



## RELAZIONE DI IMPATTO 2022

## **La nostra vision**

*Promuovere ecosistemi in cui le persone possano esprimere le proprie potenzialità, contribuendo al benessere dei singoli, dell'organizzazione e della comunità.*

## Chi siamo

Wise~ing è nata da un'intenzione generatrice delle fondatrici: quella di creare una impresa di consulenza aziendale e manageriale in grado di promuovere ecosistemi in cui le persone possano esprimere le proprie potenzialità, contribuendo al benessere dei singoli, dell'organizzazione e della comunità.

Wise~ing si è costituita a maggio 2021 e nasce dalle storie professionali delle quattro fondatrici e dalla storia imprenditoriale della società di cui è spin off, IPI – Ingegneria per l'industria, la cui attenzione verso le persone e i processi di lavoro etici e certificati ha permesso di sperimentare in prima battuta l'approccio e gli strumenti che stiamo utilizzando con i nostri clienti.

Da queste intenzioni e premesse alla scelta di costituirsi come Società Benefit il passo è stato brevissimo e naturale, fin dalla scelta del nostro nome e acronimo che è anche il nostro DNA:

- WISE evoca l'agire con efficacia e saggezza, per aiutare le aziende nostre clienti a sviluppare con il proprio business benessere per tutti i portatori di interesse che fanno capo all'azienda, dagli azionisti, ai lavoratori, ai clienti, ai fornitori, alle comunità locali e ai territori riferimento di WISE~ing.
- La 'ing' sta per ingegneria: approccio, percorsi trasformativi Human Centred e processi strutturati grazie alla sinergia di WISE con IPI- Ingegneria per l'Industria, ma anche processo, divenire, porre efficacemente in relazione le persone con le sollecitazioni al cambiamento, mettendo al centro i bisogni di tutti gli stakeholders nel co-creare l'evoluzione desiderata.

In Italia infatti dal 2016 grazie all'entrata in vigore della Legge 208 (commi 376-383 e allegati 4 – 5) è possibile utilizzare una nuova forma giuridica di impresa, la Società Benefit, per le imprese che *"nell'esercizio di una 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 ed altri portatori di interesse"*.

La scelta di essere Società Benefit per Wise~ing è una scelta identitaria, che definisce il perimetro delle nostre azioni e la direzione dei nostri obiettivi: una dichiarazione di impegno futuro e di trasparenza, con l'intento di produrre valore complessivo e in ogni momento, attraverso il valore prodotto in ogni atto della vita aziendale.



# I NOSTRI OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE

## Le finalità statutarie di Beneficio Comune:

- a) **WELLBEING (BENESSERE):** Realizzare soluzioni che soddisfino i bisogni di sostenibilità, di benessere ed evoluzione degli ecosistemi umani e organizzativi con cui si troverà ad operare, proponendo a clienti e partner soluzioni che permettano un utilizzo ragionevole e sostenibile delle risorse, sia quelle materiali che quelle richieste alle persone coinvolte nei progetti, e prestando attenzione nella realizzazione agli impatti sull'organizzazione, sulle persone, sugli stakeholders tutti e sulle comunità di riferimento delle soluzioni proposte.
- b) **INNOVATION (INNOVAZIONE)** Progettare e realizzare i propri prodotti / servizi innovativi generativi di benessere in senso ampio diretto e indiretto per tutti i soggetti dell'ecosistema, in modo da produrre risultati significativamente migliori per ciascun elemento dell'ecosistema, producendo benessere e generatività per tutti e permettendo al cliente di godere di un beneficio diretto o indiretto attraverso l'utilizzo di tecnologie e metodi centrati sul valore della vita e del benessere organizzativo, ambientale e della persona.
- c) **SOCIETY (RESPONSABILITA' SOCIALE)** Diffondere tra i propri clienti e partner l'assunzione di responsabilità come generatore sano di condotte di sviluppo sostenibili e di contributo incondizionato al servizio dell'ecosistema.
- d) **ECOSYSTEM (ECOSISTEMA)** Ricercare la collaborazione e la sinergia con organizzazioni Profit e non profit, fondazioni, Università e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società, per contribuire a progetti che abbiano come proposito l'evoluzione e il benessere di individui, organizzazioni e comunità

Crediamo che il beneficio comune promuova un'evoluzione aziendale sostenibile e che si realizzi nell'integrazione delle strategie di business con le pratiche aziendali di:



**Attenzione  
al benessere**  
*(Well-being)*



**Bellezza e  
Innovazione**  
*(Innovation)*



**Responsabilità  
sociale**  
*(Society)*



**Interconnessione  
con l'ambiente e  
l'ecosistema**  
*(Ecosystem)*



# Il nostro modello di riferimento per valutare e rendicontare

*fondazione*

**BUON LAVORO**

## La visione di fondo – Il modello della Buona Impresa

Nel 2021 ci siamo ‘imbattute’ in un modello di impresa che ci è subito sembrato molto coerente con le nostre intenzioni e i nostri valori, il Modello della Buona Impresa promosso dalla Fondazione Buon Lavoro ([www.fondazionebuonlavoro.it](http://www.fondazionebuonlavoro.it)):

“Lavoro, Prodotto e Profitto rappresentano, nella loro accezione più ampia, i tre pilastri attorno ai quali si sviluppa l’attività d’impresa. Nell’ambito di ciascuno di questi pilastri si configura naturalmente una relazione con gli stakeholder diretti: Collaboratori, Clienti e Investitori. Basta questa sua essenza a caratterizzare l’impresa come rilevante attore sociale: ciascuno di noi utilizza prodotti o servizi offerti dalle imprese, dei quali non saprebbe più come fare a meno; molti di noi lavorano per o con un’impresa; tutti coloro che non tengono i loro risparmi sotto il materasso sono anche, direttamente o indirettamente, investitori.

Se questa è l’essenza dell’impresa, occorre poi riconoscere che essa è un sistema complesso, che di fatto interagisce, anche se indirettamente, con tutti gli altri elementi di quel ben più complesso sistema che è la società, incidendo sul suo sviluppo in senso positivo o negativo. E interagisce, molto direttamente, con il pianeta che abitiamo, consumando e trasformando le risorse che esso ci mette a disposizione in modo finito.

Essenzialmente, l’impresa crea valore, più o meno condiviso con la società, e inevitabilmente, consuma risorse, in modo più o meno responsabile.

Tutto questo delinea la natura dell’impresa e il suo ruolo nella società, e siccome ad ogni ruolo corrisponde una responsabilità, di questo le dobbiamo chiedere conto e per questo la dobbiamo valutare.”

## Manifesto della Buona Impresa

*La Buona Impresa, interpretando in modo coscienzioso e responsabile la natura stessa dell'impresa, definisce la propria finalità attraverso una visione sistemica.*

*Come impresa, persegue un triplice scopo, ricercando – con cura e responsabilità – la sinergia tra tre tipologie di obiettivi: il successo dei propri prodotti o servizi, la creazione e organizzazione di buona occupazione, la creazione di valore economico. Applicando tale visione, nessuno dei tre risultati è puramente strumentale, ma si qualifica in quanto deriva dagli altri due e a sua volta li influenza positivamente.*

*Come attore sociale, fa leva sulla coincidenza di interessi con gli stakeholder, perseguendo al tempo stesso il proprio scopo di lungo periodo e la creazione di valore per il contesto, consapevole che dallo stesso fare impresa deriva un rilevante impatto sociale: offrire prodotti e servizi che rispondono a bisogni della società, favorendone sviluppo e benessere; creare occupazione e occasione di soddisfazione professionale per le persone; condividere valore economico.*

*La Buona Impresa considera un prerequisito imprescindibile l'impegno a gestire in modo responsabile e sostenibile tutte le ricadute che l'attività d'impresa ha sulla comunità e sull'ambiente, monitorando e riducendo eventuali effetti negativi.*

*Infine, essa comunica con trasparenza il senso del proprio agire, per favorire la partecipazione al proprio interno e il riconoscimento e la fiducia da parte del contesto.*

*Infine, essa si impegna a comunicare con trasparenza il senso del proprio agire, per favorire la partecipazione al proprio interno e il riconoscimento e la fiducia da parte del contesto.*

\* \* \*

*Così, perseguendo in modo responsabile i propri fini,  
ricercando coscienziosamente il proprio bene,  
la Buona Impresa produce al tempo stesso il bene del contesto in cui è inserita.*

Abbiamo deciso di adottarlo come nostro modello valoriale di Società Benefit e abbiamo aderito al Manifesto della Buona Impresa. Anche nel 2022 lo abbiamo utilizzato come riferimento per improntare le nostre attività e i nostri processi, e come strumento di valutazione e rendicontazione della nostra capacità di produrre valore e beneficio comune per la società.

Gli impegni per il beneficio comune non si aggiungono semplicemente a quelli di lucro e redditività, ma fanno invece parte integrante della nostra visione di impresa: produrre risultati e valore per tutti gli stakeholder, in modo duraturo e sostenibile dal punto di vista sociale, economico e ambientale.



## La Buona Impresa per Wise~ing

Declinare i principi della Buona Impresa significa quindi per noi operare sulla base dei suoi 3 pilastri:

-  • **Buon Prodotto:** offrire ai nostri clienti soluzioni e servizi che li aiutino a muoversi nella direzione della Buona Impresa e della sostenibilità, contribuendo alla creazione di benessere e valore per tutti: clienti, fornitori, lavoratori, società e ambiente
-  • **Buon Lavoro:** sviluppare e garantire processi di lavoro efficaci e coerenti che aiutino le persone a dare il meglio di sé e a contribuire in modo attivo e coerente con le proprie capacità e le proprie aspirazioni, utilizzando strumenti e tecnologie in modo che la persona sia sempre al centro
-  • **Valore reddituale:** produrre valore economico per i soci, i lavoratori, i clienti, perseguendo una redditività di lungo periodo e una giusta remunerazione del lavoro e dell'impegno

Nella stesura di questo Rapporto abbiamo quindi utilizzato il modello e lo strumento di valutazione ad esso collegato, il SABI, per dar conto dei nostri risultati del 2022 termini di produzione di valore e di perseguimento di sostenibilità.

## SABI – Lo strumento della Buona Impresa

Anche nel 2022 abbiamo utilizzato come strumento di autovalutazione del nostro impatto il SABI, lo strumento sviluppato nell'ambito del Modello della Buona Impresa dalla Fondazione Buon Lavoro. E' uno strumento di autovalutazione nato nel 2020 di cui abbiamo utilizzato la nuova release dell'inizio 2022.

L'obiettivo di SABI non è quello di dare una valutazione numerica oggettiva, ma di guidare a una Valutazione della creazione di valore in tutte le attività ordinarie che l'impresa svolge.

Ciò che rende questa valutazione più sistemica e dialogica sono i punti di vista degli stakeholder, raccolti attraverso questionari differenziati per le diverse tipologie di stakeholder, la cui elaborazione viene messa a confronto con le valutazioni dell'azienda e viene rappresentata nel report complessivo d'impatto.

Abbiamo raccolto il punto di vista degli stakeholder sulle Dimensioni di materialità e sugli elementi di impatto della Buona Impresa attraverso la somministrazione di questionari a:

- 7 Clienti
- 5 Collaboratori
- 7 Fornitori
- 6 Soci

La rilevazione è avvenuta a inizio 2022 chiedendo di fare riferimento al 2021: l'obiettivo per il 2022 è quello di chiedere di compilare la survey a clienti, fornitori e lavoratori alla fine di ogni progetto, per raccogliere le opinioni in modo più dettagliato e articolato.

## Mapa della materialità – elementi rilevanti per Wise~ing e per gli Stakeholder

Pilastri	Finalità	Valore
<b>Buoni prodotti/servizi</b>	<p>Qualità dell'offerta</p> <p>Qualità del prodotto</p> <p>Qualità relazione coi clienti</p> <p>Rapporto qualità/prezzo</p>	<p>Contributo a clienti e società</p> <p>Innovazione di prodotto</p> <p>Prodotti e servizi sostenibili</p>
<b>Buon Lavoro</b>	<p>Impegno contrattuale e welfare</p> <p>Qualità dei rapporti coi fornitori</p> <p>Welfare aziendale e benefit</p>	<p>Sviluppo individuale e partecipazione</p> <p>Coerenza ruolo-persona</p> <p>Chiarezza organizzativa</p> <p>Relazioni e collaborazioni</p> <p>Riconoscimento</p> <p>Valorizzazione delle differenze</p>
<b>Valore economico</b>	<p>Equilibrio reddituale</p> <p>Fatturato</p> <p>Redditività</p> <p>Solvibilità</p>	<p>Equa ripartizione del valore generato</p> <p>Condivisione con I lavoratori</p> <p>Politiche di prezzo</p> <p>Reinvestimento degli utili</p>



# Governance e processi strategici

## Assetto societario

La nascita di Wise~ing è avvenuta fin da subito in una logica di condivisione e trasparenza, attraverso un processo di condivisione e di co-creazione che ha coinvolto le socie fondatrici e i soci di IPI. Gli intenti e le strategie di Wise~ing sono stati condivisi e discussi con IPI, che a sua volta ha coinvolto Wise~ing nei suoi processi evolutivi e trasformativi.

Nel 2022 IPI ha continuato a svolgere un ruolo di 'incubatore di impresa', impegnandosi non solo a finanziare Wise~ing attraverso l'acquisto di alcuni servizi ma anche offrendo supporto nell'ambito del controllo di gestione e della gestione della contabilità, mettendo a disposizione competenze e strumenti. IPI finanzia così direttamente alcuni dei costi che Wise~ing sostiene, e indirettamente attraverso l'offerta di servizi e consulenza.

La socia che ricopre il ruolo di Amministratrice Delegata era dipendente di IPI è diventata l'unica dipendente di Wise~ing.



## Strumenti di gestione e decisione

Nel corso del 2022 abbiamo continuato ad implementare strumenti di decisione e di gestione:

### Piano strategico

Abbiamo confermato e rafforzato la strategia del 2021:

- Scelta di posizionarci come società di consulenza che si rivolge alle PMI interessate a processi di innovazione e cambiamento improntati alla sostenibilità economica, sociale e ambientale e a promuovere una idea di azienda improntata allo sviluppo del bene comune e del benessere globale. Gran parte del tessuto industriale italiano è fatto da imprese medio piccole, e pensiamo che sia indispensabile rivolgersi a loro per favorire un cambiamento di atteggiamento e di pratiche rispetto al fare impresa
- Scelta di promuovere e sperimentare un utilizzo di soluzioni tecnologiche abilitanti e facilitanti il lavoro delle persone, Human Centred. L'uso di soluzioni tecnologiche è diventato pervasivo, e spesso visto di per sé come una buona soluzione, mentre è importante che sia al servizio delle intenzioni e della dimensione umana e etica del lavoro.
- Scelta di utilizzare prodotti e soluzioni evidence based, e di promuovere una cultura evidence based nelle imprese. Utilizzare strumenti e modelli sperimentati, o sperimentarne l'uso raccogliendo dati sulla loro efficacia e utilità.
- Promuovere partnership con altre società con gli stessi orientamenti valoriali portatrici di competenze e esperienze in grado di aggiungere valore ai nostri prodotti e completare la nostra gamma di offerta, in una logica di reciprocità e vantaggio comune e di co-costruzione delle soluzioni

## Obiettivi strategici e Obiettivi di beneficio comune

Abbiamo declinato gli obiettivi strategici in coerenza ai nostri obiettivi di beneficio comune:



**Attenzione  
al benessere**  
*(Well-being)*

Sostenibilità  
Benessere  
Evoluzione  
Impatti sistemici - su tutti gli stakeholder



**Bellezza e  
Innovazione**  
*(Innovation)*

Prodotti e servizi generativi di benessere per tutti  
Utilizzo di tecnologie e metodi centrati sul valore della vita e a centralità delle persone



**Responsabilità sociale**  
*(Society)*

Clienti e Partner producono beneficio per la collettività con condotte responsabili  
Sviluppo Sostenibile



**Interconnessione  
con l'ambiente e  
l'ecosistema**  
*(Ecosystem)*

Ricerca collaborazione e sinergia con forprofit / nonprofit / università con lo stesso Purpose per impatti di benessere e sostenibilità

## Piano dell'offerta

Abbiamo continuato a sviluppare le nostre tre linee di prodotti/servizi:

- **Academy** – sviluppo delle capability della persona.

Rendere le persone, con i loro valori e le loro emozioni, agenti attivi di cambiamento nei contesti organizzativi, attraverso la progettazione e la realizzazione di programmi finalizzati allo sviluppo e all'integrazione di nuove conoscenze, skills, ed esperienze.

- **Human e Digital Experience** - Facilitare l'evoluzione dell'organizzazione con le **persone e la tecnologia**.

Supportare le aziende in un percorso di Digital Transformation sostenibile e su misura, che colga le opportunità di Industry 4.0 per accompagnare verso un futuro desiderabile. Potenziare la capacità di cooperazione delle persone e ottimizzare i processi di lavoro con metodologie e tecnologie inclusive ad alto impatto.

- **Wellbeing** - Promuovere la cultura del benessere per generare valore individuale, organizzativo e sociale nel lungo periodo

Supportare, attraverso il disegno e la realizzazione di pratiche organizzative la costruzione di un ambiente lavorativo (sociale e fisico) positivo, inclusivo e generativo. Creare le condizioni affinché le persone possano contribuire agli scopi e ai risultati dell'organizzazione, coltivando opportunità di crescita, apprendimento e benessere. Promuovere il benessere complessivo della persona e della sostenibilità organizzativa in senso ampio.



## Piano di Marketing e comunicazione

- Abbiamo proseguito l'azione di sviluppo di una strategia e un piano di comunicazione per supportare la reputazione e la conoscenza del nostro brand e anche per diffondere i valori delle società Benefit, della Buona Impresa e del Benessere organizzativo.
- Abbiamo attivato una collaborazione con una Social Media Manager che ci ha aiutato a comunicare in modo strutturato e funzionale, individuando modalità, strumenti e caratteristiche distintive della nostra comunicazione.
- Abbiamo pubblicato contenuti sulla nostra pagina LinkedIn due volte alla settimana, contenuti, interviste, dirette streaming, articoli, aumentando il numero dei followers della pagina del 34% in un anno.
- Abbiamo realizzato il nostro sito Web con il suo blog sul quale sono disponibili gli articoli scritti dalle socie

## Forecasting e Piano Economico

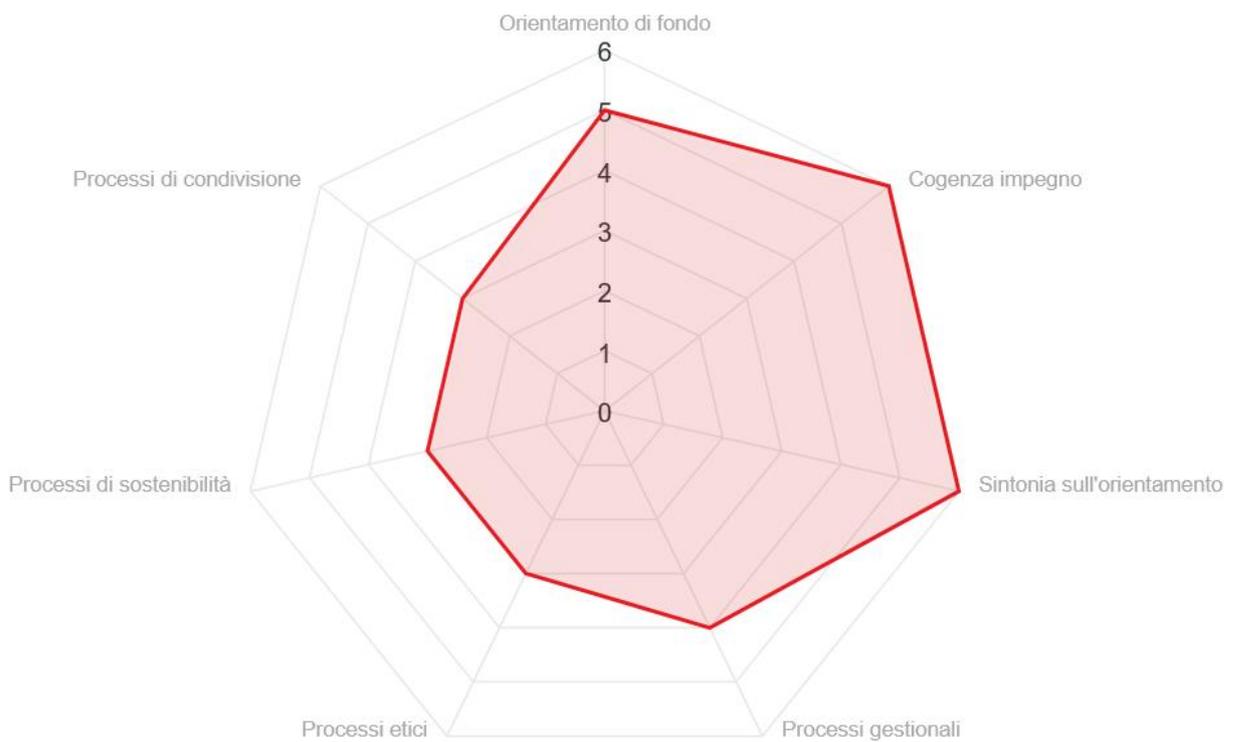
Abbiamo continuato ad utilizzare il sistema di definizione e monitoraggio del budget e di controllo di gestione

## Processi operativi

Continuiamo ad essere un'azienda diffusa e agile, che lavora a distanza sia al proprio interno che con i clienti per la maggior parte delle attività. Abbiamo rafforzato l'utilizzo di strumenti e tecnologie che facilitino la condivisione di informazioni in ogni momento e in ogni luogo e il lavoro e la collaborazione a distanza, nella massima trasparenza. Non avendo una sede fisica, lo spazio virtuale è il nostro spazio di lavoro, abbiamo utilizzato gli incontri in persona ogniqualvolta abbiamo sentito l'esigenza di uno scambio più continuativo e generativo, in occasioni predeterminate.



## Autovalutazione di Governance e Processi Strategici



Orientamento di Fondo alla Buona Impresa, Cogenza del nostro impegno e Sintonia sull'orientamento continuano ad essere i nostri 'fari'.

Tuttavia l'impegno che abbiamo messo nel miglioramento dei processi gestionali è andato forse a discapito dei processi di sostenibilità e di condivisione.

Nel 2023 vogliamo migliorare nella implementazione dei Processi etici e di Condivisione.

## Strumenti di gestione e decisione - Obiettivi 2023

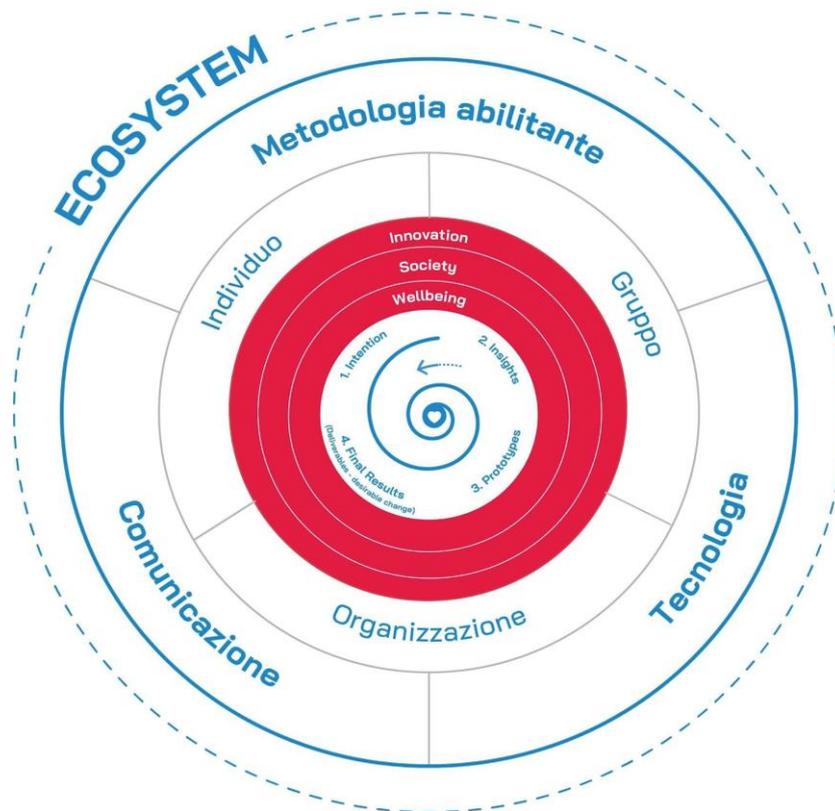
- Valutare l'efficacia della strategia
- Rafforzare l'offerta e focalizzarla
- Affinare il piano di comunicazione e focalizzare la comunicazione
- Utilizzare il forecasting come strumento di monitoraggio e decisione
- Affinare i processi operativi in modo da facilitare comunicazione, decisione, collaborazione e trasparenza



# Prodotti e Servizi

## Modello di intervento sperimentato

- **Sistemico** - Tiene conto delle molteplici dimensioni di una organizzazione e della loro interdipendenza.
- **Sviluppa soluzioni di intervento situate** - a cui vengono adattati modelli, approcci e casi per poter innescare il processo di evoluzione in risposta ai bisogni di tutti gli stakeholder.
- Propone la **valorizzazione** delle migliori risorse ed esperienze del passato in funzione della costruzione nel presente del futuro che i clienti desiderano realizzare, coinvolgendo il più possibile tutti i livelli organizzativi



## Prodotti e Servizi sviluppati

### Academy:

- **Utilizzo didattico e vendita in ottica strategica e di servizio della Piattaforma «Talent LMS»** di e-social-learning a supporto dei processi di apprendimento e di socializzazione e di contaminazione del know-how.
- **Creazione di un Catalogo Corsi Wiseing** utilizzabile anche nella formazione finanziata (Fondo Nuove Competenze, Fondi Interprofessionali)
- **Messa in trasparenza delle competenze attraverso Digital Badge** - «fotografia digitale» di una competenza, usato per identificare, valorizzare, raccogliere e raccontare le competenze delle persone e certificare le competenze. Partnership con società LutinX e adozione di un modello di Digital Badge blockchain integrato con la piattaforma di apprendimento

### Human e Digital

- **Certificazione di genere:** tutte le socie si sono formate sulla certificazione ed è stato sviluppato un modello di Consulenza per Accompagnamento alla Certificazione ai sensi della PDR UNI 125 utilizzato con diversi clienti
- **Progetti di evoluzione strategiche verso la sostenibilità** organizzativa e operativa:
- **Sviluppo di un modello di Assessment delle capability** applicato in ambito Sales
- **Sviluppo di un modello di consulenza alla revisione dei processi** – Digital Transformation
- **Partnership per l'utilizzo di Tecnologie Immersive in ambito formativo** e di supporto ai processi produttivi e di apprendimento in ambito produttivo – progetto di sviluppo delle competenze trasversali nelle scuole superiori
- **Utilizzo di tecnologie sociali a supporto dello sviluppo territoriale** e imprenditoriale consortile

## Wellbeing

- **Wellbeing Program per Welfare aziendale:** i 4 diversi percorsi di promozione del benessere individuale e aziendale hanno continuato ad essere veicolati attraverso una delle piattaforme di welfare aziendale più usate.

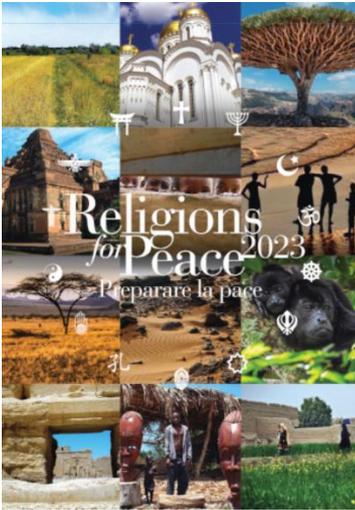
## Supporto a progetti culturali e sociali per promuovere inclusione

### Visionary Women

Nel corso del 2022 siamo state Partner tecniche pro bono del progetto *Visionary Women* di Jill Mathis, una mostra fotografica itinerante che ha documentato il lavoro di 12 donne imprenditrici nella provincia del VCO. Abbiamo facilitato due workshop con studenti delle scuole superiori e curato l'introduzione teorica in occasione delle inaugurazioni di due delle tappe della mostra, occupandoci in una di diversità di genere e nell'altra di certificazione di genere. E' stata per noi una occasione per mettere a disposizione della comunità le nostre competenze e diffondere i valori di inclusione e diversità, collaborando ad un progetto che diffonde benessere e bellezza.



## Calendario di Religions for Peace Italy



Abbiamo sostenuto e collaborato alla realizzazione del calendario 2023 dell'Associazione Religions for Peace Italy, una associazione che promuove una convivenza pacifica e giusta fondata sul rispetto reciproco e su una migliore ripartizione delle risorse della terra, mediante un impegno di educazione alla pace e al dialogo, la diffusione di ideali di fraternità e di riconciliazione, la promozione del disarmo e della collaborazione fra i popoli. La sua specificità è quella di perseguire tali fini utilizzando i mezzi spirituali propri delle religioni in una ottica di multireligiosità e dialogo interreligioso.

Abbiamo regalato il calendario ai nostri clienti e fornitori in occasione del Natale.

## Consorzio S. Cesareo



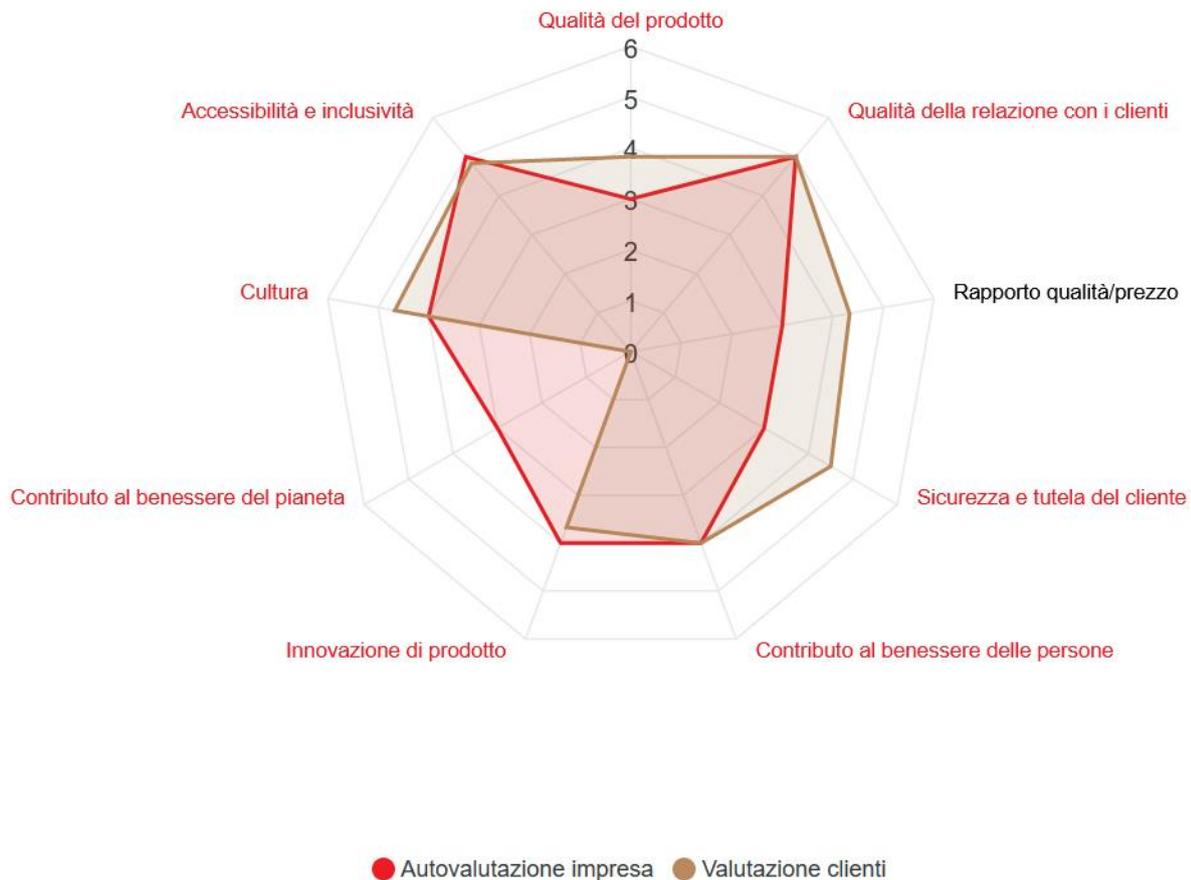
Abbiamo sostenuto l'evoluzione del Consorzio offrendo pro bono la nostra competenza di facilitazione della comunicazione e della produzione di nuove soluzioni di cooperazione e collaborazione tra i diversi attori del Consorzio S. Cesareo.

## Cultura e Valori

Abbiamo aderito ad Assobenefit e partecipato alle iniziative associative.

Abbiamo aderito al gruppo di consulenti che utilizzano il Modello della Buona Impresa e partecipato ad un seminario fondativo del gruppo.

## Prodotti e servizi – la creazione di valore e il punto di vista degli stakeholders



Gli elementi in rosso sono quelli che abbiamo valutato come rilevanti.

Rispetto al 2021, abbiamo considerato rilevante anche il nostro contributo al benessere del pianeta, pensando alle nostre finalità benefit e all’attenzione che diamo nei nostri progetti allo sviluppo di benessere per tutti gli stakeholder, e la sicurezza e tutela del cliente pensando alle dimensioni di riservatezza, tutela dei dati, sicurezza psicologica.

Il valore complessivo creato dal prodotto si è concentrato su alcune variabili: abbiamo migliorato il contributo al benessere delle persone, l'accessibilità e l'inclusività, la qualità della relazione con i clienti, l'innovazione di prodotto, che sono le aree in cui c'è più sintonia di vedute con i nostri stakeholder.

Dobbiamo migliorare la qualità del prodotto e la comunicazione del nostro contributo al benessere del pianeta

## Prodotti e Servizi - Obiettivi 2023

### Academy

- Incrementare la certificazione delle competenze e capability in modo da garantire trasparenza, condivisibilità, certificazione (Digital Badge Blockchain)
- Incrementare l'utilizzo della Piattaforma di Management System per dare più valore all'apprendimento individuale e all'offerta formativa dei clienti – sviluppare ulteriormente e comunicare il nostro approccio di Instructional Design Human Centred.

### HDE

- Incrementare la sperimentazione soluzioni AR-VR a supporto sia dell'offerta di valore della Piattaforma che dei progetti di evoluzione organizzativa
- Rafforzare i servizi a supporto dell'inclusione lavorativa e della valorizzazione delle differenze, con focus sulla consulenza alla certificazione di genere

### Wellbeing

- Promuovere i pacchetti già sviluppati – diffondere la cultura del Wellbeing in azienda

### Cultura e valori

- Collaborare con Università Europea per lo sviluppo di strumenti evidence based di promozione del wellbeing.



# Lavoro e Persone

## Persone

Le socie hanno continuato ad operare nelle **aree di lavoro che erano state individuate come prioritarie nel incrociando le nostre competenze e aspirazioni con le esigenze di Wise~ing:**

- Alessandra Rosicarelli – AD, Sviluppo del Business e delle offerte, Accounting, Project management, Gestione operativa
- Mariarosaria Izzo -Commerciale, D&I
- Claudia Massa – Marketing e Comunicazione, Innovazione
- Francesca Oliva – Identità Benefit e Strumenti di gestione operativa e di produttività

Nel 2022 abbiamo sviluppato l'Ecosistema Wiseing, in una ottica di agilità e sostenibilità.

### Ecosistema Wise~ing

**Sales srl**, in continuità con l'accordo preso nella fase di spin- off, si è occupata della gestione albo fornitori, delle gare e delle attività di fatturazione.

Il **socio** Wise~ing che appartiene anche a IPI ha messo a disposizione le sue competenze nel controllo di gestione.

Nel 2022 abbiamo dato l'opportunità a **3 stagiste** di svolgere la propria esperienza formativa da noi, nell'ambito dell'Instructional Design e del Marketing e comunicazione.

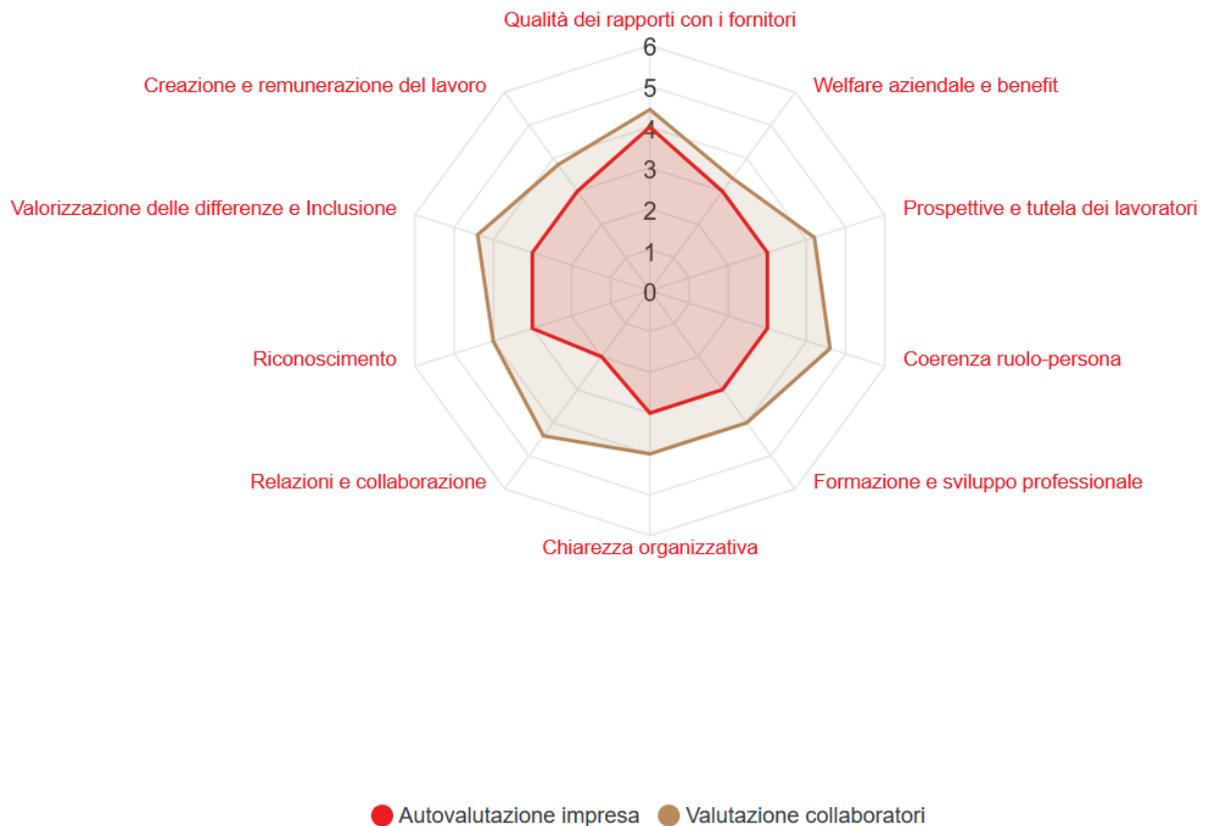
Abbiamo proseguito il rapporto **di partnership valoriale con fornitori e partner tecnologici**, sperimentando alleanze e collaborazioni basate sul coinvolgimento e la coprogettazione intorno a prodotti e a progetti specifici.

Abbiamo continuato a stringere accordi contrattuali esplicitando non solo le condizioni economiche ma anche le dimensioni valoriali e relazionali, sottolineando le reciproche interdipendenze e reciprocità.

## Ecosistema Wise~ing



## Lavoro e Persone – la creazione di valore e il punto di vista degli stakeholders



Nel 2022 le persone hanno apprezzato la nostra capacità di creare relazioni di collaborazione, di valorizzare le differenze, di attribuire ruoli in coerenza con le capacità e attese della persona. La creazione e remunerazione del lavoro insieme al welfare aziendale e alle prospettive offerte ai lavoratori e al loro sviluppo sono invece dei nostri punti di debolezza sui cui continuare a lavorare. Possiamo fare meglio nell’offrire opportunità di formazione e sviluppo professionale, nel riconoscere impegno e contribuzione, e nell’attribuire ruoli e attività coerenti con le competenze e attese delle persone.

## Lavoro e Persone – Obiettivi 2023

- Aumentare il tempo – lavoro delle socie lavoratrici
- Stabilizzare le collaborazioni
- Far crescere le persone e fidelizzarle



# Valore economico

IPI ha continuato a svolgere un ruolo di 'incubatore di impresa', impegnandosi non solo a finanziare Wise~ing attraverso l'acquisto di alcuni servizi ma anche offrendo supporto nell'ambito del controllo di gestione e della gestione della contabilità, mettendo a disposizione competenze e strumenti. IPI finanzia così direttamente alcuni dei costi che Wise~ing sostiene, e indirettamente attraverso l'offerta di servizi e consulenza.

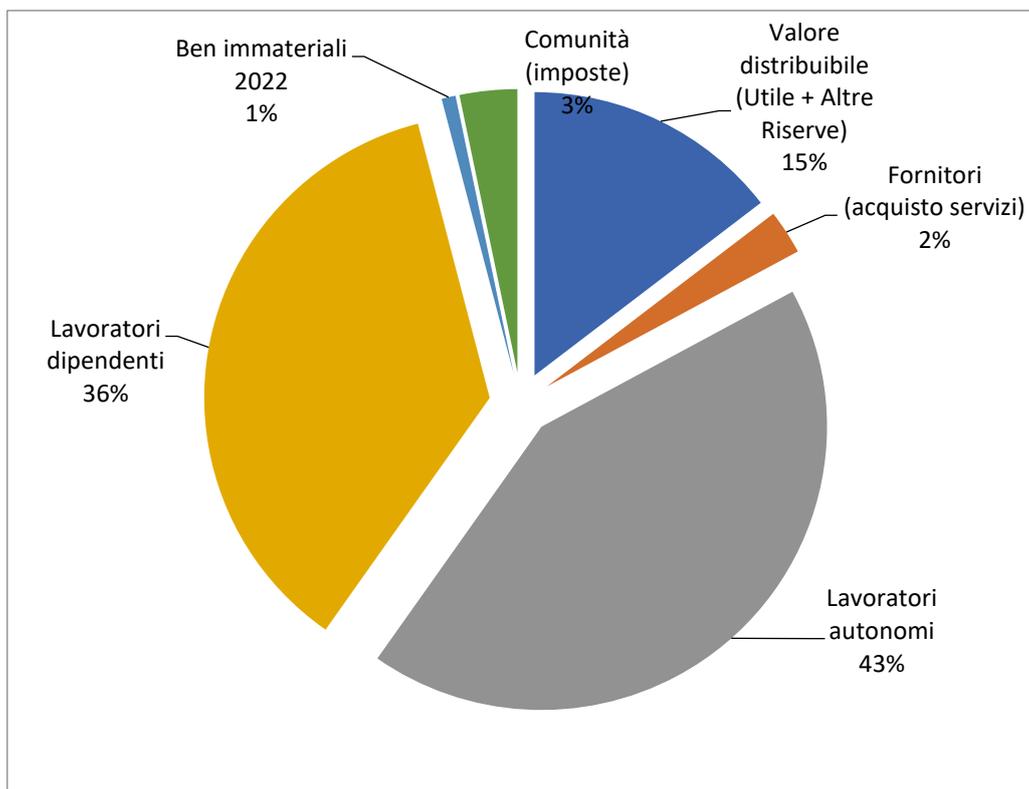
Nel 2022 si è scelto di remunerare il lavoro delle Socie non solo per quanto riguarda le attività di erogazione di servizi, ma anche quelle commerciali e gestionali dedicate allo sviluppo della società. Le Socie hanno comunque scelto di remunerare il loro tempo di lavoro per queste attività a remunerazioni più basse, limitando così i costi di parte delle attività gestionali e commerciali. Complessivamente comunque i costi di produzione che hanno sostenuto l'aumento di fatturato sono complessivamente cresciuti

Il risultato economico del secondo anno di attività è migliorato dal punto di vista del fatturato, ma ha visto una minore redditività rispetto al 2021 :

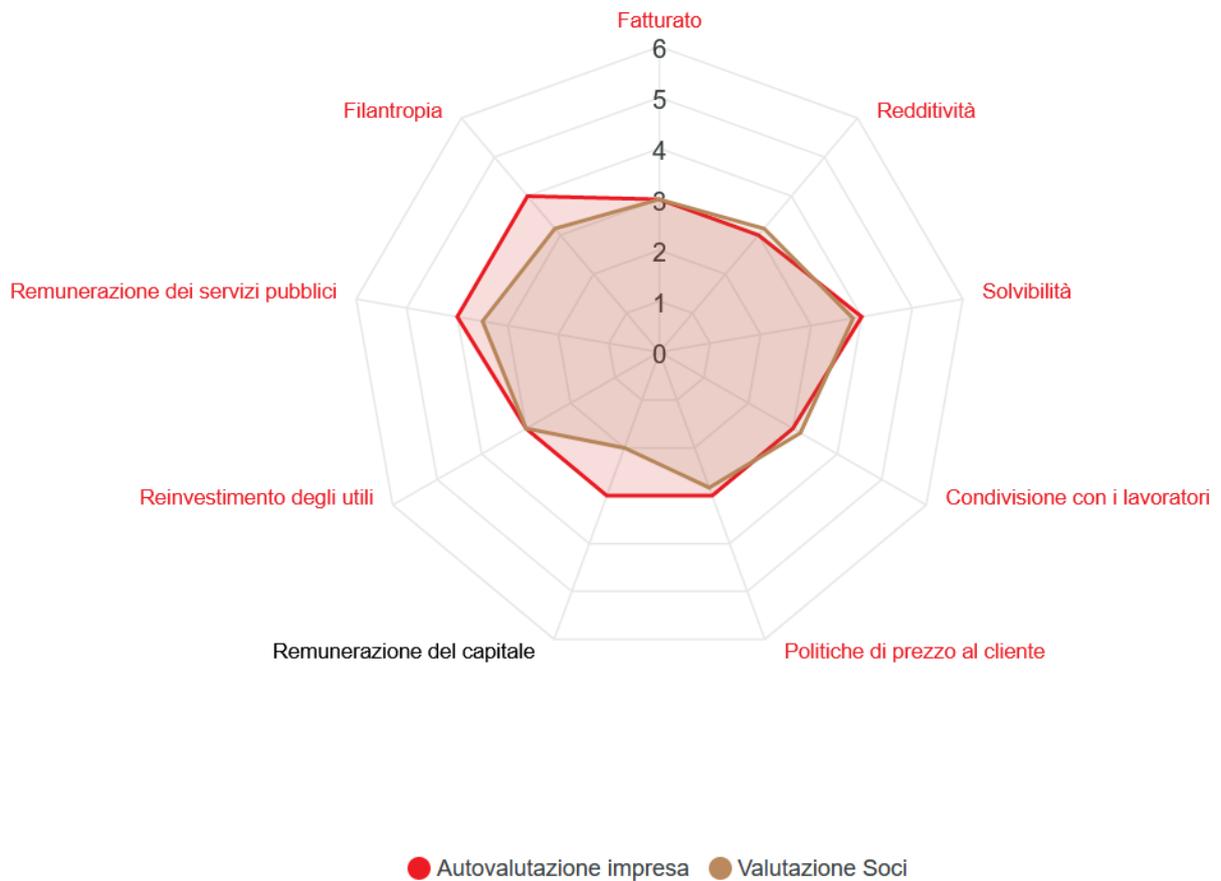
- **Risultato economico:** € 242.967
- **Redditività (Utile rispetto a fatturato):** 8%
- **Solvibilità:** continuano a non esserci debiti a lungo termine

## Valore economico distribuito

Fatturato	242.967,00	
		%
Valore distribuibile (Utile + Altre Riserve)	37.087,42	15
Fornitori (acquisto servizi)	6.425,41	3
Lavoratori autonomi	108.579,95	45
Lavoratori dipendenti	92.140,00	38
Ben immateriali 2022	2.019,00	1
Comunità (imposte)	8.293,00	3



## Valore economico – la creazione di valore e il punto di vista degli stakeholders



I soci hanno valutato positivamente la solvibilità.

Tutte le altre dimensioni sono considerate da migliorare, in particolar modo il fatturato, la redditività, la remunerazione del capitale e il reinvestimento degli utili.

## Valore economico - Obiettivi 2023

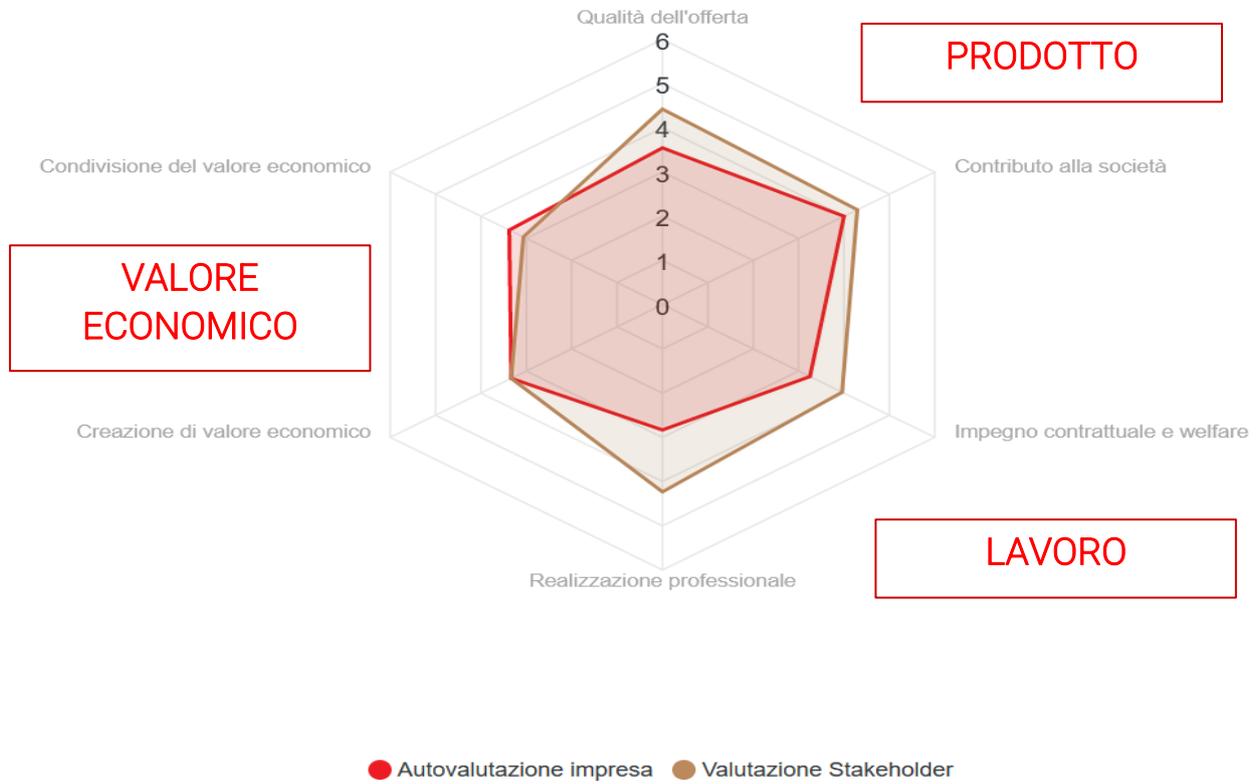
- Ulteriore crescita sostenibile del fatturato
- Miglioramento della redditività
- Miglioramento della remunerazione
- Aumento solidità patrimoniale

## Wise~ing e SDGs

Le attività di Wise~ing perseguono I seguenti Sobiettivi di Sviluppo Sostenibile:

<b>3</b> SALUTE E BENESSERE 	attraverso il prodotto	<b>4</b> ISTRUZIONE DI QUALITÀ 	Formazione e sviluppo professionale attraverso il prodotto
<b>5</b> PARITÀ DI GENERE 	Valorizzazione delle differenze e Inclusione Creazione e remunerazione del lavoro attraverso il prodotto	<b>8</b> LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 	Qualità dei rapporti con i fornitori Prospettive e tutela dei lavoratori Riconoscimento
<b>10</b> RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE 	Qualità dei rapporti con i fornitori Prospettive e tutela dei lavoratori Valorizzazione delle differenze e Inclusione Creazione e remunerazione del lavoro attraverso il prodotto	Solvibilità Creazione e remunerazione del lavoro attraverso il prodotto	

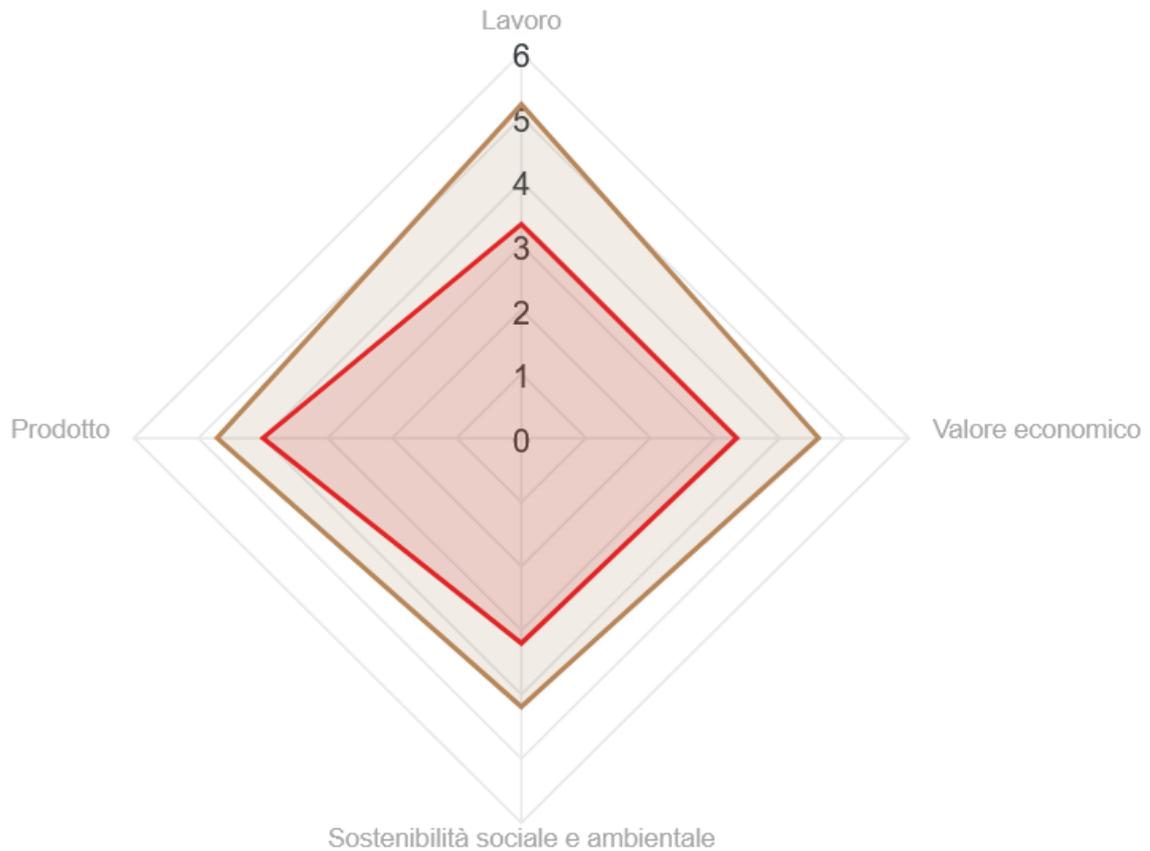
## Creazione di valore in sintesi



Complessivamente il valore prodotto da Wiseing come Buona Impresa è considerato dagli Stakeholder più che accettabile, soprattutto per quanto riguarda il Prodotto e il Lavoro.

Il valore economico, sia dal punto di vista della sua creazione che della condivisione, va migliorato.

## Creazione di valore nel tempo



● Autovalutazione impresa ● Valutazione Stakeholder

Gli stakeholder hanno una visione più ottimistica di noi riguardo la sostenibilità dell'offerta, la sostenibilità organizzativa, e quella economica.

Il loro punto di vista ci fa ben sperare e ci aiuterà a sostenere la nostra creazione di valore nel tempo con più forza e più determinazione.