

**RELAZIONE
DI IMPATTO
2024**

Il nostro Purpose

*«Vogliamo ispirare e abilitare **ecosistemi fiorenti**, in cui ogni individuo possa esprimere appieno il proprio potenziale umano e professionale».*

Attraverso un approccio sistemico, miriamo a promuovere il benessere e la crescita armoniosa delle persone, delle organizzazioni e delle comunità in cui operano, creando un circolo virtuoso di valore condiviso e sviluppo sostenibile con impatto di valore.

CHI SIAMO

WISE~ING nasce con la volontà di essere il partner strategico per aziende, organizzazioni e professionisti che puntano a **trasformazioni sostenibili** e alla **creazione di valore a lungo termine**. Come società di consulenza a Statuto Benefit, *ispiriamo e abilitiamo ecosistemi in cui ogni individuo esprima il proprio potenziale umano e professionale.*



WISE~ING sbrl si è costituita a Maggio 2021 e nasce dalle storie professionali delle fondatrici e dalla storia imprenditoriale della società di cui è spin off, IPI srl– 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 esplicativo del nostro approccio. Rispetto a questo WISE~ING, oltre a contenere gli elementi che abilitano la trasformazione aziendale, è anche l'attitudine virtuosa da cui emerge, l'innesco al movimento evolutivo, ovvero **"to be WISE"**, la saggezza che è correlata alla consapevolezza di voler agire per andare verso la realizzazione del purpose. Ovvero *quel sapere inconsapevole ma profondamente intriso di valore e di valori che guida le scelte e le azioni.*

Le parole del nostro acronimo - **Wellbeing ~ Innovation ~ Society ~ Ecosystem** rappresentano quindi il *cosa abilitare* per raggiungere il Perché, il Purpose, e la **~ING** rappresenta invece il *come poterlo mettere in atto.*

Comprendere il senso di questi elementi valoriali di WISE~ING significa entrare nella sua identità e quindi anticipare il valore che si trasferisce come impegno di impatto.

~ WELLBEING:

Allineamento tra risultati di business allo scopo ultimo ed al bene comune



Tradotto in italiano, significa letteralmente “stare bene”, che nella nostra visione significa avere uno scopo (Purpose), avere una intenzione di impatto sul mondo, attraverso la declinazione dei valori con ciò che motiva e catalizza gli slanci migliori. Per noi, come Società a statuto benefit, la definizione di scopo e di #purpose è stato l’atto fondamentale sul quale abbiamo organizzato lo statuto, centrandolo sull’intenzione di “*accompagnare #persone ed #organizzazioni alla realizzazione di evoluzioni di scopo che realizzino il #benessere comune e la redditività, per fare impresa con etica e responsabilità*”.

Per questa ragione per noi è fondamentale dare inizio a ciascun percorso proprio facilitando la consapevolezza intorno allo scopo che non solo indirizzerà gli obiettivi e le modalità di realizzazione ma sarà anche l’ancora a cui riferirsi nei momenti di difficoltà. Avere uno scopo aumenta la robustezza personale ed organizzativa. Permette alle persone di navigare la complessità ed avere gli elementi di base per indirizzare le scelte, dalle più piccole alle più grandi.

Tutte le ricerche sull’engagement lo testimoniano bene. **Il livello di contribuzione delle persone all’organizzazione è strettamente correlato alla comunicazione ed all’adesione della persona allo scopo.** Una chiara percezione e condivisione del purpose aziendale determina il senso di appartenenza e catalizza le migliori risorse della persona. Avere uno scopo è pertanto fondamentale per il benessere delle persone, delle organizzazioni e della comunità.

~ INNOVATION:

Innovazione tecnica, tecnologica, sociale ed organizzativa come risposta a reali bisogni



Riteniamo che **solo in un contesto generativo, aperto ed inclusivo** può avere luogo ed essere abilitata l'INNOVAZIONE come noi la intendiamo. La sua dimensione culturale, valoriale, di processo e di competenza - individuale ed organizzativa - permette la generazione sostenibile di nuovo e maggiore valore, attraverso l'individuazione (disegno – prototipazione – realizzazione) di nuove soluzioni e prodotti che intercettano e soddisfano un bisogno, un'esigenza, facilitando processi, attività e relazioni ai target di riferimento interni e/o esterni all'organizzazione.

Innovazione a tutti i costi? No!

Innovazione ha a che fare con la responsabilità e con gli impatti a breve, medio e lungo termine: *«Agisci in modo tale che le conseguenze delle tue azioni siano compatibili con la permanenza di un'autentica vita umana sulla terra»* [Hans Jonas, Etica della Responsabilità].

Il rapporto equilibrato e sostenibile tra innovazione, persone, ambiente e tecnologie rese necessarie per realizzarla, deve essere tenuto in considerazione in funzione di una migliore accessibilità e/o usabilità. In questa accezione l'innovazione non può essere relegata solo alla funzione R&D, ma è collegata in modo diretto con la finalità di un'organizzazione (purpose) e al modo in cui esprime la propria identità. La leadership ha la responsabilità di indirizzare gli investimenti e di come organizzare le attività affinché l'attitudine all'innovazione possa esprimersi anche attraverso la costruzione del dialogo con il mercato e della partnership con i fornitori, di una cultura e di un clima che incoraggino la sperimentazione e non puniscano gli errori, facendone un processo di apprendimento.

Non può esserci vera innovazione se non si mette al centro la persona con l'obiettivo di generare per lei bene-essere. Ed è per questo che l'Innovazione è parte integrante del Purpose di WISE~ING.

~ SOCIETY:

Responsabilità verso tutti gli stakeholder e chiarezza della governance



Alla nascita di WISE~ING la parola “Society”, contenuta nell’acronimo, era difficile da comprendere perché la connessione tra fare #impresa e dimensione sociale era considerata principalmente appannaggio delle organizzazioni appartenenti al Terzo Settore. Oggi, grazie all’aumento della sensibilità nei confronti delle dimensioni #ESG, è diventato comune se non quasi scontato **portare l’attenzione sull’impatto sociale dell’attività di un’impresa**. In Italia, come documentato da una ricerca del 2022 (GdB 2020 Digital Edition), ci sono attualmente 400mila #imprese con vocazione sociale e 30.3693 imprese annoverabili tra quelle profit con un impegno dichiarato di responsabilità sociale d’impresa.

WISE~ING ha scelto di essere un’azienda Purpose Driven che mira a creare valore condiviso e ad avere un impatto positivo sulla società, oltre a generare profitto. Questo impegno viene applicato nella scelta dei progetti, nel dialogo con i fornitori, nella costruzione della rete di partnership e nella comunicazione con i clienti e i partecipanti alle nostre aule formative e ai nostri progetti di evoluzione organizzativa. Per noi sono assolutamente centrali e fondamentali le domande:

- Quali sono le tue responsabilità ?
- Cosa ti vuoi impegnare a fare accadere e con quale impatto, portando quale valore e per chi ?
- Come misurerai quanto prodotto ?
- Quali risorse hai a disposizione e come potresti utilizzarle al meglio ?

- In che maniera la tua attività è sostenibile per te, per il tuo gruppo, per l'organizzazione, per le persone e per i contesti correlati ?

Già nel nostro statuto ci impegniamo a diffondere tra i nostri clienti e partners l'assunzione di responsabilità come generatore sano di condotte di sviluppo sostenibili e di contributo incondizionato al servizio dell'#ecosistema.

Per questo motivo, abbiamo scelto di aderire al framework della Buona Impresa e di utilizzare il #SABI come strumento per definire il proprio percorso evolutivo nella pratica aziendale.

~ ECOSYSTEM:

Creazione di partnership ed ecosistemi collaborativi estesi



L'ultimo elemento dell'acronimo WISE~ING è ECOSYSTEM, che rappresenta diverse dimensioni fondamentali per il nostro progetto aziendale.

- ① In primo luogo, la storia di WISE~ING è il contesto in cui è nata, ovvero quello di *IPI Ingegneria dell'Industria*, un ecosistema culturale che ha favorito la nascita di alcune start-up, tra cui la nostra, attraverso un'attività di Business Angel del tutto originale, basata sulla valorizzazione delle persone.
- ② In secondo luogo, i partner scelti da WISE~ING diventano soggetti con cui si co-costruisce, sulla base della condivisione di valori e finalità di impatto, un'offerta di valore da immettere insieme sul mercato. Questo approccio ci consente di cogliere insieme opportunità e valorizzare reciprocamente le competenze, definendo con ognuno

un accordo di collaborazione che valorizzi le distintività e gli impatti di valore che vogliamo generare. Con questo criterio abbiamo costruito la partnership con altre aziende con cui, per lo più, condividiamo anche l'identità #benefit.

③ In terzo luogo, il design progettuale ed il nostro impegno d'impatto ci permettono di individuare nei nostri clienti, insieme allo sponsor progettuale, tutti gli stakeholder interni ed esterni all'organizzazione, ascoltandone i bisogni e le aspettative, tenendone conto in termini di impatto, di risultati dei programmi e della sostenibilità del carico di lavoro, di apprendimento. Questo ci consente di individuare i punti di leva dell'evoluzione nell'ecosistema organizzativo, coinvolgendo nei progetti i diversi nodi dell'organizzazione, facilitando una leadership diffusa che cammini sulle gambe delle persone.

④ In quarto luogo, lavoriamo su progetti complessi con clienti insieme ad altri operatori, cercando l'opportunità di valorizzare le reciproche distintività e generare ulteriori opportunità attraverso la collaborazione autentica, andando oltre la semplicistica contrapposizione tra competitor.

⑤ In quinto luogo, l'ecosistema è il luogo dove mettere a dimora i migliori semi per un futuro di valore per noi, per i nostri clienti, per le persone che lavorano con noi e per le nostre famiglie. Ciò significa andare oltre le logiche gerarchiche e sperimentare logiche dell'auto-organizzazione, investendo molta energia nelle dinamiche di relazione.

In sintesi, **l'ecosistema per noi è una modalità sistemica, integrata ed inclusiva di leggere le cose, di agire e di essere in relazione.**

~ ING:

Evoluzione come processo continuativo e reiterativo guidato da consapevolezza e sostenibilità



In relazione all'obiettivo di WISE~ING - "agevolare processi evolutivi che portino al massimo beneficio per le organizzazioni e le loro persone" - il suffisso "~ ing" conferisce a questo movimento una dimensione di "METODO E PROCESSO": **collegare tutti gli elementi del sistema e semplificarne l'attuazione attraverso un processo evolutivo basato su iterazioni successive**, in cui non esiste una distinzione netta tra inizio e fine, ma piuttosto una infinita continuità. Ciò che rende speciale il nostro approccio è **l'attenzione che dedichiamo ai progetti**, cercando di garantire che il cambiamento sia sostenibile e che non comporti ulteriori fonti di stress, che altrimenti potrebbero portare il sistema a percepire lo sforzo e, di conseguenza, potrebbero causare l'abbandono.

La tilde ~, parte integrante del nostro sistema, rappresenta la connessione continua che cerchiamo di creare tra i protagonisti dell'evoluzione, il processo che attiviamo e gli strumenti di facilitazione che proponiamo. Questo simbolo riflette l'importanza della collaborazione continua e dell'integrazione in ogni fase del processo evolutivo, creando un ambiente armonico in cui le organizzazioni e le persone possono crescere e prosperare.

WISE~ING 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.

ING sta per approccio, percorsi trasformativi Human Centred 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 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 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

Quindi le parole dell'acronimo WISE~ING, oltre a rappresentare gli elementi culturali distintivi dell'identità, sono anche le nostre finalità statutarie di Beneficio Comune, come riportato nello statuto fondativo:

- a) **WELLBEING (BENESSERE):** Realizzare soluzioni che soddisfino i bisogni di sostenibilità, benessere ed evoluzione degli ecosistemi umani e organizzativi significa **porre il benessere delle persone al centro**, riconoscendo che un collaboratore motivato e sereno è anche più produttivo, creativo e coinvolto. Un'azienda generativa adotta un approccio evidence-based al wellbeing, capace di monitorare il clima organizzativo, rilevare eventuali criticità e implementare programmi mirati per migliorare il benessere complessivo. Questo implica proporre a clienti e partner soluzioni che permettano un utilizzo ragionevole e sostenibile delle risorse — sia materiali, sia legate all'energia delle persone coinvolte nei progetti — e prestare attenzione agli impatti su organizzazioni, individui, stakeholder e comunità di riferimento.

Un ambiente di lavoro sano ed evolutivo bilancia esigenze professionali e personali, promuove il work-life balance, agisce in modo strutturato sui fattori di stress psicosociale e introduce politiche flessibili, come lo smart working e il supporto alla genitorialità. Inoltre, allinea valori, obiettivi e pratiche quotidiane per generare un senso di significato e valore condiviso.

Comportamenti chiave includono l'ascolto attivo, la raccolta strutturata di feedback, la promozione di una cultura di fiducia e l'attivazione di programmi di empowerment, che responsabilizzino e valorizzino il contributo individuale e collettivo. I comportamenti evidence-based si esprimono nel monitoraggio continuo dello stress, nella misurazione dell'efficacia delle politiche di wellbeing e nell'analisi dell'impatto dei programmi di welfare sulla produttività e sulla qualità della vita lavorativa.

- b) **INNOVATION (INNOVAZIONE):** Progettare e realizzare prodotti e servizi innovativi significa generare benessere, in senso ampio, per tutti i soggetti coinvolti nell'ecosistema: persone, organizzazioni, comunità e ambiente. In una prospettiva generativa, l'innovazione non è fine a sé stessa ma nasce dall'ascolto attivo e dalla co-creazione con gli stakeholder, interni ed esterni, con l'obiettivo di offrire risposte concrete ai bisogni reali. **Un'innovazione consapevole e orientata al valore della vita e del benessere — personale, organizzativo e ambientale — consente di produrre risultati significativamente migliori per l'intero ecosistema.**

Un'impresa generativa adotta un approccio evidence-based anche nei processi innovativi, garantendo che ogni progetto abbia un impatto misurabile e trasformativo. L'uso della tecnologia è guidato da scelte responsabili e progettato per migliorare l'esperienza umana, rendendo i processi digitali più accessibili, affidabili e sostenibili.

Comportamenti chiave includono il coinvolgimento diretto delle persone nei processi di digitalizzazione e innovazione, la promozione di una cultura della sperimentazione e l'adozione di metodologie agili, che permettono di procedere per step incrementali e adattivi.

Comportamenti evidence-based si esprimono attraverso la prototipazione rapida, il test continuo con feedback iterativi, il monitoraggio delle metriche di performance e l'integrazione attiva degli utilizzatori finali nella progettazione delle soluzioni. In questo modo, l'innovazione si consolida come processo continuo, affidabile e realmente trasformativo.

- c) **SOCIETY (RESPONSABILITÀ SOCIALE):** Diffondere una cultura della responsabilità tra clienti, partner e stakeholder significa promuovere condotte di sviluppo sostenibili e un contributo consapevole e incondizionato al servizio dell'intero ecosistema. WISE~ING interpreta la responsabilità sociale come un principio guida, integrato nel governo d'impresa e orientato alla generazione di impatti positivi e misurabili sul piano economico, sociale e ambientale.

In questa visione, l'impresa non è un'entità isolata, ma un attore interconnesso, chiamato a contribuire al benessere collettivo. Le scelte aziendali devono tenere conto degli effetti a medio e lungo termine su persone, ambiente e comunità. Questo implica adottare il principio di **doppia materialità**, valutando sia l'impatto dell'azienda sulla società che l'influenza delle dinamiche sociali e ambientali sull'azienda stessa.

Un approccio evidence-based alla responsabilità sociale consente di superare le mere dichiarazioni valoriali, traducendo il purpose in azioni concrete.

Comportamenti chiave includono l'integrazione degli obiettivi ESG nei piani strategici, la progettazione di iniziative CSR significative e l'adozione di modelli di governance trasparenti e inclusivi, come previsto dal Modello 231.

Comportamenti evidence-based prevedono l'utilizzo di strumenti di rendicontazione allineati agli standard europei (CSRD, ESRS), la valutazione periodica degli impatti ESG e il monitoraggio continuo dei progressi legati agli obiettivi di sostenibilità. In questo modo, la responsabilità sociale si configura come scelta strategica e attuabile, e non come semplice adempimento.

- d) **ECOSYSTEM (ECOSISTEMA):** Un'impresa generativa agisce come parte integrante di un sistema più ampio, cercando attivamente connessioni e sinergie con organizzazioni profit e non profit, fondazioni, università e realtà affini. Collaborare con soggetti il cui scopo è allineato con quello della Società permette di attivare progetti ad alto impatto orientati all'evoluzione e al benessere di individui, organizzazioni e comunità.

L'ecosistema diventa così un ambiente vivo, fondato su relazioni autentiche e su logiche di co-creazione e apprendimento reciproco. Quanto più sono solide e consapevoli le connessioni, tanto maggiore è la capacità dell'organizzazione di affrontare la complessità, generare valore condiviso e favorire l'innovazione sostenibile.

Un approccio evidence-based consente di costruire alleanze strategiche fondate su dati concreti, obiettivi comuni e impatti misurabili, superando collaborazioni formali e abbracciando modelli di rete evolutiva. Comportamenti chiave includono la collaborazione attiva con centri di ricerca e università, la promozione del networking professionale e la costruzione di programmi formativi inter-organizzativi. È centrale anche il riconoscimento e la valorizzazione delle competenze interne, come leva per creare valore verso l'esterno.

Comportamenti evidence-based prevedono la misurazione delle performance dei partner, anche in chiave qualitativa e di sostenibilità; la valutazione dell'impatto dei progetti di open innovation; e l'adozione di metriche per monitorare l'efficacia delle reti di apprendimento continuo.

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)

L'integrazione del nostro Purpose e la messa a terra dei principi appena descritti ha preso forma nel posizionamento tra le società di consulenza specializzate in processi e percorsi di sviluppo organizzativo centrato sulla persona, con l'intenzione di rivolgerci ad aziende che intendono:



REALIZZARE IL LORO PURPOSE,
integrare **LA SOSTENIBILITÀ NELLA**
STRATEGIA di crescita.



REALIZZARE UNA VISIONE DI
"BUSINESS FOR GOOD" e integrare
redditività e wellbeing.



INVESTIRE NELLA DIGITALIZZAZIONE
per incontrare i bisogni delle proprie
persone e clienti.



PROMUOVERE una cultura della
DIVERSITÀ E INCLUSIONE perchè
consapevoli della centralità della
persona.

LA VISIONE DI FONDO

IL MODELLO DELLA BUONA IMPRESA

Nel 2021 ci siamo ‘imbattute’ in un framework 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):



“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 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 2023 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 sono 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 2023 in termini di produzione di valore e di perseguimento di sostenibilità.

SABI

Lo strumento della Buona Impresa

Anche nel 2024 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. È uno strumento di autovalutazione nato nel 2020 di cui abbiamo utilizzato la nuova release di febbraio 2024.

L'obiettivo di SABI non è quello di dare semplicemente 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 autovalutazioni 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:

STAKEHOLDER	INVIATI	RISPOSTE
SOCI	8	4
COLLABORATORI CONSULENTI LAVORATORI TIROCINANTI	19	7
PARTNER CLIENTI	90	14

La rilevazione è avvenuta nel mese di aprile 2025, chiedendo ai partecipanti di fare riferimento all'anno 2024. L'obiettivo per il 2024 era quello di raccogliere i feedback di

clienti, fornitori e lavoratori al termine di ciascun progetto, tramite la compilazione di una survey, così da ottenere opinioni più dettagliate e articolate. Possiamo affermare che l'obiettivo è stato raggiunto parzialmente: al termine di ogni progetto, infatti, rileviamo regolarmente il feedback dei nostri clienti, attraverso questionari personalizzati costruiti ad hoc per ciascun intervento ma non tutti i clienti hanno fornito un feedback consistente.

Per il 2025, l'obiettivo è consolidare questa prassi estendendola somministrando non soltanto il questionario ma organizzando delle vere e proprie sessioni di retrospettiva. In questo modo, sarà possibile integrare direttamente i dati raccolti all'interno della Relazione di Impatto.

MAPPA DELLA MATERIALITÀ

Elementi rilevanti per WISE~ING e per gli Stakeholder

Seguono, per ognuno dei pilastri della Buona Impresa, gli elementi oggetto dell'auto valutazione e valutazione degli stakeholder necessari a comprendere le dimensioni di convergenza o di diverse aspettative da attenzionare.

1) Creazione di Valore con Offerta di Prodotto | Servizio

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Qualità del prodotto	6	5	Benessere degli individui Progresso della società e innovazione Educazione, informazione e cultura Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Qualità della Relazione con i clienti	6	4.93	Benessere degli individui Educazione, informazione e cultura Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Contributo al benessere delle persone	5	4.62	Benessere degli individui Progresso della società e innovazione Educazione, informazione e cultura Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Accessibilità e inclusività	3	4.58	Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Benessere degli individui Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Comunità Locali
Materie prime	4	3.5	Inquinamento Circolarità e uso delle risorse
Fine Vita del prodotto (economia circolare)	4	4	Inquinamento Circolarità e uso delle risorse
Innovazione di prodotto	5	4.55	Benessere degli individui Progresso della società e innovazione Educazione, informazione e cultura
Cultura	5	4.71	Benessere degli individui Progresso della società e innovazione Educazione, informazione e cultura Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori

Le valutazioni mettono in evidenza la coerenza tra la scelta di WISE~ING di caratterizzare il suo posizionamento investendo nella cura della relazione con il cliente – inteso come partner e non come mero committente – e l'attenzione alla qualità del prodotto, che si

traduce in un forte investimento nella fase di progettazione e preparazione dei materiali. Questi ultimi sono non solo customizzati in funzione del cliente, ma anche pensati per accompagnare in modo progressivo e mirato i processi di apprendimento e cambiamento.

È nostra pratica elaborare tutti gli output delle sessioni per trasformarli in playbook, booklet, sintesi finali o documenti di accompagnamento, anche quando non espressamente previsti tra i materiali acquistati. Questi strumenti hanno lo scopo di integrare e “suggellare” gli apprendimenti emersi durante il percorso, rafforzando l’efficacia complessiva dell’esperienza.

Nelle attività di formazione, ad esempio, abbiamo posto particolare cura nel presidiare l’apprendimento nelle sue diverse fasi: dalla progettazione delle slide per le attività d’aula, alla realizzazione di business case e quaderni di apprendimento personalizzati, perseguendo una costante innovazione di prodotto. Quest’ultima si è tradotta in un’attività continua di scouting, prototipazione e sperimentazione, che nel 2024 ha trovato espressione concreta nell’implementazione di strumenti come MTQPlus e Faggè – *Leadership sostenibile in cammino*. Coerente e allineata a questa visione si conferma anche l’attenzione al pricing.

2) Creazione di Valore con il lavoro ed organizzazione

Rispetto a questa dimensione risulta evidente l’importanza per noi di WISE~ING di consolidare la sua organizzazione a partire dalle persone che a vario titolo prestano la loro collaborazione.

Gli stakeholder non risultano di contro segnalare aspettative significative in tal ambito. Dal punto di vista strategico pertanto sarà focale individuare le modalità per consolidare l’organizzazione in modo strettamente collegato al terzo dei pilastri, la creazione di valore economico.

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Creazione e remunerazione di lavoro	5	3.71	Disuguaglianze economiche e sociali Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Welfare aziendale e benefit	5	3.8	Disuguaglianze economiche e sociali Salute e sicurezza dei lavoratori Benessere degli individui Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Prospettive e tutela dei lavoratori	5	4	Disuguaglianze economiche e sociali Benessere degli individui Diritti Umani Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Coerenza ruolo-persona	4	4.8	Diversità, Equità e Inclusione Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Sviluppo professionale e formazione	5	4.6	Disuguaglianze economiche e sociali Progresso della società e innovazione Educazione, informazione e cultura Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Chiarezza organizzativa	4	4.2	Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Relazioni e collaborazione	5	3.6	Benessere degli individui Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Riconoscimento	4	4	Benessere degli individui Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Valorizzazione delle differenze e Inclusione	4	4.67	Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Diritti Umani Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori

La sostenibilità nel tempo del progetto aziendale è correlata alla possibilità di non perdere l'attuale elemento distintivo determinato dalla componente di innovazione, e di potenziare

assolutamente la sostenibilità del modello organizzativo per rendere il progetto meno vulnerabile ed esposto a rischi di non resilienza alle pressioni e alla volatilità del mercato.

3) Creazione di Valore Economico

La terza dimensione mette in evidenza l'importanza che tutti le attribuiscono per la tenuta del progetto, sia nella crescita dei fatturati che nella redditività del progetto, nonché nella possibilità di poter sostenere delle politiche di prezzo e di pagamento nei confronti dei grandi clienti strutturati. Da questo punto di vista, la politica di WISE~ING è stata quella di cercare di assorbire il rischio di impresa cercando di negoziare con i clienti un DSO medio di 90 giorni richiesto dai grandi clienti strutturati e di gestire il pagamento dei collaboratori e fornitori a 30 giorni, operando una attenta politica di recupero dei crediti.

Il 2024 è stato un anno sfidante per la tenuta economico – finanziaria del progetto avendo scelto di dedicare risorse allo sviluppo di MTQPlus causando questo un ritardo nella crescita a valore. Obiettivo del 2025 è **crescere e stabilizzare il volume d'affari** per poter offrire una maggiore stabilità ai lavoratori e progettualità a medio lungo tempo e consolidare la fiducia della affidabilità economico – finanziaria.

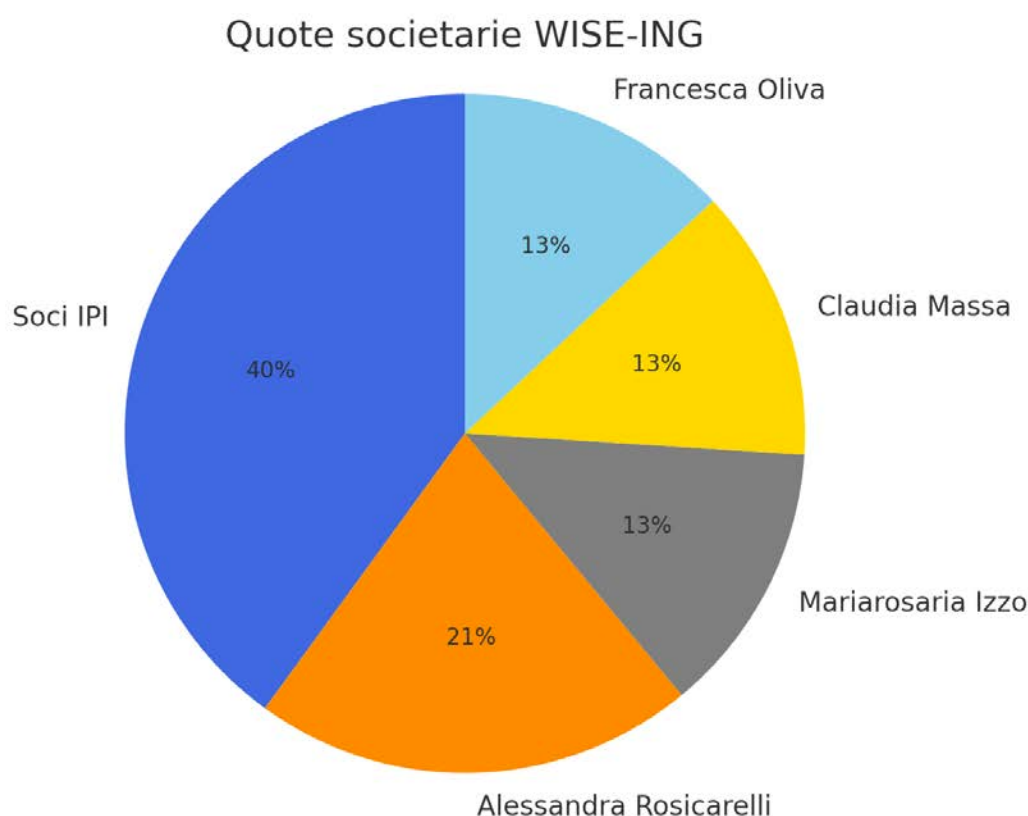
Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Fatturato	3	2.33	Sviluppo economico
Redditività	3	2.33	Sviluppo economico
Condivisione con i lavoratori	4	4.5	Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori Comunità Locali
Politiche di prezzo al cliente	5	4.43	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico
Remunerazione del capitale	3	2	Sviluppo economico
Investimenti	4	3.5	Progresso della società e innovazione Sviluppo economico
Sostegno all'indotto	3	3.75	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico Comunità Locali
Filantropia	4	3.5	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico Comunità Locali

ASSETTO SOCIETARIO E GOVERNANCE

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 che hanno creduto nel progetto ed hanno scelto individualmente di aderire alla partecipazione del capitale.

Fino al 2022 IPI Ingegneria per L'industria ha svolto 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 della gestione della contabilità, mettendo a disposizione competenze e strumenti. IPI srl ha finanziato così direttamente alcuni dei costi che WISE~ING ha sostenuto, e indirettamente attraverso l'offerta di servizi e consulenza.

La compagine sociale è ripartita per tanto come segue:



Fino a maggio 2023, WISE~ING adottava un modello di governance basato su un Consiglio di Amministrazione composto da 5 membri. Tuttavia, questo assetto presentava alcune criticità, derivanti principalmente dal fatto che solo un membro fosse dedicato al 100% al progetto, in qualità di unico dipendente, e dalla conclusione del periodo di incubazione al

31/12/2022, con conseguente impossibilità di allocare risorse al mantenimento di una struttura di governance così articolata.

Al fine di snellire i processi e orientare la crescita di WISE~ING, in data 22/05/2023 è stata approvata in Assemblea una modifica dell'organo amministrativo. Il Consiglio di Amministrazione è stato ridotto a due co-amministratori con poteri disgiunti: la socia Rosicarelli Alessandra e il socio Marchionni Daniele, i quali resteranno in carica fino a revoca.

A seguito di tale decisione, è stata avviata una fase di consultazione per comprendere gli ambiti progettuali di maggiore interesse e le condizioni di coinvolgimento auspiccate per il proseguimento della collaborazione professionale. Sulla base delle indicazioni emerse, si è quindi proceduto al concreto coinvolgimento nelle progettualità e nelle attività operative e di delivery. Tuttavia, nel corso della consultazione avvenuta nel 2024, è emerso che gli interessi e gli obiettivi professionali non convergevano pienamente, e non si sono quindi create le condizioni per una prosecuzione attiva e continuativa del coinvolgimento da parte di tutte le socie lavoratrici.

IDENTITÀ E PIANO STRATEGICO

Alla luce degli apprendimenti dei due anni di esercizio precedenti, il 2024 è stato l'anno in cui, all'interno del nuovo assetto organizzativo, si è andata ulteriormente ridefinendo l'identità di WISE~ING e, di conseguenza, il suo piano strategico:

1. POSIZIONAMENTO

WISE~ING si conferma come società di consulenza che promuove un modello di intervento **"Business for Good"**, capace di integrare evoluzione organizzativa e impatto positivo per persone, organizzazioni e comunità. Il nostro approccio purpose-driven mette al centro una visione **human-centered** del cambiamento, con un focus mirato su **change management**, **sostenibilità**, **digitalizzazione**, e sulla valorizzazione integrata di **Customer**, **Employee & User Experience**.

Target Principale:

Nel corso del 2024, il nostro target si è ulteriormente affinato:

- **Grandi aziende strutturate**, anche multinazionali con sede strategica in Italia, impegnate in percorsi di trasformazione culturale e organizzativa.
- **Medie imprese** con fatturato superiore ai 50 milioni di euro, interessate a servizi specializzati come **Academy interne**, programmi di **Human Digital Evolution (HDE)** e percorsi strutturati di **benessere organizzativo**.

Manteniamo attivo anche il dialogo con PMI ad alto potenziale, con una storia imprenditoriale familiare e un brand da valorizzare, soprattutto in contesti regionali con un tessuto imprenditoriale vivace e interconnesso con il territorio.

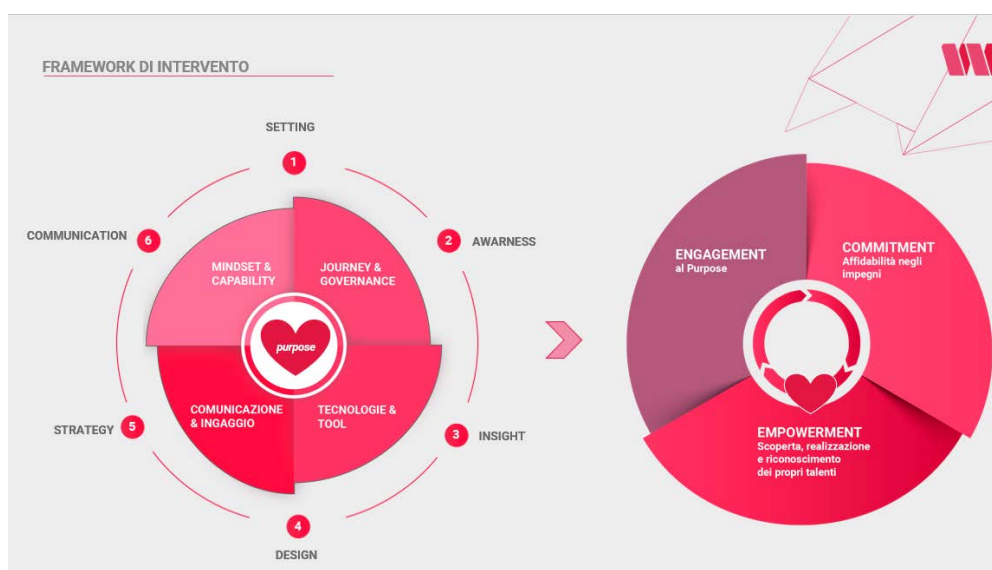
Obiettivi Strategici 2025

- **Rafforzare il posizionamento di WISE~ING** come modello di intervento “Business for Good” a livello nazionale, consolidando la nostra presenza nelle **grandi aziende** con progetti di change management e cultura organizzativa.
- **Espandere il portafoglio clienti nelle medie imprese strutturate (fatturato >50M€)**, offrendo soluzioni verticali come Academy, HDE e programmi di wellbeing.
- **Formalizzare accordi con almeno 3 grandi società di consulenza** per estendere la rete di partnership e ampliare la nostra capacità di intervento integrato.
- **Incrementare la riconoscibilità del metodo WISE~ING** attraverso pubblicazioni, testimonianze e la partecipazione a eventi strategici di settore.
- **Valorizzare la Partnership con AQR International per la crescita del posizionamento in Italia di MTQplus** attraverso la certificazione di nuovi utilizzatori, l'utilizzo in progetti e l'integrazione nell'offerta di programmi wellbeing ed in ultimo l'attivazione di altri ambiti, come quello dello Sport, Salute e Sicurezza

2. OFFERTA DI VALORE

L'offerta di valore di WISE~ING è fondata su un approccio **human-centred ed evidence-based**, che mette le persone al centro del cambiamento organizzativo, accompagnandole con strumenti concreti, rigorosi e trasformativi. Crediamo che l'evoluzione aziendale sia possibile solo se integrata con la crescita individuale e sostenuta da dati, metodi avanzati e pratiche applicate.

Abbiamo nel 2024 ulteriormente caratterizzato il nostro journey di lavoro:



Un elemento distintivo della nostra offerta è lo sviluppo e l'introduzione in Italia di **MTQPlus**, strumento innovativo per misurare la *Mental Toughness*, oggi al centro del nostro metodo.

Nel 2024 abbiamo avviato un percorso di personalizzazione per i nostri clienti, che ha portato alla realizzazione del **PlayBook MTQPlus**, in pubblicazione nel 2025, pensato per guidare l'applicazione dello strumento nei contesti organizzativi e di coaching, individuali e di team.

I nostri interventi si articolano in tre **linee principali e interconnesse**:

- **Academy Experience**, focalizzata sullo sviluppo delle capability individuali e di team
- **Human & Digital Experience**, dedicata alla progettazione e all'innovazione organizzativa
- **Wellbeing Experience**, centrata sulla cultura aziendale, il mindset e il benessere delle persone.

Queste tre aree, pur distinte nei focus, concorrono in modo sinergico a costruire percorsi personalizzati che abilitano l'evoluzione delle persone e delle organizzazioni. Tutti gli interventi sono progettati secondo un **approccio olistico e sistemico**, ispirato ai principi dell'Universal Design e al framework della Buona Impresa, per favorire coesione, flessibilità e sostenibilità nel tempo.

Nel 2024 abbiamo consolidato un **catalogo strutturato** sullo sviluppo delle capability e sul benessere aziendale, valorizzando anche la nostra presenza su **tre portali welfare** per aumentarne visibilità e accessibilità. A supporto della **scalabilità dell'offerta**, abbiamo introdotto nuovi **format entry-level**, eventi interaziendali e materiali formativi come **quaderni di apprendimento** e **canvas**, arricchiti da elementi digitali e a impatto ESG, per coinvolgere attivamente le persone nei percorsi di crescita.

La realizzazione dei progetti **MTQPlus** e **Faggè – Leadership Sostenibile in Cammino** rappresenta due esempi di gestione strategica dell'innovazione, accompagnata dalla costruzione di business model e business plan dettagliati che hanno guidato investimenti, programmazione e partnership.

Infine, il nostro approccio si distingue per l'attenzione all'**Engagement**, al **Commitment** e all'**Empowerment** delle persone come leve fondamentali per generare esperienze trasformative e risultati duraturi.

Academy – Sviluppo delle capability della Persona



Nel 2024 abbiamo consolidato il nostro impegno nel rendere le persone vere protagoniste del cambiamento organizzativo, valorizzandone valori, emozioni e unicità. Attraverso la nostra **Academy Experience**, abbiamo disegnato e realizzato percorsi di sviluppo fondati sui principi dell'Universal Design, in grado di integrare nuove conoscenze, competenze ed esperienze, e favorire l'espressione piena del potenziale umano e professionale.

Abbiamo investito nella creazione di **ecosistemi di apprendimento inclusivi e accessibili**, anche grazie alla nostra piattaforma proprietaria di Learning Management System (LMS). Il nostro approccio ha messo al centro:

- **La consapevolezza e l'autoefficacia individuale**, abilitate anche attraverso strumenti psicometrici validati come **MTQPlus**, di cui siamo esclusivisti per l'Italia.
- **La flessibilità psicologica**, intesa come meta-competenza chiave per affrontare le trasformazioni con resilienza.
- **Il bilancio di competenze**, per dare valore alla storia professionale di ogni persona e accompagnare l'evoluzione futura.
- **Leadership trasformativa**, grazie alla progettazione di modelli personalizzati e percorsi di coaching trasformativo.

Nel 2024, abbiamo attivato il **Corso di certificazione Licensed User MTQPlus**, con l'obiettivo di abilitare professionisti e HR ad utilizzare uno strumento evidence-based per lo sviluppo e la valorizzazione delle persone. Questo programma ha permesso di ampliare l'impatto del nostro lavoro, creando una rete di professionisti capaci di integrare il costruito della **Mental Toughness** nei percorsi di crescita, coaching e formazione.

Attraverso un **approccio sistemico e trasformativo**, costruiamo insieme ai nostri clienti **accademie aziendali personalizzate**, community di apprendimento, programmi per lo sviluppo delle competenze del futuro, percorsi per la formazione interna (train the trainer) e soluzioni digitali immersive (AR, VR, AI) a supporto dell'evoluzione delle capability.

Crediamo che ogni competenza possa essere costruita lavorando sui punti di forza, attraverso allenamento, consapevolezza e supporto. Ci impegniamo a generare impatti misurabili, in accordo con persone e aziende, contribuendo a un'evoluzione organizzativa più sostenibile, equa e psicologicamente sicura.

Human & Digital Experience - Facilitare l'evoluzione dell'organizzazione con le Persone e la Tecnologia



HUMAN & DIGITAL EXPERIENCE

Affianchiamo le organizzazioni in un percorso di trasformazione digitale sostenibile e personalizzato, facilitato da una governance responsabile e costruito a partire dal capitale umano. **Crediamo infatti che ogni vera evoluzione parta dalle persone: dalle loro competenze, esperienze e conoscenze dei processi organizzativi.**

Su queste fondamenta progettiamo interventi che integrano consulenza strategica e operativa, combinando tecnologie abilitanti e metodologie evolute — Lean, Agile, Service Design — per costruire un'organizzazione capace di affrontare il cambiamento con flessibilità, consapevolezza e capacità decisionale.

Attraverso modelli operativi e di governance orientati al valore condiviso, all'impatto positivo e all'accountability, aiutiamo le aziende a diventare luoghi di lavoro realmente inclusivi, collaborativi e ad alte prestazioni, dove la trasformazione digitale non è un fine, ma un mezzo per armonizzare persone, processi e tecnologia.

I nostri percorsi HDE si fondano su tre pilastri che guidano la crescita aziendale: **sostenibilità, digitalizzazione e inclusione.**

Progettiamo esperienze coinvolgenti e su misura, in grado di colmare i divari digitali e abilitare una trasformazione graduale, completa e radicata nella cultura organizzativa.

Il digitale diventa così un investimento strategico e vincente, capace di rafforzare l'identità aziendale, migliorare il clima interno, ottimizzare i processi, valorizzare il capitale umano e ampliare la competitività sul mercato.

Per le organizzazioni che sentono l'urgenza di ridefinire il proprio **posizionamento identitario** — per rafforzare l'attrattività verso talenti e clienti — attiviamo esperienze di riallineamento tra identità e percezione del brand (Purpose Gap Experience Lab) e percorsi di trasformazione in Società Benefit, affiancando la progettazione e il racconto dell'identità sostenibile attraverso pratiche di reporting ESG. Quando il cambiamento richiede una

leadership più consapevole e coerente con i valori dell'organizzazione, progettiamo modelli di leadership capaci di integrare senso, visione e impatto.

Nei casi in cui emerge la necessità di **rivedere processi e percorsi organizzativi** per migliorarne l'efficacia e l'engagement, co-progettiamo con i team la riprogettazione dei flussi operativi (Process Value Stream Co-Design) e i journey dei principali stakeholder interni ed esterni (Customer & Employee Journey Experience Design). In questi processi, favoriamo la chiarezza nei ruoli e nelle responsabilità e promuoviamo sistemi di performance management ispirati al modello OKR e ai punti di forza (SBPA).

Infine, quando il desiderio di **integrare diversità e inclusione** diventa un driver strategico, accompagniamo l'organizzazione con un approccio consulenziale orientato alla creazione di ambienti di lavoro inclusivi, sostenibili e in linea con i valori dichiarati (Advisorship D&I).

Wellbeing – Promuovere la Cultura del Benessere per Generare Valore Individuale, Organizzativo e Sociale nel Lungo Periodo



Per affrontare il cambiamento con efficacia e lungimiranza, **ogni organizzazione è chiamata a mettere al centro le persone**. Il benessere non è un elemento accessorio, ma la base di una cultura organizzativa positiva, fiorente e generativa, in cui ogni individuo può contribuire in modo autentico al successo collettivo.

Affianchiamo le aziende in un percorso di trasformazione culturale orientato a creare ambienti di lavoro inclusivi, fertili e attenti al benessere psico-fisico e relazionale delle persone. Il nostro approccio è olistico: disegniamo e implementiamo pratiche organizzative in grado di sostenere il work-life balance, valorizzare le diversità e rafforzare le reti relazionali, generando una cultura human-centred fondata sull'empowerment, l'engagement e il commitment diffusi.

Crediamo che la cultura del benessere generi valore individuale, organizzativo e sociale nel lungo periodo. Le aziende che coltivano un clima interno positivo, un forte senso di

appartenenza e una leadership responsabile sono le stesse che ottengono risultati migliori, attraggono talenti e si rendono sostenibili per l'intero ecosistema di stakeholder.

Le nostre progettualità spaziano su più livelli di intervento, adattandosi alle esigenze specifiche di ogni realtà.

Per le organizzazioni che sentono il bisogno di **costruire soluzioni di welfare realmente significative**, co-progettiamo pacchetti personalizzati che integrano il benessere fisico, mentale e relazionale delle persone. Promuoviamo inoltre momenti dedicati alla psicoeducazione e alla regolazione dello stress – individuale e di team – attraverso spazi di ascolto, riflessione e accompagnamento.

Quando l'obiettivo è **rafforzare la cultura organizzativa e migliorare i processi relazionali**, attiviamo interventi immersivi e trasformativi come *Faggè – Leadership Sostenibile in Cammino*, il nostro format esperienziale che unisce natura, riflessione e sostenibilità per promuovere una leadership diffusa e consapevole. A ciò si affiancano strumenti per la valutazione del clima psicosociale e dell'engagement, finalizzati alla co-costruzione di action plan coerenti con le evidenze emerse.

Sosteniamo inoltre la progettazione di eventi aziendali facilitati che valorizzano il ruolo dei champion interni, la coesione e la condivisione. Attraverso strumenti di comunicazione visuale e format dialogici come i *Debate Event*, stimoliamo la partecipazione attiva, la circolazione delle idee e la connessione autentica tra le persone.

Investire in wellbeing non è solo una scelta etica: è una strategia win-win che genera vantaggio competitivo, rafforza la reputazione interna ed esterna e contribuisce in modo concreto al successo sostenibile del business.

Obiettivi Strategici 2025:

- **Scalare l'offerta e aumentare la penetrazione del mercato** attraverso soluzioni trasformative personalizzate, accessibili e coerenti con le sfide contemporanee delle organizzazioni.
- **Strutturare un catalogo chiaro su capability development e benessere organizzativo:** Intendiamo rendere più leggibile e accessibile il nostro ecosistema di soluzioni attraverso un catalogo modulare, ispirato ai bisogni emergenti di sviluppo organizzativo e individuale. Lo strumento includerà soluzioni custom, piattaforme e micro-formati agili per permettere ai clienti di comporre con flessibilità il proprio percorso trasformativo.
- **Rafforzare la presenza su almeno 3 portali welfare per aumentare visibilità e accessibilità:** Puntiamo a consolidare la nostra presenza nei principali portali welfare aziendali, rendendo le nostre soluzioni facilmente fruibili e accessibili sia alle funzioni HR che direttamente ai dipendenti.

- **Progettare soluzioni agili per garantire continuità e reattività:** Accanto ai journey strutturati, offriremo progetti di piccola scala, integrabili con soluzioni mainstream e in grado di sostenere processi di miglioramento continuo, anche in fasi di incertezza o cambiamento.
- **Integrare un elemento digitale ed ESG in ogni offerta:** Ogni proposta includerà un elemento digitale (piattaforme, strumenti interattivi, hybrid delivery) e una connessione concreta ai criteri ESG, per aiutare le organizzazioni a coniugare performance, benessere e sostenibilità.
- **Valorizzare l'esclusiva italiana di MTQPlus e rafforzare la nostra identità trasformativa:** Svilupperemo l'unicità del nostro posizionamento attraverso l'esclusiva per l'Italia dello strumento MTQPlus, promuovendone l'applicazione in contesti organizzativi e progettando personalizzazioni ad hoc. Il lancio del MTQPlus Playbook rappresenterà un punto di svolta per strutturare i percorsi di crescita basati sulla Mental Toughness.
- In parallelo, rafforzeremo la nostra identità trasformativa attraverso una narrazione sistematica dell'impatto generato, valorizzando i business case dei clienti e condividendo esperienze concrete di cambiamento, per ispirare nuove realtà e diffondere una cultura organizzativa evoluta.
- **Integrare nuove tecnologie, con un focus su AI e realtà immersiva:** Promuoveremo un uso responsabile e innovativo delle tecnologie emergenti per aumentare efficacia e personalizzazione delle esperienze formative e consulenziali:
 - **AI** a supporto di: mappatura competenze, sviluppo del know-how, comunicazione/storytelling e personalizzazione dei percorsi
 - **Realtà virtuale** applicata allo sviluppo di soft skill e Mental Toughness, tramite un laboratorio immersivo che combina stimoli esperienziali e riflessione organizzativa per accelerare consapevolezza, autoefficacia e engagement.

3. DISTINTIVITÀ ED IDENTITÀ

WISE~ING non è solo un'azienda: è una visione, un impegno verso un futuro possibile dove profitto e Wellbeing non sono in antitesi ma sostenibilmente connessi. Mettiamo le persone al centro, valorizzandone l'unicità e il potenziale per trasformare le organizzazioni in ecosistemi fiorenti. Gli elementi distintivi di posizionamento di WISE~ING sono l'impatto sociale ("Business for Good") e l'utilizzo di approcci "caldi" e olistici. Incentrando le soluzioni sulla persona, le progettualità di WISE~ING sono fortemente personalizzate per rispondere alle esigenze specifiche di ogni cliente.

Approcci Olistici e Human-Centred

In ogni progettazione, adottiamo un approccio sistemico, evidence-based e profondamente human-centred, che integra diverse competenze e metodologie per accompagnare persone e organizzazioni in percorsi di evoluzione autentici, sostenibili e trasformativi. **Crediamo che il cambiamento organizzativo sia possibile solo se le persone ne diventano protagoniste.**

Per questo, progettiamo esperienze che ispirano, coinvolgono e rafforzano empowerment, engagement e commitment, mettendo in connessione il benessere individuale con la performance collettiva.

Design strategico e apprendimento trasformativo

Utilizziamo le tecniche di **Service Design** e **Design Thinking** per costruire esperienze evolutive che partono dai bisogni reali, combinando strumenti visuali per ingaggiare e strumenti digitali per abilitare. Sviluppiamo percorsi su scala prototipale per sperimentare nuove soluzioni, raccogliere dati, misurare impatti e favorire l'apprendimento continuo.

Utilizziamo pratiche trasformative come ACT, Mindfulness e Mental Toughness per promuovere la consapevolezza, l'auto-efficacia e il senso di agency.

Tecnologie abilitanti e nuove frontiere immersive

Promuoviamo l'utilizzo responsabile delle tecnologie emergenti – come Intelligenza Artificiale e Realtà Virtuale – non come fini, ma come strumenti abilitanti per migliorare la personalizzazione dei percorsi, la mappatura delle competenze, la diffusione del know-how e la qualità dello storytelling. In particolare, stiamo sviluppando formati immersivi per l'allenamento delle soft skills e della Mental Toughness, che uniscono simulazione, riflessione organizzativa e apprendimento esperienziale.

Universal design e sostenibilità relazionale

Ispirati ai principi dell'Universal Design, costruiamo programmi inclusivi che favoriscono l'integrazione tra individui e organizzazioni. Ogni intervento è pensato per rafforzare la coesione interna e generare valore condiviso, in connessione con i criteri ESG.

Visione sistemica e connessione con il vivente

Consideriamo l'organizzazione come un sistema aperto, in relazione continua con il contesto antropico e naturale. Le nostre progettualità mirano ad armonizzare questi elementi in un'ottica di rigenerazione sociale ed ecologica. **Non ci limitiamo a usare la natura come metafora:** la esploriamo come vero e proprio luogo di apprendimento trasformativo, come dimostra il progetto *Faggè*, ispirato alla complessità e resilienza degli ecosistemi.

“Con pazienza certosina, pieghiamo gli origami del cambiamento rimanendo presenti, attenti e connessi con le intenzioni autentiche, lasciando che la trasformazione prenda forma seguendo il proprio corso naturale e, con la maestria delle ginnaste che volteggiano il loro nastro, cerchiamo di incastonare le tecniche nell’arte di far accadere evoluzioni di valore.”

I nostri tre ambiti di azione, sono infatti rappresentati da tre diversi origami:



Academy Experience. *La girandola*, per rappresentare l’importanza per la persona di mantenere la flessibilità e l’adattabilità al contesto per poter esprimersi in tutta la sua bellezza.



Human & Digital Experience. *Il cigno*, per rappresentare come in ogni forma di vita e di organizzazione esistano un talento da realizzare e un’idea da concretizzare; ma perché ciò accada, è necessario partire dalla consapevolezza di volerli realizzare, accettando che il processo non sia necessariamente fatto solo di successi.



Wellbeing Experience. *Il melograno*, rappresenta il benessere come insieme olistico ed integrato di elementi che, per essere effettivamente nutrienti, devono essere in armonia tra loro.

Obiettivi Strategici 2025:

- **Continuare la ricerca, prototipazione e sperimentazione** di metodologie innovative per rimanere all’avanguardia nel settore.
- **Promuovere partnership** con altre società che condividano gli stessi valori e competenze, al fine di aggiungere valore ai prodotti e completare l’offerta di WISE~ING.

4. CRESCITA

Crescita per piccoli passi ma soprattutto caratterizzata dalla costruzione di un network di valore, 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 2025

Nel 2024 WISE~ING ha avviato un percorso di rafforzamento strutturale e posizionamento strategico, con l'obiettivo di costruire le condizioni necessarie per la crescita sostenibile prevista nel piano 2025. Le principali direttrici di azione sono state:

- **Sviluppare e consolidare partnership operative e progettuali** con organizzazioni affini per visione, approccio e valori – tra cui LES-VISUAL, Itinarrando, AQR International, Università Europea di Roma, Asseprim, Buona Impresa, Space ed Eurosystem – per potenziare l'impatto e ampliare il raggio d'azione.
- **Rafforzare la struttura core dell'organizzazione**, per garantire maggiore continuità operativa e una gestione efficace dei progetti in una logica di scalabilità.
- **Qualificare e fidelizzare la rete di collaboratori e consulenti**, selezionando figure in linea con l'approccio metodologico WISE~ING e in grado di sostenere interventi sempre più complessi e sistemici.
- **Avviare interlocuzioni con grandi firme della consulenza**, con l'obiettivo di sviluppare progetti trasformativi in partnership, in vista di un posizionamento più solido nel segmento medio-grandi imprese.
- **Strutturare accordi con gestori welfare**, per rafforzare l'offerta rivolta ai clienti e abilitare soluzioni integrate orientate al benessere organizzativo.

Queste azioni strategiche hanno rappresentato il **punto di partenza di una traiettoria evolutiva** che nel 2025 si concretizza in obiettivi chiave quali:

- **Consolidare il posizionamento** su grandi aziende e medie imprese > 50M€
- **Scalare prodotti e servizi** con focus su benessere e capability
- **Ottimizzare funnel commerciale e comunicazione** per una crescita sostenibile
- **Rafforzare le sinergie** con i big della consulenza
- **Garantire una struttura** organizzativa efficiente e orientata alla crescita

Tale evoluzione è resa possibile dalla capacità di presidiare alcune leve strategiche trasversali:

- **Chiarezza nella comunicazione** del posizionamento e dell'offerta di valore, per aumentare la riconoscibilità e la distintività di WISE~ING sul mercato.

- **Misurabilità degli impatti** generati, attraverso dati, casi studio e metriche che rafforzano la fiducia dei clienti e rendono tangibile il valore aggiunto.
- **Tecnologie abilitanti**, sempre a supporto delle persone e dei processi, per migliorare efficienza, coerenza interna e qualità dei servizi.
- **Espansione del network**, anche in ambito internazionale, per ampliare l'orizzonte di collaborazione e aprire nuove opportunità progettuali.
- **Formazione continua del team**, come investimento strategico sul capitale umano, per garantire un livello elevato di competenza, autonomia e innovazione.

Obiettivi di beneficio comune

Abbiamo declinato gli obiettivi strategici in coerenza ai nostri obiettivi di beneficio comune che di fatto rappresentano davvero la finalità ultima del nostro lavoro ed impegno.



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

- **Focus** su Purpose e senso che unisca azienda e persone
- **Evoluzione vs Cambiamento** con la valorizzazione delle esperienze
- **Impatti sistemici** - su tutti gli stakeholder non in un'ottica di contrapposizione ma di integrazione



**Bellezza e
Innovazione**
(Innovation)

- **Utilizzo del Service Design e Design Thinking** per Prodotti e servizi generativi di benessere per tutti
- **Utilizzo di tecnologie e metodi** centrati sul valore della vita e a centralità delle persone
- **Esplorazione** delle tecnologie per migliorare il journey dei processi HR
- **Utilizzo di un approccio evidence base** per monitorare gli outcomes dei progetti ed utilizzare i dati di evidenza per produrre conoscenza



Responsabilità sociale

(Society)

- **Individuazione di Clienti e Partner** con cui si condivide l'impegno al beneficio comune per la collettività con condotte responsabili Sviluppo Sostenibile



Interconnessione con l'ambiente e l'ecosistema

(Ecosystem)

- **Ricerca collaborazione e sinergia** con for-profit / nonprofit / università con lo stesso Purpose per impatti di benessere e sostenibilità

COSA ABBIAMO REALIZZATO NEL 2024

Piano di Marketing e comunicazione

- Le poche risorse sono state adeguatamente investite per il **posizionamento del brand e l'advocacy**. Questo ha reso possibile la realizzazione di un piano di comunicazione sui social consistente, la produzione di materiali di comunicazione professionali e la distintività sul mercato.
- I nostri prodotti editoriali mettono a disposizione molti contenuti tecnico specialistici con l'obiettivo di sostenere **evoluzione verso un HR 5.0**.
- Valorizzazione di tutte le progettazioni realizzate con la creazione di formati standard e la loro integrazione in un processo di employee journey a valore.
- **Consolidamento di un portfolio di contatti qualificati** (circa 1.000 contatti su aziende profilate a target), anche attraverso l'attivazione e la regolarizzazione di una newsletter rivolta a stakeholder selezionati.
- **Razionalizzazione dell'offerta** di WISE~ING sulle tre aree applicando la metodologia del Service Design. Definizione dei Job to be done e del valore.
- **Potenziato** il sito di WISE- ING e sviluppati altri due siti www.fagge.it www.mtqplus.it) per la promozione delle due offerte a valore.
- Organizzazione con i clienti alla fine progetto di meeting di retrospettiva con la condivisione dei **feedback di impatto** per la scrittura di business cases.
- Abbiamo pubblicato contenuti sulla nostra pagina LinkedIn 3 volte alla settimana (interviste, dirette streaming, articoli...) aumentando il numero dei followers della pagina ed integrato il piano di newsletter dedicate con la condivisione di contenuti attinenti ai temi di impatto - sviluppo personale – sostenibilità.
- Abbiamo avviato la **collaborazione con FIPSIS** (Federazione Italiana Psicologi dello Sport e delle Scienze Motorie) per integrare la Mental Toughness nelle pratiche formative e professionali rivolte al mondo sportivo.
- Abbiamo avviato il piano strategico di diffusione di **MTQPlus**, con il lancio dell'offerta commerciale dedicata, il primo **corso di certificazione professionale per coach, formatori, psicologi e consulenti HR**, e la messa a punto di **business case** a supporto della comunicazione del valore dello strumento. A questo si affianca l'avvio di una **ricerca interna** sugli impatti di MTQPlus in contesti organizzativi e la progettazione del **Playbook MTQPlus**, pensato per raccogliere pratiche, casi d'uso e linee guida per una sua applicazione sistemica ed evidence-based.

Forecasting e Piano Economico e pricing

- Abbiamo continuato ad utilizzare il sistema di definizione e monitoraggio del budget e di controllo di gestione.
- Definizione di un listino trasparente non solo verso i clienti ma anche i collaboratori che hanno chiara evidenza della loro quotazione in relazione al prezzo applicato.
- Listino prezzi comunicato in trasparenza con tutte le sue componenti ai collaboratori coinvolti. Nell'offerta al cliente allo stesso sono esplicitate nel dettaglio tutte componenti, anche quelle di back-office.

Scelta Fornitori e Partnership

I fornitori sono considerati dei partner con la costruzione di una collaborazione di lungo periodo ove possibile regolata dalla sottoscrizione di accordi quadro. Di preferenza nella catena di fornitura si prediligono partner a statuto benefit. Nella scelta di strutture ricettive di Faggè è stato stilato un decalogo che si condivide con il fornitore. La strutturazione degli accordi di partnership, con la sottoscrizione di MOU - Memorandum of Understanding che garantiscono la qualità della collaborazione dal momento che l'accordo definisce scopo (purpose) - valori - responsabilità e modello operativo - investimenti e profitti - comunicazione verso l'esterno.

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 definito una metodologia di lavoro per un gruppo che lavora al 100% in maniera agile attraverso la costruzione di un format di obiettivi di periodo correlati alla strategia, di un piano di lavoro con obiettivi definiti in modo trasparente e l'organizzazione di un ecosistema digitale comune di lavoro. 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 ogni qualvolta abbiamo sentito l'esigenza di uno scambio più continuativo e generativo, in occasioni predeterminate.

È stato definito un modello operativo e dei processi che permettono una chiara definizione delle responsabilità anche nei confronti del dialogo con gli stakeholders esterni.

La sfida al momento è un'attività condotta praticamente in via esclusiva in remoto con forte turnover di risorse e con la conseguente sfida al coordinamento ed alla creazione di una cultura condivisa.

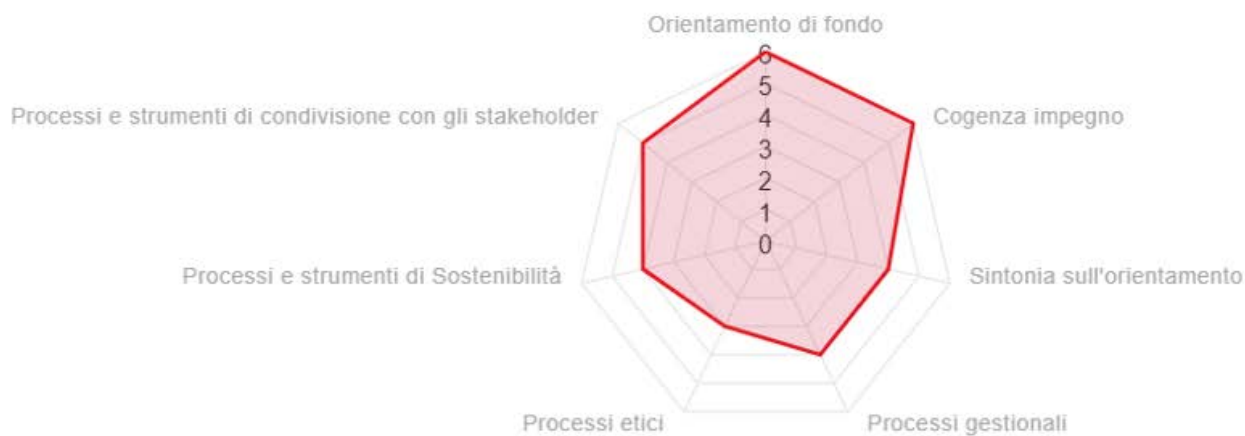


Autovalutazione di Governance e Processi Strategici

Nelle scelte economiche - finanziarie è stata data sempre priorità ad onorare gli impegni con particolare attenzione ai collaboratori.

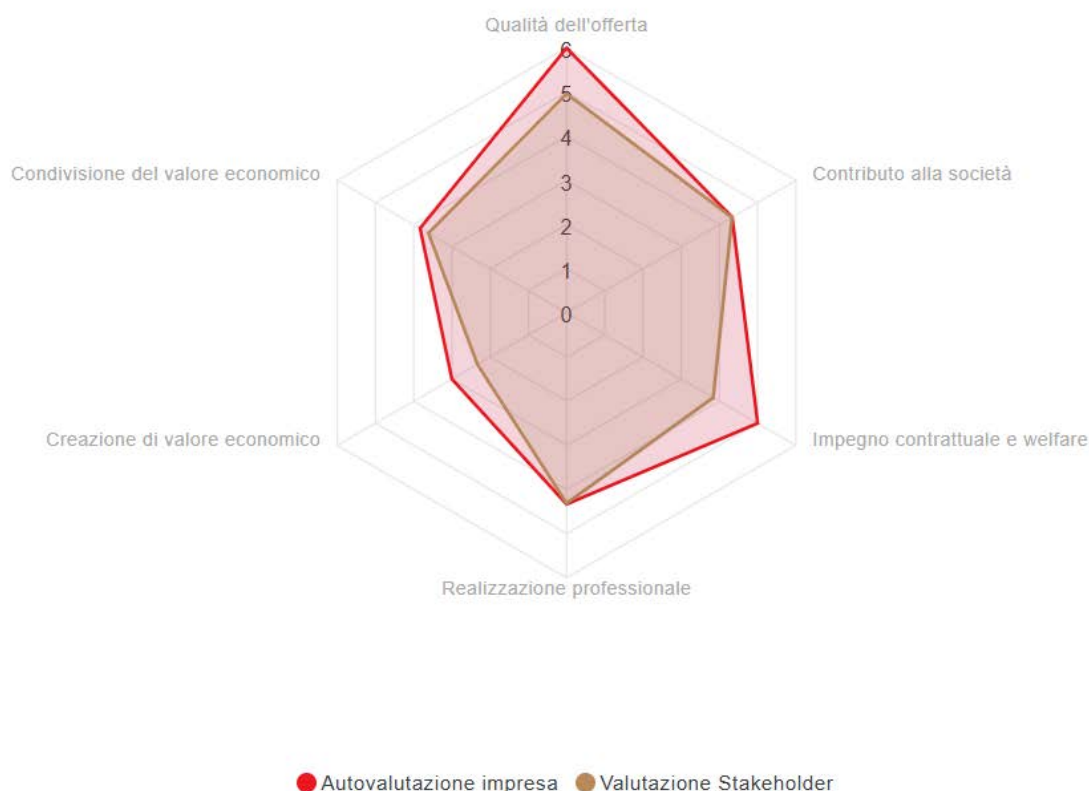
L'attività costante di controllo di gestione permette un presidio consapevole delle esposizioni aziendali ed un processo decisionale sugli investimenti consapevole e consistente.

Alla luce dell'outcomes di progetto ci siamo trovati nelle necessità di un ulteriore sforzo nell'obiettivo di costruire consapevolmente una relazione fiduciaria con il cliente.



Come illustrato dal radar elementi distintivi sono risultati l'orientamento di fondo e la cogenza impegno ma assolutamente da potenziare la sostenibilità del progetto in termini di work-life balance e soprattutto di stabilità del volume di affari.

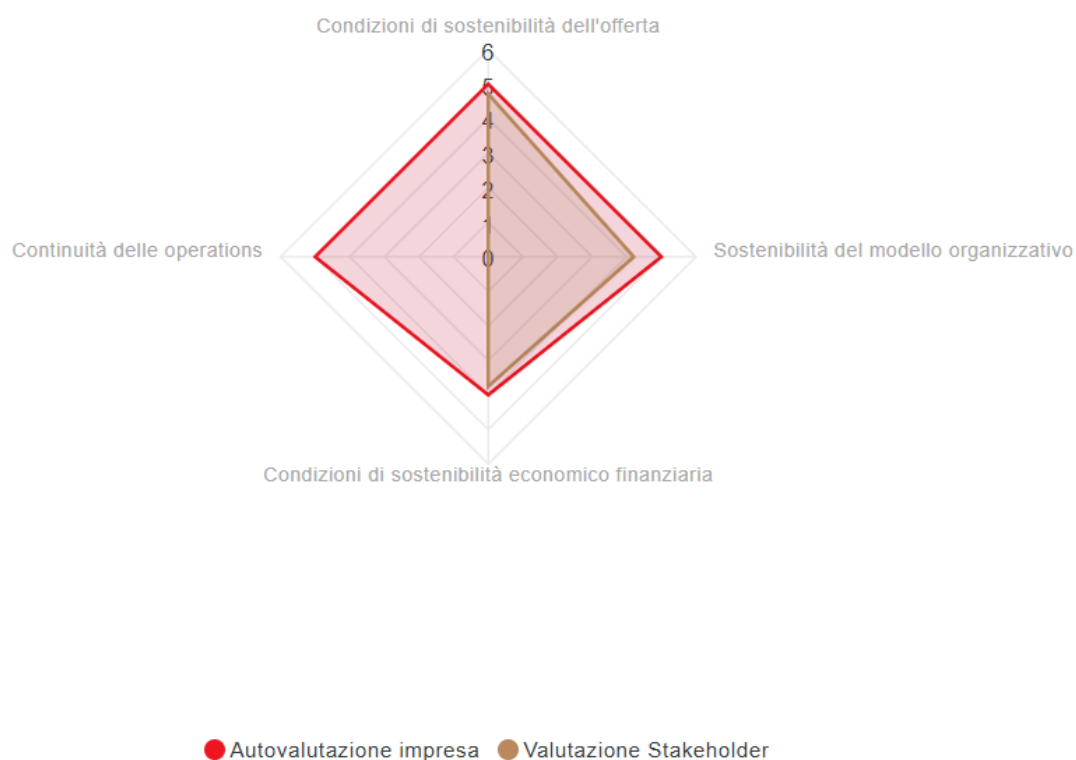
Sintesi della Creazione di Valore



Il grafico evidenzia una forte coerenza tra l'autovalutazione dell'impresa e la percezione degli stakeholder, con punteggi particolarmente elevati sulla qualità dell'offerta e sul contributo alla società, che si confermano come leve centrali nella strategia di creazione di valore.

Le aree relative alla condivisione e creazione del valore economico mostrano invece un leggero scostamento, indicando un margine di miglioramento nella comunicazione e nella distribuzione del valore generato.

Continuità nel tempo della Creazione di Valore



Anche rispetto alla prospettiva di lungo periodo, emerge una valutazione allineata tra impresa e stakeholder, con un buon livello percepito di continuità e sostenibilità su tutte le dimensioni osservate.

In particolare, spiccano le condizioni di sostenibilità dell'offerta e del modello organizzativo, a testimonianza dell'impegno nel consolidare relazioni durature e sistemi interni resilienti. Rimane aperta la sfida sul rafforzamento delle condizioni economico-finanziarie, che registra il punteggio più contenuto nella valutazione degli stakeholder.



Prodotti e Servizi

MODELLO DI INTERVENTO SPERIMENTATO

In ogni commessa vengono definiti gli obiettivi di impatto, comunicati e condivisi con il cliente e sono parte integrante del contratto.

- **Sistemico** - Tiene conto delle molteplici dimensioni di un'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:

L'offerta di servizio che abbiamo consolidato in questa area è la seguente:



- **Piattaforma «Talent LMS»** La piattaforma assolve diversi compiti: è parte del nostro journey formativo e di interazione con i partecipanti a supporto dei processi di apprendimento, come strumento di socializzazione e di condivisione del know-how, è lo strumento utilizzato per la realizzazione degli assessment e i bilanci di competenze, è il servizio che proponiamo alle aziende medie che vogliono

strutturare un loro ambiente dedicato al training, all'onboarding, al community management.

- **Creazione di un Catalogo Corsi WISE~ING** - dopo un'attività di studio e ricerca comparativa è stato definito un framework WISE~ING delle competenze del futuro che abbiamo utilizzato per la definizione dell'offerta formativa e che, allo stesso tempo, è road map aziendale per le attività di Assessment e Bilancio di competenze, collegabile al servizio di formazione finanziata (Fondo Nuove Competenze, Fondi Interprofessionali). Sono stati ricercate collaborazioni di valore per l'Innovazione dell'offerta formativa attraverso l'attivazione di collaborazioni con Ricercatori nell'ambito delle Neuroscienze applicate all'apprendimento e la prototipizzazione, con il supporto di ricercatrici di INDIRE, del Debate come metodologia a sostegno di una cultura di dialogo costruttivo e prospettivo.

Offerta Competenza del Futuro



Offerta specifica su Mental Toughness



Obiettivo del 2025 è quello di consolidare l'offerta sviluppata.

- **Quaderni di Apprendimento.** Costruzione del processo, standardizzazione dei template per un repository condiviso di pratiche per potenziare le competenze trasversali attraverso workout da condividere e mettere a disposizione dei consulenti qualificati come i Practitioners di MTQPlus.
- **Programma Train the Trainer:** programma formativo innovativo, pensato per accompagnare le organizzazioni nella costruzione di una rete interna di Trainer capaci di generare impatto duraturo sulla cultura aziendale. Il percorso – articolato in cinque moduli d'aula, sessioni di video-feedback, project work e strumenti di auto-riflessione – fornisce competenze avanzate per la progettazione e facilitazione di esperienze di apprendimento coinvolgenti e inclusive, grazie all'integrazione di metodologie come il Service Design e l'Universal Design for Learning. Il programma include anche un accompagnamento post-formazione per sostenere nel tempo la comunità dei formatori interni e misurare l'efficacia sugli indicatori di Employee Experience, qualità della formazione, engagement e retention. Un'iniziativa strategica per rafforzare il Talent Management e l'allineamento tra persone, valori e obiettivi aziendali.
- **MTQPlus:** Nel 2024, il progetto ha compiuto un salto di qualità grazie all'attivazione del corso di certificazione ufficiale in lingua italiana, realizzato attraverso la sottotitolazione integrale dei 21 moduli del percorso LUT di AQR International. Contestualmente, è stato prodotto il Playbook MTQPlus, attualmente in fase di revisione: uno strumento di supporto operativo che include 64 schede di allenamento (8 per ciascuna delle 8 sottodimensioni della Mental Toughness), con

indicazioni pratiche per l'ambito organizzativo e di coaching. A seguito del consolidamento della partnership con Fipsis, concretizzatosi con la certificazione dei nostri 3 partner diretti, è stata inoltre avviata la progettazione di una sezione specifica per l'ambito sportivo, che nel 2025 porterà all'integrazione nel playbook di 28 schede dedicate ai professionisti sportivi.

- a) **Certificazione:** l'obiettivo per il 2025 è il conseguimento di almeno 20 nuove certificazioni MTQPlus in lingua italiana. Il programma di certificazione proseguirà nella sua articolazione su più sessioni annue, con accreditamento ICF ed ECM, a supporto della diffusione professionale e scientifica dello strumento.
- b) **Promozione diretta:** continueremo a promuovere direttamente lo strumento MTQPlus (B2B) integrandolo nei nostri percorsi formativi dedicati a empowerment, leadership, change management, talent acquisition & recruiting, nonché (B2C) nei programmi di wellbeing e nei Journey di benessere olistico. Nel 2025 si consoliderà l'attività di comunicazione avviata negli anni precedenti con l'apertura del canale LinkedIn dedicato alla community italiana MTQPlus, uno spazio di aggiornamento e confronto rivolto ai professionisti certificati e agli interessati al tema.
- c) **Promozione indiretta:** prosegue il coinvolgimento dei partner certificati nella promozione dello strumento, in particolare grazie alla collaborazione con Fipsis e alla diffusione dello strumento nell'ambito sportivo e universitario. La certificazione dei tre partner Fipsis apre nuove prospettive di applicazione e visibilità.
- d) **Sviluppo e consolidamento di partnership strategiche:**
 - Proseguiremo il consolidamento della partnership con Eurosystem per l'integrazione della realtà virtuale nei percorsi esperienziali di allenamento della Mental Toughness.
 - Rafforzeremo la collaborazione con l'Università Europea di Roma attraverso due iniziative chiave: il primo congresso italiano dedicato alla Mental Toughness, previsto in sede UER, e l'avvio del Master in Psicologia e Sport Management in co-progettazione con Fipsis.

Human e Digital

L'offerta di servizio che abbiamo consolidato in questa area è la seguente:



- **Progetti di evoluzione strategiche verso la sostenibilità** organizzativa e operativa: per favorire la consapevolezza delle aziende sul loro livello di evoluzione e maturità verso aziende con approccio WISE~ING, costruzione e messa a disposizione a titolo non oneroso del questionario con report di indicazione di sviluppo
- **Sviluppo di un modello di Assessment delle capability** applicato in ambito Sales
- **Sviluppo Canvas per ricostruzione Employee Journey**
- **Progetto di analisi e studio delle soluzioni AI da applicare a supporto dell'employee Journey**
- **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
- **Sviluppo di un Journey consulenziale "Purpose Gap" in partnership con LES – Visual**
- **Utilizzo di tecnologie sociali a supporto dello sviluppo territoriale** e imprenditoriale consortile. Nella possibilità di candidare delle aziende per il progetto ministeriale di

ottenimento di fondi per l'innovazione, essendo WISE~ING nella lista del Ministro delle Attività Produttive come Innovation Manager, a titolo non oneroso abbiamo accompagnato una delle aziende del territorio nell'iter di ottenimento della misura. L'azienda è risultata vincitrice del contributo. WISE~ING fatturerà solo i servizi di consulenza effettivamente erogati e non l'accompagnamento alla procedura.

- **Sviluppo di un mini questionario disponibile a titolo non oneroso** per un veloce self assessment sulla maturità organizzativa in un'ottica di azienda centrata sul bene comune di lungo periodo
- **Leadership Interaziendale (2024):** Sono stati progettati tre percorsi formativi digitali (1. *Potenziare l'empowerment delle persone: come condurre conversazioni ingaggianti che generano impegno*; 2. *Performance di impatto con metodologia OKR: definire obiettivi significativi e risultati chiave per massimizzare l'impatto*; 3. *Eccellere con mente aperta*) rivolti a leader e manager di diverse funzioni aziendali, con l'obiettivo di sviluppare empowerment, accountability e coerenza strategica. I programmi integrano approcci evidence-based (Psicologia Positiva, OKR, SBPA, MTQPlus) per rafforzare la qualità delle conversazioni di leadership, valorizzare i punti di forza individuali, definire obiettivi significanti e guidare il cambiamento attraverso team coesi e ad alte prestazioni.

In relazione a questo ambito obiettivo del 2025 sarà quello di razionalizzare e caratterizzare ulteriormente l'offerta di valore di WISE~ING relativamente a:

- processi di trasformazione e quindi Purpose Gap e supporto alla trasformazione statuto Benefit;
- Journey Operation (Value Stream) con integrazione di Sostenibilità - DEI -Digitalizzazione.
- Leadership Model e Governance

Wellbeing

L'offerta di servizio che abbiamo consolidato in questa area è la seguente:



- **Wellbeing Program per Welfare aziendale:** Nel 2024 abbiamo ampliato e consolidato la nostra offerta integrando i 4 percorsi sviluppati nel 2023 con ulteriori 4 nuovi percorsi, costruendo così un pacchetto di Wellbeing Olistico articolato in 8 proposte complementari, pensate per sostenere il benessere individuale e organizzativo in modo sistemico. Parallelamente, abbiamo formalizzato la partnership con due ulteriori piattaforme di welfare, portando la nostra presenza a 3 dei principali provider attivi in Italia. I nostri percorsi sono attualmente accessibili tramite questi canali, con l'obiettivo di estendere la cultura del benessere all'interno delle aziende in modo sempre più capillare e personalizzato.
- **Sviluppo - in partnership con LES VISUAL ed ITINARRANDO - di Faggè - Leadership Sostenibile in cammino,** promuovendo un format formativo, di trekking evolutivo, dedicato alla leadership con impegno all'impatto e con sensibilità ai contesti territoriali, in continuità alle aziende. Prototipizzazione in campo con un progetto realizzato ad isorisorse che valorizzasse le competenze di ogni partner.
- **Valutazione Stress Psicosociale - Cultura e Clima in partnership con Università europea di Roma:** definizione di un protocollo integrato con l'utilizzo di MTQPlus – Questionario SQ e la possibilità di customizzare con l'aggiunta di scale ad-hoc come quella del tecnostress e DEI.

PROGETTUALITÀ DI IMPATTO SOCIALE

- 1) **Laboratorio MTQPlus in Virtual Reality – Empowerment e tecnologia per la crescita personale e dei team:** Abbiamo realizzato un laboratorio sperimentale a titolo gratuito, grazie a una partnership a valore con Eurosystem, Spaces e Les Visual, che ha permesso di integrare le competenze umane e digitali in un'esperienza immersiva innovativa. Il laboratorio ha rappresentato un primo step di un percorso oggi incluso nella nostra offerta formativa: attraverso l'utilizzo di visori di realtà virtuale, i partecipanti hanno potuto esplorare in prima persona le quattro dimensioni della Mental Toughness (Controllo, Impegno, Sfida e Fiducia), sperimentandone l'applicazione in contesti di lavoro reali. Il progetto ha offerto accesso gratuito alla profilazione MTQPlus per chi ha partecipato al gameplay, stimolando la riflessione sull'empowerment individuale e sulla crescita dei team attraverso metodologie esperienziali all'avanguardia. Un'iniziativa nata per diffondere consapevolezza e cultura dell'innovazione anche in ambito HR.
- 2) **HR Lab – Navigare il cambiamento con Service Design e Mental Toughness:** Abbiamo promosso e condotto un workshop gratuito rivolto alla comunità HR, grazie a una partnership a valore con e-Talentum, Double You, 3io e Spaces. L'evento ha rappresentato un'occasione di confronto e co-progettazione tra professionisti del settore, con l'obiettivo di offrire strumenti concreti per affrontare le sfide organizzative contemporanee. Attraverso l'introduzione ai principi del Service Design e all'utilizzo della profilazione MTQPlus, i partecipanti hanno potuto esplorare soluzioni innovative per migliorare l'Employee Experience e rafforzare l'engagement nei contesti post-pandemici, affrontando temi come sostenibilità, diversità generazionale e benessere organizzativo. Il laboratorio si è articolato in tavoli tematici collaborativi, nei quali i partecipanti, guidati da un team di esperti, hanno lavorato alla progettazione di azioni ad alto impatto per la trasformazione della cultura aziendale. L'iniziativa ha contribuito a valorizzare il ruolo degli HR come attivatori strategici del cambiamento, promuovendo una visione sistemica e partecipativa delle evoluzioni in atto nelle organizzazioni.
- 3) **Playbook delle pratiche di wellbeing:** Durante il mese di agosto 2024, abbiamo scelto di accompagnare la nostra community nella pausa estiva offrendo, attraverso LinkedIn, una serie di pratiche di wellbeing quotidiane pensate per sostenere il rilassamento e favorire una reale disconnessione dal lavoro. Un gesto semplice ma intenzionale per non "lasciare sole" le persone in un periodo che può rappresentare tanto un'occasione di recupero quanto un momento di vulnerabilità. Il nostro *playbook estivo* ha messo a disposizione riflessioni guidate, suggerimenti pratici e micro-esercizi quotidiani, contribuendo a diffondere una cultura del benessere accessibile, anche al di fuori dei contesti strutturati.

4) **Facilitazione del progetto “Faggè – Leadership in Cammino” per il CNA di Roma:**

Realizzazione di un percorso esperienziale e partecipativo volto alla valorizzazione dell'identità territoriale dei Castelli Romani. L'intervento, articolato in due workshop con imprenditori e stakeholder locali, ha favorito l'emersione condivisa di elementi chiave per lo sviluppo di un brand territoriale distintivo e di un framework di crescita sostenibile e intersettoriale. Il progetto ha generato valore sociale attraverso il coinvolgimento attivo delle imprese locali nei settori artigianato, turismo, enogastronomia, ambiente e commercio, promuovendo collaborazione, visione strategica e senso di appartenenza al territorio.

CULTURA E VALORI

- Abbiamo aderito al gruppo di consulenti che utilizzano il Modello della Buona Impresa e partecipato ad un seminario fondativo del gruppo.
- Rispetto del codice etico professionale degli Psicologi, in ottemperanza della componente professionale di WISE~ING.
- A termine di ogni progetto abbiamo previsto un incontro di retrospettiva con cliente e team progettuale, la scrittura del business case che viene poi condiviso con il cliente e messo a disposizione per favorire consapevolezza e conoscenza.

Fedeli ai valori che guidano il nostro operato e animati dalla volontà di tradurli concretamente in pratica, ci impegniamo a costruire una cultura condivisa che ne sia la naturale espressione, attraverso le seguenti azioni:

- **Abbiamo avviato la partnership strategica con Asseprim (Confcommercio Milano)** attraverso una convenzione dedicata agli associati, con l'obiettivo di promuovere una cultura della sostenibilità come leva per la trasformazione organizzativa. La convenzione prevede l'accesso agevolato a un ampio ventaglio di servizi modulari nelle aree del posizionamento identitario, della revisione dei processi aziendali e dello sviluppo di leadership e cultura organizzativa orientate agli obiettivi ESG. A complemento dell'offerta, è previsto anche un ciclo di **webinar mensili a partecipazione gratuita**, per esplorare temi chiave legati a benessere, performance e innovazione organizzativa, tra cui: motivazione intrinseca e nudging, conversazioni trasformative, OKR, Mental Toughness, Employee Experience e purpose strategico.
- **Abbiamo attivato la partnership strategica con FEMBA:** abbiamo avviato una collaborazione con l'Associazione FEMBA per promuovere la crescita personale e professionale dei suoi associati attraverso programmi formativi, coaching e lo sviluppo della Mental Toughness, offrendo un accesso privilegiato con sconti dedicati e servizi pro bono, in linea con i valori di responsabilità, trasparenza,

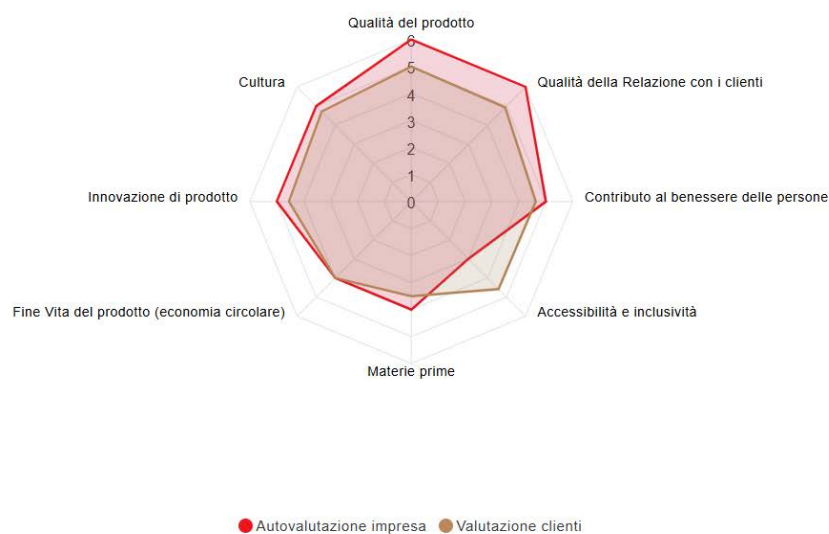
inclusione ed evidence-based practice. Tra i servizi pro bono, abbiamo realizzato per l'associazione un ciclo di webinar gratuiti, in particolare:

1. "Per fare un talento ci vuole un seme";
2. "Costruire il proprio percorso di crescita: l'architettura delle scelte e il potere del nudging";
3. "Feedforward: potenziare il benessere personale e il flow nel team".

PRODOTTI E SERVIZI

La creazione di valore e il punto di vista degli stakeholders

La creazione di valore con il Prodotto



Il grafico evidenzia come, rispetto alla nostra autovalutazione, gli stakeholder ci riconoscano un valore significativamente maggiore in termini di accessibilità e inclusività. Questo dato ci invita a valorizzare maggiormente il nostro impegno in questo ambito, rendendolo più visibile e strutturato nella comunicazione. Sostanzialmente allineata risulta la valutazione relativa al fine vita del prodotto, a conferma della coerenza delle nostre pratiche in ottica di economia circolare. Nelle restanti dimensioni — qualità del prodotto, relazione con i clienti, benessere delle persone, materie prime, innovazione e cultura — la nostra autovalutazione risulta leggermente superiore rispetto alla percezione degli stakeholder, suggerendo l'opportunità di rafforzare il dialogo e la trasparenza per rendere più evidenti gli impatti generati.



Lavoro e Persone

Persone di WISE~ING

Il team di WISE~ING rappresenta un vero e proprio **ecosistema professionale**, costruito nel 2023 con una struttura dinamica, versatile e orientata alla generazione di valore. Nel corso del **2024**, il sistema si è **evoluto in modo sostanziale**, consolidando asset chiave, ampliando competenze e rafforzando i presidi strategici per la crescita e la sostenibilità dell'organizzazione.

Questa evoluzione ha interessato sia la **composizione del team**, sia il **modello operativo e gestionale**, aumentando la capacità di presidio dei processi strategici, la coerenza interna e la flessibilità nell'erogazione delle commesse.

Nel 2024, il team è composto da:

- **Una persona con contratto di lavoro dipendente**, nel ruolo di **CEO**, responsabile della definizione delle linee strategiche, della visione d'impresa e della loro implementazione condivisa con il team operativo.
- **Una persona con contratto professionale full-time**, dedicata alla **brand awareness**, alla **comunicazione integrata**, al **marketing** e alla partecipazione a **progetti orientati alla comunicazione visiva** e alla **produzione di materiali visuali e di ingaggio**. Il suo inserimento ha potenziato in modo decisivo l'identità di WISE~ING e la qualità delle esperienze di comunicazione interna ed esterna.
- **Una persona con contratto di apprendistato**, in ingresso da ottobre 2024, con il ruolo di **Consulente Organizzativo Junior**, specializzata in **MTQPlus**. Dopo un'esperienza di tirocinio nel 2023, la risorsa ha proseguito la collaborazione in forma occasionale fino all'assunzione, portando continuità e progressiva crescita nel presidio di strumenti strategici per l'offerta.

Il team operativo presidia in modo integrato tutte le attività chiave di WISE~ING:

- **sviluppo commerciale**, dalla gestione dei contatti prospect alla costruzione di proposte personalizzate;
- **project management**, con attenzione al coordinamento, alla qualità e al rispetto dei tempi di esecuzione;
- **erogazione (delivery)** di servizi consulenziali e formativi, anche attraverso team multidisciplinari;
- **staffing mirato di consulenti**, attivato in base alle esigenze progettuali, assicurando l'allineamento tra competenze richieste, obiettivi di impatto e specificità dei contesti.

Il team è inoltre impegnato nello **sviluppo dell'offerta e della formazione finanziata**, nella produzione di contenuti e strumenti a supporto della delivery e nel consolidamento della **presenza di WISE~ING sul mercato**, coerentemente con la sua missione benefit.

Nel 2024 sono state attivate due nuove esperienze di tirocinio:

- una per lo sviluppo del **Playbook MTQPlus**, pensato per sistematizzare e trasferire il know-how legato all'applicazione dello strumento;
- una per la realizzazione dell'**Handbook WISE~ING**, documento identitario che raccoglie e racconta la visione, i principi e il modello operativo dell'impresa.

COLLABORAZIONI strategiche:

- È proseguita la collaborazione con una professionista per la gestione dei progetti finanziati tramite il conto formazione, e con **Formatec Srl** per la partecipazione a bandi regionali e nazionali.
- Le attività di **accounting IT e segreteria generale** sono esternalizzate, a garanzia di efficienza e specializzazione.
- Il **team operativo si incontra settimanalmente** per la pianificazione e la condivisione progettuale, mentre **un meeting mensile di governance** con il co-amministratore è dedicato all'analisi dei dati economico-finanziari.
- Un socio WISE~ING, membro di IPI, mette a disposizione competenze in **controllo di gestione**, rafforzando il rigore nella lettura economica delle attività.
- **Sales Srl**, in continuità con l'accordo post-spin-off, gestisce gare, albo fornitori e processi di fatturazione.

Per le attività di **delivery**, WISE~ING si avvale di una rete di **consulenti qualificati**, coinvolti secondo necessità progettuali, garantendo reattività, specializzazione e valore per i clienti.

Partnership e alleanze valoriali:

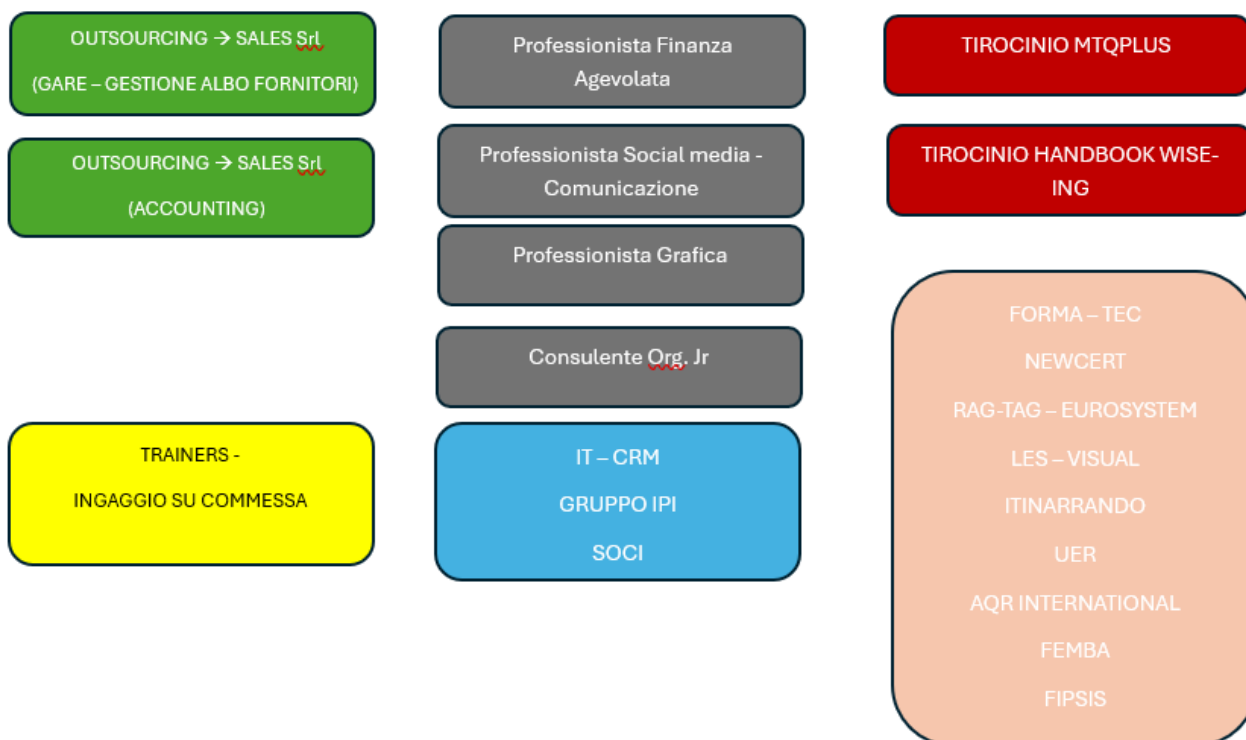
Nel 2024, coerentemente con l'evoluzione del sistema, si sono ulteriormente consolidate e ampliate le partnership:

- **AQR International** (MTQPlus);
- **LES-Visual** e **Itinarrando** (progetto *Faggè*);
- **Università Europea di Roma** (ricerca e formazione);
- **DOUBLE-YOU** (wellbeing);
- **JOINTLY** ed **EDENRED** (welfare aziendale);
- **FEMBA** (rete executive MBA);
- **FIPSIS** (sviluppo della Mental Toughness nello sport).

Tutte le collaborazioni si fondano su **accordi che valorizzano dimensioni economiche, valoriali e relazionali**, promuovendo reciprocità e co-progettazione.

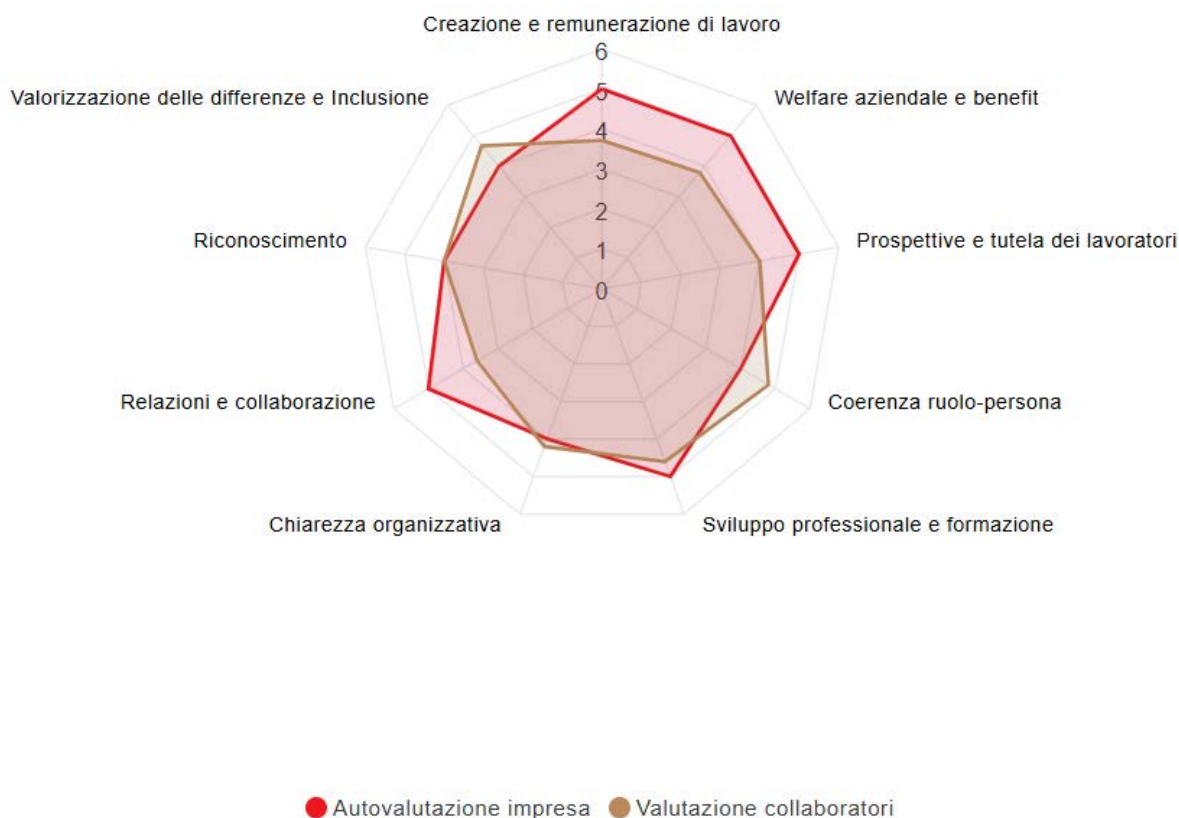
L'evoluzione del team e della rete di partnership nel 2024 riflette l'impegno di WISE~ING nel **rafforzare la propria capacità sistemica, generare impatto misurabile** e consolidare un modello di impresa benefit capace di integrare visione, sostenibilità e risultati.

Ecosistema WISE~ING



LAVORO E PERSONE

La creazione di valore e il punto di vista degli stakeholders



Il grafico mostra un buon allineamento tra la prospettiva dell'impresa e quella degli stakeholders, con alcune aree che segnalano un maggiore scostamento e che rappresentano per noi opportunità concrete di miglioramento.

In particolare, il valore più alto assegnato dall'impresa alla dimensione "Relazioni e collaborazione" evidenzia quanto riteniamo strategico il lavoro di squadra come leva abilitante per il cambiamento. Dall'altro lato, i collaboratori riconoscono con maggiore forza la coerenza tra ruolo e persona e l'attenzione allo sviluppo professionale e alla formazione, a conferma dell'impegno a valorizzare i talenti e accompagnare la crescita interna.

Le differenze più significative tra autovalutazione e percezione dei collaboratori si riscontrano in ambiti come welfare aziendale e benefit, tutela e prospettive, e valorizzazione delle differenze, che rappresentano per noi spunti preziosi per aprire un confronto costruttivo e orientare le prossime azioni in modo sempre più partecipato e coerente con i nostri valori.

LAVORO E PERSONE – Obiettivi 2025

Gli obiettivi di WISE~ING per il 2025 si concentrano sul consolidamento e sulla strutturazione dell'organizzazione, con l'intento di garantire continuità operativa nella crescita e rafforzare il posizionamento del brand sul mercato.

Nel corso del 2024 è stata avviata una prima fase di rafforzamento dello staff, con il consolidamento di due risorse operative. Una di queste è stata assunta con contratto di apprendistato, a conferma della volontà di investire nella formazione e nella crescita interna. La decisione risponde a due esigenze strategiche: da un lato, rafforzare la capacità organizzativa attraverso la gestione più strutturata dei progetti (in particolare il consolidamento dell'ecosistema MTQPlus); dall'altro, arricchire l'offerta con servizi integrati di comunicazione HR, grazie alla scelta di consolidare il profilo dedicato al branding e alla comunicazione strategica.

In questa direzione, la strategia organizzativa 2025 prevede:

- La costituzione di un team operativo **full-time di 3 persone**, con competenze focalizzate su: branding, sviluppo prodotto, gestione clienti e sviluppo commerciale;
- L'integrazione di **2 tirocinanti** per lo sviluppo di strumenti strategici quali il **playbook MTQPlus** e il **WISE~ING Journey**;
- Il rafforzamento della rete di **consulenti qualificati**, da attivare su progetti mirati;
- L'individuazione di **figure senior** per il **project management** delle commesse più complesse.

Resta centrale l'impegno a costruire un team armonico, stabile e bilanciato, anche in termini di genere, attraverso contratti meno volatili e l'ampliamento progressivo delle competenze e della seniority. Allo stesso tempo, intendiamo consolidare i processi di pianificazione, coordinamento e supervisione dei progetti, in linea con il nostro approccio agile, basato su obiettivi condivisi e strumenti di lavoro collaborativo.

Questi obiettivi riflettono il nostro modo di intendere il lavoro: un contesto generativo, in cui la crescita professionale delle persone va di pari passo con la crescita dell'impresa, in una logica di sviluppo sostenibile e co-responsabile.

VALORE ECONOMICO

Analisi strategica 2024

Il 2024 è stato un anno cruciale per WISE~ING, caratterizzato da un deciso orientamento strategico verso la costruzione delle basi per una crescita sostenibile, scalabile e coerente con la missione benefit. Consapevole della necessità di consolidare il proprio posizionamento nel mercato e rafforzare la struttura interna, l'impresa ha intrapreso **una fase di investimento consapevole**, destinando risorse alla progettazione e implementazione di asset strategici, in particolare legati a **MTQPlus** e alla costruzione di un ecosistema di partnership attivanti.

Dati economici 2024

Indicatore	Valore 2024
Fatturato	€130.229,00
Utile	- 42.196,15.
Redditività (% su fatturato)	—
Valore economico distribuibile	-€630,89
Lavoratori autonomi e collaboratori	€43.954,59
Lavoratori dipendenti	€99.351,62
Beni immateriali	€5.757,94
Contributi alla comunità (imposte)	€0,00

I dati economici del 2024 mostrano una contrazione del fatturato e una perdita di esercizio, coerente con la fase di investimento strategico intrapresa.

La riduzione temporanea della marginalità è stata una scelta deliberata per costruire asset distintivi e infrastrutture immateriali (come MTQPlus, l'ecosistema digitale, il team interno). L'assenza di indebitamento e la stabilità degli investimenti immateriali dimostrano una gestione solida e prudente, capace di reggere l'assorbimento iniziale in vista di una crescita più strutturata e scalabile a partire dal 2025.

Per tanto il calo dei ricavi registrato nel 2024 non è da interpretare come un segnale di fragilità, bensì come l'esito intenzionale di una strategia chiara: **ridurre temporaneamente**

la pressione sulla delivery per concentrare le risorse e le energie su tre leve ad alto potenziale, orientate alla costruzione della capacità futura di generare valore.

1. Sviluppo e posizionamento dell'offerta MTQPlus

- Immissione nel mercato di MTQPlus con un'offerta dedicata e personalizzabile per diversi segmenti;
- Produzione di contenuti proprietari, tool operativi e materiali formativi per aumentarne l'applicabilità;
- Riposizionamento del brand e strutturazione tattica delle attività di marketing e comunicazione, con l'integrazione di tre canali digitali strategici: www.WISE~ING.it, www.mtqplus-it e www.fagge.it.

2. Rafforzamento della struttura organizzativa

- Inserimento di nuove figure professionali in ambito comunicazione, marketing e consulenza organizzativa;
- Incremento dell'autonomia progettuale e potenziamento della capacità di delivery, con particolare attenzione alla qualità della componente visuale dell'offerta;
- Transizione da un modello basato esclusivamente sulla delivery a una struttura capace di generare **scalabilità operativa**, rendendo possibile la gestione simultanea di più commesse.

3. Crescita dell'ecosistema di partnership

- Attivazione di collaborazioni strategiche con JOINTLY, EDENRED, Università Europea di Roma, AQR, DOUBLE-YOU, LES-Visual, FIPSIS;
- Sviluppo di sinergie progettuali e apertura a nuovi mercati ad alta potenzialità come il welfare aziendale, lo sport e le iniziative in ambito Diversity, Equity & Inclusion (DEI).

4. Sviluppo e posizionamento dell'offerta MTQPlus

- Produzione di contenuti proprietari
- Costruzione del modello commerciale
- Attivazione di strumenti di diffusione e formati modulari

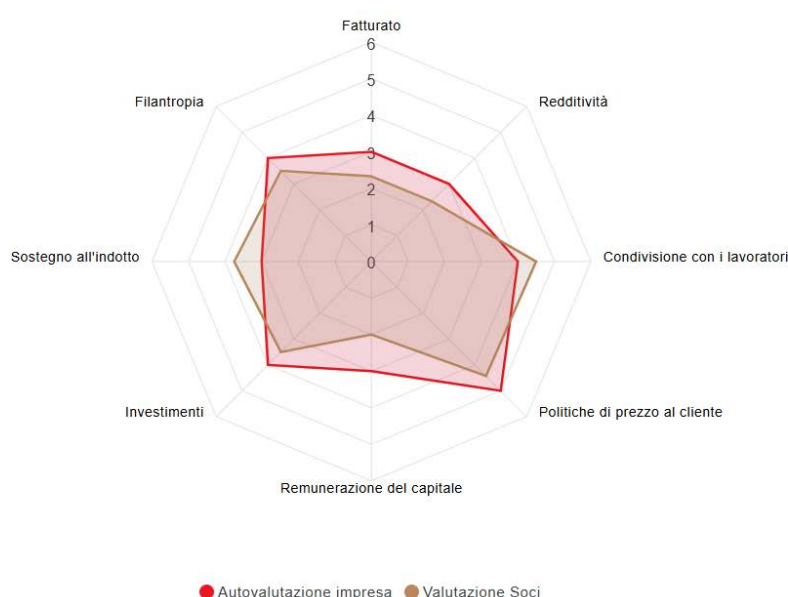
5. Rafforzamento della struttura organizzativa

- Inserimento di nuove figure in ambito comunicazione, marketing, consulenza
- Maggiore autonomia e capacità di delivery
- Passaggio da una struttura flessibile a una più stabile

6. Crescita dell'ecosistema di partnership

- Collaborazioni attivate con JOINTLY, EDENRED, Università Europea di Roma, AQR, FEMBA, LES-Visual, FIPSIS
- Sviluppo di sinergie progettuali e accesso a nuovi mercati (welfare, sport)

Analisi della percezione degli stakeholder



Il grafico radar rappresenta uno strumento centrale per comprendere le percezioni degli stakeholder rispetto alla capacità di WISE~ING di generare valore economico e sociale. Il confronto tra l'autovalutazione dell'impresa e la valutazione dei soci evidenzia pattern di fiducia, aspettative e aree di miglioramento.

Il grafico ci permette di portare l'attenzione su importanti riflessioni:

- Le valutazioni elevate e allineate su **condivisione con i lavoratori** (4,5) e **politiche di prezzo al cliente** (4,43) confermano una forte coerenza tra visione benefit e pratiche operative quotidiane. Questi due ambiti si affermano come asset reputazionali e culturali fondamentali per la distintività di WISE~ING.
- Il gap più rilevante si registra su **remunerazione del capitale** (2 per i soci, 3 per l'impresa), a indicare la necessità di rafforzare trasparenza e chiarezza sui criteri di distribuzione del valore generato e sugli strumenti di riconoscimento economico nel medio periodo.

- La **redditività** (2,33 contro 3) e il **fatturato** risultano più bassi nella percezione dei soci, che esprimono un'attesa verso un miglioramento strutturale della performance economica. L'impresa riconosce il gap e lo inquadra come fase di investimento propedeutica alla crescita.
- Gli scostamenti su **investimenti**, **sostegno all'indotto** e **filantropia** riflettono aspettative su una maggiore evidenza dell'impatto generato. Questi ambiti rappresentano territori strategici da rafforzare nel racconto di valore e nelle future azioni di accountability.

La Creazione di valore economico

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Fatturato	3	2.33	Sviluppo economico
Redditività	3	2.33	Sviluppo economico
Condivisione con i lavoratori	4	4.5	Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori Comunità Locali
Politiche di prezzo al cliente	5	4.43	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico
Remunerazione del capitale	3	2	Sviluppo economico
Investimenti	4	3.5	Progresso della società e innovazione Sviluppo economico
Sostegno all'indotto	3	3.75	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico Comunità Locali
Filantropia	4	3.5	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico Comunità Locali

La tabella sintetizza il confronto tra autovalutazione e valutazione media degli stakeholder su otto elementi chiave della creazione di valore economico, accompagnati dagli impatti generati. L'analisi rivela pattern significativi utili per definire priorità strategiche nel 2025.

- **Condivisione con i lavoratori** (4,5 da parte dei soci, 4 da WISE~ING): il punteggio più alto nella tabella, che certifica la centralità della relazione con il team interno e il valore percepito del coinvolgimento nelle decisioni e nei processi.
- **Politiche di prezzo al cliente** (4,43 soci, 5 impresa): evidenzia l'impegno nel mantenere accessibile l'offerta, sostenendo l'equità e la competitività del posizionamento.

- **Remunerazione del capitale** (2 stakeholder, 3 impresa): emerge come l'ambito con il gap più marcato. L'impresa riconosce la criticità e individua nel 2025 il momento per migliorare la chiarezza dei criteri di distribuzione del valore, anche in ottica di fiducia e accountability.
- **Redditività e fatturato** (entrambi valutati a 2,33 dai soci): riflettono la consapevolezza di una fase di transizione e la necessità di una ripresa sostenuta dei margini. È cruciale garantire una comunicazione trasparente sul ritorno atteso degli investimenti 2024.
- Su **investimenti, sostegno all'indotto e filantropia**, i punteggi sono mediamente buoni ma mostrano un margine rispetto all'autovalutazione. Questo suggerisce l'opportunità di rafforzare il racconto del valore generato verso la comunità, le partnership e la filiera.

La tabella conferma che la creazione di valore di WISE~ING è letta positivamente, ma anche che esistono aree dove è strategico **aumentare la visibilità dell'impatto e la trasparenza dei risultati**.

Nel complesso, i grafici confermano che WISE~ING ha adottato una logica di investimento evolutiva e responsabile, che ora necessita di essere accompagnata da una **fase di valorizzazione sistemica e sostenibile** nel 2025.

Il 2024 ha rappresentato per WISE~ING una fase cruciale di transizione e consolidamento strategico. Le decisioni assunte — ridurre la pressione sulla delivery, rafforzare il posizionamento dell'offerta MTQPlus, costruire asset immateriali distintivi, ampliare le partnership e strutturare il team — hanno avuto un impatto diretto sul piano economico, ma sono state orientate a creare le condizioni per una crescita futura solida e scalabile. I dati economici e gli strumenti di autovalutazione inclusi nella rendicontazione restituiscono un'immagine coerente: una realtà che ha investito con intenzionalità, ha mantenuto una gestione prudente e ha saputo costruire fiducia interna ed esterna, pur in una fase di difficoltà nella redditività.

Nel 2025, l'obiettivo di WISE~ING sarà valorizzare pienamente gli asset sviluppati, con una strategia integrata orientata alla sostenibilità, all'espansione commerciale e alla flessibilità finanziaria. Le azioni prioritarie includono:

- **Avviare il reselling strutturato di MTQPlus**, attraverso una rete qualificata di partner e alleanze commerciali, promuovendo modelli ad abbonamento e formule su misura per PMI e corporate;
- **Introdurre un nuovo listino prezzi**, che aumenti l'accessibilità dell'offerta mantenendo la marginalità, con pricing differenziato per volumi e segmenti;

- **Valorizzare la componente visuale e narrativa dell'offerta**, rafforzando la brand identity e la qualità percepita nei materiali formativi e nei contenuti di comunicazione;
- **Pianificare con rigore la gestione finanziaria**, attraverso un presidio accurato degli incassi (DSO) e una politica di acquisto "on demand", che evita l'immobilizzazione di capitale e adatta gli investimenti ai volumi effettivi;
- **Tradurre gli investimenti in ricavi ricorrenti e margini positivi**, consolidando la pipeline commerciale;
- **Rafforzare la sostenibilità patrimoniale** e garantire una **remunerazione del capitale** più visibile, equa e sostenibile.

Per stakeholder e investitori, il 2025 sarà l'occasione per verificare il ritorno sugli asset costruiti, con l'obiettivo di **riallineare le aspettative sulla remunerazione del capitale**, migliorare la redditività e **restituire valore in forma più visibile, sostenibile e misurabile**.



L'impegno SDGS

Le attività di WISE~ING perseguono I seguenti obiettivi di Sviluppo Sostenibile:

Valutazione Degli Impatti

Di seguito, vengono presentati gli impatti materiali per la vostra azienda, con una valutazione (verde, giallo, rosso) dell'impatto generato dall'attività della azienda, in base all'autovalutazione espressa sui singoli elementi del modello.

- Rosso --> PUNTO CRITICO: se anche solo un Requisito Minimo pertinente risulta "non verificato" o "in via di definizione"
- Giallo--> ATTENZIONE: se anche solo uno degli elementi che generano tale impatto ha una valutazione critica (1 o 2)
- Verde --> MOLTO BENE: se la media degli elementi che generano tale impatto è superiore a 3,8
- Neutro: negli altri casi

Sono inoltre ricapitolati per ogni impatto gli elementi che vi incidono. Sono le leve su cui lavorare per migliorare ulteriormente il proprio impatto positivo.

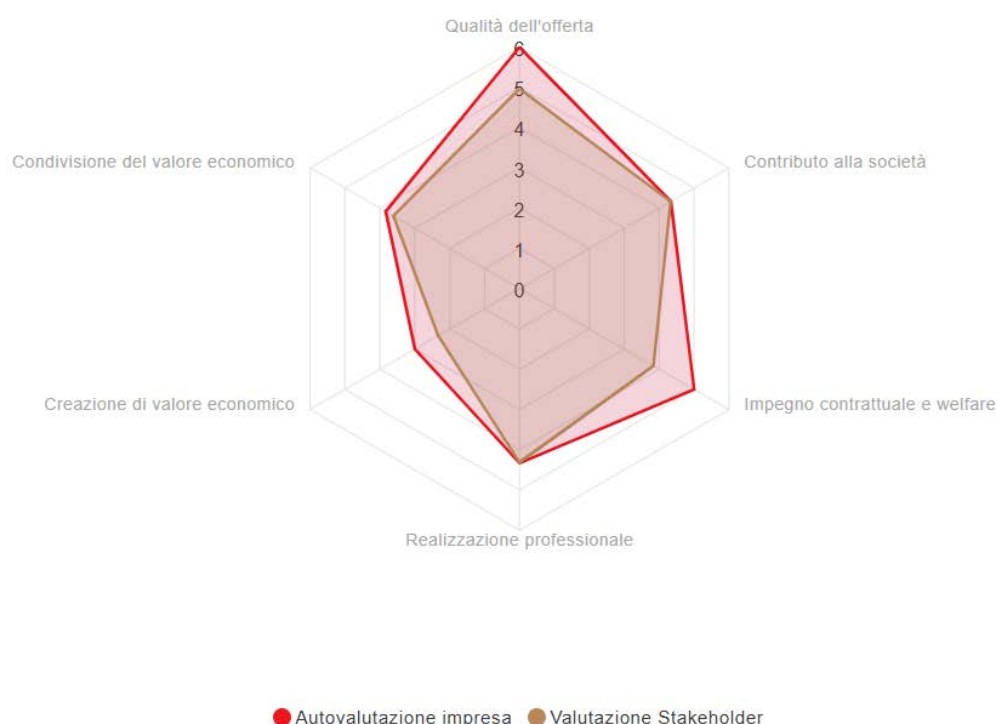
Gli impatti sono presentati in ordine di importanza per l'azienda; a partire da quelli legati al Core Business fino a quelli giudicati abbastanza rilevanti. Gli impatti valutati come trascurabili non sono rappresentati.

CORE BUSINESS		
Benessere degli individui ①		
CORE BUSINESS		
Progresso della società e innovazione ①		
CORE BUSINESS		
Educazione, informazione e cultura ①		

CORE BUSINESS		
Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori ⓘ	✓	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Diversità, Equità e Inclusione ⓘ	✓	5 PARITÀ DI GENERE
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Salute e sicurezza dei lavoratori ⓘ	✓	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Circularità e uso delle risorse ⓘ	✓	12 CONSUMI E PRODUZIONE RESPONSABILI
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Comunità Locali ⓘ	✓	11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Disuguaglianze economiche e sociali ①		
IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Diritti Umani ①		
IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Inquinamento ①		
IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Sviluppo economico ①		

CREAZIONE DI VALORE IN SINTESI



In generale, il grafico mette in luce una tendenza dell'impresa a valutarsi in modo più positivo rispetto agli stakeholder, in particolare su aspetti legati all'impegno contrattuale e welfare, alla creazione e condivisione del valore economico e alla qualità dell'offerta.

Le valutazioni risultano invece allineate su contributo alla società e realizzazione professionale, segnalando una buona coerenza tra azione e percezione esterna su questi fronti. Questo confronto rappresenta uno strumento utile per orientare le priorità di miglioramento e rafforzare il dialogo con gli stakeholder.

CREAZIONE DI VALORE NEL TEMPO

Questo grafico intende restituire uno sguardo d'insieme rispetto ad un elemento caratterizzante dell'osservazione del modello della Buona Impresa, ovvero la **capacità di continuare a generare valore per la società nel lungo periodo**.

Sono rappresentate le "terze dimensioni" relative a Prodotto, Lavoro e Valore economico (rispettivamente: **continuità dell'offerta**, **continuità organizzativa**, **continuità economica**). In particolare: per l'impresa viene espressa la valutazione rispetto alla fidelizzazione di clienti, lavoratori e soci; la valutazione degli stakeholder invece è la media delle risposte date alle domande rispetto all'intenzione di consigliare ad altri l'impresa (consigli per gli acquisti, da parte dei clienti; consigli come datore di lavoro, per i lavoratori; consigli di investimento, per i soci).

L'ultimo vertice, infine, rappresenta la valutazione di sintesi rispetto alla **sostenibilità delle operations**, interpretata come un fattore determinante per garantire il successo nel tempo dell'attività di impresa. Anche in questo caso: per l'impresa viene espressa la valutazione rispetto alla solidità della relazione con fornitori e partner commerciali; non è invece previsto in questo punto il riscontro degli stakeholder.



Il confronto tra le due prospettive evidenzia una **distanza costante di un punto** tra la valutazione interna e quella esterna nelle tre dimensioni comuni. Questo scarto, pur contenuto, suggerisce una percezione più cauta da parte degli stakeholder, che può riflettere aspettative più elevate o una minore esposizione alle informazioni strategiche dell'impresa.

La **forma romboidale** dell'autovalutazione rappresenta una visione strutturata e completa, che include anche la dimensione relazionale con i partner. Il **triangolo isoscele** degli stakeholder, invece, restituisce una sintesi della fiducia percepita, basata sull'esperienza diretta e sulla disponibilità a raccomandare l'impresa.

Nel complesso, il grafico evidenzia una **buona coerenza tra visione interna e percezione esterna**, con margini di miglioramento nella comunicazione e nella valorizzazione delle

relazioni di fiducia ma, per poter guardare davvero al futuro con serenità, è importante la crescita della visibilità, l'affermazione dell'identità del brand - che si è andata sempre più caratterizzando - ed una maggiore velocità e consistenza nell'acquisizione di nuove commesse.

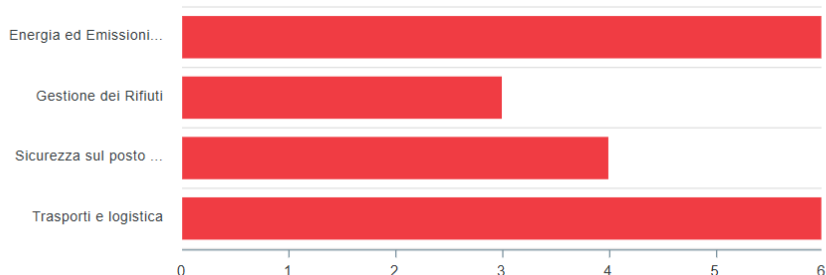
SOSTENIBILITÀ DELLE OPERATIONS

Autovalutazione dell'Impresa

Autovalutazione della Sostenibilità delle Operations

In questa sezione vengono visualizzati gli esiti di dettaglio del questionario rispetto alla gestione sostenibile delle proprie Operations. Nei grafici, vengono rappresentati i risultati delle valutazioni sia relative ai processi di produzione aziendali che alla gestione della filiera. E' riportato solo il punto di vista dell'impresa poichè si ritiene che gli stakeholder non dispongano di sufficienti informazioni per valutare questi aspetti, e dunque non viene chiesta loro di esprimersi.

Processi di produzione



Sostenibilità delle Operations

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Impatti generati
Energia ed Emissioni (scope 1 e 2)	6	Cambiamento climatico Inquinamento Circolarità e uso delle risorse
Gestione dei Rifiuti	3	Cambiamento climatico Inquinamento Biodiversità ed ecosistemi Circolarità e uso delle risorse
Sicurezza sul posto di lavoro	4	Salute e sicurezza dei lavoratori Benessere degli individui Diritti Umani Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Trasporti e logistica	6	Cambiamento climatico Inquinamento

In coerenza con il nostro modello organizzativo agile e completamente in smart working, l'autovalutazione evidenzia un impatto operativo contenuto e ben gestito. I punteggi massimi attribuiti a "Energia ed emissioni" e "Trasporti e logistica" riflettono la riduzione strutturale degli spostamenti e dei consumi energetici, grazie all'adozione del lavoro da remoto come standard organizzativo. La gestione dei rifiuti, con un punteggio più basso, rispecchia la natura digitale delle nostre attività, che limita la produzione di scarti materiali ma richiede comunque attenzione nella gestione delle dotazioni tecnologiche. La sicurezza sul posto di lavoro, pur non essendo un ambito critico nel lavoro da remoto, viene presidiata con protocolli specifici nelle attività svolte su commessa presso i clienti.

SINTESI

Il 2024 non è stato un anno di risultato. È stato un anno di decisione.

Una decisione chiara e coraggiosa: mettere al centro il futuro, non il ritorno immediato. WISE~ING ha scelto di contenere la delivery, assorbire una contrazione economica e rinunciare – per ora – a una parte di marginalità per attivare una trasformazione.

Al centro di questa transizione, è rimasto saldo il nostro scopo: creare ecosistemi aziendali che promuovano il benessere e la crescita armoniosa delle persone, delle organizzazioni e delle comunità. Un obiettivo perseguito con un approccio sistemivo, che integra benessere individuale, efficienza organizzativa e impatto sociale positivo, in una visione di impresa rigenerativa e coerente con i principi benefit.

Principali risultati generativi del 2024

Coerenza e posizionamento: l'allineamento tra visione, mercato e relazioni è stato rafforzato grazie a prodotti e servizi personalizzati e ad alta innovazione, come MTQPlus e il programma FAGGE' – Leadership sostenibile in cammino, che hanno contribuito a rendere la nostra proposta distintiva e centrata sul cliente.

Benessere organizzativo: il potenziamento del programma di welfare e la collaborazione con l'Università Europea di Roma hanno rafforzato il nostro impegno nella promozione della salute psicosociale e del clima organizzativo. La cura delle persone è diventata leva di stabilità e rigenerazione interna.

Impatto sociale e empowerment: iniziative come il Lab MTQPlus, con oltre 365 partecipanti, hanno contribuito alla costruzione del primo campione normativo italiano del test, abilitando percorsi di coaching e formazione basati sull'autoefficacia e sulla mental toughness.

Partnership strategiche: abbiamo formalizzato alleanze di valore attraverso Memorandum of Understanding che definiscono con chiarezza scopo, valori condivisi, responsabilità

operative e visione comune. È stato un passo verso una rete generativa, connessa e attivabile.

Le sfide emerse e la direzione per il 2025

Il 2024 ha reso evidente la necessità di migliorare il fatturato e la redditività per rendere sostenibili nel tempo gli investimenti già effettuati.

Sarà quindi fondamentale:

- **attivare una strategia commerciale più incisiva**, che disgiunga la pressione operativa dal ciclo di vendita e prevenga il rischio “yo-yo” tra acquisizione e delivery;
- **gestire con rigore le risorse** e le riserve disponibili, preservando la stabilità organizzativa;
- **esplorare nuove forme di capitalizzazione e partnership** che accelerino la crescita senza comprometterne i valori;
- **rafforzare l’offerta attraverso servizi ad alta marginalità**, modelli ad abbonamento e diffusione strutturata di MTQPlus in logica di scalabilità.

Il 2025 sarà l’anno della prova!

Non ci basta aver costruito bene. Vogliamo dimostrare che costruire con visione genera impatto misurabile:

- che MTQPlus può diventare leva di crescita e posizionamento;
- che ogni euro investito in contenuti, capitale umano e innovazione ha aumentato la nostra capacità di generare valore sostenibile;
- che il nostro modello benefit è anche un modello economico solido, non alternativo ma complementare alla performance.

Per WISE~ING, essere impresa oggi significa generare possibilità.

Significa mettere insieme competenza, coraggio e cura per creare soluzioni che abilitano persone, organizzazioni e comunità a fiorire.

Coltiviamo oggi ciò che renderà possibile domani: un modo nuovo di fare impresa, dove ogni scelta è leva di futuro condiviso.