



E. di C. SpA

Relazione annuale d'impatto della Società Benefit	esercizio sociale 2025
---	-----------------------------------

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

Esercizio dal 01/01/2025
al 31/12/2025

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
Evoluzione degli standard per il riconoscimento delle B-Corp
- MATERIALITÀ E STAKEHOLDERS: LA SOSTENIBILITÀ CARISMATICA
 - ✓ Oltre la misura: l'armonia tra visione ideale e impatto concreto
- E. DI C. S.P.A SOCIETÀ BENEFIT – POLO LIONELLO BONFANTI
 - ✓ La Vocazione del Polo Lionello Bonfanti oggi
 - ✓ Corporate Governance
- LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO DAL POLO LIONELLO BONFANTI SULLE FINALITÀ DEL PROGETTO DI ECONOMIA DI COMUNIONE

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

Report 2025 attraverso lo standard di valutazione esterno:

 - ✓ Gestione responsabile improntata al dono
 - ✓ Progressiva crescita del fatturato
 - ✓ Partnership e sostenibilità
 - ✓ Attenzione agli indigenti ed economia circolare
- 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 DI BENEFICIO COMUNE
 - ✓ Il rigore del B Impact Assesment in attesa dell'implementazione dei nuovi standard.
- DESCRIZIONE NUOVI OBIETTIVI CHE LA SOCIETÀ INTENDE PERSEGUIRE NELL'ESERCIZIO SUCCESSIVO
- CONCLUSIONI
- APPENDICE: Dettagli progetti realizzati c/o Polo Lionello Bonfanti
 1. Visite didattiche e gruppi vari
 2. Iniziative

INTRODUZIONE

Già come numero il 2025 fa pensare ad un anno di bilanci e di rilanci... anno giubilare, ultimo quinquennio verso l'agenda 2030... e se in retrospettiva colpiscono gli atroci conflitti, l'instabilità politica globale, e le calamità legate al cambio climatico, è pure vero che i segnali di consapevolezza, partecipazione ed impegno di persone ed imprese rispetto alla sostenibilità risultano evidenti tanto da permettere alle energie rinnovabili di superare il carbone nel mix energetico a livello globale.

Certo le brucianti contraddizioni di questo nostro tempo esigono di metterci in gioco con radicalità e coraggio. Ad ogni latitudine l'umanità implora pace, giustizia, fraternità: dall'Estremo Oriente "가화만사성" scritto in coreano (家和萬事成 in cinese) la saggezza popolare suggerisce che "Se la famiglia è in armonia, ogni cosa prospera" e l'antica espressione "Ubuntu" di molte culture africane sostiene l'armonia e lo spirito di condivisione tra tutti membri di una società. È sempre più evidente che la fioritura di ogni individuo è interconnessa a tutto l'insieme e la regola d'oro, principio etico universale, presente in quasi tutte le religioni e culture, chiarisce bene: "Non fare agli altri ciò che non vorresti fosse fatto a te". Il "Sumak Kawsay/Suma Qamaña" rappresenta il fulcro della filosofia indigena andina e amazzonica: si tratta di "vivere bene", inteso come equilibrio tra uomo, comunità e natura. E dalla Oceania i maori "Kaitiakitanga" (Guardiani della natura) si considerano custodi del territorio e delle risorse, non proprietari fino a riconoscere ad un fiume personalità giuridica "Te Awa Tupua".

Allo stesso tempo il Global Compact delle Nazioni Unite trova sempre maggiori adesioni e si conferma il forte trend di crescita del movimento B Corp, e pure all'interno della Chiesa l'elezione di Papa Leone XIV, in un clima di continuità, manifesta un chiaro rinnovato impegno della Chiesa verso la ecologia integrale, la pace e la fraternità universale.

In questo contesto partendo da un nuovo progetto di comunicazione di E. di C. Spa SB, è emersa una più chiara consapevolezza rispetto al patrimonio di valori e di relazioni capitalizzate lungo i faticosi anni 'di fondazione'. Possiamo definirlo anche come 'capitale spirituale' ossia ecosistema intangibile entro il quale hanno preso forma vision e mission della Società, definite, in quanto B- Corp, come obiettivi specifici di impatto. Sono semi, germogli il cui DNA attiene alla cultura del dare, alla Economia di Comunione, ma le radici sono millenarie, espresse nel canto di Maria, dove i ricchi sono mandati via a mani vuote e gli affamati ricolmati di beni, così i potenti vengono rovesciati dai troni e gli umili innalzati: "Dio opera sempre" è la Parola scelta da Chiara Lubich per il Polo Lionello Bonfanti ed è espressa con il miracolo della moltiplicazione dei pani e dei pesci, rappresentato nel bassorilievo situato proprio all'ingresso del Polo.

Davvero la sottile ed efficace azione del 'Socio nascosto' che moltiplica i pani è la costante esperienza di questo anno in cui l'impegno tenace e creativo non è mancato (i nostri cinque pani e due pesci), ma sorprendentemente più e più volte i risultati hanno superato le attese. Colleghiamo questo 'fenomeno' proprio al capitale spirituale che nell'anno del giubileo abbiamo potuto richiamare più apertamente con la gioia di veder sempre più riconosciuto questo inestimabile apporto.

Come scriveva Luigino Bruni su Città Nuova (maggio 2025) la ricchezza di una comunità dipende da molte cose, ma certamente dai suoi capitali economici, finanziari, umani, sociali, civici, ambientali. E non ultimo dal capitale spirituale: "prodotto" dalla famiglia, dalla Chiesa, dalle comunità, e "consumato" dalle imprese. Pertanto, Bruni afferma che "la cosiddetta fragilità della

giovane generazione (che per altri versi è forte come tutti i giovani) deriva anche da questa carestia di capitali spirituali, di una vita interiore troppo occupata dal consumo e dalle sue mille liturgie.” e continua “I lavoratori, per secoli, arrivavano ai cancelli delle imprese equipaggiati di questo capitale speciale e popolare, che le imprese non pagavano, ma che utilizzavano come risorsa essenziale.” Ben venga dunque la iniziativa dei giovani di Economy of Francesco di impegnarsi nel trovare modalità per ‘misurare’ tale capitale spirituale e pure la loro proposta di introdurre un SDG 0, presupposto di tutti gli altri in quanto base motivazionale, sostegno alla tenacia, slancio alla idealità nel perseguire tutti gli ambiziosi 17 obiettivi del millennio.

Questa dimensione è sottolineata anche nel sito del Polo Lionello dove abbiamo voluto definire la sostenibilità in senso ampio, affermando: *“Serve una prospettiva di “sostenibilità integrale” capace di garantire una piena valorizzazione delle risorse, assumendo contemporaneamente come priorità la tensione alla fioritura umana e al potenziamento della comunità. Una posizione che dilata lo spettro del paradigma dello sviluppo sostenibile, introducendo oltre alle dimensioni economica ed ecologica anche le dimensioni sociale, relazionale e spirituale della sostenibilità.”*

In fondo, ciò che questo tempo ci domanda non è soltanto di “resistere” alle crisi, ma di generare senso, legami e speranza dentro la storia. È forse proprio qui che il capitale spirituale rivela la sua forza più concreta: nel custodire l’umano, nel rigenerare fiducia, nel trasformare il lavoro, l’economia e le relazioni in luoghi di comunione e di futuro.

Con questo spirito, di gratitudine e responsabilità, guardiamo al nuovo traguardo di maturità che attende il Polo nell’ottobre del 2026, in occasione dei vent’anni dalla sua promettente inaugurazione, mentre l’Economia di Comunione celebra oggi, a fine maggio in Argentina, i suoi primi trentacinque anni: segni di una storia che continua a generare frutti, relazioni e speranza.

Il Responsabile dell’Impatto

E. di C. S.p.A. Società Benefit

Sandra Maria Della Bella

CARATTERISTICHE FONDAMENTALI DELLE SOCIETÀ BENEFIT**Evoluzione degli standard per il riconoscimento delle B-Corp**

Dalla prima certificazione nel 2020, E. di C. S.p.A. SB è parte integrante di un movimento globale che soddisfa elevati standard di performance sociale e ambientale, che oggi, grazie a **B Lab Italia**, ha raggiunto una nuova maturità. Essere una B Corp attualmente non significa più solo raggiungere un punteggio, ma garantire risultati d'impatto rigorosi e concreti. Per noi, questa è la naturale evoluzione dell'**Economia di Comunione**: tradurre i nostri valori storici in risultati misurabili, pronti per le sfide del 2027. 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. 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 **noleggino 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.

MATERIALITA' E STAKERHOLDERS: LA SOSTENIBILITA' CARISMATICA**"Oltre la misura: l'armonia tra visione ideale e impatto concreto"**

Per E. di C. S.p.A. SB, il superamento delle disuguaglianze e la sostenibilità non rappresentano un semplice adempimento normativo o un'etichetta di facciata, ma un impegno che affonda le radici nella propria identità: sono la vera e propria ragion d'essere del Polo Lionello. Quindi definiamo **"Sostenibilità Carismatica"** il perseguire questi valori con risultati oggettivabili. La cura dell'ambiente, l'equità sociale e la trasparenza della governance non sono obiettivi isolati, ma espressioni di un carisma fondativo che pone la persona e la reciprocità al centro di ogni scelta economica. In questa prospettiva, la sostenibilità diventa il linguaggio concreto attraverso cui i valori della comunione si incarnano nelle sfide del mondo economico contemporaneo.

Se il processo di analisi della **materialità permette** di identificare i temi su cui l'impatto è più significativo, per la nostra Società, ciò che interessa davvero agli stakeholder è il valore generato, la qualità delle relazioni e la coerenza rispetto alla mission. Quindi risulta estremamente rilevante la condivisione della propria idealità, la qualità dei legami che l'impresa genera e la sua capacità di restare fedele alla propria missione di beneficio comune. In questa prospettiva non consideriamo i nostri **stakeholder** come semplici portatori d'interesse passivi, ma come partner di un progetto di fraternità applicata all'economia. Il dialogo costante con i soci, le imprese del Polo, i giovani visitatori e le istituzioni del territorio ci consente di mappare le priorità, trasformando le aspettative della comunità in obiettivi strategici condivisi.

Una delle anime di E. Di C. SPA SB è ben esplicitata dall'adesione al movimento B Corp: l'adozione dei nuovi standard di misurazione per la ricertificazione del 2026/2027 permetterà un'evoluzione verso più rigorosi criteri rispetto ai temi del lavoro equo, parità di genere e azioni per il clima superando il monitoraggio delle performance attraverso il **B Impact Assessment**. **Ma l'appassionante obiettivo profetico del Polo Lionello è l'Economia di Comunione** ben esplicitato attraverso il **RainbowScore®** che attraverso le sue diverse dimensioni con la metafora dei 7 colori non serve a celebrare i risultati raggiunti, ma a garantire la costante coerenza tra il movente ideale e l'azione operativa calando i principi ideali in pratiche aziendali e modalità organizzative spesso inedite. I **17 SDG's** costituiscono un ulteriore strumento per dialogare proficuamente con istituzioni e luoghi di cultura e per comunicare al largo pubblico la mission di E. Di C. SPA SB in sintonia con le encicliche "Laudato si" e "Fratelli tutti" di Papa Francesco.

La nostra materialità, dunque, non è solo finanziaria o ambientale e non sono sufficienti indicatori numerici per definirla, ma è una categoria profondamente relazionale; quindi, spesso intangibile come lo sono i beni relazionali. Puntiamo a generare un valore che sia duraturo perché fondato sulla **fiducia**, sul **protagonismo diffuso** e non ultimo sul lavoro sottotraccia del **Socio nascosto che moltiplica i pani e pesci**: un simile "capitale spirituale" risulta vero ecosistema di rigenerazione in ambito sociale ed economico.

Attraverso questo equilibrio tra rigore tecnico e ispirazione carismatica, E. di C. S.p.A. SB si impegna a essere un'impresa generativa verso un nuovo paradigma imprenditoriale dove al centro sta la persona. La nostra sfida per il futuro è continuare a dimostrare che il profitto, se vissuto come strumento di comunione, può nutrire un modello di sviluppo più umano, equo e sostenibile, capace di ridisegnare il ruolo dell'azienda nella società civile.

Recentemente il Polo Lionello Bonfanti è stato oggetto di un approfondimento rispetto alla sostenibilità carismatica, organizzativa ed economica da parte di un comitato incaricato di studiare possibili piste di miglioramento nella gestione della Cittadella di Loppiano nel suo insieme (CIS). Il report finale del dicembre 2025 definisce il Polo Lionello oggi come “una **estensione ideale della Cittadella verso il territorio circostante**; essere posizionato al Burchio da “problema” (lontananza dalla cittadella) è diventata “opportunità” (apertura al territorio). Per poter mettere a reddito tutti i locali si è stati “obbligati” ad affittare spazi ad imprese che non si riconoscono nella EdC. Questa scelta inizialmente difficile si è rivelata una apertura al mondo anche dal punto di vista ideale: una sfida ed una opportunità, **luogo quindi di contaminazioni fra realtà diverse e fra territorio e cittadella; in altre parole, una Loppiano in uscita.**”



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

La vocazione del Polo Lionello Bonfanti oggi

Il 2025, anno del Giubileo, ha visto la partecipazione di numerosi imprenditori e protagonisti dell'economia globale, insieme ai giovani di Economy of Francesco, riuniti nel loro secondo incontro mondiale, progettato e organizzato principalmente al Polo Lionello, sede operativa della nuova Fondazione avviata alla fine del 2024 per dare continuità al “processo” innescato grazie a Papa Francesco.

L'ultimo fine settimana di novembre ha riunito, infatti, a Castel Gandolfo circa 500 giovani provenienti da tutto il mondo e anche dal Polo abbiamo seguito in diretta i momenti dell'evento “Restarting the Economy” Economy of Francesco – Event 2025. Il messaggio che Papa Leone XIV ha voluto trasmettere in quell'occasione è stato percepito come un immenso dono e una chiara conferma dell'attenzione e della fiducia con cui il nuovo Pontefice accompagna giovani imprenditori, ricercatori e changemaker, sulla scia del suo predecessore, confermando il cammino di Economy of Francesco e la sua forza trasformativa “*in gremio Ecclesiae*”.

Tra le molte parole di incoraggiamento, Papa Leone scrive: «Il titolo del vostro incontro è “Restarting the Economy”: un'economia che riparte non è solo una macchina che produce, ma un'attività che restituisce vita alle persone, alle comunità, alla nostra casa comune. Ripartire significa liberare dalle catene dell'ingiustizia, restaurare ciò che è stato ferito e creare spazi dove ogni uomo e donna possano respirare dignità e speranza. Ripartire può implicare cambiare direzione ed esplorare nuove piste».

E, superando lo stereotipo che identifica il “nuovo” soltanto con la robotica e l'intelligenza artificiale, il Papa lo collega invece allo sguardo che nasce dalle periferie: «Voi conoscete bene tale punto prospettico, perché si può considerare “di Francesco” soltanto un'economia che si spoglia del privilegio e abbraccia la realtà, cominciando dal lebbroso, cioè da chi è scartato, espulso e rimosso. Questa è la prospettiva che desidero trasmettere: le cose nuove viste dalla periferia e il vostro impegno che non si limita alla protesta, ma cerca soluzioni». A questo proposito richiama anche il benedettino francese Ghislain Lafont, che individuava un “principio di piccolezza”, secondo il quale «il motore della storia non è la potenza, ma la povertà; o ancora: il cambiamento reale avviene mediante l'azione di elementi deboli».

Infine, il Papa incoraggia i giovani con parole di particolare profondità: «Insieme, possiamo accogliere i sogni di Dio e vedere che allargano i nostri sogni, coinvolgendoci in un'avventura di popolo in cui cadono i muri e i pregiudizi e si fa largo la pace. Vi raccomando, affinché il vostro instancabile lavoro non sia solo azione sociale e legato a mode passeggere, di nutrire lo spirito e di tornare al cuore: i Vangeli e gli altri libri della Bibbia sono il paesaggio in cui Dio ancora fa sentire la sua voce e ispira le nostre visioni, mettendoci in dialogo con i suoi amici, i protagonisti della storia della salvezza. Sarete buoni imprenditori e buoni economisti se conoscerete così l'economia divina: è il segreto di tanti testimoni che ci hanno preceduto e che ancora camminano con noi. Cari giovani, andate avanti. Anzi, andiamo avanti insieme!».

Ci piace pensare che molti imprenditori del Polo Lionello e dell'Economia di Comunione siano proprio tra quei testimoni che ci hanno preceduto e che ancora oggi camminano con noi, con l'anima radicata nel Vangelo e in quella “economia divina” di cui il Papa parla.

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
Alberto Pecori	Sindaco Supplente

Società di revisione

(controllo legale dei conti)

Stefano Ambrosi Revisore Unico

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 è tra i pionieri di un ecosistema imprenditoriale fondato sulla comunione e sull'Economia Civile. La nostra sfida è coniugare la sostenibilità economica con la creazione di un valore sociale e ambientale superiore. Orientando la nostra strategia verso obiettivi di giustizia sociale, ecologia integrale ed economia circolare: pilastri necessari per uno sviluppo globale che sia realmente condiviso e duraturo.

Per rendere tangibile la generatività della nostra missione, utilizziamo dal 2019 il **RainbowScore®**, uno strumento di autovalutazione progettato specificamente per le imprese dell'Economia di Comunione. Questo indicatore ci permette di descrivere anche in modo narrativo le dimensioni chiave dell'agire aziendale, portando alla luce quegli **output intangibili** che spesso sfuggono ai bilanci tradizionali.

La complessità nel misurare un impatto mosso da "ideali" risiede proprio nella stretta interconnessione tra le sfere economica, etica e socio-relazionale: mentre i modelli aziendali convenzionali faticano ancora a rendicontare le molteplici dimensioni umane insite in ogni attività economica, il progetto EdC pone la persona al centro del proprio operato. Per questo, abbiamo adottato innovativi strumenti di valutazione che crescono insieme alla maturità del progetto stesso. Secondo questa visione, l'azienda si esprime attraverso **sette dimensioni interdipendenti**, che collaborano armoniosamente per generare un valore autentico e integrale.

1. 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.

2. 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).

3. GIALLO: spiritualità ed etica

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

4. 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.

5. Azzurro: Armonia nell'ambiente di lavoro; Capitale Umano

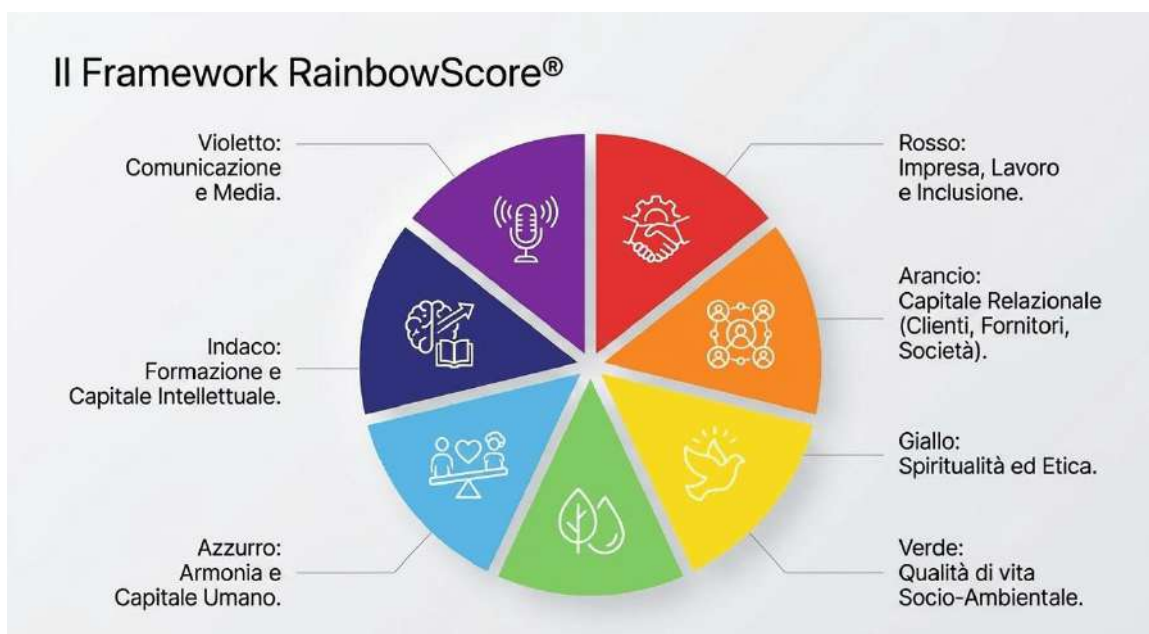
Valore aggiunto apportato dalla comunità di lavoro nella sua organizzazione formale e non; quale il capitale umano, l'armonia degli spazi e l'ambiente di lavoro.

6. 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.

7. Violetto: Comunicazione, 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).



La dimensione narrativa espressa attraverso questa modalità di "accountability" 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 'totalexperience' ossia esperienza a 360°, è estremamente dinamico e caratterizza o, meglio, rende unica l'evoluzione di ogni realtà imprenditoriale a movente ideale.

Ogni esercizio è caratterizzato da eventi, innovazioni, sfide diverse e, per quanto riguarda il 2025, prendiamo in rilievo quei "colori" che meglio rappresentano la specificità dell'operato di E. di C. SPA nel corso dell'anno.

ROSSO, imprenditori, lavoratori e impresa

Nel sistema del RainbowScore®, il colore Rosso identifica la capacità dell'impresa di generare valore facendo indubbiamente riferimento all'aspetto economico-finanziario, ma portando con sé dimensioni ulteriori quali il lavoro e i benefici tangibili portati alla comunità territoriale e a tutti gli stakeholders. Quindi anche la lotta alla povertà rientra in tale dimensione così come il superamento delle disuguaglianze, elementi che rappresentano il cuore della missione di E. di C. S.p.A. SB, al fine di trasformare la gestione economica in uno strumento di inclusione. Inoltre, la sostenibilità è qui intesa come la capacità di creare un ecosistema dove la generazione di reddito e la redistribuzione del valore concorrono a eliminare le barriere che impediscono il pieno sviluppo umano, valorizzando il lavoro come espressione di dignità e sostenendo attivamente chi vive situazioni di marginalità economica.

1. Gestione responsabile improntata al dono

Pur difficile da misurare la fiducia dei nostri soci costituisce il capitale immateriale più significativo: una risorsa che si manifesta nella disponibilità di un ingente capitale sociale non remunerato, che permette l'esecuzione di progetti a elevato impatto sociale e territoriale. Anche nel corso del 2025 alcuni azionisti hanno desiderato conferire le loro quote al Movimento dei Focolari perchè la loro intenzione iniziale era contribuire 'al sogno di Chiara', più che fare un investimento o avere un tornaconto personale: queste cessioni gratuite per un valore nominale pari a 87.000 euro, effettuate a P.A.M.O.M, P.A.F.O.M o AIEC risultano una preziosa modalità di "proteggere la missione" di E. di C. Spa SB e in coerenza con questa missione, anche nel corso dell'ultimo anno il Consiglio di amministrazione e l'Amministratore Delegato hanno confermato una gestione improntata alla responsabilità e al dono, offrendo la propria professionalità attraverso migliaia di ore fornite pro bono (tra le 1300 e 1500 ore) o con remunerazioni minimali (nel caso dell'amministratore delegato) al fine di garantire che ogni risorsa disponibile sia reinvestita nel cuore del progetto e nella tenuta del bilancio.

2. Progressiva crescita del fatturato

In quanto a redditività, l'esercizio attuale ha registrato una progressione estremamente positiva che vede aumentare il numero delle aziende e associazioni residenti a quota 43 rispetto alle 42 dello scorso anno. Parallelamente, il livello di saturazione degli spazi ha raggiunto traguardi di rilievo, con un tasso di riempimento della superficie locata pari ad oltre il 98%, segno di una forte attrattività della struttura nel mercato attuale. Questa crescita del numero di realtà ospitate si è tradotta in un incremento del fatturato complessivo. Ancor più rilevante da un punto di vista valoriale è la prevalenza di entità "purpose-driven" (Società Benefit, ETS e imprese orientate all'impatto e all'economia circolare) per una quota pari al 40,7% del fatturato. Tale dato conferma la validità di un modello di business dove l'efficienza gestionale incontra la finalità di beneficio comune, generando un valore economico solido perché fondato sulla condivisione di obiettivi e valori.

3. Partnership e sostenibilità

Nel corso del 2025 il Polo ha inoltre consolidato un approccio orientato allo **sviluppo di partnership e alla ricerca di sponsorizzazioni**, nell'ambito del filone di attività "Partecipa", finalizzato alla realizzazione di eventi e percorsi formativi ad alto valore culturale e sociale. La collaborazione con realtà quali Federcasse, il sistema delle BCC, la Commissione Internazionale dell'Economia di Comunione, insieme ad altri imprenditori e donatori privati, ha contribuito a qualificare ulteriormente l'offerta del Polo. **Questo modello collaborativo ha permesso non solo di rafforzare il capitale relazionale, ampliando la rete di soggetti coinvolti e attivi sul territorio, ma anche di innalzare il livello qualitativo delle proposte realizzate, grazie alla condivisione di competenze, risorse e visioni.** Allo stesso tempo, ha consentito di mantenere una politica di accesso inclusiva, attraverso quote di partecipazione calmierate o, in alcuni casi, agevolate, con particolare attenzione ai giovani, favorendo così una più ampia partecipazione. Le partnership attivate hanno inoltre generato valore reciproco: per il Polo, in termini di sostenibilità economica e ampliamento dell'impatto; per i partner, in termini di partecipazione a progettualità ad alto contenuto valoriale, visibilità qualificata e coinvolgimento in reti orientate alla promozione di un'economia più inclusiva e relazionale, in coerenza con i principi dell'Economia di Comunione.

4. Attenzione agli indigenti ed economia circolare

Sul fronte dell'impatto sociale diretto alle fasce deboli della popolazione, l'attenzione verso la vulnerabilità economica e la dignità del lavoro si è manifestata attraverso progetti consolidati in sinergia con l'Associazione Salve! come il "Fagotto", (progetto di riciclo e riuso a favore di famiglie in difficoltà), e l'iniziativa intergenerazionale "Ancora insieme verso il futuro" dedicata all'invecchiamento attivo. A questi si affianca la continua crescita di "Clothest", che continua a raccogliere consensi nei media, e la "new entry" di Mercamondo, basata sull'economia circolare dimostrando come il lavoro possa essere uno strumento di riscatto sociale e di custodia del Creato. **Si può calcolare che i capi di abbigliamento recuperati attraverso il commercio second hand superano le 20.000 tonnellate.**

Azzurro: Armonia nell'ambiente di lavoro; capitale umano

Nel sistema del *RainbowScore*®, il colore **Azzurro** identifica la capacità di un'organizzazione di generare armonia all'interno del proprio ecosistema, integrando la gestione responsabile dell'ambiente fisico con la cura profonda delle persone che lo abitano: che il bello ed il buono si alimentino reciprocamente e crescano insieme, è riconosciuto da millenni. Per E. di C. S.p.A. SB, questa

IL FAGOTTO
progetto di riciclo-riuso oltre la cultura dello scarto
per un futuro solidale e sostenibile

Ci puoi trovare anche sui social:
Facebook: fagotto.eco Instagram: fagotto.eco

GLI ORARI D'APERTURA DEL MERCATINO VINTAGE PER TUTTO IL 2025 SONO I SEGUENTI:

Martedì ore 10 -12 e 16 -18
Mercoledì ore 10 -12
Giovedì ore 10 -12 e 15.30 - 17.30
Venerdì ore 15.30 - 17.30
Sabato ore 15 -17

CHI SIAMO
La soluzione più etica e green per i vestiti che non indossi più. La raccolta dell'abbigliamento usato avviene negli orari d'apertura. Si accettano solo **capi puliti e in buono stato**, ma anche **accessori, oggetti per la casa, articoli per l'infanzia e giocattoli**

puoi trovarci anche sui social @fagotto.eco

Per informazioni contattare:
associazionesalvehts@gmail.com

Polo Lionello Bonfanti
SALVE PATH TO SHINE

dimensione rappresenta il superamento della visione tradizionale di "gestione immobiliare" a favore di un concetto integrato mirato al benessere integrale. Come scrive Elena Granata, le persone grazie ai valori ed agli ideali che le animano, divengono 'place-maker' creatori di luoghi significativi e unici. E attraverso la ricca rete di relazioni su cui possiamo contare, il Polo Lionello, non si configura tanto come Centro Aziendale o Polo Direzionale, ma grazie alla **Economia di Comunione** ed alla **Ecologia Integrale**, si configura come un organismo vivo dove la sicurezza delle strutture, la bellezza espressa attraverso arte e cultura e la dignità delle relazioni, anche lavorative, concorrono verso un unico 'concept' di benessere collettivo.

Questa dimensione nel corso del 2025 ha attraversato tre piste d'azione fondamentali. In primo luogo, la **sicurezza e la prevenzione**, intese come atto di responsabilità e rispetto verso la vita di chi opera nel Polo; la conformità normativa e gli adeguamenti strutturali sono considerate fondamenta necessarie per garantire un ambiente di lavoro sereno e protetto. In secondo luogo, la **dimensione artistica**, che attraverso il recupero del capitale narrativo permette di "abitare" l'economia con occhi nuovi, trasformando gli spazi fisici in luoghi di pensiero e di crescita etica. Infine, la **centralità delle persone**, dove l'Azzurro si fa "clima aziendale": un'atmosfera fondata sulla reciprocità, sull'ascolto e sulla valorizzazione di ogni singolo talento.

Questa sezione descrive in definitiva come la nostra Società Benefit abbia lavorato per rendere il Polo Lionello una espressione di generatività armoniosa, dove cura scrupolosa dell'immobile, custodia del 'capitale spirituale' e promozione di percorsi narrativi e relazionali convergono verso un unico obiettivo: rendere il lavoro un'esperienza generativa e la "casa comune" un luogo di autentica fraternità.

1. Sicurezza antincendio e gestione integrata del Polo Lionello Bonfanti

Al fine di ottenere l'aggiornamento della pratica di prevenzione incendi relativa all'intero complesso del Polo Lionello Bonfanti, nel corso del 2025 sono stati realizzati significativi **interventi di adeguamento dell'immobile**, finalizzati a garantire la piena conformità alle normative vigenti. In particolare, è stato oggetto di revisione e potenziamento il sistema di rilevazione fumi e delle relative centraline, con il conseguente ottenimento di un **impianto conforme, certificato e regolarmente collaudato**. Il Polo rappresenta una realtà complessa, caratterizzata dalla coesistenza di attività eterogenee all'interno di spazi contigui. Tale configurazione richiede un approccio integrato e coordinato alla sicurezza, fondato sul rispetto di normative tecniche articolate e in continua evoluzione. In questo contesto, EdiC spa società benefit ha avviato e consolidato nel tempo un percorso strutturato di **adeguamento normativo e miglioramento continuo, finalizzato a garantire elevati standard di sicurezza per persone, beni e attività**. Il riferimento principale adottato è il Codice di prevenzione incendi (DM 3 agosto 2015 e successive modifiche), che ha consentito di definire soluzioni tecniche e gestionali coerenti con la complessità del sito. In base alla classificazione normativa vigente (D.P.R. 151/2011), il **Polo rientra tra le attività soggette a controllo dei Vigili del Fuoco**, in particolare per la presenza di edifici a uso promiscuo di rilevanti dimensioni e di impianti di produzione di calore ad alta potenzialità. Uno degli elementi centrali emersi riguarda la natura "condominiale" del Polo: pur nel rispetto dell'autonomia delle singole realtà imprenditoriali, **la sicurezza antincendio è gestita secondo regole comuni e condivise**. Questo approccio si traduce nell'adozione di un'unica strategia complessiva, formalizzata in documentazione tecnica validata dalle autorità competenti e oggetto di specifica asseverazione. Tale processo certifica non solo la

conformità strutturale e impiantistica, ma anche l'effettiva applicazione delle misure organizzative e gestionali previste.

Particolare attenzione è posta alla responsabilità dei singoli datori di lavoro, chiamati a contribuire attivamente al sistema attraverso la valutazione dei rischi, la predisposizione e l'aggiornamento del Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) e la gestione delle misure di prevenzione e protezione. In questo ambito, assume rilievo la corretta gestione dei rischi di incendio ed esplosione, anche in relazione ai materiali utilizzati, ai **processi produttivi e al carico di incendio presente nei singoli spazi**. La gestione operativa si fonda inoltre su **un sistema strutturato di manutenzione e controllo degli impianti e delle attrezzature antincendio, in conformità alle disposizioni normative vigenti**. Le responsabilità sono ripartite tra la gestione centrale del Polo, che cura le aree comuni e le infrastrutture condivise, e i singoli operatori, responsabili degli spazi di propria competenza.

Un ulteriore pilastro è rappresentato dall'organizzazione della gestione dell'emergenza, sviluppata secondo quanto previsto dal livello di prestazione attribuito dal Codice. Ciò include la definizione di ruoli e responsabilità, la predisposizione di piani di emergenza coordinati e lo svolgimento di esercitazioni periodiche. **La presenza di sistemi automatici di rilevazione e segnalazione, collegati a centrali operative esterne, garantisce inoltre un presidio continuo anche nelle ore di non operatività**. In prospettiva, il mantenimento e il miglioramento del livello di sicurezza raggiunto richiederanno un rafforzamento del coordinamento tra i diversi soggetti coinvolti, nonché una sistematica condivisione delle informazioni e delle pratiche gestionali. Questo approccio collaborativo rappresenta un elemento chiave per assicurare la conformità normativa nel tempo e, al contempo, **promuovere una cultura della sicurezza diffusa e partecipata all'interno dell'intero Polo**.



2. Il Cantastorie Nel corso del 2025 il Polo Lionello Bonfanti ha ospitato il progetto culturale *“Il Cantastorie. Capitale narrativo e storie per una nuova economia”*, un ciclo di cinque reading teatrali volto a valorizzare il ruolo delle narrazioni come leva di sviluppo umano, sociale ed economico. L’iniziativa, promossa dall’Associazione Lionello Bonfanti con il contributo della FCR Firenze, è stata realizzata in collaborazione con il gruppo di ricerca GRIOT di Economy of Francesco, e ha proposto **una rilettura in chiave economica di alcuni classici della letteratura**, attraverso un linguaggio artistico integrato che unisce teatro e musica. Le cinque serate hanno affrontato temi centrali per una riflessione contemporanea sull’economia e sulla società: dalla libertà e reciprocità (ispirate a *Le avventure di Pinocchio*), al valore dell’educazione e dell’inclusione (*Cuore*), alla giustizia e cura delle relazioni (*Libro di Rut*), fino ai temi dell’equità e del riscatto (*I Miserabili*), della coesione sociale e fraternità (*Mondo Piccolo*).

Il progetto ha contribuito a rafforzare il capitale narrativo della comunità, inteso come insieme di valori, significati e visioni capaci di orientare comportamenti e scelte economiche verso modelli più inclusivi, sostenibili e relazionali. Rivolto in particolare a giovani, lavoratori e famiglie del territorio, il ciclo ha rappresentato uno spazio accessibile di partecipazione culturale e di riflessione

critica sulle sfide contemporanee, favorendo **il dialogo tra economia, etica e cultura** e contribuendo a contrastare fenomeni di impoverimento relazionale e culturale.



3. Le persone e il lavoro

Nel corso del 2025 è stata ulteriormente rafforzata l'attenzione alla cultura organizzativa del Polo, attraverso iniziative orientate alla valorizzazione delle persone e al consolidamento del senso di appartenenza. In un contesto caratterizzato da un team eterogeneo, composto da dipendenti "storici", nuove risorse e collaboratori, sono stati promossi momenti strutturati e informali di ascolto e dialogo, tra cui incontri periodici, colloqui individuali e occasioni conviviali. Queste attività hanno favorito **la condivisione di esperienze e competenze**, contribuendo a rafforzare la comunione tra le diverse componenti del gruppo di lavoro e a sostenere processi di integrazione e corresponsabilità.

L'approccio adottato si ispira ai principi dell'Economia di Comunione, ponendo al centro la persona, **la reciprocità e la cultura del dono**. In questa prospettiva, il lavoro è inteso come spazio di relazioni generative, in cui fiducia, ascolto e collaborazione diventano elementi chiave per costruire un ambiente partecipativo, inclusivo e orientato al bene comune.

Violetto: comunicazione: La comunicazione come generatore di capitale relazionale

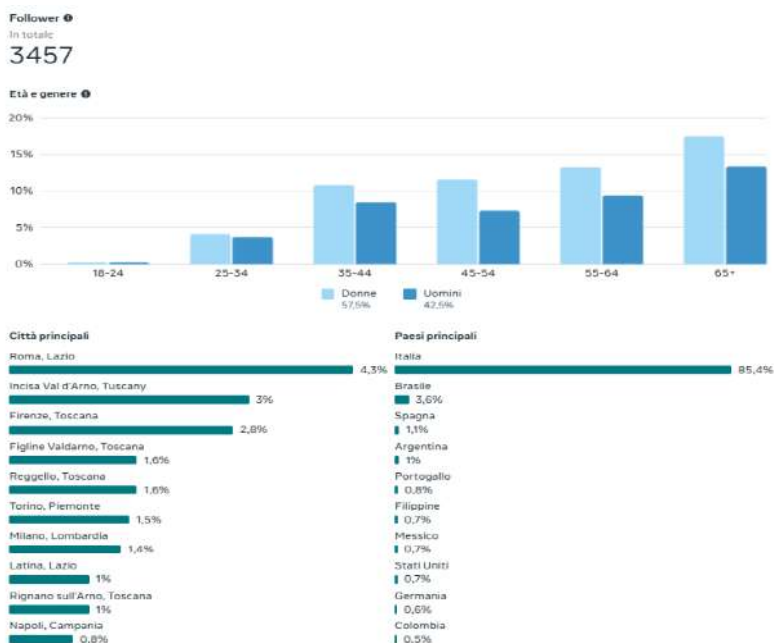
Nel 2025, l'aspetto della comunicazione nelle sue molteplici dimensioni (soci e lavoratori, altri stakeholder e comunicazione esterna ad ampio raggio) ha vissuto una fase di profonda maturazione, consolidando la sua funzione strategica di costruzione di comunità. È stato ingaggiato un giornalista esperto molto appassionato rispetto alle tematiche legate all'Economia civile e all'Economia di Comunità per progettare un nuovo piano di comunicazione e meglio esprimere i valori e l'innovazione culturale portata da E. di C. SPA SB.

1. Comunicazione attraverso i social e newsletter

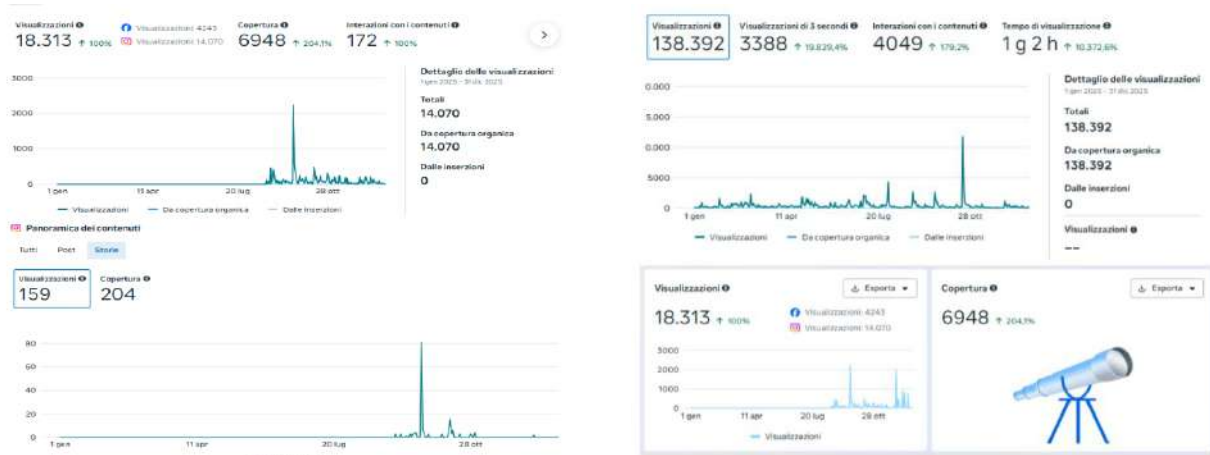
All'interno di questo processo Facebook e Instagram hanno mantenuto un ruolo centrale attraverso una particolare cura dei contenuti, confermandosi i canali principali per la diffusione dei valori dell'Economia di Comunità. Su queste piattaforme, l'attività si è spostata dalla crescita puramente numerica verso un innalzamento della qualità delle interazioni, permettendo un dialogo costante sia con la base storica dei sostenitori sia con le nuove generazioni. Questa presenza social, integrata dall'uso professionale di LinkedIn ha creato un ecosistema digitale solido e partecipato. La newsletter ha arricchito di nuova sostanza questo quadro, confermandosi uno strumento essenziale di fidelizzazione con un totale di circa 5300 iscritti di cui il 35% visualizza e interagisce. Si tratta di un miglioramento straordinario rispetto all'anno precedente, quando la newsletter raggiungeva appena 850 lettori per invio: un incremento che testimonia il successo della nuova linea editoriale e la crescente vitalità della nostra comunità.

Parallelamente al rafforzamento digitale, il Polo ha agito come un vero centro di elaborazione culturale, promuovendo una visione economica dove la reciprocità e la dignità umana prevalgono sui risultati economici e sulle performance produttive, dimostrando, pur nel lungo periodo, che la fiducia posta nelle persone arriva poi a migliorare l'efficacia e l'efficienza. Attraverso la produzione di contenuti originali ed in sinergia con reti nazionali e internazionali, la società ha diffuso modelli di business inclusivi capaci di

contrastare la sperequazione e rispondere alle sfide dell'ecologia integrale. Il nuovo piano di comunicazione, più grintoso e creativo ha consolidato la reputazione del Polo Lionello, confermando il ricco intreccio di relazioni e le molteplici sinergie, ed ha dimostrato che l'ideale della fraternità e la cultura del dare possono davvero generare un impatto positivo nell'ambito di una concreta e quotidiana vita aziendale. In sintesi, l'azione comunicativa del 2025 ha dimostrato come la coerenza tra missione e strumenti operativi possa influenzare il pensiero economico contemporaneo, affermando il ruolo del Polo Lionello Bonfanti quale laboratorio attivo e interattivo verso una nuova cultura della condivisione e del dialogo.



Relazione d'impatto della Società Benefit anno 2025



2. Siti web

I siti di E. di C. S.p.A. SB sono:

- <http://www.pololionellobonfanti.it>
- <http://www.edicspa.it> (sito istituzionale, legato alla società per azioni)

Il cuore pulsante di questa rete rimane l'ecosistema dei siti web istituzionali: il portale principale **ww.pololionellobonfanti.it** e il sito societario **www.edicspa.it**, quest'ultimo dedicato alla trasparenza verso i soci e alla diffusione di documenti chiave come il bilancio e la relazione d'impatto. Nel 2025, queste piattaforme hanno superato le **28.000 visualizzazioni complessive**, registrando un tasso di coinvolgimento superiore al 50%. Tale successo è il risultato diretto degli investimenti strutturali avviati nel 2022 per migliorare la navigabilità e della costante produzione di contenuti su temi di attualità e vita imprenditoriale civile.



L'efficacia di questa narrazione è amplificata da una rete di partnership strategiche di respiro internazionale. La collaborazione intrinseca con il sito pilastro **www.edc-online.org** e l'attività di mirroring dei contenuti sul sito di **Loppiano** hanno permesso di proiettare il messaggio del Polo ben oltre i confini locali, raggiungendo migliaia di persone in tutta Italia e all'estero. Attraverso questa sinergia tra cura di tutti gli stakeholders, strumenti digitali e alleanze di rete ad ampio raggio, il Polo Lionello Bonfanti si conferma un hub significativo in grado di diffondere un modello di economia civile orientata al bene comune.

LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO DAL POLO LIONELLO BONFANTI MISURATO ATTRAVERSO SDGs ACTION MANAGER

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

Sempre nella direzione di una accountability che possa risultare comprensibile e condivisibile ad ampio raggio, 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 converge in maniera molto significativa quanto al secondo e terzo:

- 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**)

Il primo pilastro che si riferisce alle sfide ambientali, promuovendo azioni per combattere il cambiamento climatico, proteggere la biodiversità, garantire un uso sostenibile delle risorse naturali e ridurre l'inquinamento non apparteneva alla mission originaria, ma anche grazie alla "Laudato si" di Papa Francesco che coniuga il grido dell'umanità con il grido del pianeta è divenuto sempre più una componente imprescindibile di un agire economico etico e civile.




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. SDG Action Manager permette di individuare i punti critici da affrontare, i progressi in atto, le aree di miglioramento e anche le *best practice* già adottate. La piattaforma permette di ottenere una vera e propria *roadmap* per il

raggiungimento e il monitoraggio degli obiettivi di sostenibilità e per valutare concretamente l'impatto che il modello di business aziendale ha sui punti discussi dall'Agenda 2030.

Report di valutazione per E. di C. Spa SB

Una valutazione degli obiettivi più significativi per la nostra società comprendeva nel 2021 e 2022 cinque goals, ma una disamina retroattiva più specifica ha portato ad ampliare ulteriormente gli obiettivi considerati prioritari per E. di C. S.p.A. SB ed abbiamo introdotto anche gli SDG 4, (istruzione di qualità) e 12 (consumo e produzione responsabili), decisamente significativi anche nel corso del 2025. Quest'anno abbiamo inserito anche l'obiettivo n. 3, del resto già nella precedente relazione di impatto era emersa la eventuale opzione di inserire tale obiettivo tra gli ambiti da tenere monitorati in quanto significativi per l'impatto generato.

Il punteggio del modulo base è rimasto invariato rispetto agli anni precedenti e questa volta abbiamo ritenuto importante correlare ad essi non solo gli eventi, ma anche le azioni continuative portate avanti dai cosiddetti 'abitanti' del Polo Lionello, per meglio rendicontare l'impatto. Pur avendo appena iniziato il conteggio, già siamo arrivati a 19 azioni continuative che coinvolgono complessivamente più di 55.000 persone all'anno.



Modulo base

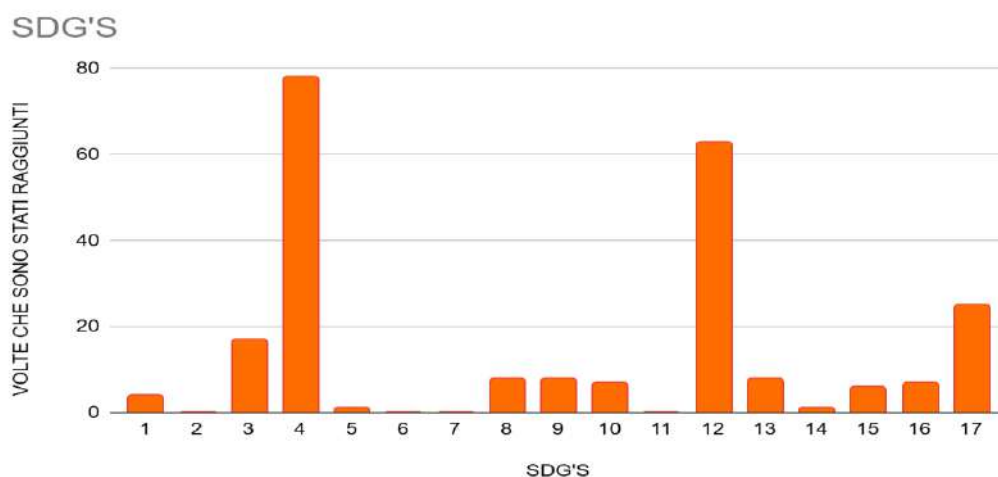
Si comincia con questo modulo per avere una idea complessiva della performance dell'azienda rispetto a diritti umani, pratiche lavorative, gestione ambientale e governance.

DOMANDE RISPOSTE
26/26


PUNTEGGIO GENERALE
74.8%

Basato sui Dieci Principi del Global Compact delle Nazioni Unite, questo modulo base comprende domande riguardanti argomenti come per esempio l'impegno dell'azienda nei confronti dei diritti umani, pratiche lavorative positive, sistemi di gestione ambientale e buona governance. Una volta che l'azienda ha acquisito una visione globale della propria performance, può capire meglio e prendere misure concrete su pratiche relative alla gestione sociale e ambientale che potrebbero risultare in contribuzioni positive agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile SDG.

Essenziale in ordine all'impatto del Polo Lionello considerare la 'community' che vive quotidianamente gli ambienti costruiti grazie al preziosissimo contributo degli oltre 5000 azionisti. Infatti, è proprio la ricca rete di relazioni improntata alla cultura del dare che rende possibile una serie di azioni che si allargano a cerchio d'onda arrivando talvolta addirittura fino ad altri continenti, attivando quasi tutti i 17 SDG's.



SDG 1 - porre fine ad ogni povertà

	SDG 1 - Sconfiggere la povertà Scopri cosa può fare l'azienda per eliminare la povertà, come per esempio pagare un salario di sussistenza, controllare che non ci siano situazioni di lavori forzati e condurre assessment di rischio nella catena di fornitura.	DOMANDE RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE
		20/20	57.8%

Questo modulo mette in evidenza le pratiche che l'azienda può implementare per contribuire a SDG 1 - Eliminare la povertà in tutte le sue forme e dovunque, compreso per esempio il pagamento di un salario di sussistenza, controllare che non ci siano situazioni di lavori forzati e condurre assessment per questi rischi durante tutta la catena di fornitura.

La azione di E. di C. Spa SB rispetto all'obiettivo n. 1 non si esplica tanto internamente all'azienda (date le sue piccole dimensioni), quanto verso l'esterno attraverso progetti e campagne periodiche e soprattutto grazie alla azione delle Associazioni e delle aziende 'purpose driven' che operano negli spazi del Polo Lionello e agiscono proprio a favore delle categorie meno abbienti.

Tale indicatore misurato per la prima volta nel 2021 con punteggio nel 2021 pari a 59,9, si attesta ora a 57,8 perché il metodo di valutazione è poco flessibile e non permette di prendere in considerazione le azioni non direttamente sostenute dalla Società se non in minima parte.

A tale proposito possiamo citare il **progetto riciclo/riuso del Fagotto che coinvolge almeno 50 persone a settimana** in maniera continuativa con un orario di apertura di circa 18 ore su 5 giorni per 11 mesi l'anno. I principali fruitori sono famiglie con back ground migratorio e tanti figli che crescendo necessitano di rinnovare il vestiario. Periodicamente vengono inviati pacchi di vestiario a case-famiglia, missioni o centri di accoglienza.

Ancora il progetto di **recupero scolastico e i centri estivi ECOINSEME**, in collaborazione con l'Istituto Comprensivo di Rignano e Incisa Valdarno, giunto alla terza edizione è principalmente rivolto a famiglie indigenti con attestazione ISEE sotto i 20.000 euro in maniera completamente gratuita e risulta molto atteso dalle famiglie del territorio: ha **incluso quest'anno 67 bambini e ragazzi**.



Abbiamo inoltre partecipato ad una raccolta di asciugamani per il carcere di Sollicciano in collaborazione con un gruppo di famiglie di Firenze venute a conoscenza di una particolare necessità.

Anche riguardo il conflitto in Palestina è stato possibile collaborare con la Caritas ed altre numerose associazioni che hanno inviato beni di prima necessità, utilizzando il Polo Lionello come punto di raccolta.

SDG 3 – Assicurare salute e benessere



Quanto agli eventi tale obiettivo risulta il quarto ad essere attivato, ma arriva ad essere ancora più rilevante quando guardiamo alle azioni continuative, prese in considerazione a partire da quest'anno. Effettivamente la **salute ed il benessere hanno molto a che fare con la sostenibilità**. Molto significativo, inoltre, il fatto che il Poliambulatorio Risana, tra i clienti che portano il maggior fatturato alla Società abbia scelto di divenire Società Benefit nel febbraio 2025, seguendo l'esempio di E. di C. Spa Società Benefit sin dal 2017, proprio per meglio esprimere l'impatto positivo che la struttura sanitaria RISANA trasmette agli stakeholder ed alla comunità territoriale, con un impegno formale ad operare in modo responsabile e sostenibile, mirando a generare effetti positivi su persone, comunità e ambiente.

In particolare, nel nuovo statuto la Cooperativa RISANA dichiara tra l'altro di voler:

- equilibrare le disuguaglianze attraverso prassi e progetti incentrati sulla inclusione e sulla fraternità;
- portare benefici tangibili alla comunità territoriale;
- sperimentare nuove forme partecipative in quanto alla governance;
- assicurare una particolare attenzione alle categorie fragili della popolazione: anziani, disabili, famiglie a basso reddito, persone con background migratorio;



Relazione d'impatto della Società Benefit anno 2025

Il benessere e la salute vengono ampliati grazie ad iniziative formative e culturali, ma **anche grazie ad eventi che promuovono direttamente stili di vita e azioni preventive e soprattutto attraverso azioni continuative di benessere attraverso il movimento** (Thai Chi, Pilates, Karate) fino ad arrivare al corso gratuito di ginnastica posturale adattata offerto alla popolazione anziana. Per la prima volta nell'autunno 2025 è stato offerto un corso di meditazione ed una serata di divulgazione dello yoga da parte di un monaco benedettino che ha approfondito la relazione tra preghiera cristiana e postura.

Molto preziosa la sinergia ormai consolidata con l'Istituto di Medicina Biointegrata che ha promosso anche nel corso del 2025 due corsi di formazione molto apprezzati.



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

 <p>4 QUALITY EDUCATION</p>	<p>SDG 4 - Istruzione di qualità</p> <p>Scopra in che modo l'azienda può contribuire agli obiettivi di istruzione di qualità, come per esempio eliminare il lavoro minorile, offrire formazione su capacità, fornire accesso a opportunità di formazione e promuovere l'istruzione superiore.</p>	DOMANDE RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE
		22/22	82.3%

Questo modulo mette in evidenza le pratiche chiave che l'azienda può adottare per contribuire a SDG 4 - Istruzione di qualità, come per esempio eliminare il lavoro minorile, offrire formazione di capacità, fornire accesso a opportunità di formazione per le donne, e promuovere l'istruzione superiore sul posto di lavoro.

SDG 8 – lavoro e crescita economica

 <p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p>	<p>SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica</p> <p>Scopra in che modo l'azienda può adottare misure per offrire lavoro dignitoso e crescita economica come per esempio pagare un salario di sussistenza e garantire condizioni di lavoro eque ai lavoratori delle proprie operazioni e nella catena di fornitura.</p>	DOMANDE RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE
		31/31	72.1%

Questo modulo mette in evidenza le pratiche chiave che l'azienda può adottare per contribuire a SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica, compreso per esempio il pagamento del salario di sussistenza, assicurare condizioni di lavoro dignitose nelle proprie operazioni e in tutta la catena di fornitura, e offrire opportunità di crescita professionale.

SDG 10 – ridurre le disuguaglianze



SDG 10 - Ridurre le disuguaglianze

Scopra in che modo l'azienda può adottare misure per ridurre disuguaglianze, come per esempio con il pagamento ai lavoratori del salario di sussistenza, implementando pratiche di anti discriminazione sul posto di lavoro, e creando un ambiente di lavoro inclusivo.

DOMANDE RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE
26/26	78.5%

Questo modulo mette in evidenza le pratiche chiave che l'azienda può adottare per contribuire a SDG 10 - Ridurre le disuguaglianze, compreso il pagamento del salario di sussistenza ai lavoratori, la riduzione del pay ratio all'interno dell'azienda e adottando pratiche anti discriminazione nelle operazioni.

SDG 12 – consumo e produzione responsabili



SDG 12 - Consumo e produzione responsabili

Scopra cosa può fare l'azienda per mantenere la produzione e il consumo a livelli responsabili, come per esempio adottare i principi dell' Economia circolare e condurre assessment sull'impatto dei fornitori sul consumo di risorse.

DOMANDE RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE
13/13	83.6%

Questo modulo mette in evidenza le pratiche chiave che l'azienda può adottare per contribuire a SDG 12 - Consumo e produzione responsabili, compresa l'adozione di principi di Economia circolare, gli assessment dell'impatto dei fornitori sul consumo di risorse e stabilire e informare i risultati di target per la sostenibilità.

Anche nel corso del 2025 **gli obiettivi 4, 8, 10 e 12 sono risultati centrali e vitali soprattutto grazie ai 95 eventi di formazione** svolti in presenza ed online che hanno raggiunto **5195** persone complessivamente. Ancora più significativi, soprattutto per l'obiettivo n°10 le azioni continuative quali il progetto riciclo/riuso del Fagotto e, a partire da settembre, **il deposito in conto vendita di 'Mercamondo', ulteriore esempio di economia circolare** che hanno coinvolto mensilmente circa 1.200 persone. Come nei due anni precedenti le iniziative poste in campo sono state classificate come attinenti ad uno o più obiettivi dello sviluppo sostenibile fino ad un massimo di tre obiettivi per evento, ma per la prima volta sono state considerate anche le azioni continuative che arrivano ancora più in concreto ad attivare gli obiettivi della istruzione di qualità, della riduzione delle disuguaglianze, del lavoro dignitoso e crescita economica ed ancora del consumo e produzione responsabili.



Pure il tema della **intergenerazionalità**, posto in atto trasversalmente nel corso degli eventi e di alcune azioni continuative, ha attinenza con la istruzione di qualità poiché rappresenta **un'occasione di arricchimento reciproco e di ampliamento delle conoscenze e costituisce di per sé un superamento delle disuguaglianze.**



La **Mostra SCIC** rappresenta una azione continuativa di grande impatto per quanto riguarda gli obiettivi sopra definiti in quanto permette una trasmissione 'vitale' rispetto a tali ambiti tanto da 'appassionare' giovani, imprenditori, gruppi rispetto alla sostenibilità, alla economia civile e quindi alla responsabilità personale nel diffondere e promuovere in modo particolare gli SDG 4, 8, 10, 12. Nel luglio 2025 si è potuto sottoscrivere un contratto di locazione con Mercamondo che comprendeva anche lo spazio occupato dalla Mostra SCIC. Dato che in quel periodo si era liberato un ambiente accanto al Bar del Polo, prospiciente sulla galleria di circa 50 mq. abbiamo ritenuto importante mantenere l'impianto della Mostra pur ridimensionandone gli spazi per poterla trasferire. Il lavoro effettuato in economia, grazie all'apporto di alcuni volontari è avvenuto nel mese di agosto ed alcuni pannelli sono stati allestiti proprio all'interno della galleria, davanti all'ascensore che porta ai capannoni del primo piano in un punto molto visibile, che invita ad entrare e visitare la Mostra nel suo insieme. **A settembre è stato possibile inaugurare il nuovo percorso che è risultato molto efficace nonostante le ridotte dimensioni.**

SDG 16 – pace giustizia e istituzioni forti



Introduzione - Pace, giustizia e istituzioni forti

Scopra in che modo l'azienda può contribuire alla pace, giustizia e istituzioni forti promuovendo la trasparenza nella governance e nella gestione fiscale dell'azienda, e attraverso azioni di pace in zone affette da conflitti.

DOMANDE RISPOSTE
23/23

PUNTEGGIO GENERALE
81.5%

Questo modulo mette in evidenza le pratiche chiave che l'azienda può adottare per contribuire a SDG 16 - Pace, giustizia e istituzioni forti, promuovendo la trasparenza nella governance e nella gestione fiscale dell'azienda, nelle pratiche anticorruzione e con azioni di pace nelle zone afflitte da conflitti.

Grazie ai circuiti virtuosi che l'Economia di Comunione innesca rimane significativamente alto il punteggio relativo all'obiettivo 16. Infatti, il cosiddetto '**capitale spirituale**' **menzionato nelle pagine introduttive presuppone una coerenza a tutto campo rispetto ai temi della sostenibilità** ma pure della trasparenza nella Governance e nella attenzione alla persona sia essa cliente, fornitore, concorrente etc. Pertanto, i valori enunciati nello Statuto di E. di C. Spa SB sono una sfida costante al miglioramento continuo non ricercato per interesse o tornaconto, ma per fini più elevati legati alla sfera della coscienza morale.

Fondamentale presupposto alla costruzione della pace risultano la giustizia che comprende equità e sostenibilità. In piena sintonia con il pensiero di Papa Francesco, nell'Omelia per la prima Messa per la Custodia della Creazione, celebrata a Castel Gandolfo, Leone XIV aveva invitato ad ascoltare "il grido della terra" e "dei poveri": non due grida, ma uno solo, giunto al cuore di Dio.

“Solo uno sguardo contemplativo” può cambiare la relazione con le cose create: **senza questo sguardo, l'uomo consuma e domina; con questo sguardo, custodisce e riconcilia.**

Il suo forte messaggio chiedeva una conversione relazionale: passare dall'uso predatorio alla cura, trasformando l'indignazione in laboriosità sociale. **Se l'etica indica la rotta, l'economia deve imparare a navigare con strumenti coerenti.** La diagnosi morale del Papa — l'avidità che genera deserti — ha un corrispettivo economico preciso: esternalità ambientali, costi sociali scaricati sui più fragili, rendite che si alimentano di risorse comuni. La cura del creato chiede di rimettere a bilancio ciò che il mercato tende a ignorare: suolo, acqua, aria, cicli biologici, comunità. Non per frenare lo sviluppo, ma per dargli forma umana e durata. La vera “transizione giusta” -sostiene Papa Leone - è quella che non lascia indietro nessuno.

Tali concetti risuonano molto familiari nel nostro ambiente e pur essendo difficili oggettivare con indicatori il progresso verso questi traguardi dove l'etica si intreccia con l'economia e la rende davvero civile è **proprio questo l'appassionato impegno quotidiano che tutti gli stakeholders di E. di C. Spa introducono.**

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



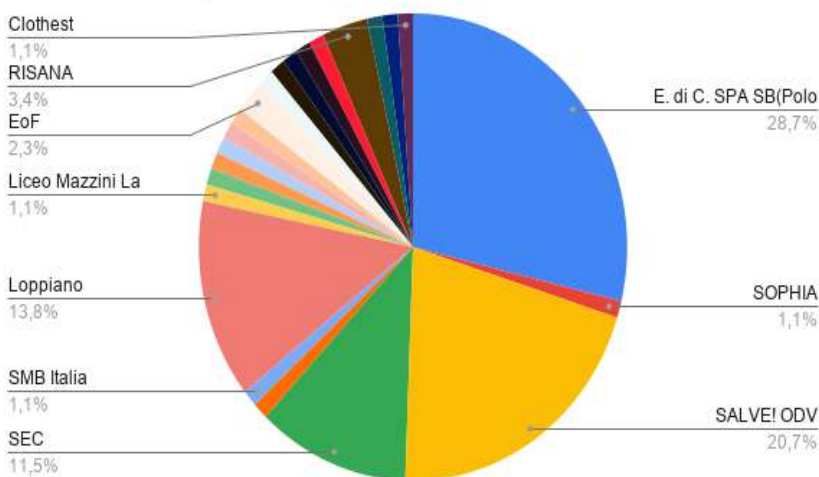
Cuore di tale goal è la costruzione di reti per lo sviluppo sostenibile e pur non prevedendo alcun punteggio riteniamo fondamentale anno per anno ‘misurarci’ in questo ambito che rispecchia tanto bene la finalità di beneficio comune specifica della nostra Società rispetto alle sinergie. **I 114 eventi o azioni continuative del 2025 hanno coinvolto 35 soggetti diversi tra organizzatori partner e sostenitori,**

oltre a numerosi diversi stakeholder. Inoltre, tra gli 89 clienti considerati (con fatturato superiore ai 500 euro) 31 possono essere definiti a movente ideale (rappresentano il 40,7% di fatturato), ed anche grazie al supporto della nostra società hanno potuto perseguire uno o più obiettivi dello sviluppo sostenibile coinvolgendo a loro volta i propri stakeholder.

Varie iniziative erano promosse dai medesimi organizzatori ed il conto ponderato tenendo in

considerazione il numero di eventi arriva a **quantificare 85 organizzatori, 40 sponsor o sostenitori e 56 entità partner.** Tale indicatore rappresenta le sinergie poste in atto dalla società dove sono 25 le azioni direttamente introdotte da E. di C. Spa SB mentre più spesso (38 volte) la Società si posta come partner promuovendo eventi portati avanti da altre entità.

PROMOTORE, SPONSOR e PARTNER



LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO SULLE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE**Il rigore del B Impact Assesment in attesa dell'implementazione dei nuovi standard**

Le Società Benefit e le B Corp stanno riscrivendo i modelli fondanti del fare impresa: l'attività economica è orientata alla creazione di valore per le persone e il pianeta, mantenendo una solida sostenibilità finanziaria. Operare in modo responsabile, trasparente e consapevole significa perseguire uno scopo che non dipende dal profitto, definendo un paradigma di business concreto, replicabile e adatto alle sfide del nostro tempo. Da marzo 2026 per ottenere la certificazione B Corp occorre raggiungere risultati concreti rispetto a tutti gli obiettivi della sostenibilità: dall'azione per il clima all'equità salariale (*Living Wage*), fino alla massima trasparenza della catena di fornitura.

I nuovi standard B Corp, introdotti da B Lab nel 2025, innalzano infatti il livello di sostenibilità passando da un punteggio flessibile a requisiti obbligatori. Le aziende dovranno conformarsi a criteri specifici, con ricertificazioni secondo i nuovi parametri a partire dal 2026. Si passa dalle 5 alle 7 aree d'impatto: governance, lavoratori, comunità, ambiente, clienti sono ora integrati da specifici focus su Azione per il clima (obiettivi 1,5°C), Diritti umani, Lavoro equo, e Giustizia/Inclusione.

Non sarà più sufficiente un punteggio minimo di 80 rispetto al BIA, ma l'obbligo di soddisfare requisiti minimi in aree specifiche, riducendo la possibilità di compensare carenze in un ambito con eccellenze in un altro. Il problema del greenwashing anche nell'ambito delle B Corp è sorto quando aziende con impatti negativi parziali venivano percepite come virtuose, un rischio che la nuova normativa B Lab mira a contrastare. Le nuove norme europee, attive da settembre 2026, limiteranno l'uso del marchio per chi non si adegua, considerando le vecchie certificazioni non più sufficienti. La trasparenza e la verificabilità, attraverso audit più approfonditi, diventano centrali per il nuovo standard, elevando il livello di responsabilità ambientale e sociale. L'Applicazione avviene in maniera graduale attraverso criteri più definiti e misurabili, con un aumento delle verifiche documentali e in loco.

Per quanto riguarda E. di C. Spa SB, per l'anno 2025 in cui non erano ancora disponibili i nuovi standard abbiamo mantenuto lo strumento di misurazione quantitativo e qualitativo del B Impact Assesment (BIA). Il movimento globale sta affrontando una trasformazione cruciale nei propri standard di valutazione: il passaggio dal punteggio complessivo del B Impact Assesment a un approccio basato su dieci Impact Topics specifici. Questa nuova architettura richiederà alle aziende di soddisfare requisiti precisi su temi urgenti di governance, ambiente e sociale, adattati al contesto aziendale per dimensione e settore, garantendo che il progresso verso un'economia inclusiva ed equa sia significativo e alla portata di tutti. In questo percorso di transizione rimarranno centrali elementi distintivi come i modelli di business d'impatto, la capacità di coinvolgere attivamente gli stakeholder e, soprattutto, il "Purpose", ovvero lo scopo specifico dichiarato nella missione aziendale che deve riflettersi in ogni azione operativa. Per le realtà già certificate come E. di C. S.p.A. SB, B Lab ha previsto un accompagnamento graduale, creando le condizioni affinché la transizione non sia un ostacolo ma uno stimolo al miglioramento continuo, assicurando il tempo e le risorse necessari per evolvere verso standard di eccellenza sempre più elevati e coerenti con le sfide globali odierne.

Report BIA aggiornato 2025

Nel 2025, il movimento delle B Corp in Italia ha raggiunto un importante traguardo istituzionale con la costituzione di B Lab Italia in forma di Fondazione, un'evoluzione necessaria per coordinare una community nazionale che, partendo dalle prime 100 aziende del 2020, sta raggiungendo traguardi sempre più importanti con le TOT aziende certificate e le numerose nuove società in via di certificazione. In questo scenario di grande fermento si inserisce la nascita di B Local Toscana, un organismo territoriale che, attraverso un Manifesto dedicato, mira a radicare i valori dell'economia rigenerativa nel tessuto locale; tale impegno troverà un momento di sintesi fondamentale nel prossimo Summit delle B-Corp a Firenze, dove verranno rese pubbliche le linee programmatiche e il Piano strategico per tradurre i progetti condivisi in azioni concrete per il territorio. E. di C. SPA SB ha iniziato a partecipare agli incontri delle B-Corp toscane a settembre e recentemente ha ospitato la "neonata" community proprio in occasione del B-Corp Month, con grande apprezzamento dei rappresentanti delle 9 aziende presenti per il complesso del Polo Lionello.

Qui di seguito il risultato relativo a marzo 2025



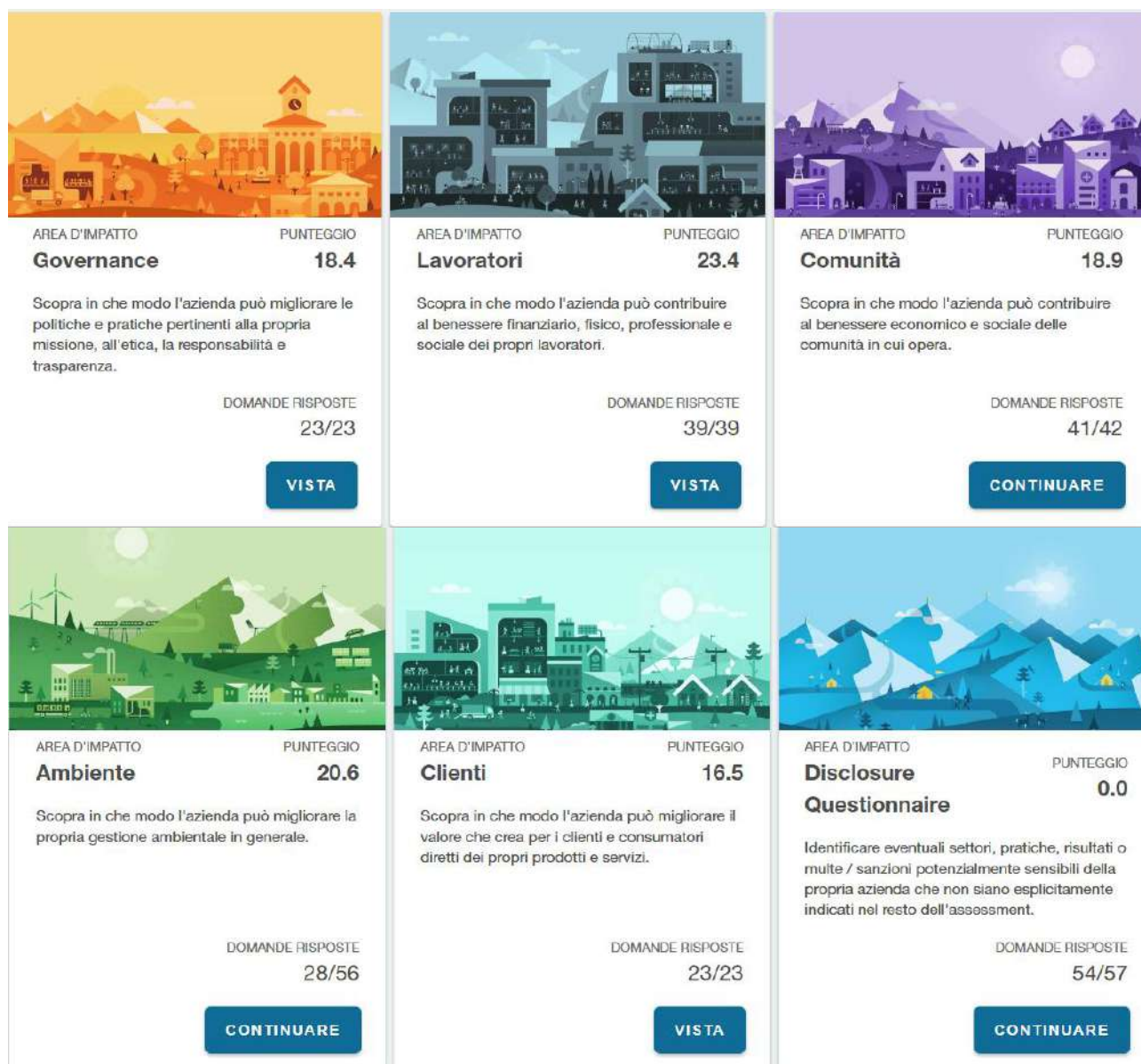
Questo management tool, utilizzato da oltre 50.000 aziende in tutto il mondo, tra cui oltre 3.000 B Corp certificate, aiuta le aziende a valutare il proprio impatto su vari stakeholder, compresi i loro lavoratori, la comunità, i clienti e l'ambiente.

PUNTEGGIO GENERALE	COMPLETAMENTO		
98.0	86.7%		
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N / A PUNTEGGIO	
57.9	23.1	17.0	

L'assessment attraversa cinque aree e porta in luce l'impatto operativo per ogni ambito

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.

Nel dettaglio riportiamo l'aggiornamento della "performance aziendale", per un totale di **5 ambiti di valutazione** (distribuiti su 179 domande), ed un questionario finale sulla trasparenza (di ulteriori 56 domande), le quali mirano ad identificare eventuali settori, pratiche, multe, sanzioni potenzialmente sensibili dell'azienda che non siano esplicitamente indicati nel resto dell'Assesment.



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

1. Mission impegno;

2. Etica e Trasparenza

**Governance**

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

	DOMANDE RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE
	23/23	18.4
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N / A PUNTEGGIO
8.4	10.0	0.0

La governance valuta la missione complessiva di un'azienda, l'impegno rispetto al suo impatto sociale/ambientale, l'etica e la trasparenza. Questa sezione valuta anche la capacità di un'azienda di proteggere la propria missione e di considerare formalmente le parti interessate nel processo decisionale attraverso la propria struttura aziendale (ad es. società di beneficenza) o documenti di governo aziendale.

Il punteggio relativo al modello ed alla prassi di Governance è in linea con la valutazione dell'anno precedente. Nella realtà il consiglio di amministrazione ridotto a cinque membri da maggio 2024 ha permesso agilità e resilienza rispetto a scenari in rapida evoluzione. Significativa la scelta di un breve ma intenso appuntamento di confronto e dialogo in presenza avvenuto in Belgio nel maggio 2025 da cui è scaturito un concreto piano di azione che ha guidato decisioni e progetti tuttora in via di attuazione. Il capitale spirituale, perno di convergenza tra i membri del consiglio ed il personale, costituisce sia il fondamento che lo slancio per lo sfidante impegno di guidare una realtà imprenditoriale che punta a proporsi come modello di un nuovo agire economico, qual è il Polo Lionello.

La comunicazione diretta e trasparente con la ricca compagine sociale e con i clienti della Società ha permesso di aprire nuove piste di sviluppo quali l'incremento dei prodotti offerti presso il Bar del Polo, l'ulteriore ampliamento della offerta formativa ed una maggiore interazione con il territorio del Valdarno quanto a richiesta di spazi anche in maniera continuativa. In questa direzione è risultata significativa ed emblematica la consistente partecipazione dei soci più anziani (oltre 90 presenze) che non avevano potuto essere presenti di persona alla Assemblea del maggio 2025 per la approvazione del bilancio alla sessione online di aggiornamento. Così pure si è rivelato fruttuoso il periodico confronto con i rappresentanti di alcune istituzioni che di fatto sono azionisti di riferimento della nostra Società (per numero di azioni e per convergenza rispetto al 'purpose').

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

1. Sicurezza finanziaria;
2. Salute, benessere e sicurezza;
3. Sviluppo professionale;
4. Livello di coinvolgimento e soddisfazione.

In questo ambito il punteggio è leggermente cresciuto (da 23 a 23.4) per l'ampliamento dell'organico, infatti un giovane studente di Sophia, dopo un tirocinio legato alla tesi di laurea, ha potuto dare il suo contributo lavorativo per alcuni mesi sia per la codificazione di nuovi indicatori significativi per meglio esprimere l'impatto specifico di E. di C. Spa SB, sia per alcuni approfondimenti molto utili per il controllo di gestione. Un altro studente ha potuto contribuire attraverso un contratto a progetto agli aspetti tecnici legati alla formazione online. Inoltre, lo sviluppo della attività di ristorazione presso il Bar del Polo ha richiesto l'ampliamento del personale che da due è passato stabilmente a tre unità.

I dipendenti hanno continuato a sostenere l'inclusione di lavoratori speciali, seguiti dai servizi sociali, impegnati nel front office con ricadute positive sulla qualità di vita di queste persone che si rivelano realmente risorse efficaci non tanto in termini 'quantitativi' ma 'qualitativi'.



Lavoratori

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

	DOMANDE RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE	
	39/39	23.4	
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N / A PUNTEGGIO	
18.7	0.0	4.7	

I lavoratori valutano i contributi di un'azienda alla sicurezza finanziaria, alla salute & sicurezza, al benessere, allo sviluppo della carriera e al coinvolgimento & dei dipendenti. Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati a beneficio dei lavoratori, come le aziende che sono possedute per almeno il 40% da dipendenti non dirigenti e quelle che hanno programmi di sviluppo della forza lavoro per sostenere le persone con ostacoli all'occupazione.

Riguardo l'**ambito della COMUNITÀ** il punteggio si attesta su un risultato minore rispetto ai 20,5 punti del 2024 e maggiore rispetto ai 16, 8 del 2023. Queste oscillazioni dipendono da piccole modifiche nel metodo di misurazione, dato che l'impegno per la comunità continua ad esprimersi attraverso spazi offerti gratuitamente o a prezzi vantaggiosi per eventi o azioni a favore della popolazione del territorio. La società inoltre sostiene chi aiuta attraverso affitti calmierati nel supporto ad associazioni o enti che propongono attività continuative a sostegno di categorie fragili della popolazione (anziani, persone con background migratorio, famiglie a basso reddito). Una ulteriore modalità in cui viene sostenuta la comunità territoriale è la scelta di fornitori locali.



Comunità

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

	DOMANDE RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE	
	41/42	18.9	
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N / A PUNTEGGIO	
16.0	0.0	2.9	

Community valuta il coinvolgimento e l'impatto di un'azienda sulle comunità in cui opera, assume e da cui proviene. Gli argomenti includono diversità, equità & inclusione, impatto economico, impegno civico, donazioni di beneficenza e gestione della catena di approvvigionamento. Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati per affrontare problemi specifici orientati alla comunità, come l'alleviamento della povertà attraverso l'approvvigionamento o la distribuzione del commercio equo tramite microimprese, modelli di cooperative di produttori, sviluppo economico incentrato a livello locale e impegni formali di beneficenza.

La quarta area di valutazione riguarda l'**AMBIENTE** con un punteggio in linea con l'anno precedente.



Ambiente

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

	DOMANDE RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE	
	28/56	20.6	
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N / A PUNTEGGIO	
11.2	0.0	9.4	

L'ambiente valuta le pratiche complessive di gestione ambientale di un'azienda, nonché il suo impatto su aria, clima, acqua, territorio e biodiversità. Ciò include l'impatto diretto delle operazioni di un'azienda e, ove applicabile, della sua catena di approvvigionamento e dei canali di distribuzione. Questa sezione riconosce anche le aziende con processi produttivi innovativi dal punto di vista ambientale e quelle che vendono prodotti o servizi che hanno un impatto ambientale positivo. Alcuni esempi potrebbero includere prodotti e servizi che creano energia rinnovabile, riducono il consumo o gli sprechi, preservano la terra o la fauna selvatica, forniscono alternative meno tossiche al mercato o istruiscono le persone sui problemi ambientali.

Non è tuttora possibile avviare azioni concrete su larga scala per l'efficientamento energetico, ma piccoli interventi migliorativi sono stati effettuati per sostituire o riparare i pannelli fotovoltaici poco

performanti ottenendo un aumento della potenza dell'impianto. Così pure una manutenzione più attenta, grazie all'apporto di una nuova figura specifica ha permesso di evitare sprechi e contenere consumi sia per quanto riguarda gli impianti elettrici e la illuminazione che per il riscaldamento e raffrescamento.

Prosegue l'attività di verifica della distanza dei fornitori per prediligere le aziende del territorio. Sono piccole azioni concrete secondo la strategia, definita "ESG", legata ad un concetto di sviluppo e investimento che non tiene soltanto conto di profitti e della redditività, ma anche e soprattutto delle conseguenze e dei risvolti che una certa attività ha in diversi ambiti, in particolare quello ambientale (Environmental), sociale (Social) e di governance (Governance).

Questo approccio permette di monitorare l'operato della azienda valutando azioni sempre più consapevoli e sostenibili per ridurre le emissioni di carbonio ma anche i consumi di energia.

Le attività che si fondano su di una economia circolare, quali il progetto riciclo-riuso del Fagotto e Mercamondo, entrato a settembre vanno a dare una seconda vita ad oggetti e capi di vestiario 'recuperando' mensilmente oltre 4 tonnellate di vestiario e centinaia di giochi/ piccoli oggetti/mobili/ attrezzi ed anche decine di mobili di grandi dimensioni.

Clienti		DOMANDE	RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE	
			23/23		16.5
 <p>Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.</p>	PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI		PUNTEGGIO IBM	N / A PUNTEGGIO	
		3.4	13.1		0.0

Clienti valuta la gestione dei propri clienti da parte di un'azienda attraverso la qualità dei suoi prodotti e servizi, il marketing etico, la privacy e la sicurezza dei dati e i canali di feedback. Inoltre, questa sezione riconosce i prodotti o servizi progettati per affrontare un particolare problema sociale per o tramite i suoi clienti, come prodotti sanitari o educativi, prodotti & artistici, servire clienti/clienti svantaggiati e servizi che migliorano l'impatto sociale di altre aziende o organizzazioni.

Per quanto riguarda l'area d'impatto **CLIENTI**, il punteggio è in continuo significativo miglioramento: da 4,1 del 2022 a 9 punti nel 2023 e 2024 arriviamo oggi a 16, 5 grazie alla tipologia delle aziende che il Polo Lionello attrae grazie al forte impegno rispetto i temi sociali ed ambientali.

La documentazione presentata in sede di validazione ha permesso di delineare l'elenco dei clienti quanto al 'purpose' ('movente ideale') arrivando a configurare l'entità del fatturato ottenuto grazie alla collaborazione con quelle aziende, associazioni o istituzioni che portano avanti iniziative sociali, culturali o attività commerciali orientate al bene comune o al sostegno di specifici gruppi svantaggiati.

Relativamente alla **sezione Immobiliare / Servizi alle Imprese** nell'arco del 2025 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:

- | | |
|-------------------------------|------------------------------------|
| 1. A.Di.Ma Srl | 23. LB Immobiliare Srl |
| 2. Agestel Srl | 24. Lee Wendy |
| 3. Aiec | 25. Legno Service & Art |
| 4. Ass. Clothest | 26. Mercamondo Srls |
| 5. Ass. Prologica | 27. Over5ize Srl |
| 6. Ass. Salve Odv | 28. Pelletteria Rouge Group Srl |
| 7. Azur Energia Srl | 29. Proda Spa |
| 8. Bertolotti Rail Srl | 30. Risana Soc.Coo.Sb |
| 9. Bird Control Italy srl | 31. Rosy Bleu Gioielli Srl |
| 10. Btc Srl | 32. Sec Srl |
| 11. Cea Technology | 33. Tecnoambiente srl |
| 12. Charis | 34. Associazione Lionello Bonfanti |
| 13. Cuore Vero Srl | 35. Fondazione Sophia |
| 14. D.F Srl | 36. AIPEC |
| 15. Digitalchange.It | 37. Fondazione Tony Webert |
| 16. Donnacasa Immobiliare Srl | 38. LOPPIANO SERVIZI |
| 17. Dzidek Wojciech | 39. BIEFFE musica |
| 18. Enertech Srl | 40. Frassinetti Alberto |
| 19. Eurosystem Spa | 41. Skema srl |
| 20. Gen Verde | 42. Mannucci Cecilia |
| 21. Giving Europe Srl | 43. Occini Gino e Luca snc |
| 22. Gm&P Consulting Network | |

In totale 43 realtà rispetto alle 42 del 2024 con un avvicendamento importante perché 3 sono le aziende non più presenti mentre 4 sono quelle per cui abbiamo attivato un contratto di affitto nel corso del 2025.

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

Nel ventesimo anniversario della inaugurazione del Polo Lionello l'Economia di Comunione risulta più che mai attuale: un paradigma economico fondato sulla fraternità ed improntato alla sostenibilità pienamente in linea con la 'Laudato Si' scritta nel 2015 da Papa Francesco, costituisce una preziosa idea profetica, coraggiosa e sfidante. Corrispondere, come Società per azioni, azienda 'for profit' ad una idealità così alta può apparire utopico, ma risulta l'unica possibilità di successo non tanto per una singola impresa quanto per un nuovo modello in ambito imprenditoriale, dove il lavoro ed il mercato possono divenire luogo di relazioni generative, ricche di gioia e di rispetto nella direzione del bene comune.

Punto chiave per i futuri obiettivi della società è la coerenza con la propria identità, attingendo a quel 'capitale spirituale' che è nel contempo ispirazione originaria e indicazione di percorso rispetto alla mission. Rispondere alla propria vocazione porta con sé una benedizione che si traduce in fiducia, tenacia, riconoscimento sia verso l'interno che verso l'esterno della Azienda.

La recente revisione del piano di comunicazione della Società ha portato a identificare ed esprimere più chiaramente i valori fondanti: i nostri valori, mutuati dalla Spiritualità dell'Unità e dalla Cultura del Dare codificano il DNA di E. di C. Spa connotandola profondamente, in un orizzonte di senso e di metodo. Sviluppare un'identità forte e coerente permette di perseguire un piano strategico ambizioso e di attrarre talenti oltre a fungere da catalizzatore per orientare azioni e processi verso un bene collettivo ed un interesse pubblico. In tale prospettiva si rivela fondamentale la stretta sinergia con la Cittadella di Loppiano per dare forza ed ampliare l'efficacia di ogni progetto, superando la logica del breve periodo. Utilizzare l'intelligenza valoriale in una dinamica di costante dialogo e confronto permetterà sempre meglio di mettere a fuoco le priorità e di intercettare occasioni di sviluppo evolvendo verso una maturazione più autentica.

Nel 2026 la Società intende **migliorare l'impatto benefit**, nei seguenti ambiti:

1. Governo d'impresa:

Si prevede di ampliare il numero dei componenti del consiglio direttivo della Società per accrescere le competenze e le professionalità per una sempre migliore performance gestionale. La progressiva crescita del fatturato potrà essere ottenuta attraverso una maggiore diversificazione andando ad esplorare nuove attività o progetti di investimento in sinergia con altre realtà.

Nel corso del 2025 la vicinanza di alcuni soci istituzionali è risultata importante per raccogliere l'apporto degli stakeholder alla gestione della società, tale collaborazione è destinata ad essere rafforzata ed ampliata con il coinvolgimento di nuove figure di riferimento (azionisti o rappresentanti di istituzioni partner). A proposito degli azionisti si prosegue l'azione di sensibilizzazione rispetto al ricambio generazionale, al fine di mantenere nel tempo la proprietà dei titoli e la condivisione delle finalità istituzionali della società. Dalla assemblea del maggio 2025 ad oggi sono stati ceduti ad enti istituzionali e con rinuncia al corrispettivo titoli per un valore nominale complessivo pari a 87.000€.

Per quanto riguarda la sinergia con la Cittadella di Loppiano in seguito ad una ampia consultazione si è costituito negli ultimi mesi del 2025, un nuovo organo di governance, il “consiglio unitario” per meglio concertare la vita e i progetti e gestire il nuovo auspicato sviluppo della accoglienza denominato ‘Loppiano Experience’. Tale tavolo di lavoro composto da 16 persone prevede tra l’altro la partecipazione dei rappresentanti delle varie istituzioni che compongono la Cittadella e quindi pure del Polo Lionello Bonfanti. Ad oggi è stata designata Sandra Della Bella quale nostra rappresentante e nel corso del 2026 si punta a definire un vero e proprio piano strategico condiviso per concretizzare gli obiettivi di sostenibilità economica, organizzativa, relazionale, carismatica di Loppiano.

Infine, la Convention in programma per ottobre in occasione dei vent'anni dalla inaugurazione vorrebbe essere una occasione privilegiata per ricontattare tutti i soci e le numerose persone che seguono il Polo attraverso le newsletter ed i social sia per dare riscontro della gestione e dei progetti in cantiere sia per accogliere idee, proposte, collaborazioni.

Lavoratori: l’organico della Società è in ampliamento e trasformazione per l’avvicinarsi della pensione della nostra figura amministrativa, Lucia Mantelli, cui va la nostra più viva riconoscenza per gli anni di impegno profuso con passione e professionalità nel perseguire rigorosamente gli interessi della Società. Dopo aver delineato con precisione un mansionario per definire più chiaramente i vari processi che caratterizzano la gestione quotidiana della Società sono in corso di definizione varie novità, tra cui una maggiore presenza della dottoressa Maria Gaglione che lavorerà a tempo pieno come Amministratore Delegato, un ampliamento della collaborazione con il giornalista Luca Iacovone, per attivare un piano di marketing che parte da un nuovo progetto di comunicazione ed una supervisione più continuativa del consigliere Fabio Magrini, esperto in contabilità, finance e reporting per un più attento controllo di gestione. Inoltre, è stata introdotta una nuova figura: un amministratore di condominio, incaricato di assumere l’onere di tutte le ripartizioni delle spese e di seguire, grazie alla sua pluriennale esperienza, le questioni inerenti i lavori di manutenzione ordinaria e straordinaria del fabbricato, quanto all’aspetto amministrativo.

Allo stesso tempo è in corso un progressivo passaggio di testimone rispetto a numerosi altri aspetti (gestione del personale, supervisione ufficio tecnico, gestione finanziaria), con la previsione di corsi di formazione e tutoraggio costante per arrivare a migliorare l’efficienza nonostante il ricambio generazionale, anche grazie a frequenti riunioni e ad un coinvolgimento attivo e responsabile sempre più generalizzato a tutto il personale. Sempre sul fronte dei dipendenti della Società si punta a proseguire nell’intento di migliorare il benessere lavorativo ed il clima interno con momenti di team Building e di formazione per aree di attività.

3. Altri portatori d’interesse: obiettivo prioritario è intensificare e strutturare meglio la collaborazione con la intera realtà E. di C. italiana, partendo dalle Associazioni AIPEC e Lionello Bonfanti con le quali condividiamo la mission e numerosi progetti. Quanto al rapporto con gli imprenditori E. di C. della prima ora ed ai potenziali nuovi azionisti, contiamo molto sulla Convention di ottobre, occasione per celebrare i 20 anni del Polo Lionello, per aiutare a convergere numerose realtà tuttora attive ma poco interconnesse. Già si sono in parte avviate collaborazioni concrete grazie ad



alcuni eventi di formazione, ma pensiamo di poter ancora crescere nella sinergia con l'Istituto Universitario Sophia e con la Cittadella di Loppiano nel suo insieme.

Pure sul fronte delle B-Corp è in corso un progressivo 'avvicinamento' soprattutto tra le imprese toscane, attraverso la costituzione istituzionale di un "B-Local Toscana" ed anche grazie al Summit nazionale che si terrà il 14 e 15 maggio proprio a Firenze speriamo in un networking che divenga anche leva di marketing.

Sempre nell'ottica di diffondere i valori e contaminare attraverso il business model della Economia di Comunione sono stati evidenziati contenuti adatti ad essere proposti anche al di fuori del Polo Lionello, attivando specifici pacchetti di formazione online o in presenza, come possibilità di una nuova linea di mercato ma anche quale opportunità di ampliare la ricaduta degli eventi di formazione promossi da E. di C. Spa SB.

Si intende inoltre rafforzare la collaborazione con le istituzioni locali attraverso progetti, bandi e iniziative mirate per sostenere attività a servizio della popolazione del territorio in linea con la mission della Società rispetto alla sostenibilità ed anche al benessere.



Siamo arrivati ad ultimare il sito per la vendita online denominato Fagotto Ecoshop, primo passo verso la costituzione di una impresa sociale. L'E-Commerce pronto a partire sarà gestito dalla Associazione Salve! con il supporto di E.di C. Spa SB. Sempre in collaborazione con SALVE!, già sono presenti i prodromi dello "spazio di comunità" quale centro sociale per un invecchiamento attivo, con iniziative intergenerazionali anche grazie ad alcuni progetti e bandi sostenuti da Istituti Bancari e dalla Regione Toscana.

Foto intergenerazionale

Molto efficace la interazione con la Fondazione "Economy of Francesco" che in mano ad un gruppo giovane e creativo continua ad innovare aprendo piste di ricerca e progetti formativi sia in presenza che online.

Infine, nella relazione dello scorso anno si auspicava rispetto gli altri portatori di interesse un deciso aumento degli iscritti alla Newsletter come possibilità di ispirare, informare e coinvolgere un numero sempre più ampio di persone rispetto al motto "partecipa, organizza, lavora" per questa nuova economia improntata alla fraternità ed alla sostenibilità di cui c'è un incommensurabile bisogno. Ebbene il risultato è stato ampiamente raggiunto in quanto gli iscritti sono passati da 800 a 3500; i social, come si sa, crescono in modo esponenziale per cui un ulteriore obiettivo è arrivare a triplicare tale numero nel corso del 2026.

4. Ambiente: sin dallo scorso anno era stato definito l'obiettivo di una revisione dell'impianto fotovoltaico, che pur datato continua ad essere soddisfacente in quanto ad efficienza. Ulteriore obiettivo è quello di ottimizzarne la resa sostituendo quei pannelli che risultano meno performanti e rendere

disponibile lo spazio eventualmente liberato per un nuovo impianto in grado di rifornire non solo E. di C. Spa SB ma anche altre aziende presenti all'interno del Polo Lionello.

Rispetto poi alla gestione dei rifiuti il nuovo programma comunale di raccolta differenziata costringe la Società e tutti i locatari ad un ambizioso contenimento dei rifiuti indifferenziati che dovrebbero nel corso del 2026 essere ridotti del 200 % andando invece ad aumentare significativamente la raccolta differenziata della carta e della plastica. Il meccanismo di waste-audit è stato incentivato con un forte aumento delle tariffe di smaltimento per cui sarà urgente mettere in atto strategie attuative molto efficaci e tempestive per non incorrere in rincari eccessivi. D'altra parte, la nuova TARIC, attivata dal primo gennaio nel nostro Comune, non si basa più solo sui metri quadri o sul numero di componenti della famiglia, ma sulla misurazione effettiva dei rifiuti prodotti.: chi produce più indifferenziata, paga di più, ossia la parte variabile della bolletta dipende dal numero di svuotamenti o dal peso del rifiuto indifferenziato. Attraverso l'incentivo economico questa pratica mira a incentivare comportamenti virtuosi:



Attraverso l'incentivo economico questa pratica mira a incentivare comportamenti virtuosi:

- Riduzione dell'Indifferenziata: Il tracciamento dei rifiuti spinge le aziende (oltre alle famiglie) a differenziare meglio (carta, plastica, organico, vetro) per ridurre l'indifferenziata.
- Premiare il Riciclo: Riducendo l'indifferenziata, il costo totale della bolletta cala.

In sintesi, ai fini della Sostenibilità: Meno rifiuti in discarica significano un minor impatto ambientale. La fase attuale può essere considerata di adeguamento a costi di gestione più alti, ma il sistema è strutturato per premiare chi produce meno indifferenziata, trasformando la gestione rifiuti in un servizio più equo ed ecologico nel lungo periodo.

Ulteriore obiettivo potrebbe essere il monitoraggio sempre più puntuale del peso di abiti e/o del numero di oggetti rimessi in circolo attraverso le attività del Fagotto e di Mercamondo, entrambe si fondano sulla Economia Circolare e pur essendo Mercamondo una impresa che punta al guadagno (mentre il Fagotto è sostenuto da Salve, associazione di volontariato) l'azione di risparmio di materie prime è comunque encomiabile e merita il supporto concreto di E. di C. Spa SB.

Ancora è in fase di studio ma ben avviata la valutazione dell'impatto energetico dell'impianto di refrigerazione e della caldaia per il riscaldamento di tutto il complesso. Potrebbe essere indicata una sostituzione graduale con pompe di calore di minori dimensioni, dimensionate per le singole unità produttive nella area dei capannoni o per piano nella palazzina uffici, ma l'approfondimento avviato potrebbe richiedere diversi mesi.

Oltre a definire gli SDG's attivati rispetto alle iniziative culturali e gli eventi nel corso dell'anno, sono state meglio approfondite le **finalità di beneficio comune specifico**, attraverso una griglia rivisitata rispetto al 2024: il metodo di valutazione è stato applicato anche alle azioni continuative portate avanti da E. di C. Spa SB direttamente o in partnership con altre aziende o associazioni o istituzioni al fine di meglio oggettivare l'impatto generato secondo la mission descritta nel nostro Statuto: oltre ad individuare il tipo di iniziative, eventi o azioni ed il numero di persone coinvolte si è scelto di specificare la durata di tali attività. Ad esempio, i visitatori del Fagotto, circa 50 ogni settimana, possono tornare ogni settimana o una volta al mese o una sola volta nell'anno, comunque il totale delle presenze si aggira attorno alle 200 persone mensili e 2000 annuali. Quindi abbiamo calcolato il numero dei beneficiari settimanali rispetto alle 16 diverse attività offerte all'interno del Polo Lionello arrivando a 10.382 persone in presenza e 4280 collegate online che nell'anno arrivano a 49.611 persone tra quelle in presenza ed online.



A queste vanno sommate le 5.195 che hanno partecipato ad un evento per un totale di 54.806. Mentre le persone che erogano i servizi o tengono le conferenze o i corsi/attività/etc. Sono state 448, con una nettissima maggioranza di volontari rispetto forse ad una quarantina di persone coinvolte nelle azioni continuative ed eventi in quanto lavoratori: si tratta di un centuplo di entusiasmo, impegno, valore generato di cui la Società è riconoscente e orgogliosa.

Come pista di miglioramento nella rendicontazione sono state leggermente modificate le tabelle di rilevazione per meglio cogliere le sfumature dell'impatto specifico relativo alle diverse azioni. In particolare, si è visto utile inserire il dato temporale delle iniziative in modo da distinguerle in puntuali, continuative o permanenti. Le azioni permanenti (attivate grazie all'affitto degli spazi offerti dal Polo Lionello) portate avanti da enti, associazioni, aziende 'a movente ideale' sono la maggiore risorsa per diffondere i valori della Economia di Comunione ad ampio raggio.



NUOVO FORMAT PER LA RACCOLTA DEI DATI DI BENEFICIO COMUNE SPECIFICO:

OBIETTIVO	Iniziative e Azioni	Durata
1. Promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro	A. Attività formative e culturali B. Progetti e spazi condivisi (es.co-working, temporary office, laboratori di sperimentazione) C. Attivazione di beni relazionali D. Utilizzo del framework RainbowScore e della logica degli SDGs, BIA per misurare l'impatto positivo generato collegato a Economia Civile	I. Iniziative puntuali II. Collaborazioni continuative III. Partnership permanente
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)	I. Iniziative puntuali II. Collaborazioni continuative III. Partnership permanente

Il nuovo format è stato validato mediante la classificazione degli eventi puntuali e continuativi del 2025 ed una ulteriore implementazione potrebbe comportare l'attribuzione di un punteggio ad ogni tipo di azione anche per meglio direzionare le eventuali azioni di sostegno da parte della Società, realizzate soprattutto attraverso la disponibilità di spazi.

OBIETTIVI DI BENEFICIO SPECIFICO SECONDO IL RAINBOWSCORE:

Colore	Area Tematica	Obiettivi/Attività
Rosso	Lavoro, impresa, coerenza economica	1. Dare forza alla Economia Civile / Diffondere l' EdC attraverso azioni concrete. 2. Educazione al consumo responsabile
Arancio	Relazioni, rete e comunità	1. Rafforzare le relazioni e promuovere sinergie aperte e inclusive con altre realtà ed istituzioni. 2. Favorire la costituzione di reti e la partecipazione nella direzione del bene comune e della sostenibilità.
Giallo	Etica, spiritualità e motivazione ideale	1. Fraternità e dialogo come categoria culturale per dare forza alla democrazia e alla giustizia sociale (capitale spirituale).

		2. Incoraggiare l'adozione di pratiche basate sulla Dottrina Sociale della Chiesa
Verde	Stili di vita, ambiente e coesione sociale	<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
Azzurro	Organizzazione interna, benessere ed espressioni artistiche	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promuovere benessere lavorativo e lavoro di squadra 2. Educazione alla pace e al benessere 3. Promuovere 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. Incoraggiare l'apprendimento degli SDG's 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 (IA ecc..)
Nero	Governance e politica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidare sinergie e alleanze con istituzioni, associazioni, reti 2. Azione politica e advocacy (coscientizzazione pubblica) riguardo ambiente, fraternità e coesione sociale.

Il nuovo framework, oltre ad essere utilizzato dalla Società stessa, potrebbe essere reso disponibile alle realtà che collaborano con E. di C. Spa SB per descrivere le azioni o gli eventi realizzati all'interno del Polo Lionello e diffondere il metodo Rainbow Score tra gli stakeholders anche per ampliare la conoscenza delle Linee guida delle aziende di Economia di Comunione, improntate sui sette colori, per meglio esprimere le diverse dimensioni legate al progetto EdC.

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 2025 e pubblicata nel sito internet della Società.

IL 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), 14 marzo 2025