



Relazione di impatto

2022





Sommario

Presentazione

1	Introduzione	pag.3
1.1	Comunicare: stato dell'arte e prospettive	
1.2	Essere sostenibili	
1.3	La sostenibilità delle imprese in Italia	
1.4	Comunicare la sostenibilità	
2	Le nostre strategie e linee di azione	pag.6
2.1	Chi siamo	
2.2	Il nostro 2022	
2.3	Crescere, in modalità ESG	
2.4	Le nostre certificazioni	
3	Promuovere la sostenibilità intorno a noi	pag.9
3.1	Essere Eprcomunicazione	
3.2	Fare la differenza nelle comunità di riferimento	
4	Promuovere la sostenibilità dentro di noi	pag.12
4.1	B-Corp: una scelta di identità	
4.2	Persone	
4.3	Più formazione, più innovazione	
4.4	Ambiente	
4.5	I nostri stakeholder	
4.6	I nostri fornitori	
4.7	I nostri impegni	
5	Nota metodologica	pag.23



Le nostre performance, le nostre azioni e i nostri impegni come Società Benefit e B-Corp

Un anno “di corsa”, un anno di appassionanti novità preparate e vissute coltivando una doppia convinzione: il futuro della nostra azienda va costruito adattandoci sempre meglio al mondo della comunicazione in rapidissimo cambiamento e al tempo stesso conservando come un bene irrinunciabile la nostra identità.

Questo è stato il 2022 per Eprcomunicazione. Cominciato dandoci un obiettivo ambizioso e non scontato: quotare Eprcomunicazione sul mercato Euronext Growth Milan, il sistema di Borsa Italiana riservato alle piccole e medie imprese, per ottenere le risorse necessarie a dare forma e sostanza alla trasformazione di Eprcomunicazione in un gruppo più largo, capace di offrire ai nostri clienti di oggi e, speriamo, a tanti altri che si aggiungeranno in futuro, un ventaglio di servizi di comunicazione a 360 gradi e strettamente collegato con la dimensione digitale e dell'information technology. La “corsa” ha tagliato un primo traguardo il 14 dicembre dell'anno scorso, dopo un lungo cammino di adempimenti e mutamenti di assetto di cui ci limitiamo a citare qui le due tappe più significative: nell'ottobre 2022 siamo diventati società per azioni, sempre nel corso del 2022 abbiamo avviato l'integrazione tra Eprcomunicazione e Justbit, digital factory specializzata nella comunicazione e nella trasformazione digitali. Con la definitiva formalizzazione del processo d'integrazione societaria, avvenuta nel gennaio 2023, è nato un competence hub forte di circa 70 professionisti e capace di offrire soluzioni per ogni esigenza di comunicazione, da quelle tradizionali alle più innovative. Al tempo stesso, come detto, abbiamo continuato a custodire come un patrimonio prezioso la nostra identità, basata sulla scelta - per noi una vocazione originaria - di collegare il lavoro quotidiano al servizio della comunicazione dei nostri clienti con obiettivi d'interesse collettivo: con obiettivi, come si dice oggi, legati al “beneficio comune” prodotto da Eprcomunicazione in termini di sostenibilità sia sociale che ambientale. Anche in questo campo, il nostro 2022 si è arricchito di novità importanti. Eravamo già Società Benefit, ci eravamo già dotati di un sistema di certificazioni orientato alla trasparenza e alla sostenibilità - Modello 231 sulla trasparenza, Rating di legalità, Certificazione ISO 9001 (“Sistema di gestione della qualità”) -, nel 2022 abbiamo acquisito la Certificazione ISO 14001 (“Sistema di gestione ambientale”) e siamo diventati B-Corp, entrando così nel club ristretto di poche migliaia di aziende nel mondo e circa 140 in Italia che sulla base di una valutazione indipendente sono riconosciute per il “beneficio comune” che il loro business produce per la collettività. In questa Relazione Impatto abbiamo cercato di condensare le informazioni essenziali che attestano il nostro impegno e i nostri risultati in tema di sostenibilità. Ne sottolineiamo qui due tra tante: la scelta di compensare integralmente l'impatto sul clima dei nostri consumi di energia sostenendo iniziative che contribuiscono a ridurre le emissioni climalteranti in atmosfera, il sostegno attivo ad associazioni e iniziative di utilità sociale e ambientale. La speranza è che la nostra “ossessione” per la sostenibilità sia contagiosa e contribuisca a diffondere quella che per noi è una radicata consapevolezza: business ed etica, crescita imprenditoriale e beneficio comune, sono i due pilastri indispensabili di un modello d'impresa di successo.

*Camillo Ricci, amministratore delegato
Roberto Della Seta, direttore scientifico*

RELAZIONE DI IMPATTO

Un anno di corsa

1. Introduzione

1.1 Comunicare: stato dell'arte e prospettive

La lunga coda della pandemia, una guerra dentro l'Europa con tensioni geopolitiche che il mondo non avvertiva da decenni, la crisi climatica in accelerazione sullo sfondo.

Questo è stato il 2022, e il panorama dell'anno in corso è altrettanto turbolento.

Mai come adesso gli attori economici devono essere e mostrarsi resilienti, capaci di orientarsi in contesti complicati e incerti.

Per affrontare le sfide di un tempo così delicato, è importante che per ogni azienda, piccola o grande, la funzione della comunicazione corporate si strutturi come dimensione strategica e come attività dagli effetti concretamente misurabili.

Occorre sempre di più che gli "ingredienti" tradizionali della comunicazione corporate - la scrittura, *lo storytelling*, i rapporti coi media - si nutrano di competenze in aree come la sostenibilità sociale e ambientale, la gestione del rischio, la creatività e il *content marketing*.

Cambiano, rapidamente, anche i ritmi e i modi della comunicazione: con i nuovi tempi delle notizie - 24 ore su 24 tutti i giorni dell'anno -, con la proliferazione dei canali disponibili e il continuo confondersi dei confini tra media tradizionali e social media.

Nel nuovo secolo l'ecosistema dell'informazione ha mutato radicalmente volto. Web e social, inizialmente considerati come fattori critici per la promozione della reputazione delle aziende e per le strategie di marketing, sono diventati strumenti fondamentali per il coinvolgimento e la narrazione rivolti ai consumatori. Questi cambiamenti hanno introdotto una nuova serie di capacità digitali e creative multi-mediali che si stanno ancora integrando nel modello operativo delle comunicazioni aziendali.

Due le parole chiave che si impongono e che Eprcomunicazione fa proprie: creatività e sostenibilità. Solo integrando questi due concetti nel nostro lavoro quotidiano potremo combinare efficacemente *purpose e profit*.

Nel corso del 2022 il *purpose-driven marketing* è assunto a nuovi livelli di significato. Grandi marchi mondiali sono diventati aziende B-Corp certificate e hanno rinnovato il proprio brand di successo incarnando appieno i valori rappresentati dalla certificazione di sostenibilità.

Ecco, questo è il cammino che ci vede impegnati: valorizzare il profilo, e il "racconto", dei nostri clienti come soggetti attivi dei cambiamenti in atto, come costruttori di benefici misurabili per sé e per i propri stakeholder - azionisti, dipendenti e collaboratori, clienti, fornitori - lavorare in questo stesso spirito anche su noi stessi.

1.2 Essere sostenibili

Da quando l'acronimo "ESG" (*environmental, social and governance*) è stato coniato nel 2005, si è registrata una costante crescita di interesse verso i temi della sostenibilità. Per esempio, dal 2019 le ricerche su Internet relative agli ESG sono quintuplicate, mentre in parallelo sono diminuite quelle relative alla "CSR" (*corporate social responsibility*).

In tutti i settori, in tutte le aree geografiche e per ogni dimensione aziendale, gli attori economici hanno stanziato più risorse per migliorare i propri ESG. Oggi oltre il 90% delle società dell'S&P 500 e circa il 70% delle società dell'indice Russell 1000 pubblicano rapporti ESG.

In diverse legislazioni nazionali la rendicontazione degli indicatori ESG è obbligatoria per vaste platee di imprese. Negli Stati Uniti la *Securities and Exchange Commission* (SEC) sta valutando nuove regole che prevedrebbero una divulgazione più dettagliata dei rischi legati al clima e delle emissioni di gas a effetto serra (GHG).

La crescente rilevanza degli indicatori ESG è evidente anche negli investimenti: i nuovi afflussi nei fondi sostenibili, ad esempio, sono passati da 5 miliardi di dollari

nel 2018 a quasi 70 miliardi di dollari nel 2021 e a oltre 100 miliardi nel 2022.

A metà del 2022, gli asset sostenibili globali ammontavano a circa 2,5 trilioni di dollari. Gran parte della crescita di attenzione per gli ESG è legata ai temi ambientali e in particolare alle risposte al cambiamento climatico. Ma stanno guadagnando rilevanza anche gli elementi del perimetro ESG che riguardano la dimensione sociale. Sulla scia della guerra in Ucraina e della tragedia umana che ne è derivata, nonché degli effetti del conflitto a livello geopolitico, economico e sociale, si sono levate voci critiche che sostengono che l'importanza degli ESG abbia raggiunto l'apice e sia destinata a ridimensionarsi.

L'attenzione – affermano queste voci critiche – si sposterà maggiormente su preoccupazioni più immediate e materiali secondo la gerarchia dei bisogni di Maslow¹ e in futuro la preoccupazione odierna per gli ESG potrebbe essere ricordata come una moda passeggera.

Altri sostengono che gli ESG costituiscano una combinazione troppo eterogenea di aspetti diversi e che occorrerebbe concentrarsi solo sulla sostenibilità ambientale. Parallelamente, si sono moltiplicate le sfide all'integrità degli investimenti ESG.

In realtà, tutti i nuovi problemi e drammi del tempo presente – la pandemia, la guerra in Ucraina e la conseguente crisi energetica, l'accelerazione della crisi climatica – danno ulteriore sostanza all'idea che l'andamento dell'economia globale, e in termini micro economici i risultati di ogni singola azienda, dipenderanno sempre di più dalla capacità di produrre al tempo stesso benefici diretti per i propri stakeholder e benefici comuni per la collettività.

Molte evidenze indicano che questa consapevolezza è patrimonio di un numero largo e crescente di imprese.

Secondo un rapporto dell'Organizzazione internazionale del lavoro (OIL), le imprese possono svolgere un ruolo cruciale nella protezione dell'ambiente e nella creazione di una giusta transizione ecologica basata sull'equità e sulla partecipazione di tutte le parti interessate.

Il rapporto **Greening enterprises: Transforming processes and workplaces** (“**Imprese più verdi: Trasformare i processi produttivi e i luoghi di lavoro**”)² è la prima analisi dell'OIL che si concentra in modo specifico sulla transizione “verde” delle imprese. Il rapporto rileva che un numero crescente di imprese sta adottando misure per ridurre le proprie emissioni di carbonio, in risposta alla scarsità delle risorse, ai disastri naturali sempre più frequenti e alle richieste dei consumatori e clienti di essere più attivi sulle questioni climatiche.

Secondo il rapporto, molti fattori spingono le imprese a diventare più “verdi”, a cominciare dalle normative nazionali e sovranazionali sull'utilizzo sostenibile delle risorse in ambito lavorativo, sugli acquisti “verdi”, sull'adozione di modelli aziendali sostenibili.

Il rapporto rileva che due terzi delle normative in vigore nel 2019 sono state introdotte dopo il 2004, e che lo sforzo per adattarsi alle esigenze della transizione ecologica, certamente più forte e avanzato nel mondo industrializzato, coinvolge però buona parte del mondo.

Ancora, nel 2021 nove imprese su dieci intervistate da Eurobarometro (un sondaggio dell'Unione Europea che copre anche i paesi candidati ad entrare nell'UE, la Turchia e gli Stati Uniti), hanno dichiarato di avere intrapreso azioni a sostegno della transizione ecologica, con percentuali nazionali che oscillavano tra il 99 per cento della Norvegia e il 58 per cento dell'Albania.

1.3 La sostenibilità delle imprese in Italia

L'Italia è leader europeo nell'economia circolare e nel riciclo dei rifiuti. Tre indicatori chiave – il tasso di riciclo dei rifiuti, l'uso di materia seconda nell'economia, la produttività e il consumo pro capite di risorse – descrivono univocamente il nostro Paese come eccellenza in questo campo.

Questi buoni risultati dipendono in una certa misura da condizioni strutturali, soprattutto dalla scarsità di materie prime e di risorse energetiche che ci ha abituato

1 www.psicologiadellavoro.org/la-piramide-dei-bisogni-di-maslow/

2 www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_861384/lang--it/index.htm



da sempre a “fare molto con poco”, ma riflettono anche un cammino virtuoso intrapreso da migliaia di aziende negli ultimi anni.

Nel dettaglio, come risulta dal **Rapporto Circonomia 2022** realizzato tra gli altri da Eprcomunicazione, l'Italia è prima in Europa per avvio a riciclo sulla totalità dei rifiuti – urbani e speciali –, con una percentuale dell'83,4% (2020) largamente superiore alla media europea (53,8%) e ai dati degli altri grandi Paesi dell'Unione (la Germania è al 70%, la Francia al 64,5%, la Spagna al 65,3%). A sottolineare il potenziale dell'Italia nella valorizzazione di materia a fine vita, anche il quarto posto al mondo come produttore di biogas – da frazione organica, fanghi di depurazione e settore agricolo – dopo Germania, Cina e Stati Uniti. Nel biennio 2020-2021 si è inoltre registrato un deciso consolidamento della capacità di utilizzo di materie prime seconde³.

Molte imprese italiane – secondo quanto rilevato da un'indagine realizzata da EY – vedono nella sfida della transizione ecologica un'opportunità per rafforzare il proprio business, anche se trovano in questo percorso ancora ostacoli, soprattutto di natura burocratica⁴.

L'attenzione verso la transizione ecologica è elevata per il 45% delle imprese e consistente per il 41%, solo il 14% delle imprese dichiara di non considerarla importante. Tre aziende su quattro (il 76%) ritengono che l'Italia dovrebbe essere fra i promotori della transizione ecologica perché questa scelta collocherebbe il Paese nel gruppo più avanzato delle economie mondiali.

Le aspettative degli imprenditori sugli effetti delle misure per la transizione ecologica sulle proprie imprese sono in buona parte positive: il 51% crede che contribuiranno a migliorare il posizionamento dell'azienda e il 60% che incentiveranno l'innovazione tecnologica.

Secondo la ricerca **“Corporate Social Investment e Esg - Global Impact at scale”** di Dynamo Academy e Sda Bocconi Sustainability Lab condotta a livello globale su un campione che include 213 grandi aziende, 6 imprese italiane su 10 hanno al proprio interno un comitato Esg. Analizzando i diversi settori, *l'healthcare* è il settore nel quale più imprese hanno un comitato ESG (71%), seguito da trasporti (69%), beni di consumo (68%) e industria manifatturiera (65%).

1.4 Comunicare la sostenibilità

A partire dal prossimo anno sempre più aziende saranno tenute a pubblicare una dichiarazione sulle azioni seguite e i controlli effettuati per evitare rischi e costi difficili da gestire.

Dal 1° gennaio 2024 l'obbligo scatterà per le grandi imprese di interesse pubblico - imprese quotate con più di 500 dipendenti - già soggette alla Direttiva sulla Dichiarazione Non Finanziaria.

Dall'inizio del 2025 dovranno predisporre la Dichiarazione anche le grandi imprese di interesse pubblico non ancora soggette alla Direttiva sulla Dichiarazione Non Finanziaria, vale a dire quelle che non superano i limiti numerici di almeno due dei tre criteri previsti:

- totale dello stato patrimoniale da 20 milioni di euro;
- ricavi netti delle vendite e prestazioni per 40 milioni;
- 250 come numero medio dei dipendenti occupati durante l'esercizio.

Infine, dal 1° gennaio 2026 l'obbligo si estenderà alle Pmi e le altre imprese quotate, ad esclusione delle micro-entità (imprese con uno stato patrimoniale non oltre i 350 mila euro, ricavi fino a 700 mila euro e non più di dieci dipendenti).

Di fronte all'aumento della complessità delle tematiche ESG, alla definizione di modelli sempre più raffinati per misurare performance e obiettivi, e ad aspettative sempre più alte ma differenziate da parte degli stakeholder, per sviluppare un racconto efficace della sostenibilità aziendale servono oggi nuove modalità, nuovi format e linguaggi: in una parola, un nuovo modello di comunicazione.

³ [eprcomunicazione.it/agenzia/presentato-ad-alba-il-terzo-rapporto-circonomia/](https://www.eprcomunicazione.it/agenzia/presentato-ad-alba-il-terzo-rapporto-circonomia/)

⁴ www.ey.com/it_it/forms-it_it/progettando-la-transizione-scarica-report

2. Le nostre strategie e linee di azione

2.1 Chi siamo

Da oltre 30 anni Eprcomunicazione è tra i maggiori player italiani indipendenti nell'offerta di consulenza strategica e servizi di comunicazione per grandi imprese e organizzazioni complesse. Ci occupiamo di sostenibilità ambientale, economica e sociale da sempre, per clienti che con grande anticipo hanno sposato questa sfida lungimirante. La nostra ragione d'essere è generare valore per i nostri clienti attraverso azioni di comunicazione efficaci nel rafforzarne il posizionamento e la reputazione.

Eprcomunicazione opera attraverso una struttura di professionisti coordinati da un management direttamente impegnato nella gestione dei clienti che comprendono grandi aziende, istituzioni centrali e locali, associazioni di impresa, imprese di riferimento del settore della green economy e dell'economia circolare, organizzazioni no profit, medie e piccole imprese innovative.

Molto siamo cresciuti e siamo cambiati molte volte, senza mai derogare da una scelta che ci accompagna da quando siamo nati: restare indipendenti per essere flessibili, restare giovani (anche anagraficamente grazie a molte delle persone con cui lavoriamo) per anticipare i cambiamenti intorno a noi. Abbiamo sempre cercato di interpretare il presente con lo sguardo al futuro: per questo nel 2021 siamo state tra le prime grandi agenzie di comunicazione italiane a divenire Società Benefit, e a intraprendere il percorso di certificazione B-Corp, conclusosi con successo nel settembre 2022.

Eprcomunicazione è

- COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ
- CONSULENZA STRATEGICA
- COMUNICAZIONE CORPORATE
- PUBLIC AFFAIRS & ADVOCACY
- RELAZIONI CON I MEDIA
- COMUNICAZIONE B2B
- COMUNICAZIONE DI CRISI
- DIGITAL & SOCIAL MEDIA
- PUBLISHING, MULTIMEDIA ED EVENTI
- NIMBY MANAGEMENT
- MADE IN ITALY
- TERZO SETTORE

2.2 Il nostro 2022

Dopo poco più di un anno dall'adozione del modello di società benefit, nel 2022 Eprcomunicazione è diventata la prima grande azienda di comunicazione in Italia riconosciuta come B-Corp, dunque come società che si impegna quotidianamente in favore di un sistema economico inclusivo, equo e rigenerativo, misurando il valore generato non solo per il proprio portafogli ma anche per l'ambiente, le persone e le comunità.

Abbiamo compiuto questo passo nella convinzione che diventare B-Corp fosse per noi un traguardo sfidante, ma in un certo senso anche un passaggio definito dalla nostra storia e dalla nostra strategia. Per essere credibili come partner di aziende impegnate a sviluppare il proprio modello di business in chiave responsabile, sostenibile e trasparente, occorre infatti praticare responsabilità, sostenibilità, trasparenza innanzitutto "a casa nostra".

Il 28 ottobre Eprcomunicazione ha effettuato la **trasformazione della società dalla forma di s.r.l. in quella di società per azioni**, con la conseguente approvazione di un

nuovo statuto sociale. Il piano di crescita e sviluppo messo a punto dall'azienda ha previsto il ricorso al mercato dei capitali, per la realizzazione di acquisizioni utili a rafforzare la struttura professionale di vertice, in previsione della forte crescita programmata nel quinquennio 2022-2026.

Primo importante sviluppo in questo senso è stata la sottoscrizione il 1° agosto 2022 di un accordo vincolante avente ad oggetto l'acquisizione di una partecipazione di maggioranza pari al 51% della società **Justbit**, una *digital factory* che sviluppa soluzioni innovative per accompagnare le aziende nella comunicazione e nella trasformazione digitale. Con circa 70 professionisti e ricavi superiori a 7,5 ml. di euro, Eprcomunicazione e **Justbit** hanno dato vita a un competence hub capace di offrire soluzioni che integrano approcci tradizionali e nuove tecnologie.

Nelle more del closing, avvenuto il 16 gennaio 2023, le due società hanno avviato il progetto di integrazione operativa.

Il presente report d'impatto ha dunque nel suo perimetro di rendicontazione esclusivamente le attività, le persone e i consumi inerenti Eprcomunicazione.

Questa è l'articolazione di governance di Eprcomunicazione dalla trasformazione della società in Società per azioni.

Presidente del Consiglio di Amministrazione
e Amministratore Delegato:
Camillo Ricci

Consiglio di Amministrazione:
Marilena Angelozzi
Daniele Albanese
Roberto Della Seta
Francesco Ferrante
Valerio Gianni
Gianni Letta (consigliere indipendente)

Collegio Sindacale:
Andrea De Nigris (Presidente)
Andrea Mazzetti
Simone Feri
Grazia Carbone (Sindaco supplente)
Fabrizio Iachini (Sindaco supplente)

2.3 Crescere, in modalità ESG

Il 14 dicembre 2022 Eprcomunicazione S.p.A. ha debuttato a Piazza Affari su Euronext Growth Milan, il mercato dedicato alle piccole e medie imprese, ventiquattresima società italiana quotarsi nei mercati di Borsa Italiana da inizio anno e ventesima nel listino di Euronext Growth Milan.

Nel mondo solo 32 società B-Corp sono quotate, in Italia oltre a noi solo una seconda: un grande risultato che compiremo ogni sforzo per onorare con un progetto ambizioso di crescita.

La scelta della quotazione nasce, per noi, dalla stessa convinzione che ci ha spinto a diventare Società Benefit e poi B-Corp.

Il mercato finanziario è pronto a riconoscere un maggior valore alle "imprese ESG" anche se di dimensioni ridotte: per le "small - mid cap" il valore mediano della performance di mercato nel triennio osservato è di +76,6%, oltre tre volte quello delle blue chip e delle altre small e mid cap.⁵

⁵ Osservatorio ESG de Il Sole 24 Ore, indagine sulla situazione ESG nelle piccole e medie società italiane quotate in Piazza Affari e sul mercato Aim, 2022.



Secondo la ricerca dell'Osservatorio ESG de "Il Sole 24 Ore" infatti, l'effetto di una efficace rendicontazione non finanziaria è di generare rendimenti differenziali positivi per gli investitori, grazie in particolare a riduzione del costo del capitale, migliore attrattività per investitori e manager, riduzione del rischio di reputazione, efficienza sui costi operativi e riduzione delle asimmetrie informative. Questo ultimo aspetto rende evidente la necessità per le Pmi di prepararsi per tempo alla capacità di raccogliere al proprio interno e poi di diffondere le informazioni non finanziarie, perché saranno sempre più vincolanti per gli investitori.

Così, abbiamo scelto di quotarci non soltanto per raccogliere capitali con i quali rafforzare l'assetto societario, ma anche per proporci - con i nostri valori, col nostro modello di business sostenibile - a una più vasta platea di stakeholder: investitori, potenziali clienti e fornitori, opinione pubblica, altre aziende. La quotazione in Borsa rappresenta infatti un'opportunità per crescere, internazionalizzarsi, acquisire visibilità nelle proprie filiere e attrarre talenti.

2.4 Le nostre certificazioni

Fornire soluzioni innovative operando con elevati standard di qualità e affidabilità richiede un impegno costante. L'attitudine al miglioramento continuo, insieme al coinvolgimento delle persone, rappresenta infatti per noi un principio fondante, e le numerose certificazioni ottenute dal nostro sistema di gestione integrato ne è la dimostrazione.

Abbiamo adottato il Modello 231, che impronta tutte le fasi decisionali e operative delle nostre attività a criteri di trasparenza e di rispetto scrupoloso della legalità. Siamo inoltre iscritti al Registro per la Trasparenza del MISE.

Vantiamo il riconoscimento del Rating di legalità, con un punteggio di due stelle e mezzo, da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e inoltre abbiamo conseguito la certificazione internazionale ISO 9001 ("Sistema di Gestione della Qualità").

Infine siamo in possesso della certificazione internazionale ISO 14001 ("Sistema di Gestione Ambientale").



3. Promuovere la sostenibilità intorno a noi

3.1 Essere Eprcomunicazione

La nostra mission

“Vogliamo fornire soluzioni efficaci di comunicazione integrata con i più alti standard qualitativi e alle migliori condizioni. Ci impegniamo per un futuro sostenibile e per migliorare il benessere sociale, economico e ambientale della comunità. Siamo responsabili, a partire dalle nostre persone e con clienti, partner e fornitori, riconoscendo e premiando il merito e nel profondo rispetto delle persone di ogni genere e identità”.

La nostra vision

“Siamo sempre pronti a nuove sfide. Per questo cerchiamo continuamente modi nuovi e migliori di fare le cose, disposti anche a correre dei rischi per innovare e rimanere all'avanguardia. La nostra prima ambizione è rivolta ad affiancare i nostri clienti, in una logica di partnership, per identificare, definire e integrare le loro esigenze di comunicazione, ottenendo sempre il massimo risultato e crescere insieme a loro”.

I nostri valori

“Integrità, trasparenza e sostenibilità costituiscono i nostri valori di riferimento. Siamo orgogliosi di questo approccio, così come della qualità del nostro lavoro. Collaboriamo con i nostri clienti, con i nostri stakeholder, con le persone che lavorano con noi e con tutti i nostri interlocutori nella massima trasparenza”.

3.2 Fare la differenza nelle comunità di riferimento

Come società B-Corp, è nostro obiettivo prioritario concorrere a creare comunità forti, resilienti e dinamiche. Miriamo a fare la differenza nei luoghi in cui operiamo direttamente e tramite i nostri clienti, e ci adoperiamo anche attraverso donazioni, sponsorizzazioni e volontariato.

- Sosteniamo da anni la **Fondazione Ghirotti**, che è uno dei soggetti ideatori della Giornata del Sollevio, istituita nel 2001 dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri allo scopo di promuovere attraverso iniziative di sensibilizzazione e solidarietà la cultura del sollievo dalla sofferenza fisica e morale in favore di tutti coloro che sono agli ultimi passi del loro percorso vitale non potendo più giovare di cure destinate alla guarigione. Alla comunicazione della Giornata del Sollevio lavorano a titolo gratuito 4 nostre persone.

- Nel corso del 2022 si è ulteriormente rafforzata la nostra collaborazione con la **Fondazione Mama Sofia**. La Fondazione si propone di tramandare il patrimonio di valori e l'eredità spirituale di Luca Attanasio - valente ambasciatore italiano rimasto ucciso in servizio in Congo - promuovendo la diffusione di valori di pace, giustizia e solidarietà tra i popoli attraverso attività culturali di interesse sociale ed opere di informazione, istruzione e formazione per una cultura della integrazione, della legalità e della non violenza. Centrale nella missione della Fondazione Mama Sofia è l'attenzione all'educazione ed alla formazione dei minori e dei giovani in difficoltà con attività d'aiuto, sensibilizzazione, solidarietà e vicinanza concreti. Eprcomunicazione ha sposato la mission della Fondazione, valorizzandone l'importanza tramite una larga diffusione sui principali mezzi di informazione italiani.

- Eprcomunicazione ha preso parte il 16 dicembre 2022 con una sua rappresentanza al Gala della Solidarietà di Roma, cena a scopo benefico organizzata presso il The St. Regis Rome da **SOS Villaggi dei Bambini**, contribuendo a sostenere i Programmi di accoglienza e di sostegno familiare della onlus.

- Siamo da anni impegnati nella promozione della sostenibilità quale strumento di sviluppo solido e duraturo. In quest'ottica nel 2022 abbiamo organizzato la settima edizione di **Circonomia**, il Festival nazionale dell'economia circolare, luogo di incontro di imprese, decisori politici e associazioni che promuovono la green economy; e con lo stesso spirito collaboriamo con diverse organizzazioni no profit sostenendole in attività e campagne orientate alla solidarietà sociale, all'intervento umanitario, all'impegno per fermare la crisi climatica.

- Oltre 18 mila volontari in 110 appuntamenti in tutto il Lazio con più di 120 tonnellate di rifiuti raccolti, più della metà solo a Roma. Eprcomunicazione ha contribuito con tutto il suo staff al successo dell'edizione 2022 dell'iniziativa "**Puliamo il Mondo**" organizzata da Legambiente. Abbiamo scelto di prenderci cura della banchina del Lungotevere prospiciente l'isola Tiberina, tra il Lungotevere de' Cenci e Ponte Garibaldi, a poche decine di metri dalla sede principale della società, in Via Arenula. Qui si sono radunate tutte le persone di Eprcomunicazione, armate di guanti, pinze per rifiuti e buste, che con il sorriso sulle labbra hanno contribuito a rendere più pulito uno scorcio incantevole di Roma.

PULIAMO IL MONDO



LEGAMBIENTE



Eprcomunicazione partecipa
a Puliamo il Mondo 2022!
Venerdì 30 settembre ci prendiamo cura
della banchina del Tevere

SCOPRI GLI APPUNTAMENTI E UNISCI A NOI SU
WWW.PULIAMOILMONDO.IT

Appuntamento a Roma alle 10:30
all'angolo tra il Lungotevere de' Cenci
e Ponte Garibaldi

Venerdì 30 settembre





Eprcomunicazione ha vinto nel 2022 il premio per la migliore campagna di comunicazione nella categoria Non Profit assegnato dalla giuria di The PRize, evento organizzato da UNA (Aziende delle Comunicazione Unite).

Il premio è stato assegnato per la campagna "IL FUTURO è IN GIOCO", realizzata da Eprcomunicazione per e con SOS Villaggi dei Bambini per sensibilizzare l'opinione pubblica sul fenomeno della povertà educativa, vera emergenza sociale resa più grave dalla pandemia che vede l'8% dei bambini e ragazzi esclusi da qualsiasi forma di didattica a distanza.

La campagna ha permesso di raccogliere fondi a favore di SOS Villaggi dei Bambini, l'Organizzazione che sostiene la crescita in un ambiente familiare dei bambini privi di cure genitoriali o a rischio di perderle, aiutandoli a costruire il loro futuro, contribuendo allo sviluppo della loro comunità e mettendo al centro i loro diritti e bisogni, favorendo dove possibile il rientro nella loro famiglia d'origine.

MIGLIORE CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE NELLA CATEGORIA NON PROFIT



4. Promuovere la sostenibilità dentro di noi

4.1 B-Corp: una scelta di identità

Nel settembre 2022, dopo avere già acquisito lo status di Società Benefit, siamo formalmente diventati B-Corp.

Il nostro lavoro nei diversi campi della comunicazione è ispirato ai criteri fondanti della filosofia B-Corp: dare massima attenzione alla sostenibilità ambientale e alla trasparenza, rispettare scrupolosamente le persone. Questo impegno vale per chi lavora con noi e per coloro a cui le nostre attività sono rivolte.

Connaturata alla scelta di diventare B-Corp è anche, per Eprcomunicazione, la vocazione a lavorare sui fattori ESG di molti nostri clienti (imprese, associazioni, consorzi) per i quali curiamo il Bilancio di Sostenibilità.

Sui Bilanci di Sostenibilità che elaboriamo per i nostri clienti c'è un "marchio di fabbrica" di Eprcomunicazione: un set di indicatori di circolarità definiti sulla base dei più aggiornati ed evoluti studi internazionali sul tema dell'economia circolare, che misurano i risultati dell'organizzazione rendicontata rispetto al grado di riduzione dei rifiuti generati e al migliore uso e risparmio di risorse naturali.



B-Corp è un "movimento" di aziende di tutto il mondo che hanno scelto di qualificarsi per il beneficio comune che il loro business produce per la collettività. A fine 2021, le aziende B-Corp erano 4.600 nel mondo, 1.400 in Europa e 140 in Italia. Nel 2022 sono arrivate a 200 in Italia

(nella foto la nostra foto celebrativa). Il volume d'affari del mondo B-Corp era complessivamente, sempre a fine 2021, di 155 miliardi di euro (45 in Europa e 8 miliardi in Italia), il numero di dipendenti era di 438 mila (120 mila in Europa e 15 mila in Italia).



200







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

PUNTEGGIO GENERALE	83.8	COMPLETAMENTO	100%
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	62.6	PUNTEGGIO BIM	10.0
		N/A PUNTEGGIO	11.1

		
<p>AREA D'IMPATTO</p> <p>Governance</p> <p>PUNTEGGIO</p> <p>20.7</p> <p>Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.</p> <p>DOMANDE RISPOSTE</p> <p>25/25</p>	<p>AREA D'IMPATTO</p> <p>Lavoratori</p> <p>PUNTEGGIO</p> <p>30.0</p> <p>Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.</p> <p>DOMANDE RISPOSTE</p> <p>45/45</p>	<p>AREA D'IMPATTO</p> <p>Comunità</p> <p>PUNTEGGIO</p> <p>17.8</p> <p>Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.</p> <p>DOMANDE RISPOSTE</p> <p>27/27</p>

	
<p>AREA D'IMPATTO</p> <p>Ambiente</p> <p>PUNTEGGIO</p> <p>11.4</p> <p>Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.</p> <p>DOMANDE RISPOSTE</p> <p>28/28</p>	<p>AREA D'IMPATTO</p> <p>Clienti</p> <p>PUNTEGGIO</p> <p>3.7</p> <p>Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.</p> <p>DOMANDE RISPOSTE</p> <p>5/5</p>

Il Benefit impact assessment (BIA)
 B-Lab, l'organismo che valuta le richieste di certificazione B-Corp, propone a tutti i soggetti che intendono certificarsi il Benefit impact assessment, un benchmark che permette di misurare, attraverso un questionario e l'assegnazione di un punteggio complessivo da 0 a 200, gli assetti e i risultati di ogni "candidato" rispetto ai criteri B-Corp. Per ottenere la certificazione occorre conseguire un punteggio di almeno 80.



4.2 Persone

Eprcomunicazione continua il suo percorso verso una cultura aziendale in cui tutte le persone si sentano accolte e incoraggiate. Sono le donne e gli uomini di Eprcomunicazione, con il loro spirito di intraprendenza, che garantiscono la crescita della nostra azienda.

Per sostenere le nostre persone, particolare attenzione viene posta ai temi della diversità, dell'equità e dell'inclusione, dello sviluppo personale e del coinvolgimento. Anche al fine di agevolare il miglior equilibrio "vita privata-lavoro", abbiamo scelto di consolidare la modalità di lavoro parzialmente da remoto adottata durante l'emergenza pandemica, dimostratasi vantaggiosa sia in termini di produttività del lavoro, sia di qualità della vita personale, sia infine in termini di miglioramento ambientale (risparmio energetico, minore uso dei mezzi di trasporto...).

In Eprcomunicazione il 52,8% delle persone si reca negli uffici 2 volte a settimane, mentre

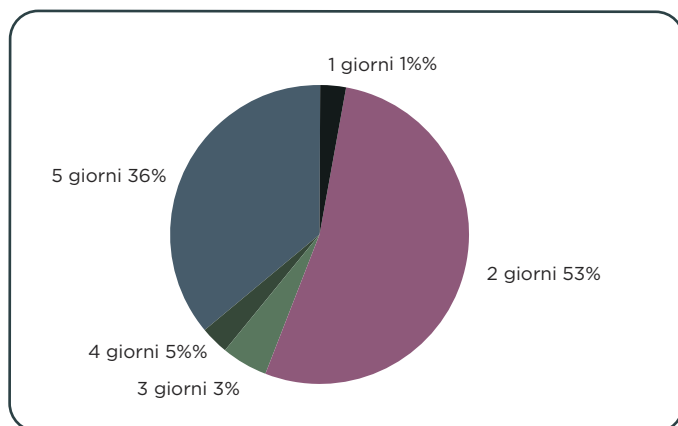
il 36,1% (il management) vi si reca tutti i giorni
Il 5,6% è in ufficio 4 volte a settimana
il 2,8% 3 giorni e il 2,7% un giorno.

Nel 2022 in Italia il lavoro da remoto ha continuato a essere utilizzato in modo consistente, sebbene in misura minore rispetto all'anno precedente. I lavoratori da remoto ammontavano a circa 3,6 milioni, quasi 500 mila in meno rispetto al 2021, con un calo in particolare nella Pubblica Amministrazione e nelle PMI. Lo smart working è ormai presente nel 91% delle grandi imprese italiane - era l'81% nel 2021 -, mediamente con 9,5 giorni di lavoro da remoto al mese. Una tendenza opposta si riscontra nelle PMI, in cui lo smart working nel 2022 era utilizzato solo nel 48% dei casi contro il 53% del 2021. A frenare lo smart working in questo settore è una cultura organizzativa che privilegia il controllo della presenza e percepisce lo smart working come una soluzione di emergenza.

L'impatto dello smart working è quanto mai positivo in termini energetici: un lavoratore che operi due giorni a settimana da remoto produce un risparmio di circa 1.000 euro all'anno per effetto della diminuzione dei costi di trasporto. Lo smart working consente inoltre alle aziende di ottimizzare l'utilizzo degli spazi nelle proprie sedi con ulteriori risparmi sui costi di elettricità e gas.

Ricerca dell'Osservatorio Smart Working della School of Management del Politecnico

GIORNATE IN PRESENZA IN UFFICIO %



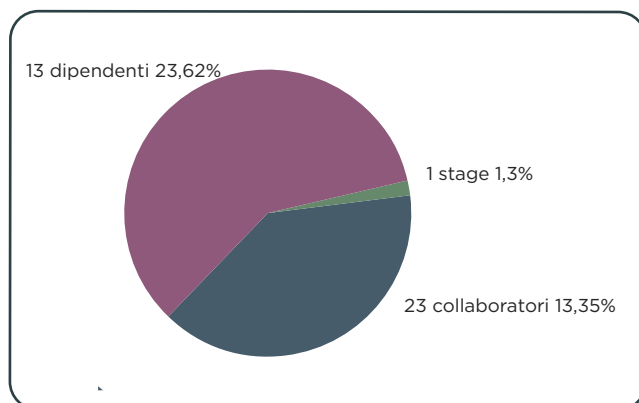
UNO SGUARDO D'INSIEME ALLE NOSTRE PERSONE

La comunità di persone di Eprcomunicazione è composta di 37 persone. Rispetto al 2021, siamo aumentati di 7 unità.

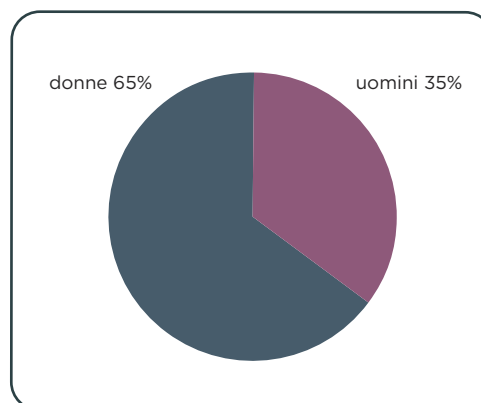
Il nostro personale è cresciuto del 24% rispetto al 2021.

La maggioranza delle persone che lavorano con Eprcomunicazione al 31 dicembre 2022 è assunto con Contratto Collettivo Nazionale del Commercio o con Contratto Nazionale di lavoro giornalistico Fieg-Fnsi. Poco più di un terzo delle persone è legato a Eprcomunicazione da contratti di collaborazione. Tra i dipendenti è netta la maggioranza femminile.

PERSONE CHE LAVORANO IN EPRCOMUNICAZIONE



RAPPRESENTANZA DI GENERE %



Il management di Eprcomunicazione è composto da 6 persone, una donna e cinque uomini.

Due lavoratrici sono in modalità di lavoro part-time.

In larga misura le persone di Eprcomunicazione ricadono nella fascia di età compresa tra i 30 e i 50 anni. Più di 2/3 dei dipendenti hanno meno di 50 anni.



4.3 Più formazione, più innovazione

Anche nel 2022 come negli anni precedenti le attività formative sono state erogate in una logica prevalentemente on demand, mentre i programmi di formazione per le persone si sono svolti soprattutto in modalità digitale.

Questo è il segno di un'ambizione generale di Eprcomunicazione: favorire l'evoluzione dei nostri linguaggi, come di quelli dei nostri clienti, verso standard e formati che seguano tempestivamente i cambiamenti tecnologici ed espressivi, profondi e rapidissimi, che investono la comunicazione.

Così, abbiamo approntato un piano di sviluppo di competenze digital, erogando alla nostra Digital Area 30 ore di formazione specialistica sui seguenti aspetti:

- Progettare e realizzare le Dashboard con Google Data Studio
- Employer branding, per attirare e coltivare talenti in azienda
- Google Search Console
- Seo onsite avanzata
- User experience
- Influencer marketing on Instagram & TikTok
- Contenuti visual per i social
- GDPR
- Youtube for b2b

4.4 Ambiente

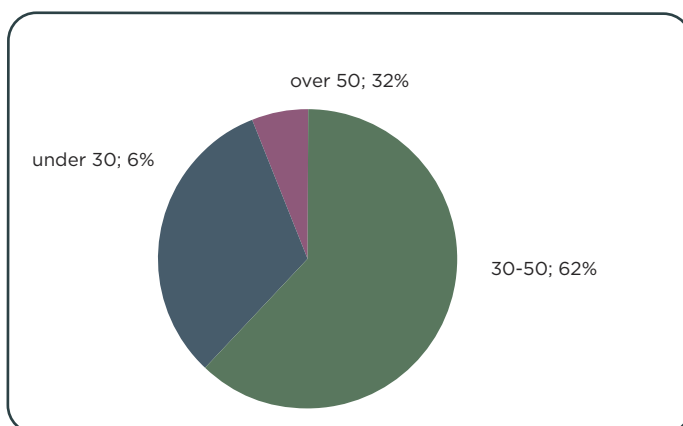
L'attenzione alla sostenibilità ambientale è da sempre, da quando siamo nati, uno dei principali "segni particolari" di Eprcomunicazione.

Ridurre l'impatto ambientale del nostro lavoro, in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU e in particolare con gli Obiettivi 12 - Produzione e consumo responsabili - e 13 - Lotta al cambiamento climatico - è una nostra preoccupazione costante, che ci ha ispirato nella scelta di diventare prima Società Benefit e poi B-Corp.

I nostri uffici sono situati in un edificio del centro storico di Roma risalente alla fine dell'800. Utilizzandoli come affittuari, non abbiamo la possibilità di attuare interventi radicali per l'efficientamento energetico, ma siamo impegnati ad un utilizzo quanto più accorto delle risorse materiali ed energetiche.

Condividiamo gli spazi della nostra sede con un'altra società, i locali a nostra disposizione coprono una superficie di 450 mq, sui 600 totali. Nel calcolo dei consumi di seguito riportati abbiamo dunque effettuato una stima di scorporo, per riportare nel modo più accurato possibile la rendicontazione nel solo perimetro di Eprcomunicazione.

FASCE DI ETÀ %



SIAMO CARBON NEUTRAL

Essere Carbon Neutral significa provare a contrastare la crisi climatica. Eprcomunicazione riduce il proprio impatto sull'ambiente, compensando la CO₂ emessa in relazione ai propri consumi.

Abbiamo infatti effettuato l'offsetting delle emissioni emesse durante l'anno acquistando tramite AzzerCO₂ - organizzazione non profit costituita da imprese, enti, associazioni e amministrazioni locali, impegnati nel raggiungimento degli obiettivi di riduzione delle emissioni di gas-serra fissati dal Protocollo di Kyoto -, crediti di carbonio utilizzati per lo sviluppo di un progetto di energie rinnovabili in India.



RIDUCIAMO IL NOSTRO IMPATTO AMBIENTALE, GIORNO DOPO GIORNO

La sostenibilità è anche nei piccoli gesti quotidiani connessi all'attività lavorativa di ognuno di noi.

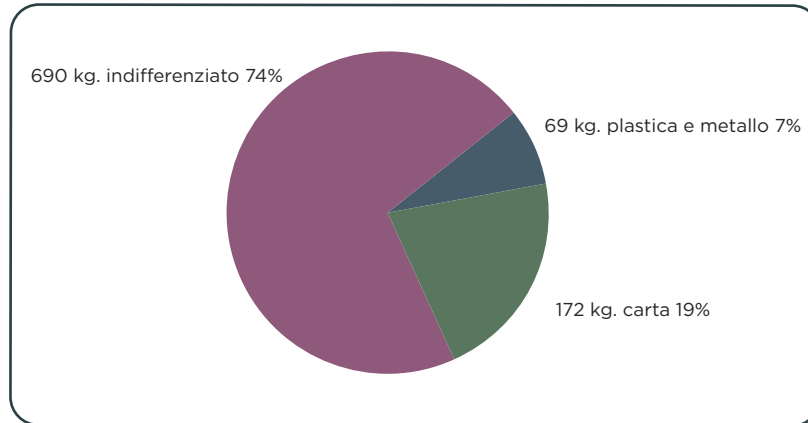
Abbiamo predisposto una semplice "checklist", e tutti facciamo del nostro meglio per seguirla.

- #1 Utilizziamo l'erogatore d'acqua e una borraccia: siamo plastic free.
- #2 Recuperiamo i fogli usati per scrivere gli appunti e poi gettiamoli nei contenitori per la carta.
- #3 Utilizziamo il più possibile documenti in formato digitale.
- #4 Riduciamo il numero di stampe e fotocopie, anche utilizzando la modalità fronte/retro.
- #5 Sfruttiamo al meglio l'illuminazione naturale.
- #6 Evitiamo di fare scorrere a vuoto l'acqua dai rubinetti.
- #7 Spegniamo le luci nelle stanze vuote e quando lasciamo l'ufficio.
- #8 Utilizziamo, se possibile, le scale e non l'ascensore: abbiniamo risparmio energetico e movimento.
- #9 Accendiamo il climatizzatore solo per il tempo strettamente necessario.
- #10 Veniamo in ufficio, se possibile, a piedi o in bicicletta, altrimenti scegliamo il mezzo di trasporto più sostenibile.
- #11 Gettiamo i rifiuti nei contenitori appositi per una raccolta differenziata corretta e efficace.
- #12 Diffondiamo e condividiamo le nostre buone pratiche con clienti e fornitori.

La carta che utilizziamo, preferendo sempre se possibile la digitalizzazione dei documenti, è certificata FSC®, marchio internazionale che garantisce per la carta standard di elevata sostenibilità. In tutti gli uffici di Eprcomunicazione sono presenti raccoglitori per la raccolta differenziata dei rifiuti.



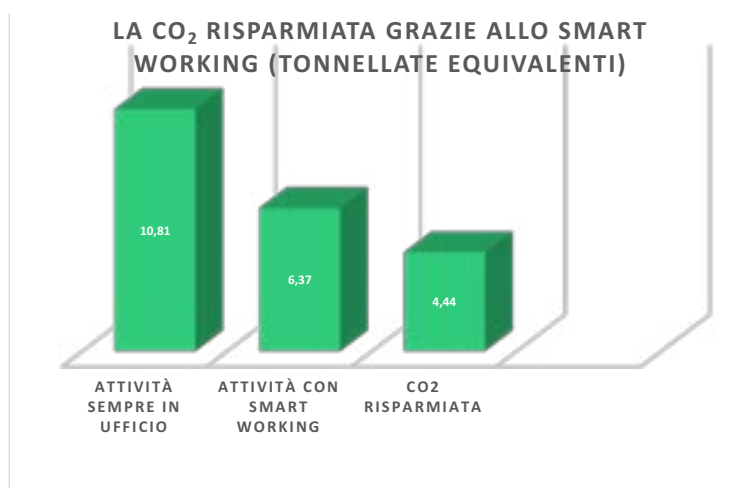
RIFIUTI ANNO 2022 KG



Tra le nostre *best practices* vi è un forte impegno per limitare l'uso di **plastica**. Abbiamo rinunciato ai bicchieri in plastica monouso non compostabili prima che il Parlamento ne decidesse la progressiva messa al bando in applicazione della Direttiva Europea "Single Use Plastic". Abbiamo fornito a ogni persona che lavora con noi una borraccia in alluminio riciclato, e sostituito i classici erogatori d'acqua a "bocconi" con dispenser direttamente collegati all'impianto idrico, così aderendo alla campagna nazionale #plasticfree promossa dal Ministero dell'Ambiente. Nel corso del 2022 abbiamo utilizzato circa 3.080 litri di **acqua** erogata tramite i dispenser. In questo modo abbiamo evitato l'utilizzo di più di 2.000 bottiglie di plastica da 1,5 l; considerando che per produrre ogni bottiglia vengono emessi in atmosfera circa 100 gr di CO₂ equivalente, la nostra azione ha conseguito il risparmio di 200 kg di CO₂.

**EPR COMUNICAZIONE È #PLASTICFREE
NIENTE ACQUA IN BOTTIGLIA
RISPARMIATI NEL 2022 56 KG DI PLASTICA**

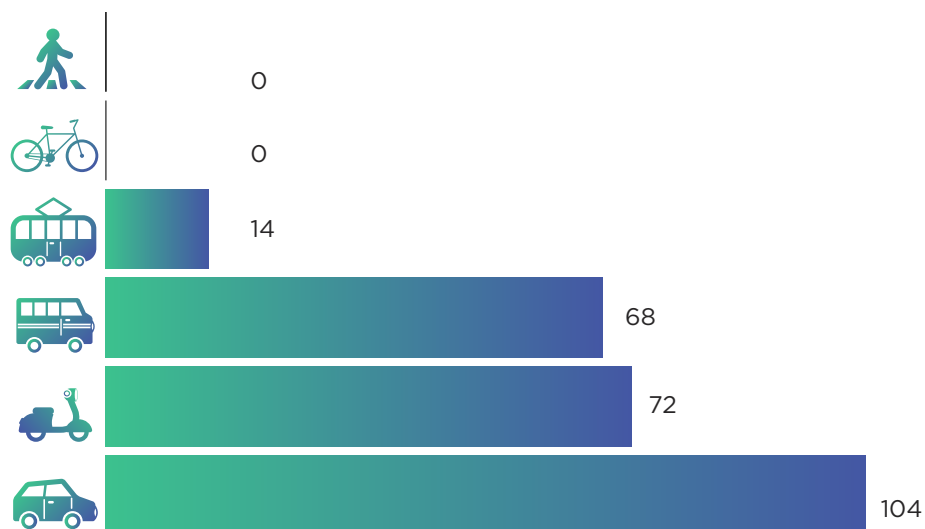
Come già detto, solo un terzo delle persone di Eprcomunicazione si reca regolarmente in ufficio tutti i giorni della settimana. Questa modalità di organizzazione del lavoro produce un beneficio sul piano ambientale, determinato dalla riduzione rilevante dei chilometri percorsi, e dei conseguenti consumi di energia per l'uso di mezzi di trasporto, per i collegamenti tra le abitazioni e la nostra sede.



Abbiamo condotto una *survey* interna rilevando che nel corso del 2022 le persone che lavorano in Eprcomunicazione hanno percorso per i collegamenti casa-lavoro circa 68 mila chilometri con **mezzi di trasporto**, con vari livelli di emissioni. Se tutte le persone si fossero recate ogni giorno della settimana lavorativa, i chilometri percorsi sarebbero stati 112mila. Il risparmio di 44mila km ha permesso di evitare l'emissione in atmosfera di 4,44 tonnellate di CO₂ equivalente.

Le persone di Eprcomunicazione hanno compiuto il collegamento casa-ufficio nel 2022 piedi, in bicicletta o col monopattino elettrico per un totale di 4.800 km.

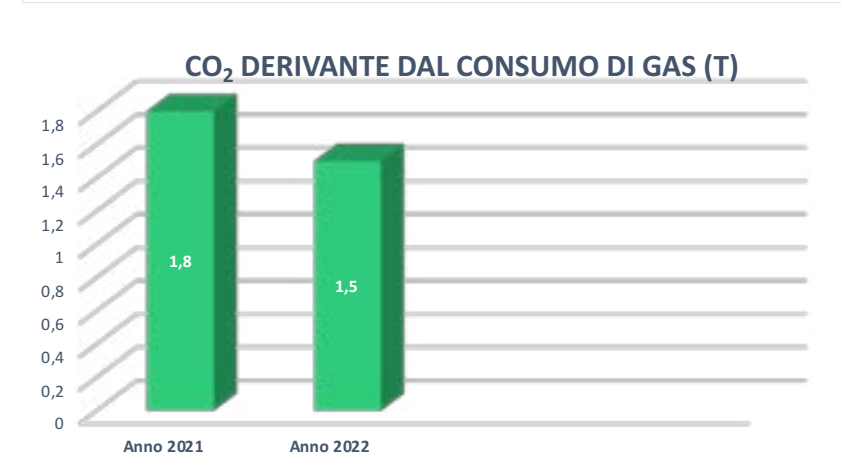
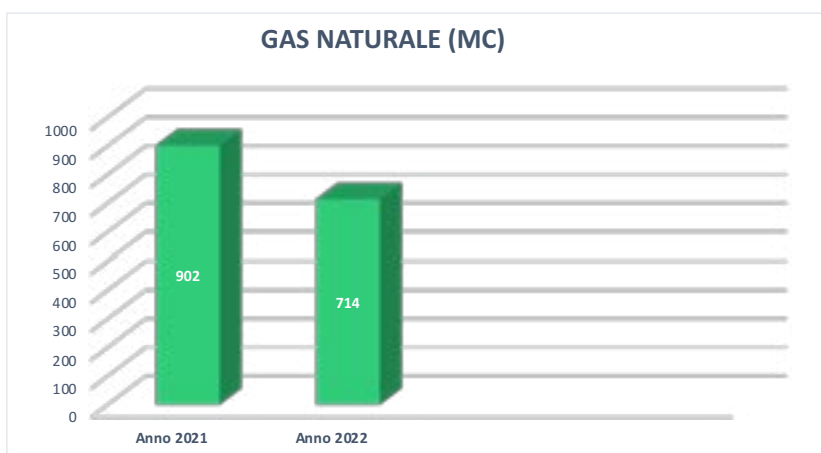
Grammi di CO₂ per passeggeri-chilometro



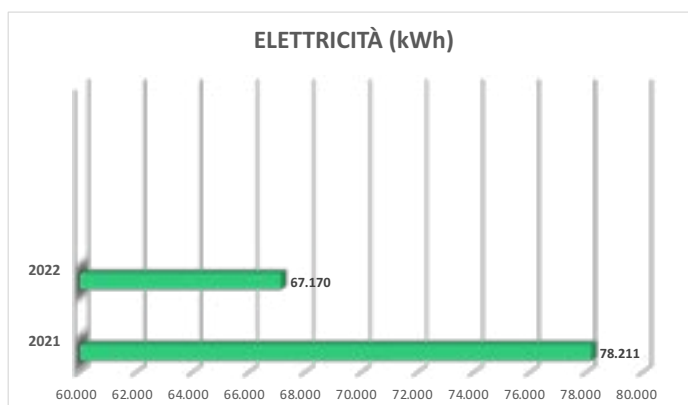
fonte: Agenzia europea dell'ambiente (EEA), Report No 19/2020



Nel 2022 l'impronta energetica direttamente collegata alle attività dei nostri uffici è diminuita. Abbiamo consumato 714 mc di gas naturale, utilizzato per il riscaldamento degli uffici. Rispetto al 2021 vi è stato un minore consumo pari a 188 mc, e conseguentemente anche le emissioni di CO₂ sono diminuite, passando da 1,8 a 1,5 tonnellate.



I nostri consumi elettrici sono stati pari a 67.170,00 kWh, con una riduzione di oltre 10 mila kWh rispetto al 2021 e con emissioni in atmosfera di 16,5 tonnellate di CO₂ equivalenti (-3 t rispetto al 2021).⁶



⁶ Fattore di conversione: <https://www.isprambiente.gov.it/files2022/pubblicazioni/rapporti/r363-2022.pdf>

**IL NOSTRO MIGLIORAMENTO RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE:
QUASI 3 TONNELLATE DI CO₂ DERIVANTI DAI CONSUMI ELETTRICI
EQUIVALENTI NON IMMESSE IN ATMOSFERA**

Il totale delle emissioni di CO₂ riconducibili alle attività dei nostri uffici, pari 24,4 tonnellate, saranno oggetto di offsetting tramite l'acquisto di crediti di carbonio da progetti nazionali e internazionali.

SIAMO IMPRESA IMPRENDIGREEN

Imprendigreen è il riconoscimento che Confcommercio prevede per le proprie imprese e associazioni territoriali e di categoria per premiare comportamenti virtuosi e buone pratiche in tema di sostenibilità ambientale.

Le imprese certificate Imprendigreen hanno accesso a moduli formativi implementati con il coinvolgimento di partner strategici ed enti di ricerca di eccellenza (come la Scuola Universitaria Superiore Sant'Anna di Pisa, l'Enea, l'Asvis e il Conai), finalizzati a migliorare la conoscenza delle normative e favorire la diffusione e la replicabilità di comportamenti virtuosi sotto il profilo ambientale.



4.5 I nostri stakeholder

Nel 2022 abbiamo effettuato una survey volta a individuare le aspettative verso di noi dei nostri diversi stakeholder, cioè dei portatori di interesse che influenzano le nostre attività di business e ne sono influenzati.

Queste in sintesi le attese prioritarie emerse dalla "mappatura":

Management

Profitto e remunerazione capitale, Compliance e Riduzione dei rischi, Trasparenza.

Dipendenti e collaboratori

Crescita professionale
Innovazione dei processi,
Trasparenza
Coinvolgimento.

Clienti

Innovazione
Trasparenza dei budget
Soluzioni per un migliore rapporto costi-benefici.

Consulenti

Innovazione dei processi,
Interazione tra processi.

Fornitori:

Solidità Aziendale
Rispetto delle tempistiche di pagamento,
Partnership di sviluppo.

Partner di business

Trasparenza
Coinvolgimento
Incremento del business.

Media

Partnership di sviluppo.

Associazioni di settore

Regole chiare di accesso al mercato
Competizione leale
Ritorno dei benefici comuni.



4.6 I nostri fornitori

La catena di fornitura (*supply chain*) è l'insieme connesso e interdipendente dei fornitori, delle aziende e dei prestatori di servizi coinvolti nella produzione di un prodotto o servizio.

Un'azienda con una buona gestione della catena di approvvigionamento si assicura il giusto livello di controllo dei flussi di materiali, delle scorte e delle informazioni necessarie per soddisfare la propria domanda, riducendo il rischio di eccesso o carenza di offerta, migliorando le performance nelle fasi operative e diminuendo i costi, con un effetto positivo sulla competitività.

Questo impegno gioca sempre di più un ruolo chiave nella strategia di crescita e sostenibilità delle aziende, tanto più dopo che la pandemia da Covid-19 ha dimostrato quanto sia importante la sostenibilità per sviluppare le filiere produttive anche in ottica di resilienza.

La sostenibilità della catena di fornitura è, dunque, una componente fondamentale della sostenibilità aziendale. Oltre a essere "*la cosa giusta da fare*", gestire gli impatti sociali, ambientali ed economici delle catene di fornitura e contrastare la corruzione è un'opportunità di business.

4.7 I nostri impegni

Offsetting delle nostre emissioni

Eprcomunicazione sarà anche quest'anno un'organizzazione a emissioni zero. Compenseremo 24,7 tonnellate di emissioni di CO2 generate dalle nostre attività, comprese quelle derivanti dagli spostamenti casa-ufficio, con l'acquisto di crediti di carbonio da progetti nazionali e internazionali.

Giornate per la comunità

Eprcomunicazione dedicherà una giornata a prendersi cura del territorio in cui è situata la propria sede, unendoci alle iniziative organizzate nell'ambito della campagna di Legambiente "Puliamo il Mondo" 2023.

Ore lavoro a sostegno di Onlus

Eprcomunicazione metterà a disposizione gratuitamente la professionalità e l'impegno delle proprie persone per sostenere le iniziative condotte dalle Fondazioni Mama Sofia e Ghirotti.

Climate positive

Eprcomunicazione effettuerà una serie di interventi al fine di diminuire sempre più la propria impronta ambientale:

- la migrazione dei servizi informatici e telefonici in tecnologia cloud, così da non avere più server in house i quali richiedono (oltre all'assorbimento energetico) l'accensione h24 di un sistema di condizionamento per mantenere basse le temperature di esercizio;
- l'installazione di monitor per sala video-conference di ultima generazione con sistema led a bassissimo assorbimento.
- adozione di rete wifi alimentata POE così da ridurre l'assorbimento di ogni singola antenna installata nelle stanze.
- implementazione di un software copy il quale ci consentirà di eliminare almeno il 30% delle stampe prodotte in ufficio, con un corrispondente risparmio energetico, risparmio di toner e materiali di consumo (altamente inquinanti) e soprattutto di carta. Il sw sarà dotato di un display indicante il risparmio in termini di CO2 non emessa.

5. Nota metodologica

La presente Relazione di Impatto risponde ai requisiti di rendicontazione non-finanziaria previsti dalla normativa sulle Società Benefit (Legge n. 208 del 28 dicembre 2015, articolo unico, commi 376-384).

In esso si riporta la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni messi in atto da Eprcomunicazione per il perseguimento degli obiettivi di beneficio comune.

La valutazione di impatto è stata condotta sulla base del “Benefit_Impact-Assessment” sviluppato da “B-Lab”.

Questa Relazione di Impatto è basata su dati relativi all'anno 2022.

La rendicontazione è periodica con cadenza annuale.

Soggetti inclusi nel report d'impatto: Eprcomunicazione S.p.A. Società Benefit.

Per ulteriori informazioni relative alla presente Relazione di Impatto si prega di scrivere a: Eprcomunicazione S.p.A. Società Benefit - Sede legale: Via Arenula, 29 - 00186 Roma - Tel. 06681621 - info@Eprcomunicazione.it - Codice Fiscale - Partita IVA: 11332181004 - Iscrizione registro REA: 1295074.

L'attività di rendicontazione ha richiesto un periodo di circa 2 mesi, in modalità di *rolling review*.

I dati raccolti sono stati utilizzati anche per tracciare l'impatto complessivo dell'impresa tramite standard creati da terze parti indipendenti, come richiesto dalla normativa sulle Società Benefit.

Al fine di una puntuale definizione dei contenuti della Relazione sono state identificate le persone responsabili del perseguimento delle attività relative alle finalità specifiche di beneficio comune.

Un ringraziamento speciale a tutti coloro che hanno collaborato alla redazione di questa Relazione di Impatto e che dedicheranno tempo a consultarla.