proposta di convergere verso la 'SOSTENIBILITA' RELAZIONALE' da parte di Eco-one, gruppo che si occupa di ecologia, per un efficace risposta di impegno unitario, per uno sviluppo sostenibile, ha trovato pieno riscontro nell'ambito della Economia di Comunione ed ha in modo particolare centrato l'interesse di E. di C. S.p.A in quanto Benefit e B Corp.

Il tema della sostenibilità relazionale rappresenta un concetto estremamente ampio ed inclusivo ed abbraccia le connessioni tra individui, tra persone e natura e tra individui e società. L'essere umano è parte integrante della natura, non un'entità separata da essa e questa relazione è fondamentale per il benessere della persona e della comunità. Per fronteggiare gli squilibri causati dalle attività umane (deforestazione, perdita di biodiversità, cambiamenti climatici) prima di arrivare ad un livello di non ritorno occorre una coesione globale per non mettere a rischio la nostra stessa esistenza e quella delle generazioni future. Nella sua accezione più ampia quindi la sostenibilità relazionale presuppone un rapporto sostenibile con la natura e tra gli individui a livello globale: è un impegno complesso che richiede la collaborazione di tutti, dai singoli cittadini alle organizzazioni, imprese, governi. E' il tessuto sociale ad ogni livello che si orienta decisamente verso una sostenibilità a tutto campo: solo riconoscendo la nostra interconnessione con l'ambiente naturale, adottando stili di vita più sostenibili e costruendo relazioni basate sul rispetto, la compassione e la collaborazione possiamo garantire un futuro prospero alle persone, alla natura e alla società nel suo insieme.

Logicamente l'Economia di Comunione ha molto a che fare con tale prospettiva ed intende porsi tra i promotori, d'altra parte il Global Compact delle Nazioni Unite vede proprio nelle imprese un motore fondamentale per innescare il cambiamento di paradigma rispetto ai 17 obiettivi dell'Agenda 2030, obiettivi che attengono alle quattro accezioni della sostenibilità: ambientale, economica, sociale ed antropologica; sono infatti quattro ambiti che presuppongono relazioni autentiche, positive, generative per poter innescare nuovi modelli e pratiche replicabili verso una armonia della biosfera.

Insostenibile è il degrado degli ecosistemi, la sperequazione sociale, la cultura dello scarto e lo sfrenato incubo del consumismo che svuota la persona della propria specificità di essere umano: la dimensione spirituale. La sostenibilità relazionale presuppone una svolta decisiva ed efficace ed il ricchissimo progetto culturale di formazione per il 2025 è la risposta della nostra società a questo improcrastinabile appello.

**Il Responsabile dell'Impatto
E. di C. S.p.A. Società Benefit**

Sandra Maria Della Bella

CARATTERISTICHE FONDAMENTALI DELLE SOCIETA' BENEFIT

Valore condiviso per la società e la biosfera: sostenibilità, responsabilità, trasparenza.

Con la nuova certificazione B Corp, risulta oggettivo l'impatto positivo generato dalla nostra società benefit. Da gennaio 2020, anno in cui abbiamo ottenuto la prima certificazione assieme ad un altro centinaio di aziende, il movimento cresce e si consolida, grazie anche dalla nascita di B Lab Italia.

E. di C. S.p.A. SB è un'azienda che aderisce al progetto "Economia di Comunione", costituita nel 2001 grazie al contributo di oltre 5.700 azionisti, e gestisce ora il Polo Lionello Bonfanti in località Burchio, nel comune di Figline e Incisa Valdarno (FI) a 20 km a sud di Firenze, nei pressi di Loppiano, una delle 25 cittadelle internazionali del Movimento dei Focolari, movimento in cui l'Economia di Comunione si è sviluppata. In quanto società benefit, E. di C. S.p.A. SB intende **"operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse"**.

Specifiche finalità di beneficio comune della società sono **"la promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro, in particolare il modello di Economia Civile e di Comunione"**. E. di C. S.p.A. SB intende contribuire con la sua presenza fisica, con le sue strutture e con le sue numerose iniziative culturali alla **conoscenza/diffusione e sviluppo del progetto di Economia Civile e di Comunione**, facendo, altresì, **perno sui beni relazionali**;

E. di C. S.p.A. SB persegue inoltre, sempre come specifica finalità di beneficio comune **"la collaborazione e la sinergia con organizzazioni non profit, fondazioni, associazioni, società ed imprenditori il cui scopo sia allineato e sinergico con quello delle Società"**, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato".

Tale impegno si realizza mediante la **predisposizione di beni immobili, la gestione di impianti produttivi e commerciali, nonché di aree attrezzate** per promuovere imprese e laboratori per la sperimentazione di prodotti o processi innovativi. Sempre in tale direzione si declina la poliedrica attività di formazione che trova sede presso il Polo Lionello Bonfanti.

La collaborazione e la sinergia con organizzazioni, fondazioni, associazioni si realizza soprattutto attraverso il **noleggior anche per breve periodo di spazi, uffici, postazioni di lavoro in condivisione (co-working)**, oltreché attraverso la promozione di attività formative di ogni genere, ma in particolare legate alla Economia Civile e di Comunione.

Sempre nell'ottica della sinergia e della promozione di esperienze imprenditoriali improntate alla comunione e alla fraternità, **la Società, da statuto, può assumere quote di partecipazione in altre imprese**. Ed infatti, E. di C. S.p.A. SB possiede quote di sei aziende con partecipazioni da € 500 ad un massimo di € 15.000.

Nata all'interno di un movimento religioso e fondata su principi spirituali che hanno radici nel cristianesimo, quali fraternità, attenzione alla persona, partecipazione, l'EdC è oggi un efficiente modello di business contemporaneo, teso ad intendere **l'economia come punto di partenza per una società nuova**, particolarmente attuale nel contesto di sfida che stiamo attraversando.

E. di C. S.p.A. SOCIETÀ BENEFIT - POLO LIONELLO BONFANTI

La vocazione del Polo Lionello Bonfanti oggi.

Il Giubileo ordinario del 2025 risuona come un'eco antica e profetica, un richiamo che trova le sue radici nella tradizione giudaica, dove ogni cinquant'anni il suono del corno di ariete segnava un tempo di liberazione intrecciato a profonde connessioni sociali ed economiche. La tradizione biblica descrive, infatti, il Giubileo come un anno in cui la terra riposa, i debiti vengono cancellati e ogni uomo e donna riconquista libertà e giustizia. Una **visione audace** della società fondata **sull'equità e sulla riconciliazione** che invita a rivedere le logiche ordinarie di potere e mercato, immaginando un tempo di vera **fratellanza universale**. Oggi, quella stessa eco si confronta con le sfide di un'economia contemporanea che cerca soluzioni per un mondo più equo e sostenibile.

Nella bolla di indizione del Giubileo, il Santo Padre parla di occasione propizia *“per rianimare la speranza”*, e della responsabilità della comunità cristiana come protagonista di una *“alleanza sociale per la speranza”* inclusiva e concreta. Porta l'attenzione sui 'miliardi di poveri' spesso vicini di casa che *“soffrono l'esclusione e l'indifferenza di tanti”, “mero danno collaterale”*.

Ma nel capitolo 16, facendo eco alla parola antica dei profeti, il Papa dice che «i beni della Terra non sono destinati a pochi privilegiati, ma a tutti» e rinnova l'appello affinché *«con il denaro che si impiega nelle armi e in altre spese militari costituiamo un Fondo mondiale per eliminare finalmente la fame e per lo sviluppo dei Paesi più poveri, così che i loro abitanti non ricorrano a soluzioni violente o ingannevoli e non siano costretti ad abbandonare i loro Paesi per cercare una vita più dignitosa»*, sottolinea inoltre che c'è un vero “debito ecologico”, soprattutto tra il Nord e il Sud, connesso a squilibri commerciali con conseguenze in ambito ecologico, come pure all'uso sproporzionato delle risorse naturali compiuto storicamente da alcuni Paesi. Come insegna la Sacra Scrittura, la terra appartiene a Dio e noi tutti vi abitiamo come *“forestieri e ospiti”* (Lv 25,23).

E continua: *«Se veramente vogliamo preparare nel mondo la via della pace, impegniamoci a rimediare alle cause remote delle ingiustizie, ripianiamo i debiti iniqui e insolubili, saziamo gli affamati»*.

Segue uno sprone a livello personale e collettivo: *«Sì, abbiamo bisogno di «abbondare nella speranza» (cfr. Rm 15,13) per testimoniare in modo credibile e attraente la fede e l'amore che portiamo nel cuore; perché la fede sia gioiosa, la carità entusiasta; perché ognuno sia in grado di donare anche solo un sorriso, un gesto di amicizia, uno sguardo fraterno, un ascolto sincero, un servizio gratuito, sapendo che, nello Spirito di Gesù, ciò può diventare per chi lo riceve un seme fecondo di speranza»*.

Il Santo Padre conclude la bolla con «l'auspicio che il prossimo Giubileo sia un Anno Santo caratterizzato dalla speranza che non tramonta, quella in Dio. Ci aiuti pure a ritrovare la fiducia necessaria, nella Chiesa come nella società, nelle relazioni interpersonali, nei rapporti internazionali, nella promozione della dignità di ogni persona e nel rispetto del creato. La testimonianza credente possa essere nel mondo lievito di genuina speranza, annuncio di cieli nuovi e terra nuova (cfr. 2Pt 3,13), dove abitare nella giustizia e nella concordia tra i popoli, protesi verso il compimento della promessa del Signore» auspicando che la speranza *«attraverso di noi diventi contagiosa per quanti la desiderano»*. Possa la nostra vita dire loro: *«Spera nel Signore, sii forte, si rinsaldi il tuo cuore e spera nel Signore»* (Sal 27,14).

Corporate Governance

Consiglio di amministrazione

Koenraad Vanreusel	Presidente del Consiglio di Amministrazione
Maria Gaglione	Amministratore Delegato
Sandra Maria Della Bella	Consigliere e Responsabile di impatto
Germán Miguel Jorge	Consigliere
Fabio Magrini Alunno	Consigliere

Collegio sindacale

(controllo sull'amministrazione)

Riccardo Finetti	Presidente
Guido Mazzoni	Sindaco effettivo
Fabrizio Sacchi	Sindaco effettivo
Silvia Tagliafierro	Sindaco Supplente
Alberto Pecori	Sindaco Supplente

Società di revisione

(controllo legale dei conti)

BDO Italia S.p.a.	Società di revisione
-------------------	----------------------

MISURARE CIÒ CHE CONTA

L'avvio dello studio sulla materialità

Negli ultimi anni, il Polo Lionello Bonfanti ha compiuto importanti passi avanti nella rendicontazione dell'impatto generato, adottando strumenti internazionali riconosciuti come il B Impact Assessment, l'SDG Action Manager e, in particolare, il nostro indicatore narrativo RainbowScore®, capace di cogliere la ricchezza e la complessità del nostro agire a movente ideale. Tutti questi strumenti ci hanno permesso di raccontare con trasparenza e coerenza i risultati del nostro impegno per un'economia civile e di comunione. Tuttavia, manca ancora un tassello fondamentale per consolidare ulteriormente il nostro percorso: lo studio sulla materialità, che avvieremo nel corso del 2025. Si tratta di un passaggio essenziale e previsto anche dalle nuove normative europee sulla rendicontazione di sostenibilità (CSRD), per individuare i temi ESG (Environment, Social and Governance) che contano di più secondo il principio della doppia materialità e rendere le imprese più consapevoli e responsabili dell'impatto che generano e subiscono.

Che cos'è la materialità (e la doppia materialità)?

Nel contesto della sostenibilità, il termine "materialità" non si riferisce a qualcosa di fisico o tangibile, ma indica la **rilevanza** di specifici temi per un'organizzazione e i suoi stakeholder (azionisti, dipendenti, clienti, comunità locali, istituzioni...). In particolare, la doppia materialità considera due prospettive:

- Materialità d'Impatto (dall'esterno verso l'interno), ossia i fattori ambientali, sociali e di governance (ESG) che influenzano la solidità economica e operativa;
- Materialità finanziaria (dall'interno verso l'esterno), ossia le nostre attività, decisioni e politiche che influenzano le persone, l'ambiente e la società nel suo complesso.

In parole semplici, è uno strumento che aiuta a capire meglio cosa conta davvero per chi ci guarda, ci sostiene, ci abita e ci accompagna — e anche per noi stessi.

A cosa serve e come funzionerà?

Lo studio di materialità non è una formalità burocratica. Al contrario, è un processo partecipativo e trasformativo, che permette di mettere a fuoco le priorità strategiche del Polo Lionello, migliorare la nostra capacità di generare valore

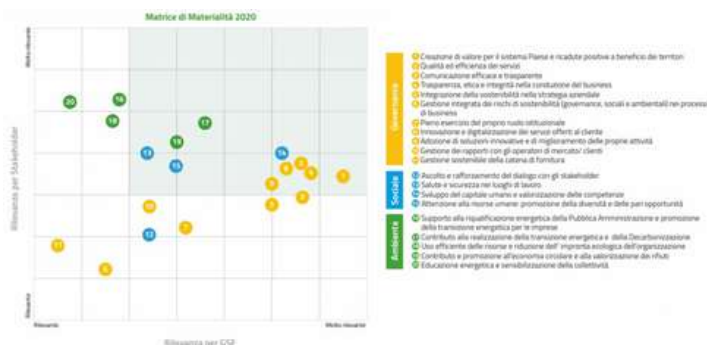
condiviso e costruire una rendicontazione ancora più credibile, utile e fedele al nostro carisma.

Nel 2025, contiamo di iniziare con una prima indagine qualitativa rivolta ai nostri stakeholder principali, a partire dai soci, che consideriamo il cuore pulsante della nostra comunità. Sarà proposto un breve questionario (survey clienti) che aiuterà a raccogliere percezioni, aspettative, timori e speranze. Questo sarà il primo passo verso una mappatura più strutturata degli stakeholder, che permetterà di costruire la nostra **Matrice di Materialità** (vedi esempio GSE sotto riportato). Questa matrice evidenzierà visivamente i temi più rilevanti, posizionandoli in base alla loro importanza sia per gli stakeholder sia per l'organizzazione. In seguito, affiancheremo al questionario altri momenti di ascolto, confronto e focus, affinché i risultati siano realmente rappresentativi e possano orientare le scelte del Consiglio d'Amministrazione in modo ancora più partecipato e consapevole.

Perché ora?

Scegliere di intraprendere questo percorso ora rappresenta l'evoluzione naturale del nostro impegno per la trasparenza, la responsabilità e la rappresentatività dell'impatto. Significa prepararci a un futuro in cui l'impresa non sarà giudicata solo dai suoi numeri, ma dalla sua capacità di rispondere al bene comune.

In coerenza con quanto affermato nello Statuto di E. di C. Spa, con il nostro essere Società Benefit e con i valori dell'Economia di Comunione, questo passo rafforza la nostra vocazione di "custodi attivi" di un'economia fondata sul rispetto, sulla reciprocità e sull'ascolto.



Esempio di matrice di materialità del GSE (<https://www.gse.it/>)

LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO DAL POLO LIONELLO BONFANTI SULLE FINALITÀ DEL PROGETTO ECONOMIA DI COMUNIONE

Lo standard di valutazione interno: il metodo RainbowScore® per un'impresa a più dimensioni

E. di C. S.p.A. SB promuove attività imprenditoriali improntate alla comunione e/o ispirate dall'Economia Civile e mira ad amplificare l'impatto positivo del loro operato. Essa coniuga la necessità di generare un utile, che, ove possibile, sia oggetto di una tripartizione, per contribuire al miglioramento della società, in vista di una **giustizia sociale, di una ecologia integrale, e di un'economia circolare**: è questa la prospettiva strategica per contribuire ad assicurare uno sviluppo sostenibile globale, a lungo termine, fondato su una vera condivisione.

Per portare in luce la specificità della sua mission, E. di C. S.p.A. SB ha scelto di avvalersi di uno strumento interno, valido per un'efficace autovalutazione inerente agli aspetti caratterizzanti l'agire economico dell'Economia di Comunione, in relazione ad ogni componente esterno ed interno che delinea l'attività imprenditoriale: il **RainbowScore®**. Sin dal 2019 ci si propone, attraverso questo indicatore, di redigere in modalità narrativa un report che attraversa le sette dimensioni e permette di mettere a fuoco una serie di output che descrivono il valore aggiunto della Società entro prospettive che non troverebbero spazio nella relazione di gestione, nella nota integrativa al bilancio e neppure nelle categorie del B Impact Assessment o degli SDG Action Manager.

Il "problema" principale, per definire l'impatto generato a movente 'ideale', costituito da numerose componenti intangibili è l'interconnessione tra varie dimensioni aziendali (oltre le classiche economiche, finanziarie e patrimoniali, si è visto come anche quelle etiche, ambientali, socio-relazionali e sostenibili hanno forte rilievo). Nelle aziende tradizionali, nonostante un forte orientamento socio-relazionale, i metodi per misurare e valutare questi aspetti sono ancora limitati. Tuttavia, nel progetto EdC, la **dimensione antropologica riveste un ruolo fondamentale**, motivo per cui è stato sviluppato un corpus teorico specifico per permettere ai metodi di valutazione e comunicazione aziendale di crescere parallelamente al progetto stesso.

Secondo quest'ottica e sulla scorta di contributi accademici ed esperienze d'impresa, **l'azienda si compone delle seguenti sette dimensioni tra loro interdipendenti**, che cooperano in maniera armoniosa alla creazione del valore aziendale.

Rosso - Imprenditori, lavoratori ed impresa Dimensione che contempla non solo gli aspetti economico-finanziari, ma anche quei componenti non monetari che creano valore per l'azienda, considerando tutti gli interlocutori che assumono un ruolo da protagonisti: i dipendenti e le loro famiglie, gli azionisti.

Arancio - Capitale Relazionale Insieme delle relazioni con tutti i soggetti interni ed esterni all'azienda e ad essa collegati per motivi: produttivi (clienti, fornitori, lavoratori), istituzionali (Pubblica Amministrazione, associazioni di categoria) e sociali (associazioni, società civile e comunità locale).

Giallo - Etica e Valori Aziendali Include l'insieme dei principi, valori, idee e orientamenti etici che guidano l'attività aziendale e tutti i suoi membri.

Verde - Qualità di vita Socio-Ambientale Qualità delle relazioni tra le persone, dell'ambiente sociale e quello naturale, includendo importanti temi, quali: il clima dell'ambiente di lavoro e l'ecologia, la prevenzione e la sicurezza nei luoghi di lavoro.

Azzurro - Armonia nell'ambiente di lavoro; Capitale Umano

Valore aggiunto apportato dalla comunità di lavoro nella sua organizzazione formale e non; quale il capitale umano, l'armonia degli spazi e l'ambiente di lavoro.

Indaco - Formazione, istruzione, sapienza; Capitale Intellettuale

L'indaco rappresenta il valore tratto dalle conoscenze e dal know-how delle persone che operano nell'impresa, insieme alla loro possibilità e capacità di crescere, innovare e sviluppare talenti e risorse.

Violetto - Comunicazione, social media L'ultima dimensione è trasversale a molte delle prima descritte, poiché include tutte le azioni volte alla circolazione d'informazioni interne ed esterne all'azienda (campagne pubblicitarie, storytelling, promozione, visite aziendali o diffusione della propria storia).

Entrando nello specifico dell'esercizio 2024, prendiamo in considerazione solo alcuni tra i sette aspetti, puntando ai colori che hanno caratterizzato in maniera più pregnante la vita dell'anno, soprattutto rispetto all'impatto specifico di E. di C. S.p.A. SB.

La dimensione narrativa permette di mettere meglio a fuoco il 'purpose' (movente ideale) concetto che va guadagnando notevole rilevanza in un contesto economico e sociale in continua evoluzione. Il percorso che conduce alla implementazione pratica all'interno dell'azienda, affinché il 'purpose' diventi 'total experience' ossia esperienza a 360°, è estremamente dinamico e caratterizza o, meglio, rende unica l'evoluzione di ogni realtà imprenditoriale a movente ideale.

GIALLO, etica e valori aziendali

La **cultura aziendale** è un elemento cruciale per il **successo sostenibile** dell'impresa, specialmente per una realtà come il Polo - nato dalla visione ispiratrice dell'Economia di Comunità.

Pur essendo spesso implicita, questa cultura influenza profondamente decisioni, comportamenti e strategie organizzative, andando ben oltre il rispetto formale delle normative.

È per questo motivo **che risulta fondamentale trasformare l'implicito in qualcosa di formale e misurabile**, valorizzando le nostre pratiche attuali e introducendo procedure più strutturate per una maggiore accountability verso gli oltre 5.715 soci che sostengono il Polo.

Formalizzare l'implicito non significa irrigidire, ma rendere più solido, trasparente e coerente il nostro agire, costruendo strumenti che permettano di riflettere, migliorare e rispondere con responsabilità alle nostre scelte. Riconoscere i passi già compiuti e, al tempo stesso, nominare ciò che manca, ci permette di rafforzare la nostra identità valoriale e di fare della cultura aziendale non solo un fondamento etico, ma anche una leva strategica per il futuro.

Operando senza processi altamente formalizzati, è proprio la **cultura condivisa** a fungere da collante essenziale, orientando quotidianamente i comportamenti e le decisioni strategiche. Il nostro cuore EdC e la nostra missione come Società Benefit e B Corp richiedono infatti **una profonda coerenza tra lo scopo dichiarato e le azioni quotidiane di ognuno**.

Dobbiamo tuttavia approfondire e identificare eventuali ulteriori procedure interne che esplicitino chiaramente questi valori nelle varie attività aziendali. Per monitorare in maniera equilibrata ed efficace il nostro progresso, abbiamo adottato indicatori narrativi e concreti, raggruppati in tre aspetti fondamentali sottolineati nella dimensione Giallo del RainbowScore®:

1. Identificazione ed esplicitazione dei valori fondanti:

Abbiamo formalizzato i valori fondanti della società in documenti pubblici:

- **Carta dei Valori e Codice Etico:** documentazione a corredo del contratto di locazione a un anno o a lungo termine, specifica per gli inquilini degli uffici e capannoni (Regolamento Polo Lionello e Linee per condurre un'impresa EdC)
- **Dichiarazione sui Diritti Umani** disponibile sul sito quale impegno formale della società rispetto ai diritti fondamentali dell'uomo
- **Manuale del Dipendente:** raccolta delle procedure e delle disposizioni alle quali i lavoratori dell'azienda devono attenersi in adempimento alle normative di legge vigenti. S'ispira ai tre principi fondamentali a cui E. di C. S.p.A. SB tende, cioè:
 - > Il miglioramento dell'efficienza aziendale;
 - > Il miglioramento costante della qualità del servizio erogato.
 - > La continua crescita del beneficio comune generato dalla Società nei vari ambiti secondo la propria mission.

- **Protocollo dei Fornitori:** con questo documento l'azienda si impegna a prediligere i fornitori locali e tra essi quanti possono assicurare valori aziendali che puntano al beneficio comune sia sotto l'aspetto sociale che ambientale. Descrive inoltre quello che E. di C. S.p.A. SB si aspetta dai nostri fornitori, al fine di una proficua collaborazione, specificando i principi di comportamento a cui attenersi.
- **Linea Verde:** fornisce il quadro di riferimento per stabilire e riesaminare gli obiettivi e i traguardi ambientali dell'organizzazione. Il principio cardine alla base del documento risiede nella necessità di creare un complesso di raccomandazioni tecniche, da aggiornare periodicamente in relazione all'evoluzione normativa e tecnologica, per ridurre quantitativamente i rifiuti portati alla discarica e limitare l'uso di materie prime nella realizzazione di nuovi.

2. Traduzione dei valori in pratiche gestionali concrete:

- **Allineamento dei processi interni:** Abbiamo definito procedure standardizzate di denuncia nel caso di episodi, comportamenti, gesti, espressioni verbali o scritte aventi lo scopo o l'effetto di arrecare offesa alla personalità, alla dignità o all'integrità fisica o psichico-spirituale di una persona, di creare un clima intimidatorio, ostile, degradante, umiliante o offensivo, di mettere in pericolo l'impiego o di degradare il clima lavorativo. Questa procedura si suddivide in due fasi:
 - > fase informale: in cui una persona che gode della fiducia tanto della direzione quanto dei lavoratori è disponibile per fornire consigli e assistenza. Attualmente la persona più indicata per una consultazione informale potrebbe essere la dipendente con più anni di servizio.
 - > fase formale: nel caso in cui entrambi le persone ritengano sia il caso di formulare una denuncia interna essa andrà indirizzata al Consiglio di amministrazione.
- **Decisioni strategiche basate sui valori:** È stato istituito un canale diretto per la consultazione dei soci, attraverso un gruppo di soci più attivi che si sono resi disponibili, e tale gruppo viene interpellato per scelte strategiche e valoriali.
- **Sistema di segnalazione:** Attraverso colloqui individuali con i dipendenti, raccogliamo - in maniera continuativa seppur informale - sia feedback in merito all'andamento degli eventi calendarizzati, possibile solo grazie al riscontro immediato dei nostri clienti, ma soprattutto un aggiornamento costante dell'operato di ogni dipendente in tutte le sue sfaccettature. Manca una procedura formale e sistematica, che rappresenta un'area di sviluppo.
- **Criteri di scelta dei fornitori:** la selezione dei fornitori si basa non soltanto sulla qualità e competitività dei prodotti e servizi, ma anche sul rispetto di chiari valori di etica aziendale e sostenibilità ambientale e sociale. Altre qualità fondamentali sono la vicinanza geografica, la presenza di certificazioni e riconoscimenti internazionali (es. certificazione ISO), con particolare attenzione alle aziende di Economia di Comunione ed alle aziende Benefit e B Corp.
- **Format per la rendicontazione degli eventi "purpose driven"** (in fase di aggiornamento e validazione nel secondo anno di attuazione)
- **Ottimizzazione indici di gradimento:** da circa due anni sono state implementate molteplici surveys mirate a tipologie di clienti diversi (convegnistica, bar, locatari) e nell'utilizzo si evidenziano modifiche e gli ampliamenti necessari per sempre meglio monitorare la soddisfazione dei nostri stakeholders..

3. Condivisione dei valori con tutto il gruppo e sviluppo culturale:

- **Formazione valoriale:** Non esistono percorsi formativi interni strutturati per i dipendenti, ma le tematiche valoriali sono frequentemente affrontate in eventi organizzati dallo staff o ospitati nel Polo, offrendo una formazione indiretta allo staff e più diretta agli stakeholder esterni. (Ore formative erogate quest'anno: 598; partecipanti totali: 7.692 - per un totale di almeno 19.230 ore formative).
- **Feedback formativo:** I feedback sono raccolti principalmente attraverso colloqui con la leadership. Non esiste ancora un sistema strutturato di valutazione post-formazione.

- **Eventi e incontri valoriali:** Alcuni incontri di scambio su progetti includono regolarmente riflessioni sui valori. Questi si svolgono con una cadenza almeno mensile, anche se non ancora formalizzati come eventi valoriali. (Eventi svolti quest'anno: 121).
- **Comunicazione interna ed esterna:** I valori sono condivisi tramite newsletter, social network e incontri con la leadership. Anche se la comunicazione esterna è strutturata, quella interna è più informale e in evoluzione. (Numero di comunicazioni valoriali pubblicate: 7 campagne con 800 lettori di media).
- **Survey clima aziendale:** In assenza di una survey strutturata recente, i colloqui periodici con la leadership forniscono uno scambio parziale sul clima interno. (Numero di incontri con feedback raccolti: 28).
- **Indice di engagement:** Elementi di engagement emergono durante gli incontri informali mensili. Contiamo di implementare un sistema strutturato di rilevazione perché al momento abbiamo solo un feedback informale.

Violetto: una Comunicazione che Costruisce Comunità

E. di C. S.p.A. SB ha tessuto una rete di comunicazione che riflette la sua anima: un'economia fatta di relazioni, dialogo e condivisione. Ogni strumento – dai social media agli incontri interni, dalle newsletter ai convegni – è stato un filo di questa tela, sempre più ampia e interconnessa.

Negli ultimi cinque anni, l'attività di comunicazione del Polo Lionello Bonfanti si è affermata come elemento cruciale per rafforzare la propria identità e diffondere il 'purpose aziendale': promuovere l'Economia di Comunità (EdC), fondata sui valori di fraternità, comunità e relazionalità. La comunicazione si è strutturata su tre dimensioni principali: il coinvolgimento dei soci e lavoratori attraverso feedback strutturati; il dialogo interno basato su incontri regolari e spontanei, arricchito da un significativo capitale sociale e beni relazionali; e infine, una comunicazione esterna efficace attraverso social media, siti web, eventi e newsletter. Tutto ciò è stato realizzato senza investimenti economici diretti in pubblicità, puntando su strategie organiche e collaborazioni virtuose con enti e partner.

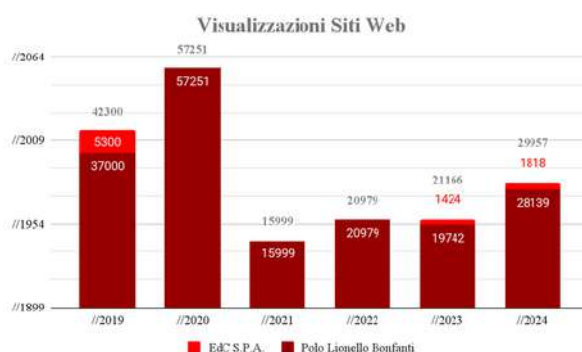
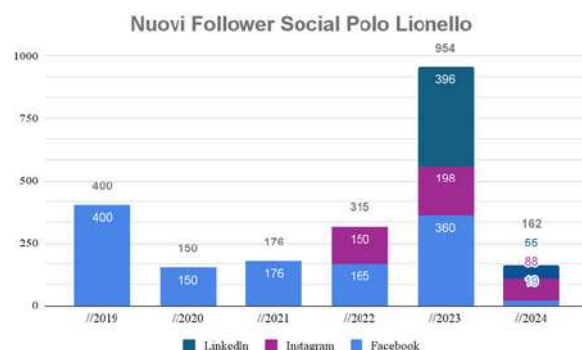
Interessante delineare il percorso di crescita degli ultimi cinque anni, per meglio mettere a fuoco dati e tendenze (2019-2023).

A partire dal 2019, il Polo ha avviato un progressivo potenziamento della sua presenza digitale, con importanti risultati che testimoniano la capacità di coinvolgere e ampliare la sua comunità online. Nel 2019, i siti web aziendali registrarono 42.300 visualizzazioni complessive, mentre la presenza su Facebook raggiunse i 2.450 follower.

Nel 2020, proprio per il lockdown dovuto alla pandemia, la comunicazione digitale esplose: 57.251 visualizzazioni sul sito pololionellobonfanti.it, grazie a webinar e dirette streaming focalizzate su temi di forte impatto come *"La Quaresima del capitalismo nel tempo del coronavirus"* come evento più seguito. Fu inoltre lanciato il profilo Instagram per diversificare ulteriormente i canali di comunicazione.

Nel 2021, grazie al rinnovo del sito web e iniziative come

l'Hackathon EdC, si è mantenuta una significativa presenza digitale con circa 16.000 visualizzazioni del sito e un crescente interesse sui social, arrivando a 319 follower su Instagram.



Il 2022 ha visto l'implementazione dell'e-commerce sul sito, aumentando le possibilità di interazione e vendita diretta delle 20.979 visualizzazioni del sito. Il coinvolgimento online rimase elevato, con un coinvolgimento medio sul sito superiore al 53% e una newsletter stabilmente letta dal 30% dei 5.724 utenti iscritti. Mentre i social sono sempre aumentati dalla base dei followers Facebook con 165 e Instagram con 150 nuovi follower.

Nel 2023, la comunicazione digitale è maturata ulteriormente: i social hanno registrato un aumento potenziale di utenti grazie ad una risorsa interna con competenze specifiche che ha dedicato ai contenuti social alcune ore settimanali. Quell'anno Instagram raggiunge un eccezionale aumento delle visite del 2.891%, Facebook ottiene una copertura di oltre 40.000 persone, e inoltre viene attivato LinkedIn, come ulteriore canale strategico. Le campagne di newsletter hanno coinvolto regolarmente oltre il 26% degli 5.523 utenti iscritti, mentre il sito pololionellobonfanti.it ha avuto quasi 20.000 visualizzazioni, di cui 251 sono convertite in acquisti online, in particolare per i corsi di Dottrina Sociale della Chiesa I stagione.

Il 2024 è stato un anno di consolidamento in cui però è cambiata la risorsa interna dedicata alla comunicazione social.

Su Instagram, nonostante una diminuzione significativa delle visite rispetto all'anno precedente (-81,6%), la copertura dei contenuti è cresciuta del 197,2%, segno di una miglior qualità dell'interazione. Facebook ha mantenuto una crescita costante, con un leggero aumento delle visite (+1,5%) e un notevole incremento delle interazioni (+1107 rispetto all'anno precedente), evidenziando una community più coinvolta e fidelizzata.

LinkedIn ha mostrato potenziale, con 55 nuovi follower, anche se la visibilità resta ancora limitata e manifesta un'opportunità di crescita futura.

I siti web hanno continuato a registrare numeri significativi, con oltre 28.000 visualizzazioni del sito pololionellobonfanti.it e un coinvolgimento utente superiore al 52% delle 6454 sessioni; i visitatori sono a maggioranza dall'Italia (a parte un recente fenomeno di omonimia che attira erroneamente svariate visualizzazioni dall'Irlanda).

Le vendite online si sono confermate strategiche, specialmente per i corsi e gli eventi come la Dottrina Sociale della Chiesa e la Convention EdC 2024 (126 ordini).

Infine, la newsletter ha confermato la propria forza comunicativa con 7 campagne annuali e una media di 850 lettori regolari per campagna, confermando un solido interesse e fidelizzazione, ma il basso numero di nuovi utenti rappresenta una opportunità per implementare una strategia di comunicazione al fine di attirare più lettori alla newsletter.

Grazie ad uno strumento di Google che si chiama Google Keywords, abbiamo verificato le parole più ricercate per arrivare ai nostri siti: le due più digitate sono "economia di comunione" (500 clicks) e "economia civile" (500 clicks). Il dato conferma che l'impatto specifico dell'azienda è la peculiarità per cui veniamo ricercati online.

Un discorso a parte merita la cura della comunicazione aziendale anche nel senso di creazione di contenuti, progettazione di elementi grafici di rilevante importanza per un migliore impatto sul largo pubblico. A questo proposito, la Società ha potuto avvalersi recentemente di valide professionalità incrociate grazie ad Economy of Francesco. Infatti dopo una collaudata collaborazione con gli eventi anche internazionali organizzati attraverso questa rete, abbiamo coinvolto una società grafica e un giornalista freelance per assicurare un salto di qualità nella comunicazione di E. di C. S.p.A SB.

LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO DAL POLO LIONELLO BONFANTI MISURATA ATTRAVERSO GLI OBIETTIVI DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE SDG Action Manager

*Una autovalutazione dinamica per strategie aziendali mirate ad un
miglioramento continuo della direzione dei 17 SDG della Agenda 2030.*

Obiettivo di E. di C. S.p.A. SB è promuovere attività imprenditoriali improntate alla comunione e/o ispirate all'Economia Civile mirando ad amplificare l'impatto positivo del loro operato, grazie alle sinergie con le più disparate realtà imprenditoriali, sociali, enti, terzo settore e oltre. Per questo fine è imprescindibile una accountability che possa risultare comprensibile e condivisibile ad ampio raggio. A tale proposito, gli SDGs, a loro volta declinati in 169 target, rappresentano un'opportunità unica per tutti i settori, primariamente quello del business, di riunirsi attorno ad un'agenda globale comune e far fronte attraverso un partenariato globale alle sfide della sostenibilità, migliorando la qualità di vita di tutte le persone e salvaguardando il pianeta.

Rispetto ai tre pilastri di Agenda 2030, la prospettiva della Economia di Comunione non attiene tanto al primo, quello della **sostenibilità ambientale**, pur condividendo assolutamente l'impegno di ridurre gradualmente quanto più possibile l'impatto negativo sull'ambiente rispetto ai servizi offerti dalla nostra Società rispetto agli ambienti del Polo. Soprattutto rispetto alla sensibilizzazione ci sentiamo in prima linea nel diffondere la urgenza di farci carico delle sfide ambientali, ossia promuovere azioni per combattere il cambiamento climatico, proteggere la biodiversità, garantire un uso sostenibile delle risorse naturali e ridurre l'inquinamento.

Rispetto ai seguenti due pilastri avvertiamo invece la piena consonanza rispetto la mission di E. di C. Spa SB:

> Eliminare la povertà, garantire la giustizia sociale, promuovere l'uguaglianza di genere, fornire accesso all'istruzione e alla salute per tutti, e garantire una vita dignitosa per tutti gli individui (**sostenibilità sociale**)

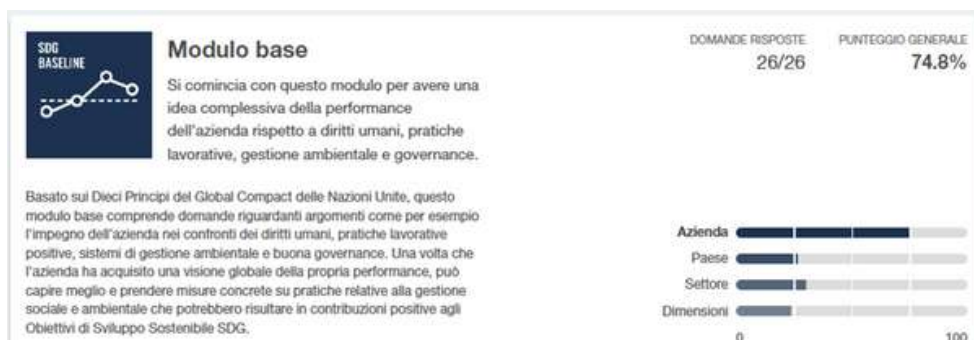
> Incoraggiare una crescita economica inclusiva e sostenibile, promuovendo l'occupazione dignitosa, la riduzione delle disuguaglianze e la promozione di modelli di produzione e consumo responsabili (**sostenibilità economica**)

Nel 2020, il Global Compact delle Nazioni Unite e B Lab, hanno proposto l'SDG Action Manager come strumento strategico ed operativo, ideato per supportare tutti i tipi di imprese nel misurare e sviluppare l'impatto delle proprie performance di sostenibilità ed accelerare, quindi, il proprio percorso organizzativo di avanzamento verso gli SDGs.

Nel 2021 e 2022 abbiamo individuato gli SDG più significativi per la nostra attività ed abbiamo iniziato a descrivere le best practice in maniera narrativa, ma nel 2023 avvertendo l'esigenza di meglio obbiettivare i nostri risultati abbiamo cercato degli indicatori efficaci ed è stato implementato un formulario per contribuire a realizzare gli SDGs, andando a verificare tutte le iniziative di formazione, gli eventi, i workshop per verificare quanto siano mirati a diffondere lo spirito, i valori e l'impatto della economia civile e di comunione e della ecologia integrale che tentiamo di concretizzare. La principale strategia per ottenere ulteriori risultati positivi è quella del 'miglioramento continuo' ossia di porre in evidenza via via sempre obiettivi più ambiziosi, andando via via ad affinare gli indicatori e a ricercare i dati che dimostrino quanto la azienda progredisce nel perseguire gli SDGs esplicitando anche gli ostacoli che possiamo incontrare.



Report di valutazione per E. di C. Spa SB

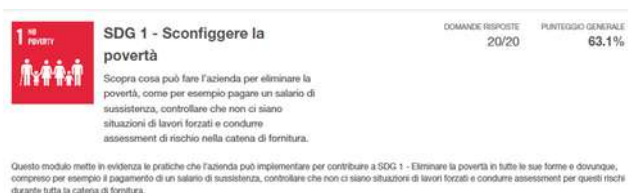


Il modulo base è pari a 74,8 come nel 2023 e l'ambito più deficitario è per noi quello dell'ambiente in cui abbiamo molti passi da fare, ma anche grazie alla pressione degli standard di valutazione siamo nel percorso di coscientizzazione e di misurazione per arrivare gradualmente ad obiettivi concreti sempre più significativi.

Il format per la misurazione dell'impatto implementato nel 2023 ha confermato la pertinenza degli SDG's esplorati, ed ha evidenziato un ulteriore obiettivo da aggiungere eventualmente in futuro alla rendicontazione annuale: il numero 3 (benessere per tutti in tutte le età) non tanto dal punto di vista sanitario quanto sociale e relazionale, infatti ci siamo resi conto che numerose iniziative promosse all'interno del Polo Lionello vanno proprio nella direzione della prevenzione e dello stile di vita, l'armonia con gli altri e con la natura si declina infatti perfettamente con valori quali la inclusione, il rispetto, la gentilezza, la custodia nel senso di 'fioritura' nella reciprocità, soft skills molto presenti nella cultura di 'comunione'.

La revisione degli eventi e delle visite ha portato a contare oltre 120 occasioni per coinvolgere e contaminare giovani, studenti, imprenditori, famiglie, bambini con i valori della società, mentre attraverso l'operare quotidiano di E. di C. Spa SB e delle aziende e Associazioni che hanno sede presso il Polo Lionello, perseguiamo tenacemente gli obiettivi più concreti di contrasto alla povertà, diminuzione delle disuguaglianze etc., ma andiamo per ordine...

SDG 1 - porre fine ad ogni povertà



Questo indicatore, secondo SDG Action Manager è ulteriormente cresciuto, passando da 61,7 del 2023 a 63,1.

I principali attori nell'aiuto concreto ai poveri sono le Associazioni Salve! Health to Share ODV e Clothest che sostengono continuamente famiglie e persone in difficoltà e che a loro volta vengono supportate da E di C Spa SB **senza da parte nostra alcun esborso aggiuntivo**, attraverso l'utilizzo di spazi nel Polo Lionello in comodato d'uso o in affitto a costo calmierato. Quindi 'soccorriamo i soccorritori' per un importo pari ad oltre 25.000€ annui (considerando il comodato dello spazio concesso al Fagotto

ed i due affitti calmierati concessi a Clothest per il loro magazzino ed a Salve per lo spazio polifunzionale di socializzazione e prevenzione). Anche nel 2024 si sono tenute due settimane di centri estivi gratuiti rivolti a bambini diversamente abili o di famiglie con reddito inferiore ai 20.000 annui e pure un programma di recupero scolastico due pomeriggi la settimana nel mese di luglio per complessive 30 ore.

Si sono inoltre intensificate le attività di socializzazione e di empowerment rivolte alle persone sopra i 65 anni, oltre ad iniziative di formazione, di alfabetizzazione digitale e di prevenzione intergenerazionali nell'ambito del progetto CustodIAMOCI, sostenuto dalla Associazioni Salve! negli spazi offerti dal Polo Lionello con il supporto della Fondazione CR Firenze e contributi da vari altri Enti.

"La solitudine e lo scarto sono diventati elementi ricorrenti nel contesto in cui siamo immersi" diceva Papa Francesco

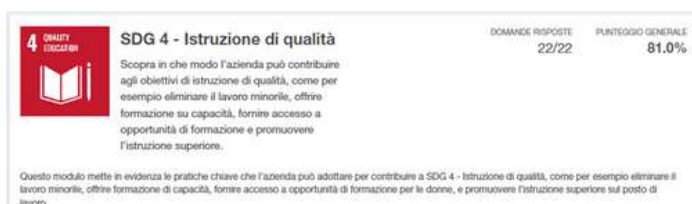
nel maggio scorso in occasione della IV giornata mondiale dei nonni e degli anziani raccomandando di non “perdere il gusto della fraternità” e di “intraprendere percorsi nuovi”. Ed effettivamente oggi guardare agli anziani come potenzialità per il futuro delle nuove generazioni e come risorsa per la società risulta imprescindibile per salvaguardare l’apporto di ogni generazione al bene comune.

D’altra parte di “Anziani sempre più soli, a **rischio povertà (oltre il 65%)** e incapaci di utilizzare appieno le nuove tecnologie” parlano i nuovi dati presentati dalla Fondazione Visentini sulla Vicinanza della salute per la popolazione anziana 2023. Pertanto gli anziani nel nostro contesto possono essere davvero considerati i ‘nuovi poveri’ non solo per l’aspetto economico, ma anche e ancor più per l’aspetto dell’isolamento e della carenza di relazioni.



SDG 4 - istruzione di qualità, nell’aspetto della promozione della formazione permanente

SDG 8 - lavoro e crescita economica



SDG 10 - ridurre le disuguaglianze

SDG 12 - consumo e produzione responsabili



Per quanto concerne gli obiettivi 4, 8, 10 e 12, le azioni intraprese sono tutte rivolte alla comunità territoriale vicina ed anche ad ampio raggio (grazie ai new media) e non tanto interne all’azienda. Abbiamo considerato tutte le iniziative improntate alla economia civile, sociale, di comunione o alla ecologia e allo sviluppo sostenibile, quindi inerenti alla mission di E. di C. Spa SB ed abbiamo utilizzato il format disegnato per la rendicontazione del 2023 ampliando alcune categorie di valutazione: gli eventi, festival, corsi, workshop o visite sono stati valutati ad uno ad uno assegnando a ciascuno un massimo di tre SDG’s per cui erano risultati efficaci.

Nel complesso dei 121 programmi del 2024, emerge con forza l’importanza dell’Istruzione di qualità (SDG 4) — con oltre un centinaio di azioni registrate — seguita a notevole distanza da Pace, giustizia e istituzioni forti (SDG 16) e da Riduzione delle disuguaglianze (SDG 10), entrambi con decine di interventi. Altri obiettivi come Partnership (SDG 17) e Salute e benessere (SDG 3) restano ben rappresentati, mentre un gruppo di SDG minori – fra cui Consumo responsabile, Lotta al cambiamento climatico e Vita sulla terra – risultano solo sporadicamente attivati, e alcuni ambiti (ad es. Povertà estrema, Fame zero, Parità di genere) non hanno finora trovato riscontri diretti nelle iniziative. Questo quadro conferma come il Polo ponga oggi il massimo sforzo su istruzione e istituzioni solide, mantenendo però un’attenzione trasversale ad altri temi strategici, e ci consente di identificare rapidamente le aree in cui concentrare prossimi obiettivi di miglioramento.

Nel 2023 gli eventi valutati erano 54, nel 2024 sono stati 76, ma siamo arrivati ad un totale di 121 perché a questi abbiamo ritenuto opportuno aggiungere anche le visite scolastiche o di piccoli gruppi o di persone singole che lo scorso anno non avevamo considerato, in quanto la visita del Polo, grazie alla Mostra SCIC ed ai pannelli esplicativi posti nell'ingresso è sempre molto efficace nel trasmettere la 'cultura del dare' nello spirito della fraternità universale, che presuppone un futuro inclusivo e sostenibile, perfettamente in linea con i 17 obiettivi della Agenda 2030. Nel 2023 le visite erano state rendicontate a parte e comprendevano 29 gruppi per un totale di 393 persone, mentre quest'anno erano 34 per un totale di 512 persone.

I punteggi degli SDG's 4, 8, 10, 12 sono rispetto allo scorso anno sono rimasti uguali (4 e 12) o di poco aumentati (8 e 10), ma il punteggio assegnato attraverso il sito delle certificazioni B Corp attiene soprattutto a standard interni e, fino ad oggi, era poco influenzato dalle azioni portate avanti verso la comunità. Con le modifiche che entreranno in vigore dal mese di aprile 'peserà' di più il purpose specifico di ogni azienda e probabilmente cambieranno le modalità di assegnazione dei punteggi, ma avremo modo di approfondire questi temi con la prossima relazione di impatto.

SDG 16 - pace giustizia e istituzioni forti



Tale obiettivo presenta un punteggio stabile pari a 76,7 sin dal 2022 e se internamente alla azienda considera la trasparenza della governance ed il sistema etico anche rispetto al tema dei diritti fondamentali, può essere declinato pure nell'impegno di advocacy rispetto alle istituzioni e nella forza della azione culturale rispetto alla pace ed alla giustizia. "Economia di Comunione" è sinonimo di giustizia sociale, anzi è una vera e propria 'struttura virtuosa' per superare le sperequazioni assicurando dignità ed attivando la promozione umana attraverso il lavoro. Quindi l'impegno per la giustizia sociale sottende tutto l'operato della Società e se la giustizia è il presupposto per la pace, tale tema così attuale è stato all'ordine del giorno nel corso dei numerosi eventi di formazione e soprattutto la Convention E. di C. ha aperto proprio con la tavola rotonda 'Economie di Pace'. Interrogando la IA emerge che: "L'Economia di Comunione (EdC) e la costruzione della pace sono strettamente legate. L'EdC, un'iniziativa ispirata da Chiara Lubich e dal Movimento dei Focolari, mira a creare un'economia basata sulla comunione, la gratuità e la reciprocità. Questo modello economico, che coinvolge imprenditori, lavoratori, consumatori e altri attori, mira a costruire una società più fraterna, dove la giustizia sociale e la pace sono promosse attraverso azioni concrete."

SDG 17 - Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile

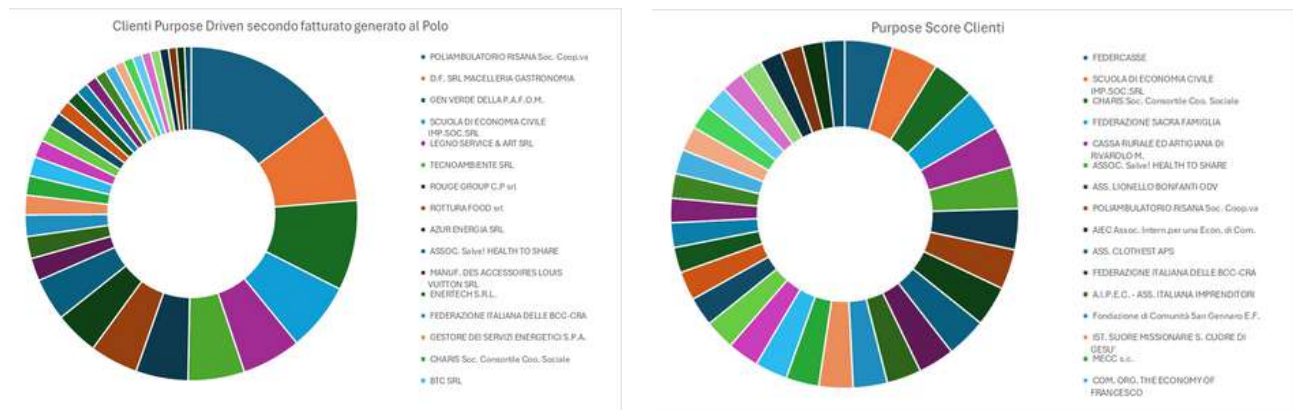


Come già evidenziato SDG Action Manager non prevede alcun punteggio per questo obiettivo, ma sin dal precedente report è parso significativo considerarlo perché molto attinente alla finalità di beneficio specifico di E.d.C. Spa SB sotto riportata:

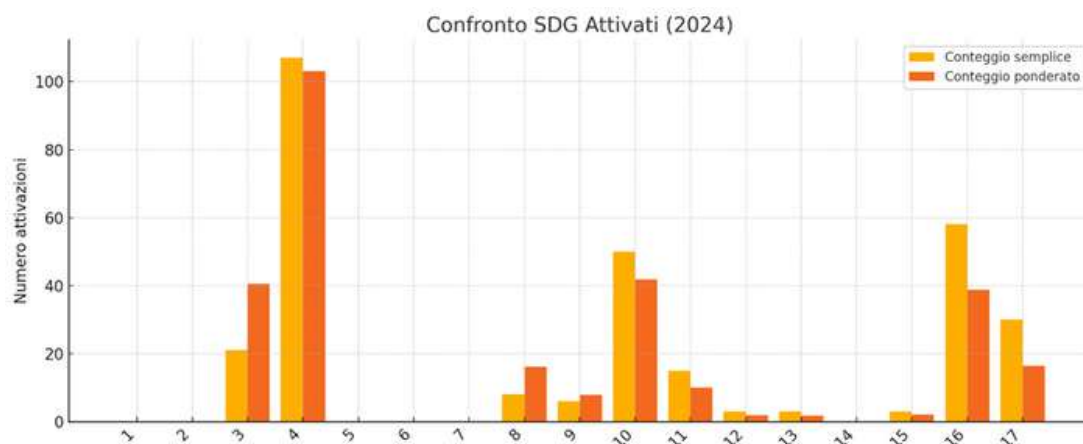
"contribuire con la presenza fisica, con le strutture, con le numerose iniziative culturali alla conoscenza, diffusione e sviluppo del progetto di Economia Civile e di Comunione, facendo, altresì, perno sui beni relazionali, in collaborazione e sinergia con organizzazioni non profit, fondazioni, associazioni, società ed imprenditori il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato".

La costruzione di reti risulta pertanto centrale rispetto alla mission di E. di C. S.p.A. SB ed è stato definito come indicatore utile per esplicitare tale obiettivo il numero dei partner con cui si è collaborato nel corso dell'anno per perseguire la meta dello sviluppo sostenibile attraverso tutti i suoi 17 goals, e il nuovo format di raccolta dati permette di quantificare tale valore. I 121 programmi considerati nel corso del 2024 hanno coinvolto 55 imprese, associazioni o enti in qualità di organizzatori o partner e patrocinatori, oltre a numerosi diversi stakeholder, senza contare i clienti a movente ideale stabilmente collegati con la società.

Inoltre, per arrivare alla definizione dei **clienti 'purpose driven'** è stato oggettivato il processo stabilendo un peso percentuale sia **alla mission ed ai valori dichiarati, che alle certificazioni o alle buone pratiche, ed ancora al livello concreto della collaborazione, della gratuità, della disponibilità rispetto alle azioni di impatto poste in essere collettivamente**. Secondo questa metodologia, tra i 78 considerati (con fatturato generato al polo superiore ai 500 euro) 34 dei clienti possono essere definiti a movente ideale, impegnati quindi ad essere agenti attivi di cambiamento rispetto allo sviluppo sostenibile, coinvolgendo a loro volta i propri stakeholders.



Significativo il numero delle persone coinvolte dalle attività di formazione: 2252 in presenza e 5440 online, ma tale numero andrebbe moltiplicato per la durata di ogni evento o almeno per la metà di esso (posto che in alcuni corsi non tutti hanno partecipato dall'inizio alla fine). La diminuzione dei partecipanti in presenza rispetto al 2023 deriva principalmente da una **riduzione degli eventi organizzati da partner esterni** (es: BrickLab club del mattoncino con 400 partecipanti), mentre sono **aumentati gli eventi organizzati direttamente da E. di C. S.p.A SB** più specificatamente inerenti alla Economia di Comunione.



Da un confronto globale relativo a tutti gli SDGs attivati, emerge **l'appropriatezza degli obiettivi rendicontati**.

La metodologia permette di **entrare nello specifico delle varie azioni mirate a sensibilizzare, formare, motivare rispetto ai temi della Economia di Comunione ed Economia Civile** ma non riesce ad esprimere l'impegno quotidiano delle aziende, delle associazioni e delle persone che 'abitano' il Polo Lionello, pertanto prima di lavorare ad uno strumento digitale che possa semplificare la raccolta dei dati occorre capire come esprimere le finalità di beneficio comune specifiche declinate non tanto dalla società stessa ma soprattutto dalle molte realtà 'a movente ideale' che vi risiedono.

LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO SULLE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

I requisiti di prestazione validati attraverso uno standard di valutazione esterno, universalmente riconosciuto: il B Impact Assessment di B Lab

Il BIA è un questionario suddiviso in 5 macroaree definite "Aree d'Impatto", che sono: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti. Ciascuna di queste aree è poi organizzata in tematiche di impatto più specifiche a seconda di ogni argomento trattato. L'obiettivo è quello di misurare l'impatto sociale e ambientale complessivo di una realtà aziendale,

Questo particolare sistema di "controllo qualità" comunemente riconosciuto ed applicato da svariate società benefit per valutare quantitativamente e qualitativamente l'impatto generato, connesso anche agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030: il **B-Impact Assessment**, che, raggiunto il punteggio di 80, permette poi di validare la performance anche con **B Lab**, l'ente certificatore per le **B Corp** dal 2006 e allo stesso tempo di firmare una **Dichiarazione di Interdipendenza delle B Corp**.

Obiettivo del Movimento B Corp è **trasformare la economia globale a beneficio di tutte le persone, le comunità e il pianeta**.

L'Italia ha introdotto lo status giuridico di Società Benefit nel 2016, diventando il primo stato dopo gli USA a creare le basi per l'adozione di questo status, permettendo quindi alle aziende di scegliere se introdurre il perseguimento di finalità di impatto positivo su ambiente e società oltre a quelle di profitto. A livello europeo, l'Italia è l'unico Paese ad aver introdotto questo status giuridico, fatta eccezione per la Francia, che lo ha adottato con qualche leggera differenza, ma comunque paragonabile alla società benefit. Ad oggi sono più di 500 le imprese nazionali che hanno deciso di cambiare il loro status legale grazie all'adozione della società benefit e alla relativa modifica nel proprio oggetto sociale.

Report 2024 dopo la nuova certificazione validata il 15 Aprile 2024

In quanto B Corp, E. di C. S.p.A. SB, certificata nel gennaio 2020 rispetto allo standard di valutazione esterno riconosciuto a livello internazionale B Impact Assessment, ha attraversato un lungo periodo di ricertificazione per arrivare alla nuova validazione poche settimane prima dell'ultima Assemblea dei Soci del 2024.

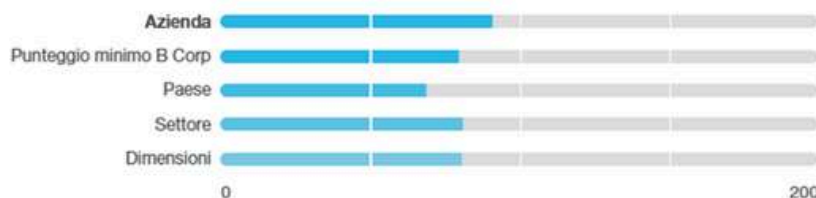
La futura prossima scadenza per la certificazione è il 2027 e sarà determinata da standard rivisti con nuovi strumenti e risorse disponibili per supportarne la implementazione. Si parlerà di Argomenti di impatto e vengono forniti ulteriori dettagli sui Criteri di performance e, in alcuni casi, nuove opzioni per le aziende per soddisfare i requisiti, tenendo conto del feedback prevalente della prima consultazione, cui abbiamo partecipato anche noi con E. di C. S.p.A SB.

Il punto fondamentale riguarda un cambiamento nel meccanismo di valutazione, basato ora sul punteggio BIA (B Impact Assessment) mentre in futuro, si opterà probabilmente per passare a un approccio dove tutte le B Corp devono soddisfare i requisiti rispetto a 10 argomenti specifici che definiscono l'impatto dell'impresa in ambito sociale, della governance aziendale e ambientale. I modelli di business d'impatto, in cui l'impatto sociale e ambientale positivo viene incorporato nelle specifiche strategie d'impresa, continuerà a essere enfatizzato come parte dei nuovi standard così come il coinvolgimento degli stakeholder. Un elemento particolare dei nuovi criteri di certificazione sarà il "Purpose" ossia lo scopo specifico che caratterizza ciascuna B Corp riservando un'attenzione particolare riguardo l'impatto generato dichiarato nella mission della azienda.

E. di C. S.p.A. società benefit

Data di fine dell'anno fiscale 31 Dec 2023

91.2



Quindi i parametri fino ad oggi adottati, relativi al bilancio 2024, saranno utilizzati per l'ultima volta ed il punteggio ottenuto è pari a 91.2 migliorando il risultato di 85.5 ottenuto nell'ultima ricertificazione.

Il piccolo miglioramento sembra essere dovuto ad alcuni aggiornamenti del metodo di valutazione, oltre al fatto che i dati inseriti erano rimasti fermi al 2022, data in cui è stata avviata la ricertificazione che ha richiesto circa 16 mesi.

Il punteggio generale è composto dai vari ambiti:

1. Il **Governo d'impresa** attiene al grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della Società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla Società;

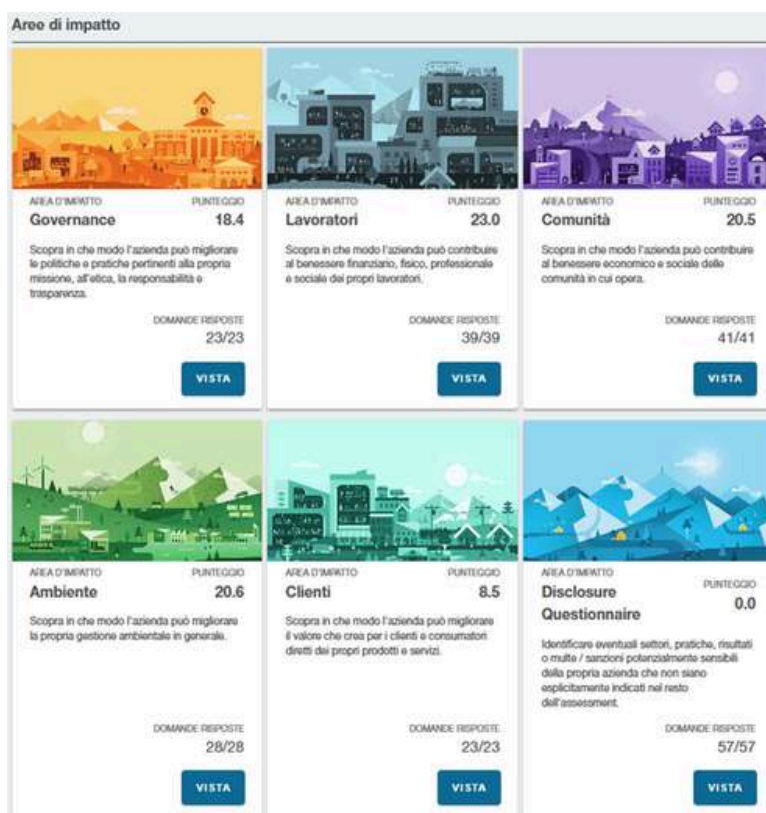
2. L'ambito dei **Lavoratori**, con riguardo alle relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro;

3. **Comunità**, intendendo tutti gli altri portatori d'interesse, rispetto alle relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali ed ogni azione di

supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura;

4. **Ambiente**, rispetto agli impatti della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.

Secondo questi cinque ambiti di valutazione viene rendicontata la "performance aziendale". Il modulo base rimane invariato, scendono di pochissimo le valutazioni della governance e dei clienti, aumenta leggermente la valutazione dei dipendenti, mentre aumentano in modo significativo quelle di ambiente e comunità.



La **prima area** di valutazione è il modello della **GOVERNANCE** suddivisa in 2 categorie:

- > Mission e impegno
- > Etica e Trasparenza

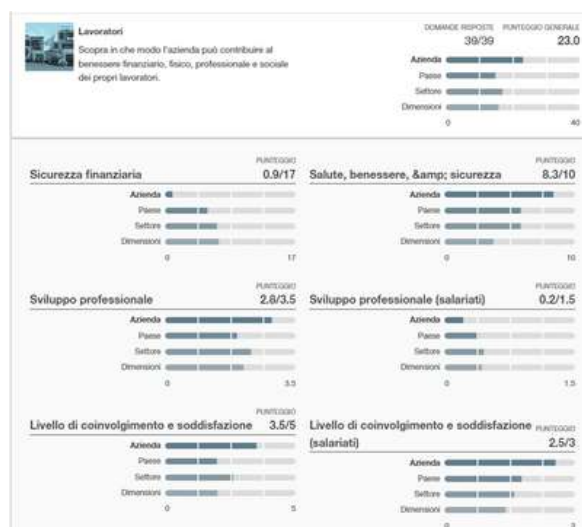
Per quanto riguarda la governance il punteggio rimane identico per l'aspetto della mission e dell'impegno, dove la società è premiata dal forte aspetto valoriale contenuto nello statuto e considerato fondante: infatti l'identità di E. di C. spa SB è legata al progetto di Economia di Comunione, ritenuto ancor più importante del risultato economico. Sono tutt'ora in evoluzione i criteri e gli indicatori per rendere più oggettivo il perseguimento di questo specifico beneficio comune, nelle sue molteplici sfaccettature, ma è palese che la cultura aziendale sia completamente permeata dalla propria mission.



La seconda area di valutazione riguarda i **DIPENDENTI**.

- > Sicurezza finanziaria;
- > Salute, benessere e sicurezza;
- > Sviluppo professionale;
- > Livello di coinvolgimento e soddisfazione.

Rispetto ai lavoratori il risultato passa da 22,7 a 23 sia grazie al tema del livello di coinvolgimento e soddisfazione dei dipendenti, sia per l'aumento del numero dei dipendenti che per il loro coinvolgimento. Effettivamente la cultura aziendale coinvolge in maniera determinante tutto il personale, tanto da mettere spesso in secondo piano benefit e sicurezza finanziaria e talvolta anche il benessere dei lavoratori nell'impegno di sostenere al meglio attività o progetti che promuovono i valori e la mission della società, valori condivisi in prima persona dai dipendenti.



La crescita più significativa attiene all'ambito della comunità, dove il punteggio passa da 16,8 a 20,6 sul tema

dell'impegno civico e dell'impatto economico. Questo risultato non dipende direttamente da E. di C. S.p.A SB ma è legato alle aziende che ospita e sostiene. Si tratta di imprese o associazioni 'a movente ideale' che promuovono a loro volta azioni ad impatto positivo per le persone fragili, per l'ambiente o per altri ambiti.

L'apporto del progetto di economia di comunione alla comunità circostante è di per se intangibile, nel senso che difficilmente se ne misura il beneficio: si tratta di un apporto motivazionale verso un'economia inclusiva e responsabile.



È migliorato molto anche l'impatto con l'ambiente, infatti, da 18,3 punti è passata a 20,6 perché è stato 'pesato' in maniera diversa il risultato incrociando i dati segnalati con le dimensioni della azienda ed il settore in cui opera: è un primo effetto della revisione degli standard introdotta dopo una ampia survey del 2023 ed una valutazione nel tempo degli input arrivati soprattutto dalle piccole aziende.



Per l'aspetto dei clienti il punteggio è di poco inferiore pur non essendoci elementi sostanziali che modificano le politiche dell'azienda rispetto alla gestione del cliente o il sostegno a gruppi svantaggiati o aziende con uno scopo benefico.



Relativamente alla sezione Immobiliare / Servizi alle Imprese nell'arco del 2024 le aziende e le organizzazioni non profit presenti nel Polo alle quali abbiamo offerto locazioni, noleggio spazi e servizi accessori all'immobiliare, o da quest'anno condomini per l'acquisto dei locali da essi utilizzati, sono 42 rispetto alle 39 del 2023 e 37/38 degli anni precedenti.

1. A. DI.MA srl
2. AIPEC - Associazione Italiana Imprenditori per un'Economia di Comunione (solo con sede legale)

3. Associazione Clothest APS
4. Associazione Internazionale per una Economia di Comunione - AIEC (per progetto "The Economy of Francesco")
5. Associazione Lionello Bonfanti per un'economia di comunione (solo con sede legale)
6. Associazione Prof. Prologica Studio Tecnico
7. Associazione SALVE! Health to Share-ODV
8. Azur Energia Srl
9. BCS Srl - SPAZIO SALUS
10. Bieffe Musica (solo casella postale)
11. Birdcontrol Italy Srl
12. BTC Logistics & Service Srl
13. CEA Technology
14. CHARIS Soc. Consortile Coop. Sociale
15. D.F. Srl
16. Della Bella Sandra Maria
17. DigitalChange.it Srl
18. Donnacasa Immobiliare Srl
19. Enertech Srl
20. Eurosystem S.p.A
21. Fondazione "Per Sophia" (solo con sede legale)
22. Fondazione Tony Weber (solo con sede legale)
23. Frassinetti Alberto (solo cassetta postale)
24. Gen Verde della PAFOM
25. Giving Europe Srl
26. GM&P Consulting Srl
27. Jinfo
28. Lee Suet Fong Wendy - Kusala Flow
29. Legno Service & Art Srl
30. Loppiano Servizi Srl (solo con sede legale)
31. Occini Gino e Luca Snc (solo con sede legale)
32. Over5ize Srl
33. Poliambulatorio RISANA Soc. Coop.va
34. Proda S.p.A
35. QAHAL Centro d'incontro - Relazioni umane
36. Rosy Bleu Gioielli Srl
37. Rottura Food Srl
38. Rouge Group CP Srl
39. SEC - Scuola di Economia Civile Srl
40. SKEMA Srl (solo con sede legale)
41. Studio Mannucci rag. Cecilia (solo con sede legale)
42. Tecnoambiente Srl

DESCRIZIONE DEI NUOVI OBIETTIVI CHE LA SOCIETÀ INTENDE PERSEGUIRE NELL'ESERCIZIO SUCCESSIVO

Il nuovo piano di sviluppo parla di "lavoro, formazione, innovazione" quali linee programmatiche entro le quali esprimere un sempre nuovo impulso verso la nuova economia. Il Polo Lionello, luogo feriale, officina permanente, comunità generativa è un laboratorio in atto dove i valori della economia civile si coniugano con arte, ambito sociale per un modello di sviluppo integrale.

Nel Polo convivono scuola, fabbrica e impresa per contaminare l'agire con i valori e con le idee, e la formazione con le best practice: la concretezza del mondo economico richiede di imparare 'facendo' attraverso quel modello 'mani, testa, cuore' che trascina e coinvolge, soprattutto i giovani.

Nel 2025 la Società intende migliorare l'impatto benefit, nei seguenti ambiti:

1. Governo d'impresa: nell'impegno per definire la 'materialità dell'impatto' ci si propone di intensificare la raccolta di informazioni da parte dei soci, clienti e fornitori in modo da stilare degli indicatori specifici per meglio mettere a fuoco i passi avanti verso la realizzazione della mission di EdiC. Spa SB. Un focus riguardo i nuovi standard di valutazione delle B Corp permetterà una revisione di tutte le pratiche e della documentazione aziendale relativa al perseguimento di un modello economico ispirato alla Economia civile e di Comunione ed alle sinergie necessarie per sperimentare tale nuovo paradigma fondato sulla sostenibilità sociale, relazionale, ambientale nella direzione della ecologia integrale.

Si prevede un ampliamento del gruppo di soci attivi che si sono dichiarati disponibili ad una interlocuzione più assidua con il Cda, nell'impegno di raggiungere capillarmente almeno gli azionisti più significativi (254 detentori di titoli con valore pari o superiore a € 5000). Già sono stati presentati al Consiglio tre delegati a rappresentare realtà giuridiche direttamente collegate al Movimento dei Focolari (PAMOM/PAFOM/AIEC): tali enti raggiungono complessivamente un capitale pari all'8,6%. Sono stati avviati nel corso del 2024 contatti continuativi rispetto ai 104 soci che detengono azioni superiori a € 10.000 (valore nominale) raggiungendone circa la metà.

Nel 2025 ci si propone di attivare reti locali per ravvivare le relazioni con il restante 50%. Si è riscontrato che tra essi circa un 5% è deceduto senza porre i titoli azionari nell'asse ereditario e questo comporta il 'congelamento' di tali quote, nel senso che non saranno più esigibili. A tale proposito è in corso una sensibilizzazione dei soci nel far convergere i titoli verso Enti o Associazioni o persone legate alla Economia di Comunione, per mantenere viva la motivazione che ha portato a sostenere l'avvio del Polo Lionello con sottoscrizioni di capitale sociale.

Riteniamo la progettualità condivisa con tutti gli stakeholders un irrinunciabile talento proprio della 'Economia di Comunione' ed intendiamo moltiplicare le occasioni di dialogo e confronto nei più vari ambiti e soprattutto dare spazio alla generatività ed alle aspirazioni dei giovani per esplorare nuove vie di innovazione e di eco-imprenditoria.

2. Lavoratori: l'apporto dei dipendenti e collaboratori è la più preziosa risorsa per l'evoluzione di EdiC spa SB, ed in particolare la presenza di giovani, anche in qualità di tirocinanti o collaboratori a progetto, potrà ampliare lo sguardo sulle varie tematiche partendo da prospettive innovative. Ci si propone di rafforzare il clima di fiducia e di ascolto per mantenere l'engagement di tutto lo staff e per arricchire la squadra di nuove professionalità anche nell'ambito della comunicazione e del marketing. Molto arricchente anche la collaborazione con i servizi sociali che hanno permesso l'avvio di progetti di empowerment rivolti a persone svantaggiate con professionalità o esperienze

significative rispetto ai servizi offerti da EdiC spa ai propri clienti: l'impegno è consistente ma perfettamente in linea con l'inclusione che si intende promuovere ad ogni livello. Si prefigurano anni di importante sviluppo per la Società pertanto sarà essenziale nell'immediato futuro ampliare l'organico con ulteriori competenze e coinvolgere collaboratori a progetto per raggiungere gli ambiziosi obiettivi cui puntiamo con determinazione. Oltre ad aggiungere altre figure professionali intendiamo consolidare la rete di relazioni, un vero capitale di esperienze e best practice, rappresentato dalle centinaia e centinaia di soci che, animati da un ideale di fraternità e di mondo unito, hanno vissuto, lavorato, studiato, sofferto e sudato per concretizzare questi valori ed ora possono consegnare il testimone alle nuove generazioni per continuare a coltivare quei preziosi semi di 'comunione' fino a piena fioritura.

3. Altri portatori d'interesse: *"Partecipa, organizza, lavora"* è l'invito rivolto a tutti gli stakeholders per ampliare la cerchia dei potenziali 'partners' più che 'clienti': il prossimo futuro vede infatti iniziative multiformi e rivolte a target molto differenti in un'ottica decisa di sinergia ed esplorazione di nuove piste di azione.

Partendo dalla analisi della comunicazione attraverso sito e social negli ultimi cinque anni si rileva un'importante sviluppo ed una fidelizzazione dei followers, ossia di tutti quei 'visitatori virtuali' appassionati e attenti che interagiscono con i contenuti e rispondono alle nuove proposte del Polo Lionello Bonfanti, pur non essendo mai stato fatto alcun investimento particolare per ottimizzare i nostri canali social o il sito sui motori di ricerca. Vincente è piuttosto l'alto valore dei contenuti proposti e la coerenza della Società nel cercare di porre in atto i valori promossi: abbiamo verificato che la maggior parte dei visitatori del sito web del Polo Lionello ha digitato "Economia di Comunione" o "Economia civile", cercano quindi il Polo per la sua 'mission' specifica. Potendo contare su una community così appassionata si punta a porre in atto una strategia mirata per trasformare follower e visitatori in collaboratori attivi e protagonisti del progetto di Economia di Comunione. Attraverso un'analisi di materialità, come esplicitato nel punto riguardante la Governance, puntiamo ad avviare un processo per

comprendere quali questioni di sostenibilità siano più rilevanti per i soci, i clienti, la comunità in modo da rispondere adeguatamente alle loro esigenze, alle loro aspettative ed ai loro interessi, sempre in linea con il nostro 'purpose aziendale'. Poi, incrementando l'aspetto della comunicazione sia in senso qualitativo che quantitativo, miriamo ad un aumento della visibilità sui social media e ad una maggiore partecipazione al sito web, soprattutto attraverso un aumento degli iscritti alla newsletter. E se in ambito commerciale i leads possono essere definiti 'potenziali clienti' attirati dai canali di comunicazione della azienda, vorremmo che i nostri leads possano diventare non tanto potenziali clienti, ma protagonisti attivi dell'EdC e della sua diffusione: azioni concrete a tale proposito includeranno la produzione di contenuti autentici, l'organizzazione di eventi interattivi con il supporto di partners, il perfezionamento di strumenti di monitoraggio e reportistica, e programmi formativi dedicati attraenti ed efficaci. L'obiettivo è ampliare esponenzialmente una comunità ed una community dinamica e inclusiva, ispirata ai valori dell'EdC, capace di generare impatto reale e duraturo nel proprio territorio e oltre. Del resto il ricco programma di eventi nel corso del 2025 ed in primis la Convention EdC riproposta a fine maggio mira a motivare e formare gli attori della Economia di Comunione ed i numerosi partners rispetto a vari temi, ma soprattutto riguardo la sperequazione economica: il condono dei debiti e l'attenzione ai poveri sono uno degli argomenti centrali nella bolla di indizione di questo anno giubilare, del resto le ripercussioni sociali "dell'anno santo" risultano determinanti sin dai testi dell'antico testamento ed hanno quindi oltre due millenni di storia. Nella medesima direzione di coinvolgimento e di partecipazione si inserisce anche il cantiere dello 'spazio di comunità', luogo di relazioni e di solidarietà, ancora da ultimare, ma presto operativo, ambiente da frequentare, animare, vivere ferialmente, che manifesta il potenziale di innovazione sociale insito nel Polo Lionello. Prima di 'incubare' una impresa sociale o gestire attività di aggregazione, prevenzione e di inclusione lo 'spazio di comunità' mette a valore le relazioni per un welfare generativo dove potenzialità e bisogni si intersecano in una moltiplicazione di risorse e di attività creative.

Si evidenzia inoltre che il Polo Lionello ospita la sede operativa della neonata Fondazione "The Economy of Francesco". Inserita in un contesto ispirato ai valori dell'Economia di Comunione, la Fondazione trova in questo spazio un ambiente fertile per promuovere nuovi modelli economici fondati sulla sostenibilità, l'inclusione e la dignità della persona. Il Polo non è solo una sede, ma un laboratorio vivo di innovazione sociale, formazione e dialogo intergenerazionale.

Fin dalla sua nascita, la Fondazione ha scelto il Polo come casa operativa per radicare la propria missione in un contesto che unisce impresa, cultura e spiritualità. Qui, i giovani trovano spazio per progettare, confrontarsi e dare forma a un'economia più giusta e inclusiva e si prevede di moltiplicare gli incontri, workshop e attività formative rivolte a giovani economisti, imprenditori e changemakers da tutto il mondo, promuovendo una cultura del dare e della fraternità: la presenza della Fondazione al Polo Lionello Bonfanti rafforza il legame tra visione e territorio, offrendo ai giovani un luogo dove le idee si trasformano in azioni concrete, contribuendo a costruire un futuro economico più umano e sostenibile.

4. Ambiente: Il primo passo per il rispetto ambientale in ambito industriale è l'analisi dell'impatto ambientale, che permette di identificare le aree critiche e le opportunità di miglioramento. Questo implica sia un'analisi esterna del contesto in cui l'azienda opera, sia un'analisi interna dei processi produttivi. Nel nostro caso, erogando servizi immobiliari, quale core business, la identificazione delle criticità porta ad individuare nel consumo di energia il principale ambito da monitorare ed efficientare.

In Italia, il Piano Nazionale Integrato per l'Energia e il Clima (PNIEC) definisce obiettivi ambiziosi per la transizione energetica, con un focus sull'aumento della capacità di generazione da fonti rinnovabili in vista di un efficientamento energetico ed una riduzione delle emissioni. Nel contesto del Polo Lionello abbiamo posto tra le priorità del 2025 una attenta revisione della produttività dell'impianto fotovoltaico per verificarne l'efficienza attuale ed in prospettiva. Per quanto riguarda la definizione di obiettivi, una volta verificata la possibilità di raccogliere e confrontare i dati ci si propone di definire obiettivi specifici e misurabili per la riduzione dell'impatto ambientale.

Anche l'aspetto della produzione e gestione dei rifiuti richiede una attenzione particolare, infatti tuttora non siamo arrivati ad un vero e proprio monitoraggio della produzione dei rifiuti, dato fondamentale per comprendere la quantità e la tipologia di scarti generati, pertanto ci si propone di muovere i primi passi verso una strategia di waste audit. Si tratta di una metodologia analitica che permette alle aziende di esaminare in dettaglio la tipologia, la quantità e l'origine dei rifiuti prodotti all'interno della propria attività per arrivare a soluzioni specifiche per una gestione più sostenibile e ottimizzata. Il waste audit non si limita a una raccolta dati: è un processo in cui ogni fase è cruciale e può influire sul risultato quindi dovrebbe coinvolgere tutte le aziende del Polo, estremamente differenti per tipologia, dimensioni, sensibilità ambientale, al fine di raggiungere obiettivi definiti e misurabili nel rispetto dell'ambiente, attraverso strategie di recupero e riciclo in una pianificazione progressiva, dettata da scelte consapevoli.

Obiettivi di beneficio comune specifico

Per quanto riguarda le **finalità di beneficio comune specifico**, il format di valutazione implementato per la rendicontazione 2023 è stato ampliato e articolato ulteriormente. Per evidenziare i risultati sotto diverse lenti sono state inserite due legende per qualificare le 121 azioni rivolte dal Polo nel 2024 oltre gli SDGs: una più legata alla definizione delle finalità di beneficio comune specifico come espresse nello statuto ed una seconda definizione, studiata per meglio cogliere i risultati alla luce dei 7, anzi 8 colori del Rainbow Score.

Obiettivi di beneficio specifico secondo lo Statuto

Obiettivo	Iniziative e Azioni
1. Promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro	A. La presenza nel Polo di aziende che condividono i valori cercando di concretizzare un nuovo paradigma di Economia di Comunità e Economia Civile B. Le iniziative culturali C. L'attivazione di beni relazionali D. Attività formative E. Progetti e spazi condivisi (es. co-working, temporary office, laboratori di sperimentazione) F. Utilizzo del framework RainbowScore e della logica degli SDGs, BIA per misurare l'impatto positivo generato
2. Collaborazione e sinergia con realtà il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società	A. Organizzazioni non profit (fondazioni, associazioni, enti) B. Imprenditori e imprese C. Istituzioni (Politiche, Territoriali)

Per costruire il framework sotto-riportato sono state esplicitate tutte le finalità evidenziate dagli eventi del 2023 e suddivise nella cornice dei colori. Sono state poi raggruppate ed è stata creata la nuova legenda per 'classificare' le azioni e gli eventi del 2024. La disamina ha riguardato solo gli eventi o i corsi e non le attività continuative delle aziende o associazioni inserite nel Polo Lionello. Alla luce di queste due chiavi di lettura si evidenzia che tra gli eventi presi in considerazione preponderante è l'aspetto culturale, formativo e relazionale ed infatti il colore più rappresentato è l'indaco nelle sue varie sfaccettature, seguono poi tutti gli altri aspetti. Viene inoltre inserita una ponderazione (incrociando ogni iniziativa valutata con il numero di persone ed il numero di ore).

Obiettivi di beneficio specifico secondo il RAINBOWSCORE

Colore	Area Tematica	Obiettivi/Attività
Rosso	Lavoro, impresa, coerenza economica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dare forza alla Economia Civile / Diffondere l'EdC attraverso teoria e pratica 2. Sensibilizzare, incoraggiare per un'economia sostenibile 3. Educazione al consumo responsabile
Arancio	Relazioni, rete e comunità	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rafforzare le relazioni e promuovere reti sociali più aperte e inclusive 2. Promuovere una gestione responsabile del patrimonio e sostenere le organizzazioni a movente ideali 3. Favorire la costituzione di reti e la partecipazione nella direzione del bene comune
Giallo	Etica, spiritualità e motivazione ideale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fraternità e dialogo come categoria culturale per dare forza alla democrazia e alla giustizia sociale 2. Trasmissioni dei valori EdC / Capitale spirituale / Valorizzare la spiritualità e carismi 3. Incoraggiare l'adozione di pratiche basate sulla Dottrina Sociale della Chiesa
Verde	Salute, stili di vita e ambiente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Educazione alla custodia del creato: promuovere stili di vita sostenibili e un'economia più rispettosa dell'ambiente 2. Formazione ad uno stile di vita sano con approccio olistico 3. Gioco sano, socializzazione, rispetto reciproco 4. Promuovere benessere lavorativo e lavoro di squadra
Azzurro	Organizzazione interna e benessere	<ol style="list-style-type: none"> 1. Coscientizzazione pubblica / Espressione tematiche e solidarietà e coesione sociale 2. Educazione alla pace e al benessere delle relazioni 3. Promuovere la creatività e il sostegno del Polo alle comunità locali 4. Creare esperienze formative coinvolgenti attraverso la musica, ed altre espressioni artistiche
Indaco	Educazione, conoscenza e capitale intellettuale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sensibilizzare e incoraggiare un'economia più giusta e la generatività attraverso attività culturali 2. Educazione alla pace, dialogo, fraternità, sostenibilità ambientale 3. Fornire strumenti educativi per diffondere l'economia civile e di comunione nelle scuole 4. Incoraggiare l'apprendimento degli SDGs e tutte forme di valutazione d'impatto
Violetto	Comunicazione e networking	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promuovere un dialogo aperto sull'economia civile attraverso tutti i canali di comunicazione 2. Aggiornamento e networking EdC Italia oggi 3. Utilizzare la tecnologia per promuovere Economia di comunione e economia civile 4. Educazione alle nuove tecnologie (IA, ecc)
Nero	Governance e Politica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidare sinergie e alleanze con istituzioni, associazioni, reti 2. Favorire la collaborazione per raggiungere risultati economici sostenibili 3. Azione politica e advocacy negli ambiti dell'ambiente e fraternità

La ponderazione tiene conto sia del numero di persone raggiunte in presenza sia delle ore di formazione offerte.

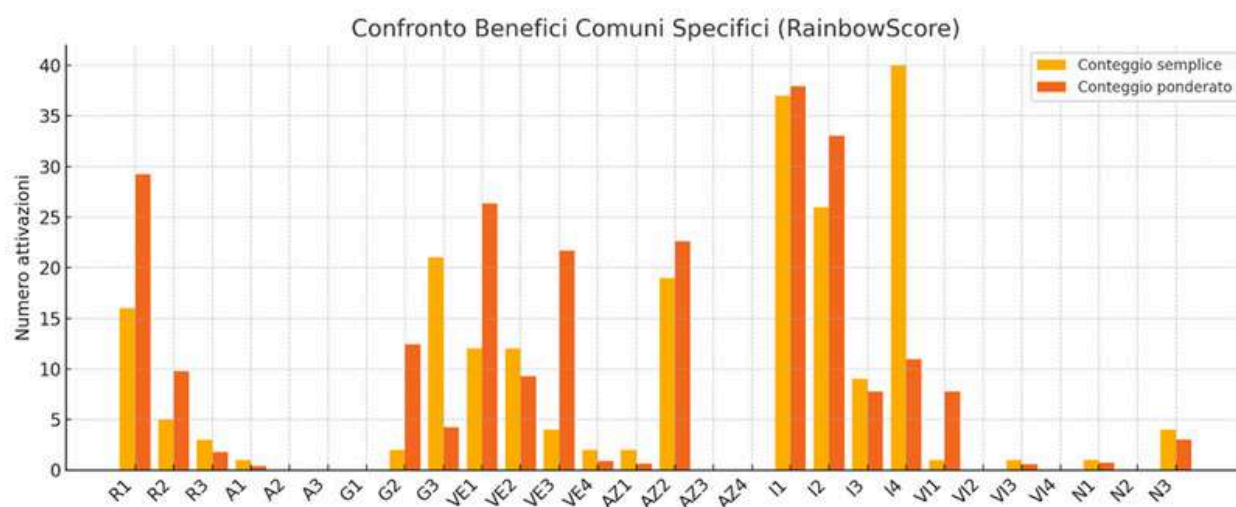
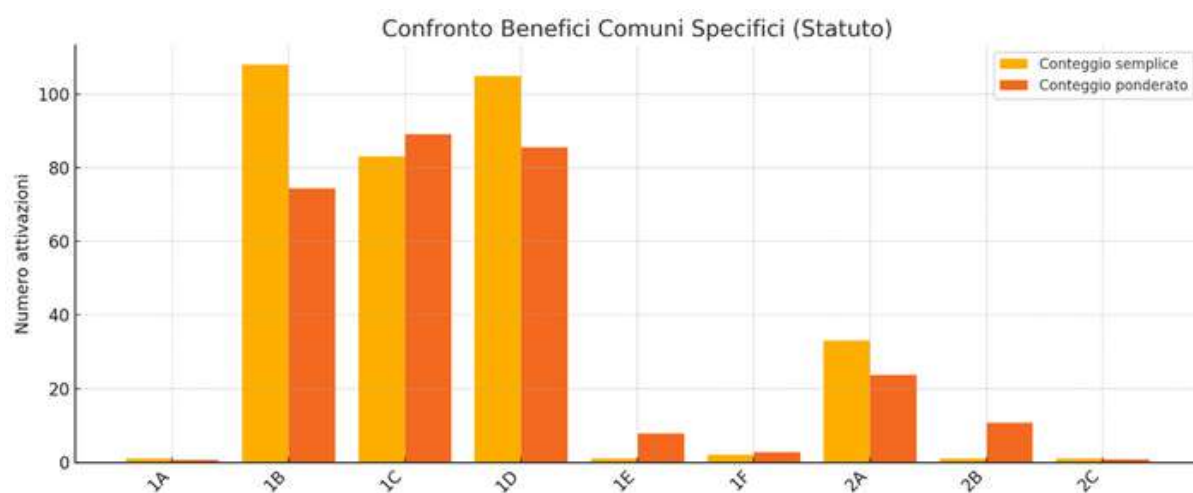
Per ogni evento, si calcola un "indice di diffusione" (D index) così:

$$D \text{ index} = (\text{numero partecipanti} / \text{media dei partecipanti}) \times (\text{ore di formazione} / \text{media ore})$$

Se i valori sono assenti o zero, viene considerato un valore minimo (il 10% della media).

In questo modo, un beneficio attivato in un grande evento molto formativo pesa di più rispetto a uno attivato in un piccolo evento di breve durata.

Questa metodologia permette di identificare non solo quante volte un indicatore è stato attivato, ma anche il suo reale impatto nella comunità: indicatori che sembravano secondari per conteggio semplice (VE3, VI1, 2B) diventano molto più importanti dopo la ponderazione: ciò suggerisce che, pur comparendo meno volte, sono stati protagonisti di eventi ad alta diffusione.



Per meglio esprimere l'impegno quotidiano delle aziende, delle associazioni e delle persone che 'abitano' il Polo Lionello ci si propone quindi di includere nella rendicontazione particolareggiata non solo i partecipanti agli eventi ma, secondo lo slogan del nuovo piano di sviluppo **"partecipa, organizza, lavora"** anche gli eventi organizzati da altri partner, inerenti all'attivazione degli SDGs o delle finalità di beneficio specifico e soprattutto le aziende a movente ideale che hanno sede all'interno del Polo Lionello.

Una possibile pista di azione, date le differenti tipologie di attività, di forma giuridica e il variegato livello di condivisione dei valori da parte dei clienti o partners di EdiC Spa SB potrebbe essere interpellare direttamente ciascuno di essi attraverso uno strumento di valutazione da costruire e concordare. Anche a questo proposito lo studio della materialità (dal punto di vista dei clienti e dei collaboratori) può risultare molto efficace, pertanto si punterà ad inserire nel format della raccolta dati già in programma, alcuni elementi propriamente studiati per arrivare a delineare indicatori o metodologie di valutazione adeguate.

Obiettivo ancor più rilevante per il futuro di E. di C. Spa SB è l'attuazione del nuovo piano di sviluppo per consolidare i risultati ottenuti ed avviare nuovi progetti o servizi in modo da avere più risorse, anche dal punto di vista economico, per incrementare la azione del Polo Lionello verso le sue finalità specifiche

CONCLUSIONI

Signori Soci della E. di C. S.p.A. Società Benefit;

Vi invitiamo a prendere atto della presente relazione redatta ai sensi dell'art. 1, c. 382 della L. 208/2015 concernente il perseguimento del beneficio comune, che viene allegata al Bilancio dell'esercizio 2024 e pubblicata nel sito internet della Società.

Consiglio di amministrazione

Koenraad Vanreusel	Presidente del Consiglio di Amministrazione
Maria Gaglione	Amministratore Delegato
Sandra Maria Della Bella	Consigliere e Responsabile di impatto
Germán Miguel Jorge	Consigliere
Fabio Magrini Alunno	Consigliere

Figline e Incisa Valdarno (FI), 25 marzo 2025.

APPENDICE - Dettagli iniziative realizzate c/o Polo Lionello Bonfanti

1. Visite didattiche e gruppi vari

Anche nel 2025 gruppi di studenti di ogni ordine e grado hanno visitato il Polo accompagnati dai docenti, sempre molto stupiti e coinvolti. In crescita quest'anno molti gruppi di adolescenti e giovani hanno popolato il Polo: gruppi classe per esperienze di PCTO o di approfondimenti di educazione civica, gruppi di vario impegno civile e religioso. Accolgono positivamente la proposta coinvolgente di riflessione-azione nell'ambito del consumo responsabile, dell'ecologia integrale e della imprenditorialità civile che incontrano negli abitanti del Polo e che possono sperimentare attraverso giochi e simulazioni. Sempre molto efficace la preparazione tramite interazioni anche online o direttamente mediate dagli insegnanti che risvegliano un interesse ed una serietà di approccio indispensabile affinché la visita porti un risultato di coinvolgimento. Particolarmente degna di nota la formazione di 4 ore rivolta ai giovani del servizio civile del Comune di Montevarchi: i 13 partecipanti, pur essendo del Valdarno non conoscevano la realtà del Polo che hanno trovato particolarmente importante ed incisiva per il loro percorso. La **Mostra Multimediale dell'Economia Sociale, Civile e di**



Comunione permette di aprire approfondimenti specifici a seconda dell'interesse del gruppo grazie ai numerosi collegamenti che il materiale audiovisivo ed i pannelli offrono con informazioni e suggestioni su vari contesti. Durante l'estate poi alcuni gruppi di giovani hanno addirittura offerto il loro tempo per collaborare al progetto riciclo-riuso del Fagotto con energia, convinzione e creatività. La visita, approfondita e ricca di formazione, dei partecipanti alle scuole giovanili del Movimento dei Focolari al Polo, come faro rispetto alla economia civile, di comunione ed ecologia integrale suscitano un grandissimo interesse che si concretizza, per alcuni, nella opportunità di collaborare attivamente alle iniziative del Polo Lionello. A seguire, un riepilogo dei soggetti coinvolti nella sezione che possiamo definire didattica, pari a circa 420 persone raggiunte, in visita diretta presso il Polo.

Data	Scuola	Città	N. studenti	Accompagnatori	Durata
	ISTITUTI SCOLASTICI (in presenza)				
28 feb 20...	Liceo Mazzarello	Torino	40	3	2gg
15 mar 2...	Istituto Peano	Firenze	43	3	5h
12 apr 20...	Istituto Peano	Firenze	48	3	5h
2 ott 2024	Scuole per il pre-festival della	Volterra	26	2	5h
15 nov 20...	AAAA	La Spezia	30		
11 dic 2024	ISIS Valdarno	San Giovanni V.no	26	2	3h
13 dic 2024	Istituto Omnicomprensivo	Castiglion Del Lago	38	3	5h

Data	Scuola	Città	N. studenti	Accompagnatori	Durata
SCUOLE MOVIMENTO DEI FOCOLARI (in presenza)					
8.042.024	Scuola GEN e Progetto Giovani	Loppiano	43	4	3h
9.072.024	Scuola Loreto	Loppiano	60	5	5h
11.092.024	Progetto Pit Stop	Loppiano	11	1	3h
17.092.024	Progetto Giovani	Loppiano	4	1	3h
24.102.024	Progetto Giovani	Loppiano	22	2	
	TOTALE		391	29	

Il Polo Lionello, all'interno della Cittadella internazionale di Loppiano, accoglie anche gruppi o visitatori singoli che desiderano conoscere il Polo imprenditoriale, ma anche gli stessi clienti delle varie aziende sono spesso incuriositi dalle descrizioni, individuando in questo luogo finalità coinvolgenti.

Molto speciale la vivace mattinata rivolta ai bambini di passaggio in occasione del convegno internazionale voluto da Papa Francesco il 25 giugno a Roma. In 25, suddivisi in due gruppi per esigenza di traduzioni, hanno allegramente invaso il Polo e la mostra SCIC dove tra giochi e comunicazione esperienziale, hanno potuto familiarizzare con la giustizia sociale, l'inclusione e l'Economia di Comunione.

Data	Scuola	Città	N. studenti	Accompagnatori	Durata
SCUOLE MOVIMENTO DEI FOCOLARI (in presenza)					
8 apr 2024	Scuola GEN e Progetto Giovani	Loppiano	43	4	3h
9 lug 2024	Scuola Loreto	Loppiano	60	5	5h
11 set 2024	Progetto Pit Stop	Loppiano	11	1	3h
17 set 2024	Progetto Giovani	Loppiano	4	1	3h
24 ott 2024	Progetto Giovani	Loppiano	22	2	
	TOTALE		391	29	

Data	Provenienza e descrizione Gruppo	Num. di persone	Visita SCIC
25 gen 2024	Gruppo Nuovi Orizzonti	20	Si
30 gen 2024	Focolarini in Formazione	13	Si
8 mar 2024	Servizio Civile Nazionale	14	Si
28 apr 2024	Gruppo di bambini	25	Si
25 mag 2024	Gruppo di Giovanni	15	Si
28 mag 2024	Gruppo di GEN-4 e alcuni genitori	25	Si
31 mag 2024	Mariapoli Ticino	100	Si
6 giu 2024	Gruppo Interreligioso	30	Si
31 lug 2024	Parrocchia di Rovigo	5	Si
5 ago 2024	Gruppo "Formato Famiglia"	17	Si
9 ago 2024	Parrocchia di Arezzo	14	Si
19 ago 2024	Gruppo giovani Padova	12	Si
19 ago 2024	Gruppo giovani Genova	25	Si
9 set 2024	Gruppo internazionale	4	Si
25 set 2024	Gruppo della Chiesa di Marsiglia	20	No
8 ott 2024	Sophia - Introduzione alla EdIC e SEC	10	Si
10 ott 2024	Due religiosi interessati del Polo Lionello	2	No
29 dic 2024	Parrocchia di Padova	15	Si
TOTALE		366	

[illegible]

Carnevale sostenibile e solidale



Il 13 febbraio si è svolta la consueta festa del Carnevale, nell'ambito del progetto CustodiAMOCI con una nota di intergenerazionalità, in partnership tra E. di C. S.p.A. SB, Ass.ne Salve! Health to Share ODV: dal titolo "Festa di Carnevale eco-Sostenibile". In una atmosfera molto inclusiva, attraverso un laboratorio con materiale riciclato, i partecipanti sono rimasti serenamente in dialogo al di là di ogni tipo di barriera, con la scusa delle maschere e del clima spensierato del Carnevale.



Ciclo di incontri ONLINE "E' l'ora della educazione Civica"



Promosso dalla SEC, sin dall'inizio impegnata nella formazione degli insegnanti rispetto ai temi della educazione civica, i webinar si rivolgevano direttamente agli studenti delle Scuole Secondarie di primo e secondo grado su tematiche molto 'scottanti'.



Le tre lezioni dal 29 febbraio al 10 aprile hanno coinvolto dagli 800 ai 1000 studenti per volta, una di queste è stata trasmessa dall'Istituto Scolastico Vasari di

Figline Valdarno, seguita in presenza da due classi, ma anche le lezioni trasmesse dal Polo vedevano in presenza una o più classi di studenti in visita.

Corso di Dottrina Sociale della Chiesa prima stagione (gennaio-marzo)



In ottobre 2023 era iniziato il Corso di Alta Formazione: "Radici, presente e scenari di futuro", organizzato dal Polo Lionello Bonfanti in collaborazione con la Scuola di Economia Civile e la partecipazione di Federcasce, coordinato dai Professori Stefano Zamagni e Luigino Bruni. Delle 82 ore di durata, circa la metà si sono svolte nei primi mesi del 2024, in modalità online, con la possibilità di seguire le lezioni anche in differita.

Il Corso online ha coinvolto i maggiori esperti italiani del dialogo tra DSC, economia e scienze sociali, che hanno già da tempo iniziato a riflettere sul cristianesimo nella post-modernità con uno sguardo speciale rivolto ai giovani. Il corso si è articolato in moduli di 3 ore

ogni settimana, composto di lezioni frontali, dialogo e laboratori, ed il 23 marzo 2024 si è tenuta la giornata conclusiva, molto attesa e partecipata (un centinaio le persone presenti, persino da Sicilia, Piemonte, ma era possibile seguire anche online).

Durante la giornata si è tenuta una tavola rotonda sulle prospettive della DSC mentre nel pomeriggio in sessioni parallele i corsisti hanno potuto presentare i loro lavori conclusivi del percorso alla presenza dei docenti intervenuti nella mattinata.



Partecipazione alla Fiera di Milano "Fa' la cosa giusta!"



Dal 22 al 24/3/2024 anche E. di C. Spa SB partecipa ad una expo, con tante occasioni di incontro, di dialogo, di scambio con corsi, workshop e molto altro. Insieme a Città Nuova e The Economy of Francesco, anche il Polo Lionello ritorna all'edizione nazionale di 'Fa' la cosa giusta!', la prima e la più grande fiera in Italia del consumo critico e degli stili di vita sostenibili. Molti gli eventi culturali proposti nello "Spazio EdC". Lo "Spazio EdC" era presente nella sezione Pace e Partecipazione quale occasione per incontrarsi e approfondire la conoscenza di tutte le iniziative legate all'Economia di Comunione, come quelle di AIPEC, Polo Lionello Bonfanti, AMU-Azione per un mondo unito, Città Nuova, MECC - Microcredito per l'economia civile e di comunione, Lionello Bonfanti odv, Istituto Universitario Sophia, OPLA-Osservatorio sulla Povertà Leo Andringa, SEC-Scuola di Economia Civile.



Iniziative intergenerazionali "Ragazzi di oggi, ragazzi di ieri, ragazzi di sempre"

Il 10 maggio e 9 giugno presso il Polo Lionello e le giornate precedenti a Loppiano hanno preso il via una serie di incontri intergenerazionali di scrittura poetica che si sono tenuti nella Hall con la partecipazione di 8-10 persone ogni volta nell'ambito di un ampio progetto sostenuto da numerosi partner tra cui Regione Toscana, Fondazione CR Firenze, Cesvot.

Corso Terze vie, rivolto agli ordini religiosi

Il 5 maggio la sala Duccia ha accolto un qualificato e variegato gruppo per un workshop generativo sul futuro dei carismi religiosi femminili. Erano presenti monache di clausura di varie congregazioni, alcuni giovani di Economy of Francesco. Tra i promotori, Luigino Bruni, economista, Don Antonio Loffredo, anima della rigenerazione del rione Sanità di Napoli e Stefania Mancini, responsabile di varie Fondazioni. Una due giorni di riflessioni, dialogo, contaminazioni per esplorare la possibilità di uno sviluppo delle comunità carismatiche capaci di affrontare l'oggi della Chiesa e dell'umanità.



Premio Giovanni Bertagna alle start up innovative

Nella seconda edizione del premio, in concomitanza con la Convention E. di C. la Associazione Lionello Bonfanti ha voluto incoraggiare tre start up innovative, che si ispirano alla Economia di Comunione. La figura di Giovanni Bertagna, tra i primi imprenditori a sostenere di persona il Polo Lionello è un vero faro per i giovani che vogliono impegnarsi per una economia più inclusiva

Convention E. di C. Italia 2024: "Il talento della comunione. Percorsi e sfide per l'economia di oggi"



Il 24, 25, 26 maggio si è voluto riprendere la tradizione della Convention al servizio di imprenditori, studiosi, giovani, società civile. Tre giorni di servizio di tavole rotonde, workshop e un format unico che unisce riflessione, networking, cultura e arte all'interno degli spazi del Polo Lionello Bonfanti.

Il ricco programma ha richiamato un centinaio di persone da ogni parte di Italia proponendo incontri in plenaria e sessioni parallele sui temi delle disuguaglianze economiche e sociali, sul futuro del lavoro, crisi climatica e transizione energetica, arrivando anche al tema della finanza etica, e delle economie di pace. La sessione finale ha visto la partecipazione del Vescovo mons. Stefano Manetti e della Sindaca Giulia Mugnai 'incollati' alle sedie nel cogliere la più stringente attualità coniugata con "il talento della comunione". I partecipanti, coinvolti, partecipi, soddisfatti hanno innescato una rete di esperienze e di idee in costante evoluzione e promotrice di innovazione per elaborare analisi e visioni di ampio respiro.



GRIOT gruppo ricerca imprese opere testi: "Imprenditorialità Creativa, Capitale Narrativo e Storie per una Nuova Economia"



Dal 23 al 27 giugno un laboratorio permanente di imprenditorialità creativa per re-imparare a raccontare con parole nuove le imprese e i loro ideali.

Cinque giorni di incontri, talk, laboratori, visite e performance per esplorare possibili risposte a una domanda rilevante per l'oggi: di quali storie abbiamo bisogno per affrontare le sfide micro e macroeconomiche? Con la esperienza di Kaleidon, una impresa nata dallo spirito di Don Benzi per 'comunicare bene il bene' lo sforzo di tornare ad altre parole, a quel patrimonio spirituale e civile

che è stato dissipato e infragilito, a volte messo al bando e rinnegato. Il termine 'griot' proviene dalla tradizione dell'Africa Occidentale e può essere tradotto, in lingua italiana, con l'espressione 'cantastorie'. Il griot rappresenta una figura complessa e dalle molteplici sfumature che agisce come custode del patrimonio culturale, preservandolo e trasmettendolo alle nuove generazioni attraverso la pratica della narrazione e della condivisione di storie. Nei ricchi 5 giorni vissuti insieme la contaminazione tra i giovani protagonisti attivi di Economy of Francesco" e innovatori sociali come Luigino Bruni, Kristian Gianfreda, Ferdinando Trapani, Pietro Del Soldà si sono alternati lungo un percorso attraverso la storia, l'antropologia, il cinema, l'urbanistica e la filosofia per svelare il potenziale delle narrazioni nel sostenere i processi di cambiamento votati alla sostenibilità, giustizia e inclusione. In apertura una serata aperta che ha coinvolto gli abitanti della Cittadella rendendoli partecipi di questo nuovo progetto formativo.



Ripensare il capitalismo: sogni, incubi e minacce»



Nell'ambito del Corso di alta formazione promosso da Economy of Francesco, una lezione online aperta a tutti



Centri estivi ECOinsieme edizione 2024



Da fine giugno ai primi di settembre una settantina di bambini e



ragazzi hanno partecipato ad ECOinsieme, presso il polo Lionello: due intense settimane di attività e di giochi (ed altre due co-promosse a Loppiano). Tutte occasioni di formazione alla sostenibilità, alla ecologia con il coinvolgimento di alcuni ragazzi



'diversamente abili'. Inoltre per tutto il mese di luglio la associazione ha sostenuto due pomeriggi settimanali di recupero scolastico.



Iniziative al "Bar il Polo" per gli 'abitanti' del Polo Lionello

In vari momenti dell'anno, con l'occasione delle vacanze estive o degli auguri per le festività sono stati organizzati momenti di ritrovo rivolti agli imprenditori e lavoratori del Polo Lionello per promuovere la conoscenza reciproca e la possibilità di sinergie e networking. Questi momenti semplici, grazie all'opportunità di relazioni spontanee che il Bar del POLO offre nella quotidianità, sono sempre gradite.

Convegno: "Per una medicina centrata sulla persona. Un approccio biointegrato che armonizza tutte le figure professionali"



Il 21 settembre la Associazione Salve! Health to Share ODV in collaborazione con il Polo Lionello Bonfanti e con la SIMEB, ha promosso un evento rivolto in primis ai sanitari, ma aperto anche alla popolazione per conoscere l'approccio della Medicina Biointegrata quale opportunità per guardare alla persona come ad un 'unicum': è emerso infatti, grazie alle relazioni di diversi specialisti, che il benessere è legato alla alimentazione, alle relazioni, al movimento ed anche alla 'vocazione' intesa come senso della propria vita.

Per una medicina centrata sulla persona un approccio biointegrato	
PROGRAMMA	
12:00 Apertura stand espositivi	16:30 Coffee-break
14:00 Registrazione dei partecipanti e prove tecniche	16:50 Equilibrio e movimento Pierluigi Grison infermiere e data-terapeuta. Breve sequenza di movimenti da replicare insieme.
14:30 Saluti istituzionali e presentazione dell'Associazione SALVE!Health to Share Sandra Della Bella, Alberico Martino, Andrea Tori del Consiglio Direttivo	17:30 Attività fisica, nutrizione e Mindfulness per la prevenzione e la cura delle cronicità Dott. Elio Giannetti internista, medico di medicina generale
15:00 Introduzione alla medicina biointegrata e programma di formazione SIMEB Dott. Franco Mastrodonato Medico chirurgo, Presidente SIMEB Società Italiana di Medicina Biointegrata, Docente IMB, Docente Corso di Perfezionamento post laurea in Medicina Biointegrata presso l'Università di Chieti	17:30 Vocazione umana e senso della vita Dott. Maria Martinez terapeuta olistica, Esperta in Adattamento spirituale e logoterapia di Viktor Frankl
15:30 PNE System: diagnosi integrata e terapie sistemiche Dott. Gabriella Breni Neuropsichiatra infantile e Psicoterapeuta. Esperta in metodologie PNE	17:50 Approcci biointegrati alle patologie croniche con l'indologia Dott. Beatrice Picchi Naturopata
15:50 La rete del corpo Dott. Luigi Piccirilli laureato in Scienze nutrizionali, Consulente D.O., Naturopata olistico. Esperto in medicina biointegrata.	18:10 Spazio di dialogo e confronto con i relatori
16:10 Spazio di dialogo e confronto con i relatori	18:30 Conclusioni e chiusura dei lavori
16:45 Chiusura stand espositivi	

Festival dell'Economia Civile con due giornate 'pre-festival'



In occasione del consueto appuntamento in Palazzo Vecchio, che nella sua sesta edizione, tra il 3 ed il 6 ottobre ha registrato il tutto esaurito con 2500 partecipanti, i giorni 1 e 2 ottobre, in una sorta di 'pre-festival' sono stati accolti al Polo Lionello un centinaio tra studenti della scuola secondaria di primo grado d'Incisa e della scuola secondaria di secondo grado di Volterra (2 classi per volta), al fine di coinvolgere anche i più giovani sui temi del Festival dal significativo titolo "L'ora di partecipare". Il Festival è stato sostenuto e seguito sin dall'inizio dal Polo Lionello e dalla SEC con un coinvolgimento attivo nel programma ed un rilancio dei contenuti a tutto il 'mondo' della Economia di Comunione.



Nuova stagione del Corso di Dottrina Sociale della Chiesa '24-'25



Dato il successo della prima edizione, sempre con il supporto di Federcasse, Il tot di ottobre si è aperto il secondo ciclo di lezioni dal titolo: "Dottrina Sociale della Chiesa, le nuove sfide del XXI° secolo". 13 lezioni con lo schema già sperimentato di tre ore settimanali ha visto la partecipazione di docenti di spicco nel panorama del pensiero sociale cristiano, con la possibilità di seguire anche in differita. Rilevante la partecipazione di giovani universitari, impegnati in ambito ecclesiale, che trovano nel programma

spunti e motivazione per il loro impegno. Sono previste ulteriori 12 lezioni anche per i primi mesi del 2024.

Festival dello Star Bene



Sabato 12 ottobre la decima edizione del Festival mirato al benessere ed alla prevenzione, con la partecipazione di una giovane pedagoga clinica che ha condiviso una preziosa riflessione sulla coscienza di sé che scaturisce dalla relazione. Anche il pranzo condiviso è stata una occasione di scambio e di dialogo con una decina di presenti



Ri-trovarsi al Polo



Ciclo di appuntamenti rivolti alla popolazione del territorio ed alla Cittadella di Loppiano per coinvolgere maggiormente la cittadinanza rispetto ai valori ed alle idealità della Economia Civile, Sociale e di Comunione attraverso eventi culturali, anche in collaborazione con Istituto Universitario Sophia, e momenti artistici soprattutto serali, spesso accompagnati dalla possibilità di apericena presso il "Bar Il Polo".



- 1 novembre ore 20:30 - Reading teatrale "i Miserabili: la grammatica del dono" a cura di Emanuela Pantano (attrice) e Valentino Borgo (musicista) "Noi Duo".
- 14 novembre ore 18:30- Presentazione del libro "Alcide De Gasperi. Cittadinanza attiva, buona politica, bene comune" di Leonardo Brancaccio Letture discorsi e scritti a cura degli studenti dell'Istituto Universitario Sophia in dialogo con l'autore.
- 22 novembre ore 20:30 - Reading teatrale "Nei classici, la vita segreta dell'economia" a cura di Emanuela Pantano (attrice) e Valentino Borgo (musicista) "Noi Duo".
- 23 novembre, ore 20.45- Presentazione del libro "10 lezioni di economia civile" di Beatrice Cerrino.

- 2 dicembre ore 18:30 - "il Raja-yoga di Patanjali e la preghiera pura di Evagrio Pontico: (s)punti di incontro fra la meditazione yogica e la meditazione cristiana con Axel Bayer, monaco dell'Eremo di Camaldoli e insegnante dell'Himalayan Yoga Institute.
- 12 dicembre ore 18:30 - "La città è il nuovo spazio politico?" Dialogo con Giulia Mugnai già sindaca di Figline e Incisa Valdarno.
- 20 dicembre ore 12:30 - "L'ospite della vigilia": gli auguri di Natale



SEB Corso di Economia Biblica "il Vangelo secondo Luca, una rilettura"



Corso on line di 8 ore in 4 appuntamenti dedicati al Vangelo di Luca: uno dei libri biblici più commentati fin dai Padri della chiesa, ma ricco di questioni controverse e nuove prospettive, Luigino Bruni ha definito, da economista, il suo commento etico e antropologico attraverso momenti di lezione frontale, spazi di dialogo, lettura e lavori di gruppo.

SEB Corso di Economia Biblica "il mistero rivelato"



Il corso si è svolto in presenza i giorni 1-2 Novembre alternando lezioni frontali, incontri di gruppo, studio individuale. Il libro del profeta Daniele, ambientato nel tempo difficile dell'esilio babilonese si è rivelato di grande attualità per il nostro tempo di nuovi imperi, nuove guerre, nuovo desiderio di profezia e di pace.



Corso per docenti in presenza: Insegnare nell'era della complessità: la prospettiva della Economia Civile.



Il 22-24 novembre si è svolto un nuovo corso in presenza con il prof. Luigino Bruni, rivolto in particolare agli insegnanti di Economia e Diritto e di Educazione Civica della secondaria di primo e secondo grado. Digne di nota le due serate aperte, che hanno attirato un largo pubblico, del 22 novembre con il Reading teatrale su Pinocchio e libro Cuore e, il 23 novembre, la presentazione del libro "dieci lezioni di Economia Civile" di Beatrice Cerrino in dialogo con Michele Zanzucchi.

Il patrimonio spirituale, etico e simbolico dell'umanità, un insieme di risorse importanti per tutti, non solo per coloro che si definiscono credenti, per questo il format ha attirato presenze molto variegata.



Mercatino natalizio "l'Erba Brusca del Burchio"

Come ogni anno il mercatino di Natale è occasione di interazione con il territorio e di educazione al consumo sostenibile con prodotti di filiera corta, inoltre nel tempo si è andata consolidando la sinergia con le Associazioni e le Istituzioni locali; infatti, l'iniziativa rientra nel calendario del Comune di Figline e Incisa Valdarno. Questa volta poi l'iniziativa incrociava con la chiusura del progetto CustodiAMOCI e le iniziative intergenerazionali "Siete Presente: verso il futuro insieme" con l'opportunità di festeggiare le positive relazioni e collaborazioni realizzate, coinvolgendo famiglie, bambini, anziani, persone diversamente abili e di diverse nazionalità.