

PINDARICA Srl
Società Benefit

Relazione di impatto

ESERCIZIO 2025

INDICE

<i>Messaggio agli stakeholder</i>	3
01. La Società Benefit e il nostro statuto	4
1.1 Anagrafica	4
1.2 La nostra mission	4
1.3 Il nuovo statuto	5
1.4 Disposizioni sulla Società Benefit (Art. 2 BIS dello Statuto)	6
1.5 Governance e Responsabile di Impatto	6
02. La nostra attività di beneficio comune	7
03. Progetti per il terzo settore	8
3.1 Persone e welfare	9
3.2 Comunità e territorio	10
3.3 Ambiente	10
3.4 Governance responsabile	11
04. Il nostro impatto	12
05. I nostri obiettivi per il 2026	13
<i>Nota metodologica</i>	14

Messaggio agli stakeholder

Questa prima **Relazione di Impatto** di Pindarica Srl Società Benefit segna un traguardo importante nel nostro percorso: il momento in cui rendicontiamo formalmente ciò che negli ultimi anni abbiamo maturato come consapevolezza e praticato come consuetudine, e che dal 16 settembre 2025 è diventato impegno statutario.

Quando nel 2010 abbiamo fondato Pindarica a Reggio Emilia, il nostro obiettivo era costruire un'agenzia di comunicazione capace di coniugare **qualità creativa e relazioni autentiche** con clienti e collaboratori. La riflessione più profonda sul ruolo e sulla **responsabilità della comunicazione** è maturata nel tempo, alimentata dall'esperienza quotidiana e da un progressivo cambiamento nella cultura aziendale che ha reso possibile tradurre intuizioni condivise in scelte concrete.

Da questa maturazione è nata l'idea che oggi chiamiamo **ecologia della comunicazione**: così come le aziende considerano il proprio impatto ambientale, noi ci preoccupiamo dell'impatto che i messaggi producono nel loro pubblico.

La trasformazione in **Società Benefit** non è stata, dunque, un punto di partenza, ma un atto di coerenza: abbiamo scelto di dare forma giuridica a pratiche che esistevano già nel nostro DNA aziendale. Allo stesso tempo, riconosciamo con onestà intellettuale che il percorso verso la formalizzazione di queste pratiche ha richiesto un lavoro significativo. Molte cose che funzionavano sulla base della cultura condivisa e della fiducia interpersonale hanno dovuto essere tradotte in **policy, sistemi di monitoraggio e procedure documentate**.

Nel corso del 2025, parallelamente alla trasformazione societaria, abbiamo intrapreso il percorso di **certificazione B Corp**, completando il B Impact Assessment con un punteggio superiore a 90 su 200, superando la soglia degli 80 punti che identifica l'impatto neutrale.

A livello economico, l'esercizio 2024 si è chiuso con un fatturato di circa €570.000. Il previsionale per il 2025 si attesta intorno ai €680.000, con una crescita di circa il 19% che conferma la **sostenibilità del nostro modello**: fare comunicazione con responsabilità non è un freno alla crescita, ma un acceleratore di fiducia e relazioni durature.

I professionisti e le professioniste che compongono il team rappresentano il patrimonio più prezioso dell'agenzia, e le scelte fatte in materia di welfare, flessibilità, trasparenza retributiva e crescita professionale sono il fondamento su cui costruiamo ogni giorno la qualità del nostro lavoro.

Nel 2025 abbiamo raddoppiato le donazioni a sostegno della ricerca sulle cefalee rispetto all'anno precedente e dedicato una quota significativa del nostro tempo a progetti per il terzo settore o ad alto impatto sociale: dalla sensibilizzazione sull'emicrania cronica alla prevenzione della ludopatia, dal supporto a cooperative di giornalisti locali alla promozione di festival culturali contro lo spopolamento del Sud.

Questa relazione è redatta in conformità all'art. 1, comma 382, della Legge 208/2015 e utilizza come standard di valutazione il B Impact Assessment di B Lab. Vuole essere un **documento di trasparenza verso tutti i nostri stakeholder**: clienti, collaboratori, fornitori, comunità locale e chiunque sia interessato a comprendere come un'agenzia di comunicazione da dieci persone può contribuire, nel suo piccolo, a un modello economico più consapevole.

Matteo Cocconcelli
CEO / Presidente CdA

Mattia Morlini
Direttore Creativo / Vice Presidente CdA

Reggio Emilia, 04/03/2026

La Società Benefit e il nostro statuto

Le **Società Benefit** sono aziende che, nell'esercizio di un'attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di **beneficio comune** e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.

Introdotta in Italia nel 2016, su ispirazione delle Benefit Corporation originatesi negli USA, il

modello Società Benefit è già stato adottato da oltre 3.000 aziende italiane, che l'hanno riconosciuto come strumento ottimale per implementare il sistema di responsabilità sociale ed ambientale d'impresa.

In quanto Società Benefit, ci sentiamo parte di un **movimento collettivo** e ci impegniamo a promuovere le nostre finalità di beneficio comune e impatto positivo anche attraverso collaborazioni e partnership.

1.1

Anagrafica

Denominazione	Pindarica Srl Società Benefit
Sede legale	Via B. Disraeli 2/5 – 42124 Reggio Emilia (RE)
Codice Fiscale / P.IVA	02455780359
REA	RE – 283027
Data di costituzione	12 novembre 2010
Forma giuridica	S.R.L. – Società Benefit (dal 16/09/2025)
Capitale sociale	€12.000 interamente versato
Codice ATECO	74.10.29 – Grafico pubblicitario
Sito web	pindarica.it
PEC	pindarica@legalmail.it

1.2

La nostra mission

In Pindarica crediamo che la comunicazione sia più di un semplice strumento di business: è un potente veicolo di **impatto culturale e sociale**. Siamo consapevoli che ogni messaggio lascia tracce profonde nella comunità e nel suo immaginario collettivo. Per questo promuoviamo l'idea di un'**ecologia della comunicazione**: così come le aziende oggi considerano il proprio impatto ambientale sul pianeta, noi ci preoccupiamo dell'impatto che la comunicazione produce nel nostro pubblico.

Come agenzia, traduciamo questo impegno in strategie creative e contenuti **autentici** e **rispettosi**. Il nostro approccio si fonda su

tre principi: **rendere leggera la complessità**, scegliendo con cura parole, immagini e strumenti per trasformare messaggi articolati in comunicazioni chiare e memorabili; **dare voce a chi ne ha più bisogno**, dedicando parte significativa del nostro lavoro a organizzazioni che operano per il bene comune; **praticare la sostenibilità in ogni gesto**, digitalizzando i processi, adottando il riciclaggio sistematico e riducendo ogni forma di spreco.

Il nuovo statuto

Con atto del Notaio Zanichelli (Rep. 130.059 – Racc. 44.043) del 16 settembre 2025, Pindarica Srl si è trasformata in Società Benefit, inserendo nel proprio statuto specifiche finalità di beneficio comune che l'azienda intende perseguire nell'esercizio della propria attività economica di impresa.

«[...] nell'esercizio dell'attività economica, la società intende perseguire le seguenti finalità di beneficio comune:

a. promozione e diffusione di modelli innovativi di economia circolare e sostenibile, in particolare il modello B Corp e la forma giuridica di Società Benefit. La società intende contribuire con le sue attività e iniziative, anche in collaborazione con i suoi clienti e partner, alla conoscenza, diffusione e promozione di pratiche aziendali volte al raggiungimento dei Sustainable Development Goals (SDG) identificati dalle Nazioni Unite, al fine di minimizzare gli impatti negativi e amplificare gli impatti positivi sulle persone, sulla biosfera e sul territorio. La società darà anche supporto ai propri partner e clienti affinché sviluppino una comunicazione responsabile, coerente ed etica, che valorizzi la loro attività in modo strategico;

b. promozione di un modo consapevole e sostenibile di condurre l'attività d'impresa, basato su prodotti, processi e pratiche che minimizzino gli impatti negativi e amplifichino l'impatto positivo dell'attività economica su persone, ambiente e territorio, promuovendo anche presso i propri clienti e fornitori la scelta di prodotti, processi e pratiche sostenibili;

c. investimenti in progetti di ricerca e di innovazione, finalizzati allo sviluppo continuo del know-how e alla individuazione di soluzioni sempre più efficaci in materia di sostenibilità socio-ambientale;

d. attuazione e promozione di iniziative finalizzate alla diffusione nel territorio di una cultura aziendale sostenibile, attenta e rispettosa dell'ambiente e dei bisogni degli stakeholders e volte a sensibilizzare la comunità locale sulle tematiche della sostenibilità d'impresa;

e. attività di training e coaching in materia di innovazione sostenibile;

f. adozione di politiche aziendali a sostegno delle famiglie dei propri dipendenti e collaboratori;

g. promozione della crescita professionale dei propri dipendenti e collaboratori, incentivandone la formazione e l'aggiornamento continuo e stabilendo dei percorsi che consentano loro il graduale raggiungimento dei propri obiettivi professionali;

h. sviluppo di un ambiente lavorativo sereno, collaborativo e partecipativo, caratterizzato da una buona comunicazione interna e in cui vengano condivisi con dipendenti e collaboratori gli obiettivi aziendali, affinché essi stessi possano contribuire alla loro definizione e realizzazione e siano informati e consapevoli dei risultati conseguiti;

i. promozione di migliori condizioni ambientali e sociali nelle comunità in cui la società opera e nelle comunità in cui vengono impiegati i suoi prodotti.

Tali obiettivi potranno essere perseguiti anche attraverso la collaborazione con altre imprese, istituzioni, associazioni, organizzazioni non profit, fondazioni e simili, il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della società.

La società si rapporterà in modo leale e secondo canoni di correttezza con concorrenti, fornitori, clienti, società ci-

vile e pubblica amministrazione.

La società terrà un comportamento rispettoso dell'ambiente in ogni attività svolta sul luogo di lavoro, impegnandosi a non causare danno all'ambiente circostante, a ricercare e applicare modalità di lavoro che prendano il meno possibile dai sistemi naturali, a utilizzare strumenti e materiali a basso impatto ambientale e, in generale, a non fare sprechi.

Per attuare le finalità sociali, la società potrà compiere le seguenti operazioni:

j. sottoscrivere convenzioni con Università e altri istituti scolastici e di formazione per ospitare stage, tirocini e tenere docenze specialistiche, con l'obiettivo di valorizzare e responsabilizzare le nuove generazioni sulle tematiche della sostenibilità d'impresa, agevolandone l'inserimento nel mondo del lavoro;

k. offrire consulenza e competenza a supporto di progetti di sostenibilità, apportando anche un sostegno economico, attraverso l'erogazione di prestazioni pro bono, alle imprese clienti che intendano adottare modelli di business sostenibili;

l. favorire la creazione di rapporti di rete e di partnership strategiche tra imprese che perseguono obiettivi di sostenibilità ambientale e sociale;

m. introdurre strumenti di welfare aziendale e adottare modalità di erogazione delle prestazioni lavorative che assicurino la conciliazione dei tempi lavorativi con le esigenze familiari;

n. creare un modello di sviluppo e di progressione di carriera dei propri dipendenti e collaboratori, attraverso colloqui periodici, al fine di comprenderne le aspettative di progressione economica e strutturale;

o. istituire nuovi percorsi di formazione e di apprendimento continuo;

p. organizzare eventi aziendali che favoriscano il lavoro in team e lo sviluppo del potenziale di ciascun lavoratore e che, più in generale, contribuiscano al benessere aziendale;

q. creare le migliori condizioni possibili per attrarre, far crescere e trattenere persone di talento;

r. supportare l'avviamento e la gestione di startup imprenditoriali il cui scopo sia in linea con i principi di innovazione rispettosi della sostenibilità ambientale e sociale;

s. promuovere e partecipare a iniziative formative e informative sulle tematiche di sostenibilità ambientale e sociale, rivolte sia alle imprese sia alla comunità.»

1.4**Disposizioni sulla Società Benefit***(Art. 2 BIS dello Statuto)*

Lo statuto prevede inoltre che l'Organo Amministrativo individui il soggetto responsabile cui affidare le funzioni e i compiti volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune. Tale soggetto è denominato Responsabile dell'Impatto.

L'Organo Amministrativo redige annualmente una relazione relativa al perseguimento del beneficio comune, allegata al bilancio, che include:

a) la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuate dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;

b) la valutazione dell'impatto generato, utilizzando lo standard di valutazione esterno con caratteristiche descritte nell'allegato 4 annesso alla legge n. 208/2015 e che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 annesso alla medesima legge;

c) una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

La relazione è resa pubblica attraverso il sito internet della società. La valutazione dell'impatto generato dal perseguimento delle finalità di beneficio comune è effettuata dall'assemblea dei soci annualmente.

1.5**Governance e Responsabile di Impatto**

Pindarica adotta un modello organizzativo orizzontale e flessibile. L'amministrazione è affidata a un Consiglio di Amministrazione composto da due membri, entrambi soci fondatori:

Ruolo	Nome	Funzione operativa
Presidente CdA	Matteo Cocconcelli	CEO – Strategia, business development, HR
Vice Presidente CdA	Mattia Morlini	Creative Director – Direzione creativa

In conformità all'art. 1, comma 380, della Legge 208/2015, il Consiglio di Amministrazione ha nominato Maria Laura Ferrari quale Responsabile di Impatto, con funzioni e compiti volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune.

In qualità di Finance & Control dell'agenzia, Maria Laura presidia sia la dimensione economico-finanziaria sia quella di impatto, garantendo la coerenza tra le scelte gestionali e gli obiettivi statuari. È supportata nel percorso di certificazione B Corp dallo studio legale ASZ e da consulenti specializzati.

La nostra attività di beneficio comune

Pindarica ha completato integralmente il B Impact Assessment (BIA) per misurare l'impatto delle proprie attività nelle seguenti aree: governance, lavoratori, comunità, ambiente e clienti.

Governance

Questa area di impatto valuta la missione generale dell'azienda, etica, responsabilità e trasparenza per argomenti come l'integrazione di obiettivi sociali e ambientali nella valutazione di performance dei lavoratori, reporting degli impatti e trasparenza, coinvolgimento degli stakeholder.

Comunità

Questa area valuta l'impatto positivo dell'azienda per il benessere economico e sociale della comunità esterna in cui opera, considerando temi come diversità e inclusione, creazione di lavoro, coinvolgimento civico e filantropia, gestione della catena di fornitura.

Clienti

L'area valuta l'impatto o il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi, tenendo conto, ad esempio, delle certificazioni, della gestione dei rapporti, delle garanzie di qualità prestate.

Lavoratori

Questa area valuta il modo che ha l'azienda di contribuire al benessere fisico, finanziario, professionale e sociale dei propri lavoratori, e considera temi come sicurezza finanziaria, soddisfazione dei lavoratori, salute, benessere e sicurezza.

Ambiente

L'area valuta l'impatto dei prodotti e dei processi che l'azienda produce sull'ambiente, affrontando temi come gestione ambientale, terra e vita, aria e clima, gestione dell'acqua.

Di seguito descriviamo le azioni concrete realizzate nell'esercizio 2025 per perseguire le finalità di beneficio comune iscritte nel nostro statuto, organizzate per macro-area.

Progetti per il terzo settore

Il concetto di ecologia della comunicazione è il cuore dell'identità di Pindarica. Ogni campagna, ogni contenuto, ogni progetto viene valutato non solo in base alla sua efficacia commerciale, ma anche in relazione al suo effetto sulle persone che lo ricevono.

Nel 2025 abbiamo dedicato 822 ore complessive a progetti *pro bono* per il terzo settore.

Progetto	Ore	Ambito
Progetti regionali cefalea cronica	78	Sanitario
PERLA	198	Sanitario
EMICARE	194	Sanitario
Teste Connesse	159	Sociale
SerDP Ludopatìa – La Rivincita	193	Sociale

Totale	822
---------------	------------

Fondazione CIRNA e Alleanza Cefalalgici

Grazie alla collaborazione con Alleanza Cefalalgici e Fondazione CIRNA, lavoriamo su diversi progetti che hanno l'obiettivo di accendere un faro sull'emicrania cronica, malattia neurologica invisibile e fortemente invalidante riconosciuta come malattia sociale dalla Legge 81/2020.

I progetti PERLA, EMICARE e Teste Connesse mirano a combattere lo stigma e a rendere i pazienti parte attiva del percorso di cura.

Tra le realizzazioni: l'ebook illustrato "A Testa Alta" con Don Alemanno, strumenti di informazione per pazienti e comunità, e campagne di sensibilizzazione multicanale.

Nel 2025 le donazioni a Fondazione CIRNA ammontano a €9.000, raddoppiando l'importo del 2024 (€4.500).

Progetti regionali cefalea cronica

A seguito del riconoscimento dell'emicrania cronica come malattia sociale, il decreto attuativo ha destinato fondi alle Regioni per percorsi innovativi di presa in carico. Stiamo supportando Emilia-Romagna e Lombardia nella creazione di strategie di comunicazione: siti web dedicati, campagne social, podcast e video informativi.

Comune di Scandiano "La Rivincita"

Per il Comune di Scandiano, insieme all'Unione Tresinaro Secchia (oltre 80.000 abitanti), abbiamo sviluppato una campagna multicanale per prevenire e contrastare la ludopatìa, con affissioni ad alto impatto emotivo, materiali per scuole e famiglie, e presenza digitale mirata.

Altri progetti a impatto

Redacon (Cooperativa Novanta): supportiamo a livello digitale questa cooperativa di giornalisti che dà voce alle comunità montane dell'Appennino Reggiano, applicando tariffe simboliche per un'informazione locale indipendente.

FCR – Farmacie Comunali Riunite: sviluppiamo il blog farmaciterapie.info, strumento di educazione sanitaria gratuita.

Comune di Reggio Emilia – PUG: strategia di comunicazione per presentare in modo accessibile il Piano Urbanistico Generale, con format innovativi sui temi di neutralità climatica e beni comuni.

Fondazione GRADE Onlus: campagne di raccolta fondi, merchandising, gestione social e promozione eventi benefici, tra cui la campagna "La nostra squadra del CORE" per il reparto di ematologia.

Coopselios: monografia "Sei proprio sicuro di stare al sicuro?" rivolta agli anziani, con formato e illustrazioni pensati per i destinatari.

Festival 'Ntramenti: dal 2022 supportiamo questo festival contro lo spopolamento del Sud Italia, curando identità visiva e comunicazione social.

Report di sostenibilità: abbiamo curato i report per Exacta Labcenter, Servizi Italia, MeCart e Ognibene Power.

3.1

Persone e welfare

Le persone sono il patrimonio più prezioso di Pindarica. Il nostro modello nasce da una scelta fondativa: costruire un luogo di lavoro dove produttività e benessere, efficienza e qualità della vita lavorativa possano convivere.

Il team è composto da professionisti e professioniste con competenze eterogenee che coprono l'intera filiera della comunicazione: direzione creativa, copywriting, graphic design, video editing e motion design, sviluppo front-end e full stack, gestione progetti e amministrazione.

Tutti i dipendenti beneficiano di copertura sanitaria privata integrativa tramite il Fondo Enfea Salute, che comprende assicurazione sanitaria, copertura per infortuni e disabilità, prestazioni odontoiatriche e benefit di prevenzione. L'agenzia adotta smart working strutturale e flessibilità oraria.

La trasparenza retributiva è praticata condividendo la performance finanziaria con tutti i lavoratori. Due volte l'anno, l'intera organizzazione si riunisce in sessioni individuali dedicate al confronto bidirezionale su andamento, obiettivi e prospettive.

Nel corso del 2025, Pindarica ha adottato un Piano di Welfare Aziendale strutturato per il biennio 2026-2027, con l'obiettivo di ampliare e formalizzare il sistema di benefit a disposizione del proprio team.

Il piano prevede un pacchetto di misure pensate per migliorare la qualità della vita lavorativa e il benessere complessivo dei collaboratori, riconoscendo il valore del capitale umano come risorsa centrale per la crescita e la missione dell'azienda. L'adozione di questo strumento rappresenta un passo importante nel percorso di Pindarica verso un modello organizzativo sempre più attento all'equilibrio tra vita professionale e personale, in linea con i principi che guidano la sua identità di Società Benefit.

3.2

Comunità e territorio

In quanto agenzia di comunicazione, Pindarica opera principalmente nell'ambito dei servizi, sia sul fronte degli acquisti che delle vendite. La natura stessa del business — fondato su competenze, creatività e relazioni — rende il concetto tradizionale di filiera locale solo parzialmente applicabile al contesto aziendale. La maggior parte delle collaborazioni e degli approvvigionamenti riguarda infatti prestazioni intellettuali e servizi digitali, per i quali la prossimità geografica non costituisce un criterio determinante di scelta.

Tuttavia, per le forniture di materiale, Pindarica sceglie, ove possibile, di rivolgersi a fornitori locali. Questa attenzione al territorio si inserisce in una visione più ampia di responsabilità

verso la comunità in cui l'azienda è radicata, contribuendo a sostenere l'economia locale e a ridurre l'impatto ambientale legato alla logistica e al trasporto.

Le donazioni aziendali per il 2025 ammontano a €9.000, pari a circa l'1,3% del fatturato atteso, interamente destinate a Fondazione CIRNA. A questo impegno economico diretto si affianca l'avvio di un processo formale di monitoraggio delle performance sociali e ambientali dei principali fornitori, a testimonianza di una volontà di estendere i valori di responsabilità di Pindarica oltre i confini aziendali, lungo l'intera rete di collaborazioni e approvvigionamenti.

3.3

Ambiente

Nel 2025 abbiamo completato la prima misurazione della nostra impronta carbonica secondo il GHG Protocol: 12,39 tonnellate di CO₂ equivalente (Scope 1: 5,29 / Scope 2: 0,47 / Scope 3: 6,63).

Scope	ton CO ₂ eq	Perimetro
Scope 1 – Dirette	5,29	Riscaldamento, veicoli
Scope 2 – Indirette	0,47	Energia elettrica
Scope 3 – Altre	6,63	Pendolarismo, acquisti, viaggi

Totale	12,39
---------------	--------------

Nel novembre 2025 Pindarica ha adottato un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) con politica ambientale, valutazione d'impatto e obiettivi quantificabili.

Orientamenti per il raggiungimento degli obiettivi ambientali 2025–2027				
Orientamenti	Scenario auspicato	Scadenza	Responsabile	Stato monitoraggio
Ridurre consumo di carta	-10% rispetto al 2025	dic-26	Responsabile d'impatto	in corso
Aumentare quota energia rinnovabile	100% entro il 2027	dic-27	Responsabile d'impatto	pianificato
Ridurre emissioni viaggi casa-lavoro	-10% entro il 2026	dic-26	Responsabile d'impatto	in corso
Smaltire correttamente RAEE	100% con tracciabilità	dic-26	Responsabile d'impatto	attivo
Ridurre emissioni co2	-10% entro il 2026	dic-26	Responsabile d'impatto	in corso
Raggiungere e mantenere zero waste	mantenimento	dic-25	Responsabile d'impatto	in corso
Ridurre consumo energia elettrica	-1% rispetto al 2025	dic-26	Responsabile d'impatto	pianificato

Governance responsabile

Pindarica ha adottato un **Codice Etico e di Comportamento** che copre l'ecologia della comunicazione, il rapporto con clienti e fornitori, l'uso responsabile dell'intelligenza artificiale, la cura dell'ambiente e il comportamento professionale. Il codice include linee guida sull'uso dell'AI che richiedono trasparenza sull'origine dei contenuti, supervisione umana e rispetto del diritto d'autore.

Pindarica rende pubblicamente disponibili: proprietà effettiva, performance finanziaria (condivisa con tutti i lavoratori), performance sociale e ambientale attraverso la presente relazione, e composizione del CdA. La forma giuridica di Società Benefit garantisce che questi impegni siano parte permanente della governance.

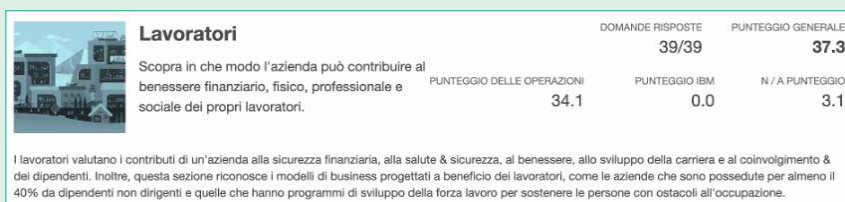
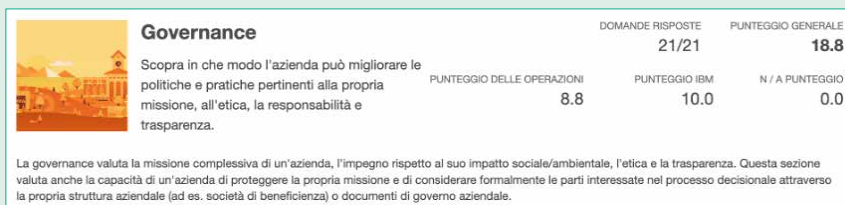
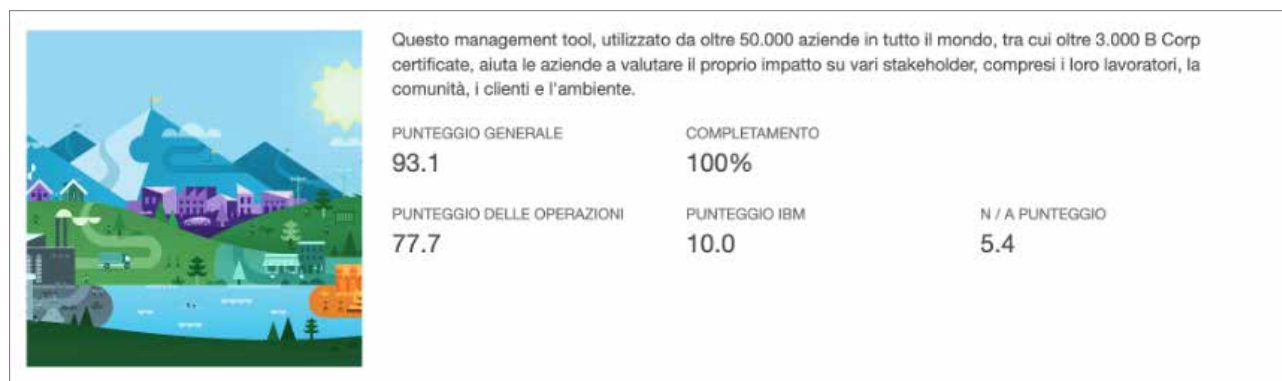
Pindarica ha integrato nel proprio sito un **sistema di segnalazione anonima (whistleblowing)** attraverso il quale chiunque può segnalare comportamenti non allineati ai valori aziendali, garantendo completa riservatezza.

04 Il nostro impatto

In conformità con l'art. 1, comma 382, della Legge 208/2015, Pindarica ha scelto il B Impact Assessment (BIA) di B Lab come standard di valutazione esterno. Il BIA è fondato su principi di materialità ed è utilizzato da oltre 50.000 aziende nel mondo. In Italia garantisce la soddisfazione dei requisiti di correttezza, trasparenza, completezza e terzietà previsti dalla legge sulle Società Benefit.

Il B Impact Assessment indica l'obiettivo di un punteggio pari ad almeno 80 punti, che vengono considerati come conseguimento dell'impatto neutrale, oltre al quale l'impresa contribuisce in modo positivo all'ambiente e alla comunità.

Si riporta l'estratto del sito del B Impact Assessment:



	Ambiente	DOMANDE	RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE
	Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.		31/31	14.0
		PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N / A PUNTEGGIO
		14.0	0.0	0.0

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.

	Clienti	DOMANDE	RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE
	Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.		5/5	3.7
		PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N / A PUNTEGGIO
		3.7	0.0	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.

05

I nostri obiettivi per il 2026

In seguito al risultato conseguito con lo standard di valutazione esterno, Pindarica ha fissato i seguenti obiettivi per il 2026:

Area	Obiettivi	Target
Governance	Completare il percorso di certificazione B Corp	2026
Lavoratori	Consolidare sistema feedback semestrale bidirezionale	Continuativo
Comunità	Mantenere ore pro bono $\geq$ 5% del totale ore lavorate	Annuale
Ambiente	Aumentare quota energia rinnovabile	100% entro 2027

Questi obiettivi saranno monitorati trimestralmente dalla Responsabile di Impatto e rendicontati nella Relazione di Impatto 2026.

Nota metodologica

La presente Relazione di Impatto è redatta in conformità all'art. 1, comma 382, della Legge 28 dicembre 2015, n. 208. Il documento è allegato al bilancio di esercizio e depositato presso il Registro Imprese tramite la Camera di Commercio.

Lo standard di valutazione utilizzato è il B Impact Assessment (BIA) di B Lab, conforme alle caratteristiche previste dall'allegato 4 annesso alla Legge 208/2015 e comprende tutte le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 della stessa legge: governance, lavoratori, comunità, ambiente e clienti.

La carbon footprint è stata calcolata secondo il GHG Protocol Corporate Standard. Il benchmark per il living wage è stato ricavato da WageIndicator/iltuosalarario.it per la regione Emilia-Romagna.

Per il primo esercizio, la relazione è stata redatta utilizzando il BIA in quanto adottato ai fini del percorso di certificazione B Corp in corso. Per gli esercizi futuri, la società valuterà l'utilizzo dello standard VSME ESRS.

La relazione è pubblicata sul sito pindarica.it in conformità all'art. 1, comma 383, della Legge 208/2015.

Pindarica Srl Società Benefit

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Matteo Cocconcelli

Reggio Emilia, 04/03/2026



Pindarica Srl Società Benefit

Via B. Disraeli 2/5 – 42124 Reggio Emilia
P.IVA / C.F. 02455780359 – REA RE-283027
info@pindarica.it

pindarica.it