

Relazione d'impatto 2024

Indice >

1. Lettera della responsabile d'impatto	4
2. Introduzione	6
3. Chi siamo	8
Storia	10
Purpose, Mission, Vision	10
4. Cosa sono le Società Benefit	12
5. I nostri obiettivi di beneficio comune	14
Obiettivo di beneficio comune 1	16
Obiettivo di beneficio comune 2	22
Obiettivo di beneficio comune 3	27
6. Che cos'è la certificazione B Corp e il B Impact Assessment	32
7. Valutazione di impatto secondo B Impact Assessment	34

1

Lettera della responsabile di impatto

Cari Stakeholder,

il 2024 è stato un anno di crescita, di impegno e di nuove sfide. Vogliamo condividere con voi i progressi compiuti nel nostro percorso verso un impatto positivo e duraturo. Il nostro impegno per il beneficio comune si traduce in azioni concrete che creano valore per le persone, le imprese e la società.

Abbiamo lavorato con dedizione per promuovere la sostenibilità, l'innovazione e la responsabilità sociale, rafforzando collaborazioni strategiche e sviluppando iniziative capaci di generare un cambiamento tangibile. Grazie alla sinergia con i nostri partner, clienti e professionisti, abbiamo ampliato il nostro raggio d'azione e rafforzato il nostro ruolo come attori del cambiamento.

Questi risultati sono il frutto di un impegno collettivo e della fiducia che ci avete accordato. Ma il nostro viaggio non finisce qui. Guardiamo al futuro con entusiasmo, pronti a intensificare il nostro impatto e a costruire insieme un ecosistema ancora più sostenibile e consapevole. Grazie per essere parte di questo cambiamento.

Con gratitudine
Sabrina Brescacin



Introduzione

Fin dalla nostra fondazione nel 2019, abbiamo scelto di adottare la forma giuridica di Società Benefit, impegnandoci a coniugare obiettivi economici con un impatto positivo su ambiente e società.

Ogni anno misuriamo e rendicontiamo in modo trasparente gli effetti delle nostre attività, assicurandoci che la crescita di Baker Tilly Hydra SB sia sempre guidata da valori di responsabilità sociale e ambientale. Essere una Società Benefit non è solo una scelta giuridica, ma rappresenta il cuore della nostra identità aziendale e il nostro impegno concreto per un futuro sostenibile.

Per tradurre questo impegno in azioni tangibili, definiamo annualmente obiettivi misurabili che ci permettono di contribuire concretamente alla creazione di un impatto positivo su ambiente e società. Questo approccio ci consente di monitorare i nostri progressi e di migliorare costantemente il nostro contributo al bene comune.

3



Chi siamo

Baker Tilly Hydra srl SB nasce nel 2019 come prima Società Benefit specializzata in consulenza per l'innovazione strategica sostenibile del Friuli Venezia-Giulia.

Oggi opera in tutto il territorio nazionale, per accompagnare le imprese in percorsi di innovazione strategica fondati su principi di sostenibilità – Profit, People, Planet – garantendo modelli di business a “prova di futuro”. Sin dalla costituzione ha puntato sulla creazione di un Team di professionisti con competenze estremamente specialistiche che si sono integrate fra loro generando così un modello di consulenza strategica che è alla base del successo di progetti di cambiamento organizzativo legati ai principi dell'Agenda ONU 2030.

Il core business della società, che ha sede nel pordenonese, è accompagnare le aziende nella transizione verso la sostenibilità attraverso piani di innovazione strategica, supportati da strumenti per la misurazione del progresso che permettono di identificare le opportunità per creare valore economico. Nei nostri servizi, infatti, mettiamo a disposizione la nostra esperienza pluriennale al fine di supportare i nostri clienti nel creare il valore che cercano per le loro aziende attraverso scelte strategiche responsabili. Baker Tilly Hydra SB si occupa inoltre di supportare le aziende nella rendicontazione e comunicazione della sostenibilità in conformità agli standard vigenti.

Storia

Hidra srl SB nasce il 4 luglio 2019 come spin-off di una società di consulenza direzionale con oltre vent'anni di esperienza.

Fin dall'inizio, scegliamo di adottare la forma giuridica di Società Benefit, introdotta in Italia con la legge 208/2015, integrando alla finalità di profitto un impegno concreto per generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente. Questo significa ridurre gli effetti negativi e amplificare quelli positivi della nostra attività, operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territorio, ambiente e stakeholder.

Nel 2023, con l'ingresso nel Network internazionale Baker Tilly, consolidiamo la nostra crescita e il nostro posizionamento, assumendo la denominazione Baker Tilly Hidra srl SB. Questo passaggio rafforza il nostro impegno nel fornire servizi di consulenza ad alto valore, mantenendo saldi i principi di sostenibilità e innovazione che da sempre ci contraddistinguono.

Purpose, Vision, Mission

In un mondo in continuo mutamento, dove l'incertezza è la norma, la resilienza non è più sufficiente.

Per avere successo, è necessario adottare un approccio antifragile. Essere resilienti significa resistere agli shock e tornare allo stato iniziale, mentre essere antifragili vuol dire trasformare le difficoltà in occasioni di crescita e miglioramento. Un'azienda antifragile non si limita a superare le avversità: le sfrutta per evolversi, innovare e rafforzarsi.

Questo mindset si traduce in strategie rigenerative che riguardano la gestione delle risorse, il posizionamento sul mercato e le relazioni con le persone. Le aziende antifragili non temono il caos, ma lo utilizzano come leva per crescere e differenziarsi.

Il primo passo per abbracciare l'antifragilità è definire il proprio purpose, il motore che guida ogni scelta strategica. Non si tratta solo di profitto, ma di un obiettivo più profondo: l'impatto positivo che l'azienda vuole avere nel mondo. Un purpose chiaro e autentico non solo ispira le persone all'interno dell'organizzazione, ma orienta le decisioni, favorisce l'adattabilità e contribuisce a costruire un futuro sostenibile.

PURPOSE

Far sì che il rispetto sia l'energia che alimenta il business

Il rispetto si trasforma in energia per il business quando questo diventa sostenibile, generando valore sia all'interno dell'organizzazione che all'esterno. Questo principio si concretizza nella promozione e nello sviluppo di modelli di business rigenerativi, che operano nel pieno rispetto delle risorse umane, ambientali e sociali, creando un impatto positivo e duraturo.

VISION

Vogliamo essere l'energia che ti fa crescere, emergere, decollare. La spinta che ti fa essere migliore per il mondo.

Per dare corpo a questa visione accompagniamo le aziende in percorsi di innovazione strategica volti a creare valore condiviso. Vogliamo guidare il cambiamento delle organizzazioni verso modelli in cui la sostenibilità è un elemento strategico, il filo conduttore di tutte le politiche aziendali.

MISSION

Accompagniamo le imprese in percorsi di innovazione strategica fondati sui principi di sostenibilità garantendo modelli di business a prova di futuro.

Consapevoli dell'importanza delle relazioni, vogliamo essere un partner affidabile e ricerchiamo soluzioni vincenti, su misura, sensibili ai bisogni unici dei clienti e in grado di valorizzarne a pieno le risorse, le competenze e le potenzialità.



Cosa sono le Società Benefit

In base alla Legge 208/2015 (“Legge di Stabilità 2016”, art. 1, commi 376-383, allegati 4 e 5), le Società Benefit sono imprese che, oltre a generare profitto, si impegnano a perseguire una o più finalità di beneficio comune.

Operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente, tenendo conto del benessere di persone, comunità, territori, ambiente, beni culturali e sociali, enti, associazioni e altri stakeholder.

Le Società Benefit, quindi, rappresentano un modello imprenditoriale evoluto, che integra l'impatto positivo nella propria missione aziendale. Non si limitano a creare valore economico, ma adottano strategie rigenerative che considerano il benessere collettivo come parte integrante della loro attività.

Un elemento chiave di questo impegno è l'obbligo di redigere e pubblicare una relazione di impatto annuale, allegata al bilancio. Questo documento traccia il percorso dell'azienda verso il raggiungimento delle finalità di beneficio comune, dettagliando obiettivi, azioni intraprese e risultati ottenuti, oltre a delineare le strategie future. La relazione deve inoltre evidenziare le modalità con cui l'impresa ha generato valore per i suoi stakeholder, utilizzando indicatori di misurazione basati su standard di valutazione esterni riconosciuti, come il B Impact Assessment di B Lab.

Grazie a questa trasparenza, le Società Benefit dimostrano concretamente il loro impegno per uno sviluppo sostenibile, differenziandosi dalle imprese tradizionali e contribuendo a un modello economico più equo e responsabile.



I nostri obiettivi
di beneficio comune

Come Società Benefit, ci impegniamo a creare un impatto positivo su persone e ambiente.

Per rendere concreto questo impegno, seguiamo obiettivi di beneficio comune chiari e misurabili, che guidano le nostre scelte e azioni quotidiane:

- ① Promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro;
- ② Design e introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle imprese e nelle istituzioni per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali;
- ③ Collaborazione e la sinergia con organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello delle società, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato.

Per assicurarci di rimanere sulla giusta strada, ogni anno definiamo azioni concrete per ciascun obiettivo. Queste azioni di beneficio comune rappresentano il percorso da seguire per trasformare i nostri impegni in risultati tangibili. Pianificate con cura e monitorate costantemente, danno sostanza al nostro impegno e garantiscono un impatto reale e misurabile.

OBIETTIVO DI BENEFICIO COMUNE 1

Promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro

GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE DI BAKER TILLY HIDRA SB

La proposta di valore che ci contraddistingue si basa sulla concezione del rispetto inteso sia come motore propulsore del nostro business che come fondamento della nostra attività.

Tale concezione introduce un approccio sostenibile alla gestione delle attività, basandosi sulla filosofia delle 3P: Profit, People, Planet. Questo modo di agire non solo mira alla realizzazione di profitti economici, ma si impegna anche a generare impatti positivi sulle persone e sul pianeta. La nostra mission è la diffusione della concezione di nuovi modelli di business sostenibili che possano essere applicati nel contesto aziendale in ottica presente e futura.

① Obiettivi 2024

GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE DI BAKER TILLY HIDRA SB

Nel 2024, nell'ambito di questo primo obiettivo di beneficio comune, abbiamo continuato a percorrere il cammino intrapreso negli anni precedenti attraverso la formazione.

Quest'ultima rappresenta per noi lo strumento fondamentale per raggiungere le persone, i veri protagonisti dello sviluppo sostenibile, affinché, attraverso il loro operato, possano diffondere e promuovere modelli e sistemi economici e sociali sostenibili nel tempo. Per portare avanti questo impegno, ci siamo concentrati su due direttrici principali: la formazione interna e quella esterna.

Per quanto riguarda la formazione interna, abbiamo avviato un percorso dedicato ai temi della Diversity & Inclusion, articolato in due iniziative chiave. La prima ha coinvolto l'intero team femminile di Baker Tilly Hydra SB nella partecipazione all'evento "Autentica" a Milano, una giornata interamente dedicata all'empowerment femminile. La seconda iniziativa prevedeva un ciclo di cinque incontri formativi rivolti a tutto il team, focalizzati su tematiche cruciali come bias inconsci, stereotipi, convivenza generazionale, disabilità, parità di genere e interculturalità. Tuttavia, il

percorso si è concretizzato solo nel primo incontro, dedicato a bias e stereotipi, poiché le priorità organizzative del momento ci hanno spinto a riconsiderare l'impegno.

Per quanto riguarda la formazione esterna, abbiamo sviluppato due linee di azione. La prima ha riguardato il rafforzamento di Officina 3P, attraverso l'erogazione di due corsi di alta formazione da 61 ore ciascuno per Sustainability Manager, professionisti specializzati nel coordinamento e nel monitoraggio delle strategie di sviluppo sostenibile nelle organizzazioni. In uno dei due corsi è stato inoltre introdotto un modulo aggiuntivo di 4 ore dedicato alla progettazione di modelli di business scalabili e sostenibili. Parallelamente, abbiamo lanciato un corso specialistico di 12 ore sulla Pianificazione Strategica in ottica ESG, volto a potenziare le competenze necessarie per coniugare sostenibilità, crescita economica e creazione di valore.





La seconda linea di azione ha visto il coinvolgimento di tre nuovi partner e l'organizzazione di diverse iniziative ed eventi con gli stakeholder per promuovere la cultura ESG. Tra queste, abbiamo ospitato nei nostri spazi la mostra d'arte dell'associazione Still I Rise, offrendo sia ai nostri clienti sia alla comunità locale l'opportunità di visitarla. Questa iniziativa ha rappresentato un'importante occasione per rafforzare il legame con il territorio, promuovendo la partecipazione e l'inclusione attraverso l'arte come strumento di dialogo e condivisione sulle tematiche sociali.

In collaborazione con il partner Climax, abbiamo organizzato un evento in cui quattro speaker hanno approfondito temi chiave come la mobilità sostenibile, l'intelligenza artificiale, la biodiversità urbana e la parità di genere. Inoltre, con Alpe Adria Imprese, abbiamo preso parte all'iniziativa Imprese In Rete, contribuendo con un talk dal titolo "Sviluppo sostenibile, controllo di gestione e digitalizzazione dei processi: cosa devono sapere le micro e le piccole medie imprese?".

Nel perseguire il nostro obiettivo di beneficio comune, abbiamo preso parte a diverse attività di formazione universitaria, contribuendo con la nostra esperienza a iniziative accademiche di alto livello. In particolare, abbiamo partecipato a due Master promossi dall'Università di Pisa. Il primo, intitolato "Scalability: Digital Technologies and Company Growth", nasce dalla collaborazione tra l'Università di Pisa, la Scuola Superiore Sant'Anna, l'Università degli Studi di Firenze e l'Università di Siena. Il percorso è finalizzato alla formazione dello Scalability Manager, una figura chiave nei processi di trasformazione e crescita del sistema produttivo italiano nei prossimi anni. Il secondo, "Industry 5.0 Design: People, Sustainability and Digital Technologies", è un Master di I livello che approfondisce le tecnologie abilitanti

dell'Industria 5.0, dai big data alla blockchain, dall'intelligenza artificiale alla realtà aumentata, fino alla stampa additiva e alla cybersecurity. Il programma fornisce anche competenze manageriali legate alla gestione dei processi, dei progetti e allo sviluppo di modelli di business sostenibili, formando la figura del Digitalization Manager. Inoltre, abbiamo preso parte a una lezione del Master in Gestione Ambientale Strategica dell'Università di Padova, che prepara professionisti con competenze specifiche in ambito di sostenibilità e gestione ambientale.

Oltre alla formazione accademica, abbiamo promosso la cultura della sostenibilità anche attraverso iniziative di team building. In particolare, con il progetto "Note Stonate" abbiamo coinvolto un'azienda cliente in un'attività esperienziale mirata a rafforzare la coesione del team. I partecipanti, divisi in gruppi, hanno collaborato alla creazione di un jingle personalizzato, capace di rappresentare la cultura aziendale e le dinamiche interne del team. L'esperienza ha favorito il lavoro di squadra, stimolando la creatività e l'ascolto reciproco, e ha rappresentato un'opportunità concreta per diffondere i valori ESG all'interno dell'organizzazione, valorizzando il senso di appartenenza e la condivisione di un obiettivo comune.

Tutte le iniziative elencate sopra rappresentano le azioni che abbiamo intrapreso nel 2024 per contribuire in modo significativo al nostro primo obiettivo di beneficio comune. In particolare, per quest'anno ci eravamo prefissati specifici target all'interno di questo obiettivo. Di seguito, presentiamo una tabella che mostra quali delle iniziative menzionate hanno contribuito al raggiungimento di questi target.

GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE DI BAKER TILLY HIDRA SB

AZIONI

Formazione su tematiche di sostenibilità con un approfondimento verticale sulle 3P.

TARGET

Realizzazione di almeno tre giornate di formazione dedicate a un tema specifico della D&I (Diversity & Inclusion) focalizzandosi su rischi ed opportunità collegate.

RISULTATI

A Milano si è tenuta una giornata di formazione sull'empowerment femminile, coinvolgendo tutto il team femminile. Inoltre, per l'intero team di Baker Tilly Hydra SB è stato organizzato un incontro formativo dedicato ai bias e agli stereotipi.

AZIONI

Ampliamento dell'offerta, tramite il supporto di Officina 3P, riguardo le competenze per Sustainability Manager.

TARGET

Attivare almeno tre corsi di approfondimento su competenze e abilità specifiche della figura professionale del Sustainability Manager.

RISULTATI

Nel corso del 2024 sono stati attivati due corsi per Sustainability Manager e un corso verticale sulla Pianificazione Strategica in ottica ESG.

AZIONI

Costruire più iniziative per le imprese per sviluppare la cultura ESG in maniera esperienziale.

TARGET

Attuazione di almeno tre iniziative e/o eventi fisici con stakeholders per diffondere la cultura ESG e realizzazione di collaborazioni con almeno tre nuovi partner di settore.

RISULTATI

Abbiamo avviato tre nuove partnership: Still I Rise, Climax e Alpe Adria Imprese. A queste collaborazioni si aggiunge l'attività di team building "Note Stonate" svolta con una nostra azienda cliente.

① Obiettivi 2025

L'introduzione dell'intelligenza artificiale, la crescente complessità del contesto normativo europeo e la diffusione sempre più ampia dei principi di sostenibilità ci spingono a supportare le aziende e il nostro team interno nell'integrare efficacemente queste tematiche nelle attività quotidiane.

Per questo motivo, nel 2025 Baker Tilly Hydra SB si pone l'obiettivo di potenziare le competenze interne attraverso un percorso formativo focalizzato sull'impatto della digitalizzazione nell'evoluzione dei servizi ESG. Parallelamente, intendiamo promuovere la cultura della parità di genere

nelle aziende clienti e diffondere i principi della sostenibilità nelle scuole e nelle università. A completamento di questo impegno, Baker Tilly Hydra SB, attraverso l'Officina 3P, mira ad ampliare ulteriormente la propria offerta formativa.



AZIONI

Sviluppare un percorso formativo concentrato sull'impatto della digitalizzazione nell'evoluzione della nostra offerta di servizi ESG.

TARGET

Organizzazione di almeno due incontri formativi per il team di Baker Tilly Hydra SB sull'integrazione dell'IA nei processi ESG.

AZIONI

Ampliamento dell'offerta formativa, tramite il supporto di Officina 3P.

TARGET

Attivazione di almeno due corsi per lo sviluppo delle soft/hard skills individuali e/o di almeno due corsi di approfondimento delle tematiche Planet e/o due corsi di approfondimento sulla tematica della Governance.

AZIONI

Diffondere la cultura della parità di genere nelle aziende clienti.

TARGET

Sviluppo di un programma di formazione sulla parità di genere con almeno 5 nostre aziende clienti.

AZIONI

Partecipare a lezioni nelle università e nelle scuole superiori per promuovere la diffusione di modelli di business sostenibili e sistemi economici e sociali orientati al futuro.

TARGET

Garantire almeno tre collaborazioni con università, enti di ricerca e scuole superiori per promuovere modelli di business sostenibili e sistemi economici e sociali orientati al futuro.

OBIETTIVO DI BENEFICIO COMUNE 2

Design e l'introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle imprese e nelle istituzioni per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali.

GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE DI BAKER TILLY HIDRA SB

Baker Tilly Hydra SB, nello svolgimento delle proprie attività, si erge come guida e soggetto promotore di iniziative e progetti di sviluppo organizzativo e di prodotto guidati da una filosofia imprenditoriale dove i fattori ESG rappresentano un vettore fondamentale per ottenere un vantaggio competitivo. Attraverso le sue attività, l'azienda cerca di dimostrare come sia possibile generare valore economico in modo che ci siano benefici anche per la comunità e l'ambiente, facilitando così una trasformazione dei modelli di business da tradizionali a circolari e sostenibili.

② Obiettivi 2024

Nel corso del 2024, Baker Tilly Hydra SB ha ampliato la propria presenza e il proprio raggio d'azione a supporto delle diverse realtà aziendali, con l'obiettivo di favorire lo sviluppo e la diffusione di pratiche e modelli di business sostenibili.

GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE DI BAKER TILLY HIDRA SB

Un passo significativo in questa direzione è stato il rafforzamento del rapporto con il network Baker Tilly. Per raggiungere questo traguardo, è stato avviato un importante processo di integrazione tra la comunicazione di Hydra e quella del gruppo Baker Tilly, permettendo di promuovere un'offerta di servizi sempre più integrata. Questa sinergia si è concretizzata, tra le altre iniziative, nell'organizzazione di due webinar realizzati in collaborazione con il team Legal di Baker Tilly Italia.

Sul fronte della comunicazione digitale, rispetto al 2023, Baker Tilly Hydra SB ha dovuto affrontare una sfida legata all'interruzione della presenza su Facebook. La piattaforma Meta, infatti, non ha riconosciuto il cambio della ragione sociale da Hydra srl SB a Baker Tilly Hydra srl SB, costringendoci a sospendere le attività su questo canale.

Tuttavia, questo ostacolo non ha fermato

la nostra strategia di crescita. A conferma di ciò, il profilo LinkedIn ha registrato un notevole incremento di visibilità, raggiungendo 1.790 follower con un aumento del 15,54% rispetto all'inizio dell'anno, pari a 254 nuovi follower.

Nel corso dell'anno, abbiamo inoltre organizzato sette eventi online, sia autonomamente che in collaborazione con SAF Scuola di Alta Formazione delle Tre Venezie. Per ottimizzare la gestione di questi eventi, così come per migliorare l'efficienza complessiva dei servizi formativi offerti da Officina 3P, abbiamo investito nell'automazione delle e-mail. Questo lavoro ci ha permesso di raggiungere un livello di automazione dell'80% per l'invio di e-mail nella fase di awareness del contatto, migliorando l'efficacia delle comunicazioni e l'interazione con il pubblico.



AZIONI

Estendere l'area d'azione e co-progettazione.

TARGET

Rafforzamento del rapporto con Baker Tilly Italy tramite la creazione di un team misto (revisori ed esperti di sostenibilità) per creare un nuovo design di rendicontazione.

RISULTATI

Nel corso del 2024, Baker Tilly Hydra SB ha consolidato il proprio rapporto con il network Baker Tilly attraverso un processo di allineamento della comunicazione con il gruppo, la promozione di un'offerta di servizi integrata e l'organizzazione di due webinar in collaborazione con il team Legal di Baker Tilly Italia.

AZIONI

Estendere l'influenza online nel settore dell'innovazione sostenibile.

TARGET

Aumentare la propria visibilità online (seguaci sui profili social, interazioni) del 15%, ottenimento di almeno il 50% di e-mail automatizzate per la fase di awareness del contatto, realizzazione di almeno 6 eventi online in merito alle tematiche di sostenibilità.

RISULTATI

La crescita della nostra visibilità digitale ha registrato un incremento significativo, con un aumento del 16,54% dei follower su LinkedIn. Inoltre, abbiamo migliorato l'efficienza delle nostre attività di comunicazione, raggiungendo circa l'80% di automazione delle e-mail nella fase di awareness del contatto. Questo sviluppo si è affiancato all'organizzazione di sette eventi online, realizzati sia autonomamente che in collaborazione con SAF Scuola di Alta Formazione delle Tre Venezie.

② Obiettivi 2025

Per rispondere alla crescente complessità e dinamicità del contesto in cui operano le imprese, Baker Tilly Hidra SB si impegna a sostenere lo sviluppo di strategie di sostenibilità nelle aziende e a supportare le nuove generazioni, attori fondamentali della transizione verso un futuro più equo e sostenibile.

GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE DI BAKER TILLY HIDRA SB

Nel 2025, uno degli obiettivi principali sarà la promozione e la diffusione di Futura Platform, una piattaforma che integra strumenti essenziali per la sostenibilità aziendale, tra cui Rating ESG, Bilancio ESG, CSRD Gap Analysis e Carbon Footprint. La possibilità di offrire alle imprese un unico strumento per misurare e migliorare il proprio impatto ambientale, sociale e di governance rappresenta un'opportunità per favorire un'evoluzione concreta verso modelli di business più sostenibili. Per garantire una diffusione efficace della piattaforma, sarà essenziale individuare un nuovo partner e strutturare un sistema di comunicazione dedicato, in grado di sensibilizzare e accompagnare le aziende nell'adozione di questi strumenti.

Parallelamente, Baker Tilly Hidra SB intende ampliare il proprio contributo nella divulgazione della cultura della sostenibilità

attraverso la creazione di tre Ambassador, che utilizzeranno i loro canali social per diffondere conoscenze e buone pratiche in ambito ESG. A questa iniziativa si affiancherà l'organizzazione di eventi online dedicati a temi chiave della sostenibilità, con l'obiettivo di favorire una maggiore consapevolezza e stimolare il confronto su questi argomenti.

Infine, riconoscendo il ruolo centrale delle nuove generazioni nella costruzione di un futuro sostenibile, ci impegniamo ad avviare una collaborazione con un nuovo partner il cui focus sia il supporto ai giovani. Questa iniziativa punta a creare nuove opportunità di crescita, formazione e consapevolezza, affinché le nuove generazioni possano sviluppare le competenze necessarie per affrontare le sfide ambientali, sociali ed economiche del futuro.

AZIONI

Promuovere e ampliare la diffusione di Futura Platform.

TARGET

Individuare un nuovo partner che aiuti a diffondere la Futura Platform.
Sviluppare una struttura di comunicazione online che ne valorizzi i benefici. Questo potrà includere la creazione di un sito web dedicato e/o di una pagina social.

AZIONI

Estendere l'influenza online nel settore dell'innovazione sostenibile.

TARGET

Creare la figura di tre Ambassador che, attraverso i loro profili LinkedIn, promuovano i valori di Baker Tilly Hydra SB e diffondano una cultura ESG.
Realizzare almeno otto eventi online su tematiche di sostenibilità, anche con partner di settore.

AZIONI

Avviare progetti dedicati alla next generation.

TARGET

Collaborare con un partner che opera a favore della next generation.

OBIETTIVO DI BENEFICIO COMUNE 3

Collaborazione e la sinergia con organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello delle società, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato.

GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE DI BAKER TILLY HIDRA SB

Realizzare collaborazioni rappresenta una modalità di diffusione della cultura della sostenibilità per poterla rendere fruibile a tutta la comunità accelerando il percorso di sensibilizzazione e consapevolezza verso tali tematiche.

Stringere partnership costituisce un'efficace strategia per testare e promuovere pratiche sostenibili, nonché per condividere obiettivi e visioni in ottica presente e futura. Costituire alleanze con enti non profit, università, fondazioni e centri di ricerca è cruciale per lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi destinati al mercato e, al contempo, risulta essere un veicolo di diffusione e applicazione di modelli di business sostenibili. Tramite collaborazioni con il territorio locale e i propri stakeholders, Baker Tilly Hydra SB intensifica l'impatto delle azioni intraprese valorizzando le persone e il contesto in cui si opera.

③ Obiettivi 2024

Nel 2024, con l'obiettivo di rafforzare le sinergie con il territorio e contribuire concretamente al lavoro di organizzazioni non profit, fondazioni e realtà locali, abbiamo sostenuto e promosso diverse iniziative volte a generare un impatto positivo sulla comunità.

Tra le attività svolte, si segnala l'incontro organizzato in collaborazione con Confindustria Udine sul tema della Diversity & Inclusion, intitolato "Sfide e opportunità: navigare i rischi d'impresa per promuovere la parità di genere". Era stato ipotizzato un ulteriore progetto formativo con lo stesso partner, che tuttavia non si è potuto realizzare per motivi indipendenti sia da Baker Tilly Hidra SB sia da Confindustria Udine.

Accanto a questa iniziativa formativa, abbiamo preso parte a diverse attività a supporto delle realtà locali. Tra queste, spicca la nostra adesione al Cumulus Talent Camp, promosso dall'Accademia ISIA di Pordenone nell'ambito della Pordenone Design Week. In questa occasione, abbiamo contribuito a un

approfondimento sul ruolo del design nelle società complesse, offrendo spunti di riflessione su sostenibilità e innovazione nei processi progettuali.

Un altro momento significativo è stato il nostro contributo all'organizzazione di Pordenone Legge, attraverso una sponsorizzazione.

In particolare, abbiamo scelto di supportare Matteo Bordone, autore de "L'invenzione del Boomer", il cui intervento ha stimolato un confronto sulle dinamiche generazionali con uno sguardo critico e ironico, dando vita a un dibattito aperto su un tema di grande attualità.

Questa sponsorizzazione si inserisce perfettamente nella nostra visione orientata alla promozione della dimensione sociale all'interno dei principi ESG.





Nel nostro percorso di sostegno alle iniziative locali, abbiamo contribuito attivamente all'organizzazione di Pordenone Pensa, una rassegna di idee e di eventi di grande rilevanza per il territorio. Questa occasione ci ha permesso di unire due momenti significativi: la celebrazione del quinto anniversario di Baker Tilly Hidra SB e la collaborazione con l'associazione Still I Rise, organizzazione umanitaria fondata nel 2018 per portare educazione d'eccellenza ai bambini profughi e vulnerabili nel mondo. Abbiamo trasformato i nostri spazi in una mostra d'arte dedicata a Still I Rise, offrendo così una vetrina alla loro missione e sensibilizzando il pubblico su tematiche sociali fondamentali. Durante il periodo della mostra, abbiamo organizzato la nostra festa di compleanno, coinvolgendo clienti e stakeholder in un evento che ha coniugato la promozione del territorio, grazie a Pordenone Pensa, e l'impegno sociale, attraverso il sostegno a Still I Rise. L'evento è stato arricchito da una conferenza, organizzata in collaborazione

con Pordenone Pensa, durante la quale Giulia Cicoli, Cofondatrice di Still I Rise, affiancata da un moderatore dell'evento, ha raccontato i valori e le azioni dell'associazione.

Questa iniziativa ha permesso di diffondere un messaggio di consapevolezza e solidarietà, perfettamente in linea con la nostra visione di impresa orientata al beneficio comune.

Attraverso questo progetto, abbiamo creato un ponte tra cultura, impresa e impatto sociale, confermando il nostro impegno nel generare valore per la comunità e contribuire a un futuro più sostenibile e inclusivo.

Infine, abbiamo partecipato alla PnThlon per supportare Fondazione Telethon, impegnata nella ricerca sulle malattie genetiche rare, in particolare quelle pediatriche. Questa iniziativa ha rappresentato un'ulteriore occasione per promuovere la solidarietà e il coinvolgimento attivo della comunità nel sostenere cause di valore sociale.





AZIONI

Attivazione di partnership con enti e istituzioni locali.

TARGET

Realizzazione di almeno quattro incontri con partner qualificati sulle differenti tematiche della D&I (Diversity & Inclusion).

RISULTATI

Nel 2024 abbiamo organizzato un incontro con Confindustria Udine sul tema della Diversity & Inclusion e abbiamo contribuito attivamente alla vita culturale e sociale del territorio, partecipando e promuovendo eventi di rilievo come Pordenone Legge, Pordenone Pensa, la Design Week di Pordenone e PnThlon.

3 Obiettivi 2025

Nel corso del 2025 continueremo il nostro impegno nel supporto alla comunità locale, contribuendo ad amplificare l'impatto positivo di organizzazioni non profit, fondazioni e altre realtà attive sul territorio.

GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE DI BAKER TILLY HIDRA SB

In quest'ottica, ci proponiamo di rafforzare le partnership con istituzioni, enti locali e associazioni, creando sinergie che ci permettano di sviluppare iniziative concrete a favore della sostenibilità e dell'inclusione sociale. L'obiettivo è non solo sostenere le attività già avviate, ma anche promuovere nuovi eventi e progetti capaci di sensibilizzare il pubblico su tematiche di valore, generando un impatto duraturo e misurabile.

Proseguiamo il nostro percorso di sostegno alla cultura e alla formazione, con particolare attenzione alla diffusione dei principi ESG e dei modelli di business rigenerativi. Ci impegniamo a valorizzare il ruolo del design, della tecnologia e dell'innovazione come strumenti di

trasformazione sociale, attraverso la partecipazione a iniziative culturali, conferenze e collaborazioni con il mondo accademico.

Infine, cercheremo di consolidare il nostro coinvolgimento in progetti di solidarietà, attraverso il supporto attivo a campagne benefiche e attività di raccolta fondi per cause sociali di rilevanza nazionale e internazionale.

Con questi obiettivi, Baker Tilly Hidra SB punta a rafforzare ulteriormente la propria identità di impresa responsabile e sostenibile, in grado di generare valore non solo per il proprio business, ma anche per la società e il territorio in cui opera.

AZIONI

Sostenere iniziative a favore della comunità locale attraverso la collaborazione con organizzazioni non profit, fondazioni e altre realtà impegnate nel sociale.

TARGET

Supportare almeno 6 iniziative locali a supporto della comunità e per promuovere una cultura di sostenibilità.



Che cos'è la certificazione B Corp e il B Impact Assessment

La certificazione B Corp è un riconoscimento che valuta l'impatto sociale e ambientale di un'azienda, considerando non solo il modello di business, ma anche aspetti chiave come governance, comunità, lavoratori, ambiente e clienti.

Per ottenere questa certificazione, un'impresa deve sottoporsi al B Impact Assessment, un'analisi approfondita delle proprie performance ESG, sviluppata dall'ente indipendente B Lab. Il questionario valuta diversi indicatori e assegna un punteggio: per ottenere la certificazione, l'azienda deve raggiungere almeno 80 punti su 200.

La certificazione B Corp è accessibile a tutte le organizzazioni for profit, indipendentemente dalla loro forma giuridica, purché dimostrino di operare secondo standard elevati di sostenibilità e responsabilità. Le aziende che ottengono questa certificazione entrano a far parte di un movimento globale che promuove un modello di business più evoluto, basato sulla creazione di valore condiviso e su un impatto positivo per la società e l'ambiente.

Non bisogna confondere le B Corp con le Società Benefit, in quanto sono due concetti diversi seppur complementari. Mentre la B Corp è una certificazione riconosciuta a livello internazionale che valuta l'impatto dell'azienda, la Società Benefit è una forma giuridica che vincola l'impresa a perseguire obiettivi di beneficio comune in modo strutturale e permanente. Un'azienda può essere sia una B Corp certificata che una Società Benefit, ma una non esclude l'altra seppur B Lab richieda alle B Corp di adeguare il proprio statuto per includere l'impegno formale alla creazione di un impatto positivo.

A questo riguardo, Baker Tilly Hydra SB nasce nel 2019 come Società Benefit e nel 2022 affianca a questo impegno anche la certificazione come B Corp.



Valutazione di impatto secondo B Impact Assessment

Nel contesto della certificazione B Corp, utilizziamo lo strumento del B Impact Assessment per misurare il nostro impatto su ambiente e società. Questo strumento misura le prestazioni ESG delle organizzazioni sotto 5 profili:

GOVERNANCE

Si esamina l'approccio dell'azienda nel perseguire i suoi obiettivi di beneficio comune valutando la trasparenza e la responsabilità verso società e gli stakeholder.

LAVORATORI

Vengono valutati vari aspetti della relazione con dipendenti e collaboratori, inclusi salari e benefit, opportunità di formazione e sviluppo professionale, qualità dell'ambiente lavorativo, comunicazione interna, flessibilità lavorativa e sicurezza sul lavoro.

COMUNITÀ

È essenziale per una Società Benefit contribuire allo sviluppo delle comunità locali e valorizzare il territorio in cui opera, attraverso iniziative di supporto alla catena di fornitura locale, volontariato, donazioni e attività socioculturali.

AMBIENTE

La tutela ambientale è cruciale e comprende la gestione dell'impronta ecologica dell'azienda, l'uso efficiente di energia, risorse e materie prime e l'ottimizzazione dei processi produttivi, logistici e di distribuzione.

CLIENTI

La relazione con i clienti si riflette nella qualità dei prodotti e dei servizi offerti, nel marketing etico, nella protezione della privacy e dei dati e nella gestione dei feedback dei clienti.

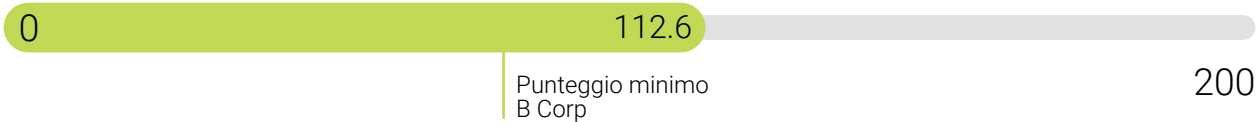


Nel prospetto seguente viene riportata la sintesi dell'impatto generato da Baker Tilly Hydra SB per l'anno 2023 e calcolato usando il B Impact Assessment.

Il punteggio ottenuto, espresso su una scala da 0 a 200, è pari a 112.6. Tale score, certificato da B-Lab, è rimasto invariato in quanto la prossima data di ricertificazione è prevista per il 19 dicembre 2025.

VALUTAZIONE DI IMPATTO SECONDO B IMPACT ASSESSMENT

	Domande risposte	Punteggio generale
Governance	21/21	21.2
Lavoratori	41/41	30.4
Comunità	29/29	20.6
Ambiente	30/30	9.9
Clienti	20/20	30.4
DATA DI CERTIFICAZIONE	DATA DI RICERTIFICAZIONE	PUNTEGGIO TOTALE
DICEMBRE 19, 2022	DICEMBRE 19, 2025	112.6





Relazione d'impatto 2024
bakertillyhidrasb.it