

RELAZIONE DI IMPATTO

Secondo - anno 2024

PFM SINTESI S.R.L.
SOCIETÀ BENEFIT



PFM SINTESI S.R.L. SOCIETÀ BENEFIT

Via Strada 4 – Palazzo Q5

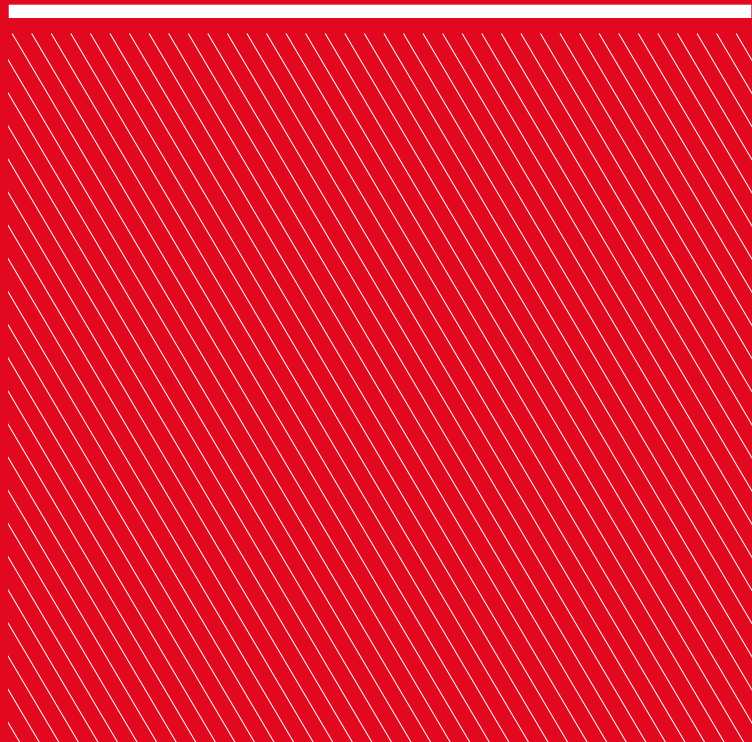
20089 Rozzano (MI)

www.pfmsintesi.com

Indice

1.	Introduzione	4
2.	Le società <i>benefit</i>	6
3.	La società – <i>corporate governance</i>	8
4.	Responsabile dell'impatto	12
5.	Scopo della presente relazione di impatto	12
6.	Il nuovo statuto di PFM e le finalità di beneficio comune	14
7.	Obiettivi 2024: evoluzione e confronto	16
8.	Progetti e iniziative svolti nel 2024	20
9.	Valutazione d'Impatto	26
10.	Obiettivi per il 2025	32
11.	Conclusioni	34

01. Introduzione



Nell'epoca attuale, le società *benefit* incarnano un modello di business altamente innovativo, che riesce a coniugare gli obiettivi tradizionali di profitto con un profondo e duraturo impegno per il bene comune, promuovendo uno sviluppo sostenibile e un impatto sociale positivo.

A distanza di un anno dalla trasformazione in Società *Benefit*, Pfm Sintesi S.r.l. Società *Benefit* (di seguito, "**PFM**" e/o la "**Società**") può affermare con orgoglio che questa decisione ha rafforzato i propri valori aziendali e il proprio impegno per il benessere sociale e ambientale, portando benefici concreti non solo all'azienda, ma a tutti i suoi *stakeholder*.

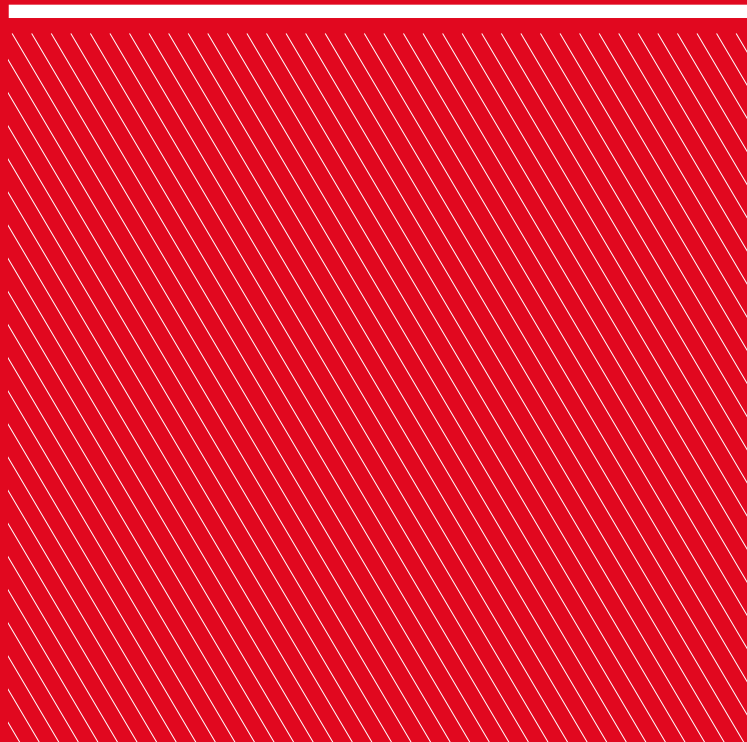
Il 2024 ha rappresentato per PFM il primo anno completo come società *benefit*, permettendoci di strutturare in modo più efficace e integrato le nostre iniziative di beneficio comune, consolidando i percorsi avviati nel 2023 e sviluppando nuove progettualità in linea con la nostra missione.

Crediamo fermamente che il successo aziendale debba essere allineato con il benessere sociale e ambientale. I risultati raggiunti in questo secondo anno ci confermano che stiamo percorrendo la strada giusta per tradurre questa visione in azioni concrete e misurabili.

02.

Le società

benefit



Nel nostro ordinamento le società benefit sono state introdotte dalla legge 28 dicembre 2015, n. 208, commi 376-384 (c.d. legge di stabilità 2016 – di seguito, la “**Legge**”).

Sono qualificate come società *benefit*, le società 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 e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interessi*”.

Con “*beneficio comune*” si intende “*il perseguimento, nell’esercizio dell’attività*

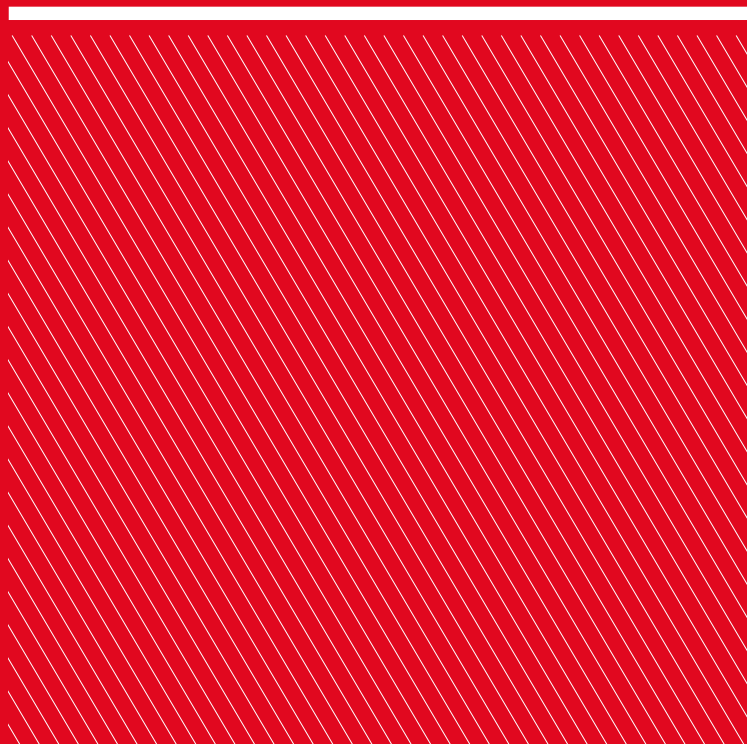
economica, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, nei confronti di una o più categorie di cui al comma 376” dell’articolo 1 della Legge, ossia quelle ricomprese tra: persone, comunità, territori, ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.

Da quanto sopra, si denota, quindi, che le società *benefit* rappresentano un’evoluzione delle società tradizionali, dal momento che queste ultime integrano lo scopo di lucro con l’obiettivo di perseguire specifiche finalità di beneficio comune volti alla realizzazione “*di uno o più effetti positivi o la riduzione degli effetti negativi*” nei confronti dei portatori di interesse.



03.

La società –
corporate
governance



Fondata nel 2012, PFM è una società che svolge attività consulenziale e promozionali in campo farmaceutico e sanitario. Rivolgendosi ai suoi clienti, provider e alle principali aziende del settore salute, offre una vasta gamma di servizi e soluzioni nell'ambito delle tecnologie *web* e *digital media*. Grazie al proprio *know-how*, si impegna non solo a fornire un supporto efficace, ma anche a promuovere innovazione e risultati tangibili per i suoi clienti, contribuendo così al raggiungimento dei loro obiettivi di *business*.

La Società è specializzata, altresì, nella gestione degli spazi pubblicitari in farmacia, con una presenza predominante sul territorio italiano.

Attraverso la propria rete di rapporti contrattuali con le farmacie, PFM è in grado di cogliere e identificare nuove necessità e opportunità emergenti nel settore farmaceutico, offrendo soluzioni specifiche e all'avanguardia che rispondono alle esigenze del mercato.

A partire da ottobre 2023 la Società ha adottato la qualifica di società *benefit* con l'intento di perseguire varie finalità di beneficio comune. Si propone di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti delle persone, delle comunità, dei territori e dell'ambiente, nonché dei beni e delle attività culturali e sociali, degli enti, delle associazioni e di tutti gli altri *stakeholder*.



PFM è amministrata da un consiglio di amministrazione composto da:



Claudio Maiocchi

Presidente del Consiglio di Amministrazione



Pietro Maiocchi

Consigliere



Francesco Maiocchi

Consigliere

PFM ha nominato una società di revisione esterna per la revisione legale dei conti.

La Società è caratterizzata da una struttura organizzativa funzionale, ove le diverse unità funzionali sono: (i) gestite da un responsabile, il quale a sua volta riporta direttamente al Consiglio di amministrazione; (ii) suddivise in vari dipartimenti.

PFM opera in Italia con base operativa in Milano e, inoltre, è certificata ISO/IEC 9001:2015 (*"Sistemi di Gestione per la Qualità – IEC"*) e, dal 2025, UNI/PdR125:2022 (*"Certificazione Parità di Genere"*).

Oltre a quanto sopra, la Società ha adottato un proprio codice etico e un proprio modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231 e successive modifiche e integrazioni.

Il raggiungimento degli obiettivi di PFM è perseguito con lealtà, serietà, onestà, competenza e trasparenza, nell'assoluto rispetto delle leggi e delle normative vigenti. In particolare, PFM considera la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori, il rispetto dell'ambiente, la salubrità dei propri luoghi di lavoro e la qualità dei propri processi come fattori fondamentali e determinanti nello svolgimento del proprio *business*.

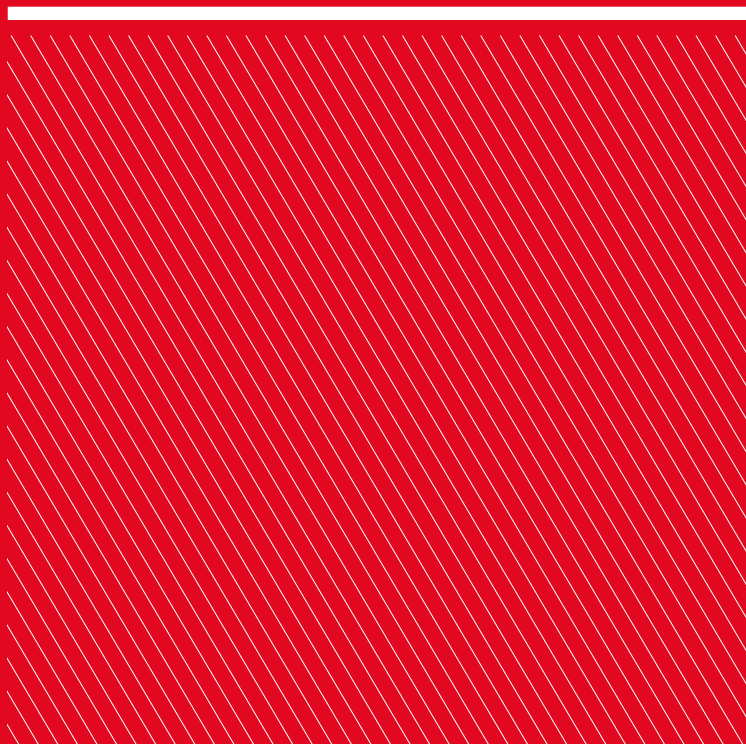
A tal riguardo, in un'ottica di ricerca dell'eccellenza, PFM è sempre rivolta all'applicazione delle tecnologie più aggiornate e delle *best practice* in materia.

04.

Responsabile
dell'impatto

05.

Scopo
della presente
relazione
di impatto



La Società, in conformità a quanto disposto dalla Legge, ha designato la dottoressa Donatella Bella come “*responsabile dell’impatto*”. In stretta collaborazione con i responsabili delle varie funzioni aziendali,

quest’ultima si impegna a delineare gli obiettivi da perseguire in linea con le finalità di beneficio comune, valutando simultaneamente i risultati ottenuti.

La Legge impone alle società *benefit* di redigere annualmente la relazione concernente il perseguimento del beneficio comune (c.d. “*relazione di impatto*”), da allegare al bilancio della società e pubblicare sul sito *internet* della stessa, ovvero, così come anche da statuto, in ogni altra forma che il responsabile dell’impatto dovesse ritenere utile ai fini della massimizzazione della trasparenza.

Il presente documento rappresenta la seconda relazione d’impatto di PFM (di seguito, la “**Relazione d’Impatto**”), redatta in ottemperanza e in conformità alla Legge, la quale ha lo scopo di rendicontare in modo trasparente, chiaro ed esaustivo le varie attività poste in essere da PFM nel 2024 rispetto alle finalità di beneficio comune specificate nello statuto, illustrare la valutazione di impatto generato e, infine, descrivere la pianificazione dei nuovi obiettivi per l’anno successivo.

La Relazione d’Impatto di quest’anno assume un valore particolare poiché rappresenta il primo confronto anno su anno, permettendo di

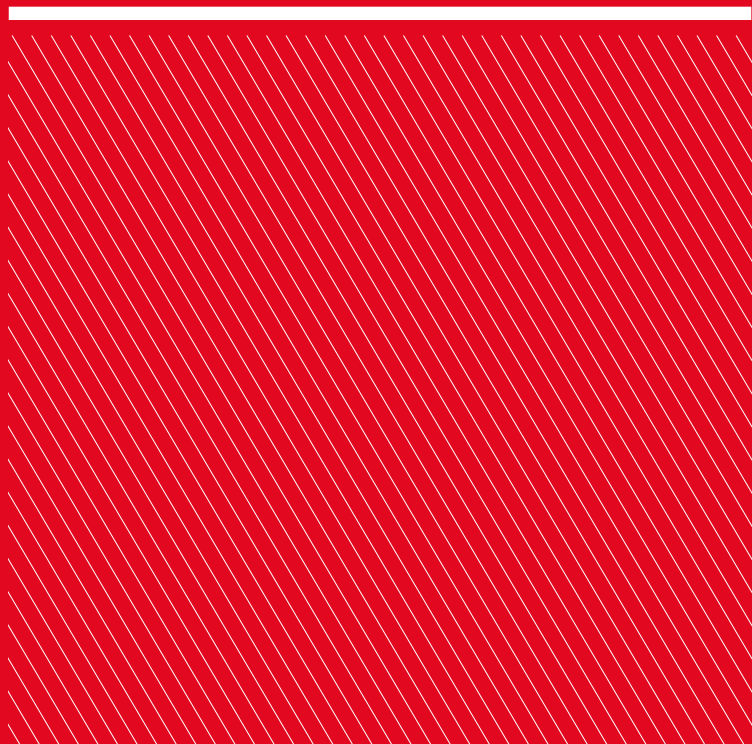
valutare i progressi compiuti rispetto agli obiettivi prefissati nel 2023 e di tracciare l’evoluzione del nostro impatto nelle diverse aree di intervento.

Infatti, tale Relazione di Impatto include, tra l’altro, quanto segue:

- a. una descrizione delle finalità di beneficio comune perseguite da PFM, così come previste nello statuto;
- b. una descrizione, rispetto ad ognuna delle finalità di beneficio comune, degli obiettivi specifici, delle modalità e delle attività svolte, dei risultati raggiunti, delle aree di impatto, e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;
- c. la valutazione d’impatto generato sulla base dello *standard* di valutazione esterno scelto da PFM, la quale ricomprende le seguenti 5 aree di analisi: *governance*, lavoratori, ambiente, comunità e clienti;
- d. una descrizione dei nuovi obiettivi che la Società intende perseguire per il successivo esercizio.

06.

Il nuovo
statuto di PFM
e le finalità
di beneficio
comune



PFM, nella realizzazione del proprio oggetto sociale, persegue, oltre gli obiettivi economici propri di un'attività imprenditoriale, diverse finalità di beneficio comune – concretizzantesi nel perseguimento di uno o più effetti positivi o, diversamente, nella riduzione degli effetti negativi su una o più categorie di portatori di interesse – e opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

Tali obiettivi verranno concretamente realizzati mediante:

- I. la promozione e realizzazione di progetti sociali e ambientali basati sul coinvolgimento e il dialogo collaborativo con gli investitori e la trasparenza nella *governance*;
- II. l'organizzazione di *workshop*, corsi di formazione e campagne di comunicazione per i dipendenti volti a diffondere la cultura della sostenibilità promuovendo, a tale scopo, modalità di lavoro in linea con la tutela dell'ambiente che valorizzino, tra gli altri, lo *smart working* e altre forme flessibili di gestione delle attività lavorative, l'eliminazione degli sprechi, la riduzione dei consumi di carta e, più in generale, l'utilizzo di risorse ecosostenibili;
- III. la promozione di modalità di lavoro che favoriscano la creazione di un ambiente di lavoro positivo nel rispetto, tra gli altri,

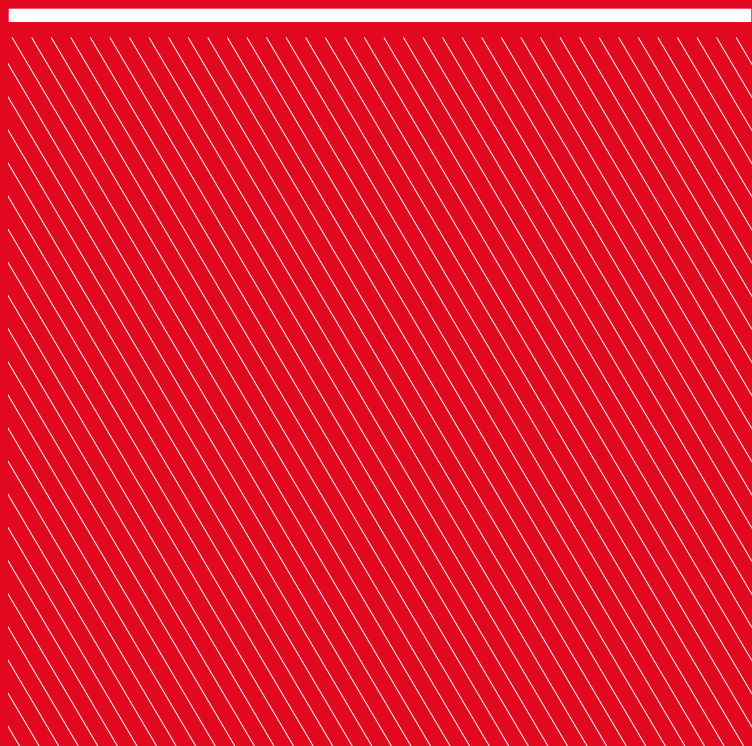
della parità di genere e finalizzato alla valorizzazione, alla crescita e al benessere delle persone per svilupparne competenze e potenziale, rispettando, altresì, tempi e bisogni individuali;

- IV. la collaborazione, la partecipazione e l'implementazione continua di progetti con organizzazioni non *profit*, fondazioni, enti di ricerca scientifica e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società per contribuirne allo sviluppo e amplificarne l'impatto positivo nell'operato;
- V. l'implementazione continua della piattaforma tecnologica di *marketing* rivolta a misurare e ridurre l'impatto in termini di CO2 emessa attraverso le produzioni di materiali e servizi per il *marketing*, sensibilizzando, così, gli utenti stessi della piattaforma in fase di scelta dei prodotti.



07.

Obiettivi 2024:
evoluzione
e confronto



La Società ha lavorato con impegno per conseguire gli obiettivi prefissati per il 2024, monitorando costantemente i progressi e adattando le strategie in base ai risultati intermedi e alle eventuali criticità emerse.

Di seguito viene riportata una breve sintesi degli obiettivi definiti nella relazione d'impatto redatta per l'anno 2023 e i risultati conseguiti.

OBIETTIVI PREFISSATI PER IL 2024	STATO DI AVANZAMENTO	RISULTATI CONSEGUITI
Proseguire nel percorso di formazione sulle tematiche della comunicazione e dell'innovazione attraverso la conferma di <i>partnership</i> e collaborazioni con il mondo accademico e universitario.	Completato	Rafforzata la collaborazione con l'Università Bocconi. Avviata la collaborazione con il Policlinico e Università degli Studi di Milano, in particolare con il Dipartimento di Fisiopatologia Medico-chirurgica e dei Trapianti.
Proseguire il proprio impegno verso i dipendenti e i collaboratori in ottica <i>welfare</i> al fine di promuovere una crescita nel livello di benessere delle risorse, attraverso differenti strumenti.	Completato	Confermato il piano <i>welfare</i> aziendale. Esteso a 3 giorni settimanali la possibilità di <i>smart working</i> per tutti i dipendenti. Possibilità di orario flessibile per i giorni di presenza in ufficio.
Certificare il proprio impegno in tema di <i>diversity & inclusion</i> e di promozione dell'uguaglianza di genere.	In corso	Completato con successo l' <i>iter</i> preparatorio per la certificazione della Parità di Genere UNI/PdR 125:2022. Avviato un programma interno di formazione sulla D&I che ha coinvolto il 100% dei dipendenti.
Promuovere l'impegno verso le tematiche della sostenibilità ambientale attraverso iniziative che possano ridurre l'impatto della propria attività sul territorio e sul clima.	Completato	Completata la digitalizzazione del 70% dei processi interni con conseguente riduzione dell'uso di carta.



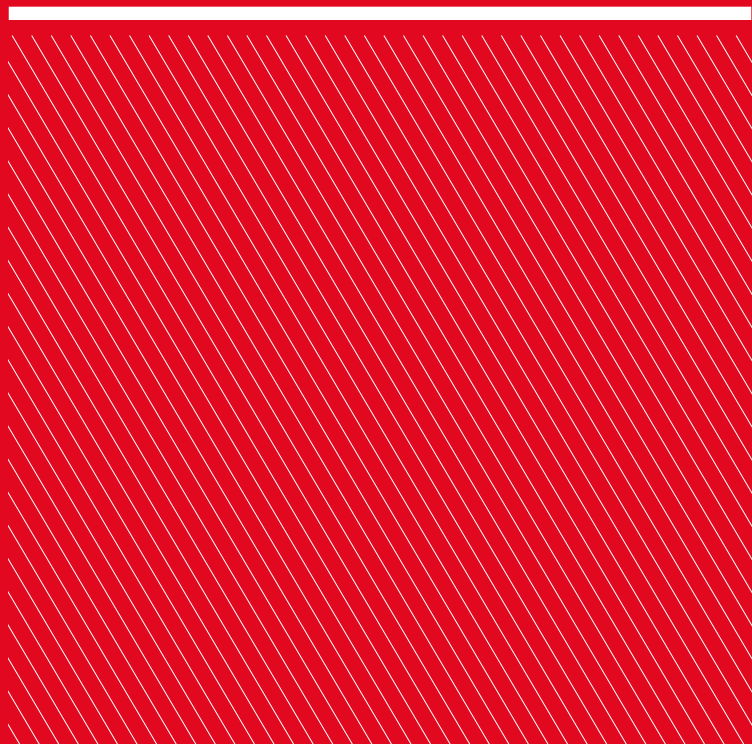
OBIETTIVI PREFISSATI PER IL 2024	STATO DI AVANZAMENTO	RISULTATI CONSEGUITI
Promuovere il proprio impegno verso associazioni ed iniziative che agiscono a livello sociale.	Completato	Avviata <i>partnership</i> con l'associazione "Gli Angeli del Bello", con supporto sia economico che professionale.
Aumentare l'approfondimento e identificare nuove aree di impatto relative alla sostenibilità sociale.	In corso	Realizzata un'analisi per identificare aree prioritarie di intervento per lo sviluppo di futuri progetti nell'ambito della sostenibilità sociale.
Istituire un ciclo di incontri per raccontare storie di successo aziendale al fine di stimolare la riflessione sui cambiamenti e le lezioni apprese.	Completato	Realizzati 2 incontri interni con testimonianze di imprese virtuose nel campo della sostenibilità.





08.

Progetti
e iniziative
svolti nel 2024



Nel 2024, sulla base degli obiettivi prefissati e delle finalità di beneficio comune, la Società ha implementato diversi progetti e iniziative, che di seguito nel dettaglio si riportano, unitamente all'illustrazione dei risultati e della relativa area di impatto.

I FINALITÀ

La promozione e realizzazione di **progetti sociali e ambientali** basati sul coinvolgimento e il dialogo collaborativo con gli investitori e la trasparenza nella governance.

OBIETTIVI SPECIFICI	ATTIVITÀ E MODALITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Favorire e incentivare la formazione della comunicazione e dell'innovazione, rafforzando la <i>partnership</i> con il mondo accademico.	Sviluppo di progetti di ricerca congiunti e iniziative formative con università <i>partner</i> .	Realizzazione di un questionario per l'identificazione del genere di appartenenza (al di là del genere alla nascita). Un focus group e analisi sociologica per la validazione delle domande. 5 incontri con i referenti dell'Università Bocconi per portare innovazione nel settore farmaceutico.	Lavoratori Clienti Comunità
Migliorare la trasparenza nella <i>governance</i> e sensibilizzazione sui temi di sostenibilità.	Coinvolgimento del CdA sui temi di sostenibilità.	Riunione del CdA dedicata alle tematiche della sostenibilità.	<i>Governance</i> Lavoratori

II FINALITÀ

L'organizzazione di *workshops*, corsi di formazione e campagne di comunicazione per i dipendenti volti a diffondere la cultura della **sostenibilità**, promuovendo, a tale scopo, modalità di lavoro in linea con la tutela dell'ambiente che valorizzino, tra gli altri, lo smart working e altre forme flessibili di gestione delle attività lavorative, l'eliminazione degli **sprechi**, **la riduzione dei consumi di carta e, più in generale, l'utilizzo di risorse ecosostenibili**.

OBIETTIVI SPECIFICI	ATTIVITÀ E MODALITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Potenziare lo smart working e le forme flessibili di lavoro.	Ampliamento delle giornate di smart working e introduzione di ulteriori strumenti di flessibilità oraria.	Aumento da 2 a 3 giorni di smart working settimanali. Adozione di un sistema di orario flessibile per i dipendenti. Riduzione del 20% delle emissioni legate agli spostamenti casa-lavoro.	Lavoratori Ambiente
Implementare un programma di sensibilizzazione verso l'arte e la cultura.	Realizzazione di un percorso formativo strutturato sui temi di arte e cultura.	Visita al museo Vinciano. Omaggio per tutti i dipendenti della tessera FAI. Team building a tema.	Lavoratori
Ridurre l'impatto ambientale delle attività d'ufficio.	Digitalizzazione dei processi e sensibilizzazione sui comportamenti virtuosi.	Riduzione del 70% dell'uso di carta. Riduzione del 15% dei consumi energetici. Implementazione della raccolta differenziata in ufficio con un tasso di recupero dell'85%.	Ambiente
Rafforzare il piano <i>welfare</i> .	Ampliamento delle iniziative di <i>welfare</i> aziendale.	Aumento del <i>budget welfare</i> pro-capite. Introduzione di un nuovo servizio nel pacchetto <i>welfare</i> .	Lavoratori
Promuovere la sostenibilità e la condivisione.	Evento: " <i>L'armadio dei colleghi</i> " per scambiare abiti usati.	Incontro mensile di aggregazione al fine di stimolare il riciclo e la condivisione.	Lavoratori

III FINALITÀ

La promozione di modalità di lavoro che favoriscano la creazione di **un ambiente di lavoro positivo** nel rispetto, tra gli altri, della **parità di genere** e finalizzato **alla valorizzazione, alla crescita e al benessere delle persone** per svilupparne competenze e potenziale, rispettando, altresì, tempi e bisogni individuali.

OBIETTIVI SPECIFICI	ATTIVITÀ E MODALITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Ottenere la certificazione per la "Parità di Genere".	Completamento dell' <i>iter</i> preparatorio per la certificazione secondo lo <i>standard</i> UNI/PdR 125:2022	Implementazione della documentazione per l'ottenimento della certificazione. Implementazione di una policy aziendale sulla parità di genere. Creazione di un sistema di monitoraggio delle metriche di genere.	Governance Lavoratori
Promuovere il benessere psicofisico.	Implementazione di attività legate al benessere.	Attivazione di percorsi di coaching individuali. <i>HR Cofee</i> : momento di condivisione informale. Partecipazione dell'80% dei dipendenti ad almeno una iniziativa.	Lavoratori
Sostenere la genitorialità e il <i>work-life balance</i> .	Sviluppo di <i>policy</i> specifiche a supporto dei genitori.	Implementazione di un programma di reinserimento <i>post-maternità</i> .	Lavoratori
Valorizzare le competenze e il potenziale.	Sviluppo di percorsi formativi personalizzati.	Creazione di piani di sviluppo individuali per il 90% dei dipendenti. Media di 25 ore di formazione tecnica pro-capite. Avvio di un programma di mentorship interno.	Lavoratori
Valorizzare la <i>performance</i> di <i>team</i> .	<i>Team building</i> interni.	Organizzato un gioco di ruolo con l'obiettivo di stimolare il pensiero laterale.	Lavoratori

IV FINALITÀ

La collaborazione, la **partecipazione e l'implementazione continua di progetti con organizzazioni no profit, fondazioni, enti di ricerca scientifica e simili** il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società per contribuirne allo sviluppo e amplificarne **l'impatto positivo nell'operato**.

OBIETTIVI SPECIFICI	ATTIVITÀ E MODALITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Rafforzare le <i>partnership</i> con organizzazioni no profit.	Avvio di collaborazioni strutturate con associazioni selezionate.	Collaborazione avviata con l'Associazione "Angeli del Bello". Donazioni per un valore complessivo di Euro 5.000,00.	Comunità
Promuovere l' <i>engagement</i> dei dipendenti verso cause sociali.	Adesione a un programma di volontariato.	Organizzazione di giornate di volontariato ad adesione libera per i dipendenti.	Lavoratori

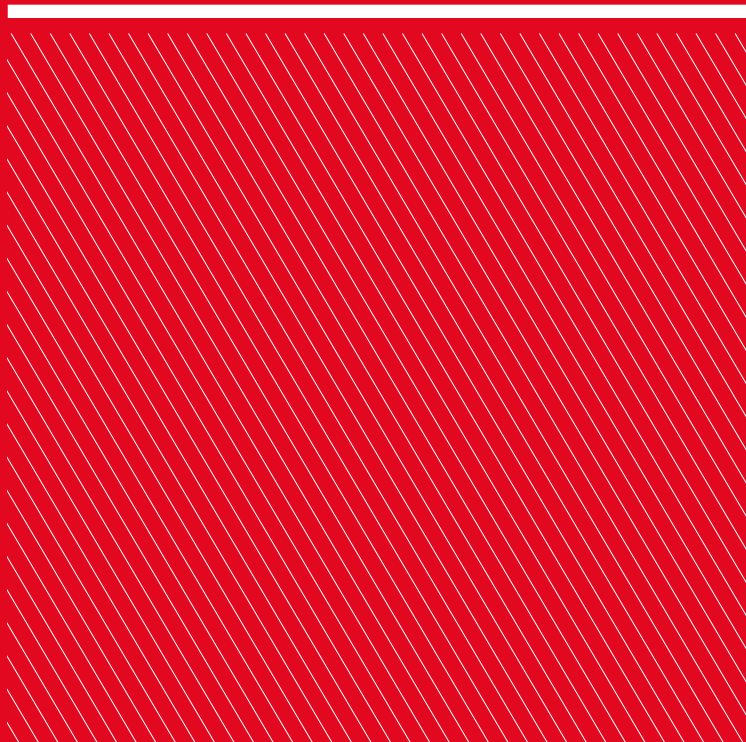
V FINALITÀ

L'implementazione continua della piattaforma tecnologica di marketing rivolta a **misurare e ridurre l'impatto in termini di CO2** emessa attraverso le produzioni di materiali e servizi per il *marketing* sensibilizzando, così, gli utenti stessi della piattaforma in fase di scelta dei prodotti.

OBIETTIVI SPECIFICI	ATTIVITÀ E MODALITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Sensibilizzare clienti e utenti sulle scelte a basso impatto.	Sviluppo di materiali informativi e formativi.	Creazione di una guida alle scelte sostenibili nel <i>marketing</i> farmaceutico.	Clienti Comunità



09.
Valutazione
d'impatto



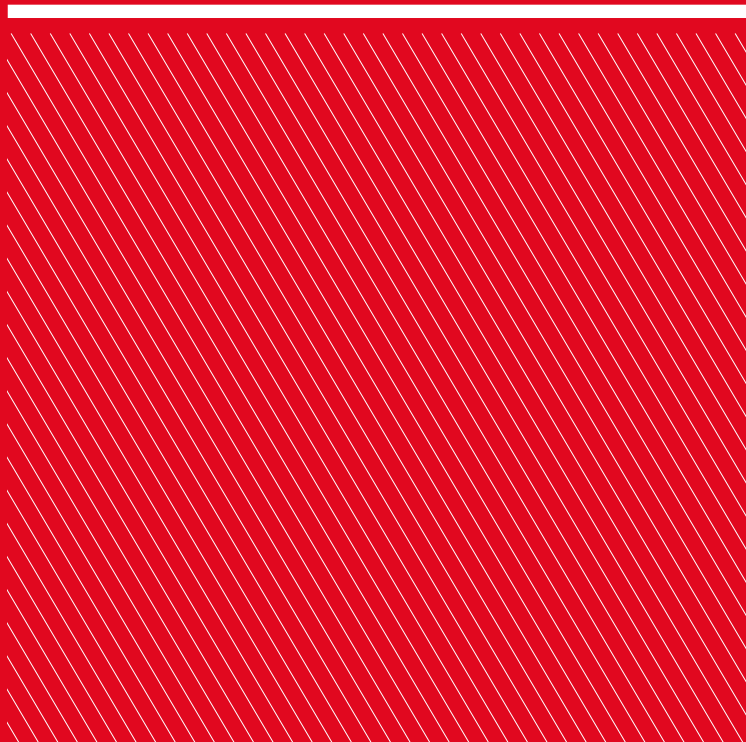
Per ottemperare agli obblighi previsti dalla Legge ed effettuare la misurazione d'impatto, PFM ha scelto lo standard di valutazione esterno internazionale B Impact Assessment (BIA), una piattaforma di misura rilasciata gratuitamente dall'ente no profit B Lab (prima organizzazione mondiale di settore).

Tale strumento di misurazione consente di misurare in modo esauriente, articolato, completo e trasparente se un'azienda è rigenerativa, ovvero se crea più valore di quanto ne distrugge, valutando a 360° tutti gli impatti economici, sociali e ambientali.

Le aziende che superano la soglia di 80 punti su 200 al BIA possono richiedere la qualifica di *B Corp*® certificata. La valutazione d'impatto effettuata permette a PFM di essere consapevole dei propri mezzi e degli obiettivi raggiunti, al fine di decidere quale direzione strategica seguire per raggiungere il beneficio comune e pianificare gli obiettivi futuri.

9.1

Aree di valutazione



La valutazione d'impatto ha riguardato le seguenti aree di misurazione:

Governance



Per valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione alla missione aziendale, all'etica, al livello di coinvolgimento dei portatori di interesse e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società.

Lavoratori



Per valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e *benefit*, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, soddisfazione, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro.

Comunità



Per valutare l'impegno civico della società, con particolare riferimento alle relazioni dell'azienda con i propri fornitori, al territorio e alle comunità locali in cui opera, alle azioni di volontariato, alle donazioni, alle attività culturali e sociali, alla gestione della diversità e dell'inclusione, alla creazione di posti di lavoro e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura.

Ambiente



Per valutare gli impatti e la gestione ambientale complessiva della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, smaltimento di rifiuti, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.

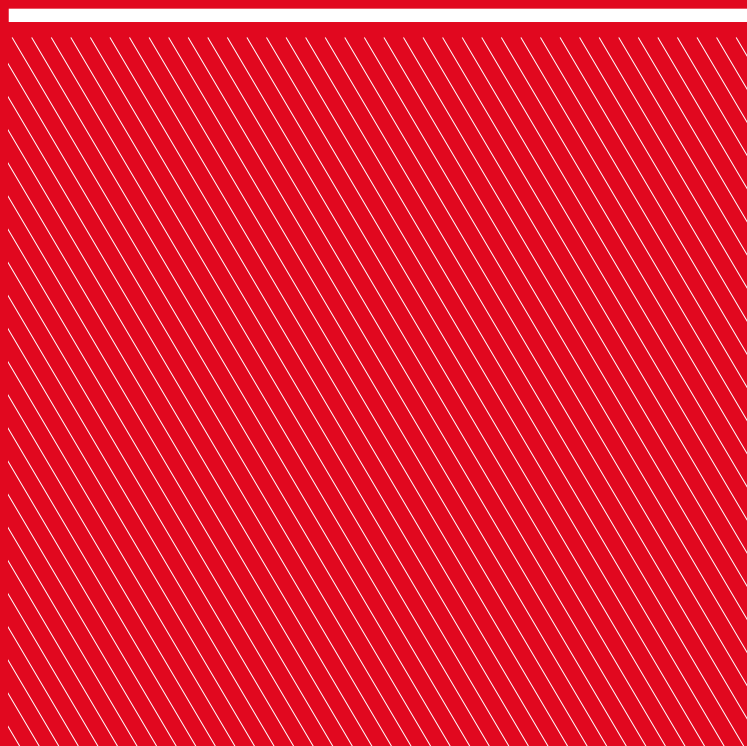
Clienti



Per valutare la gestione dei propri clienti diretti e i consumatori in termini di garanzia e assicurazione della qualità di prodotti e servizi, marketing etico e positivo, privacy dei dati e sicurezza dei dati.

9.2

Esito della
valutazione
e confronto
con l'anno
precedente



Per l'anno 2024 PFM ha ottenuto, attraverso l'utilizzo dello standard BIA, un punteggio complessivo di 76,0 con un incremento di 4,0 punti rispetto al punteggio di 72,0 ottenuto per l'anno 2023.

Di seguito si riporta una sintesi dei risultati conseguiti in base alle 5 aree di impatto esaminate, con un confronto rispetto all'anno precedente:

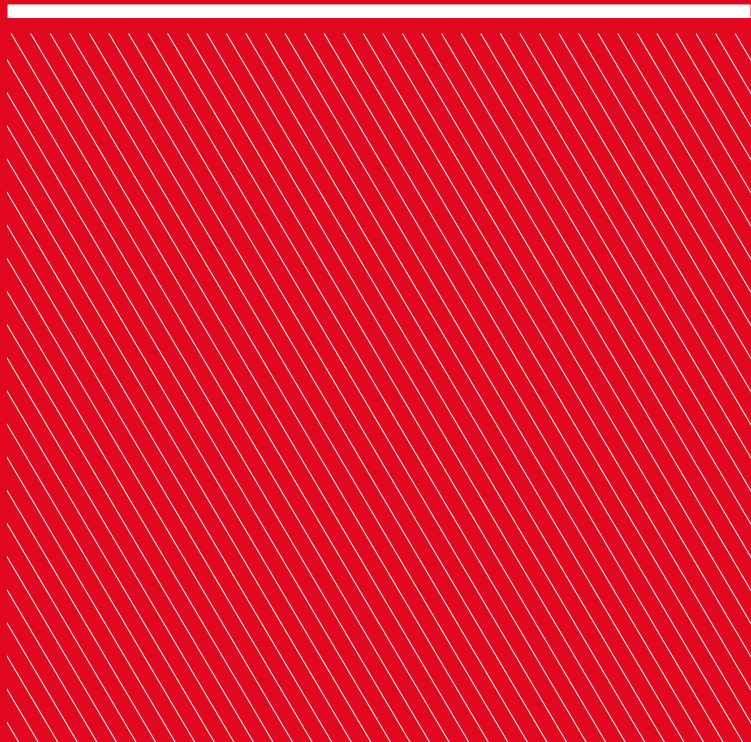
AREA DI IMPATTO	PUNTEGGIO 2023	PUNTEGGIO 2024	VARIAZIONE
Governance	18,7	19,2	+0,5
Lavoratori	31,5	34,2	+2,7
Comunità	12,6	12,8	+0,2
Ambiente	5,9	6,6	+0,7
Clienti	3,2	3,2	0,0
TOTALE	72,0	76,0	+4,0

Il 2024 ha segnato un ulteriore passo avanti nel percorso di PFM come Società *Benefit*, evidenziato da un *aumento complessivo di 4,0 punti nel BIA*, passando da 72,0 nel 2023 a 76,0 nel 2024. Questo progresso riflette l'efficacia delle iniziative intraprese e il rafforzamento dell'impegno verso le finalità di beneficio comune.

In particolare, l'area **Lavoratori** ha mostrato il miglioramento più significativo, con un incremento di 2,7 punti. Ciò testimonia l'efficacia delle politiche implementate per aumentare il benessere, la crescita professionale e la soddisfazione dei dipendenti. Anche l'area **Ambiente** ha registrato un progresso positivo di 0,7 punti, confermando l'attenzione della Società alla riduzione del proprio impatto ecologico. Leggeri ma costanti miglioramenti sono stati osservati nelle aree **Governance** e **Comunità**, a riprova di un approccio sistematico alla trasparenza, alla responsabilità e all'interazione con gli *stakeholder*. L'area **Clienti** ha mantenuto un punteggio stabile, indicando la continuità nell'erogazione di servizi di qualità, nel *marketing* etico e nella protezione dei dati.

Questo risultato complessivo rappresenta una solida base per il futuro e conferma la capacità di PFM di generare valore sia economico che sociale e ambientale.

10.
Obiettivi
per il 2025



L'impegno di PFM, al fine di consolidare e valutare le attività svolte in ottica di società benefit, passa attraverso obiettivi che la Società annualmente intende porsi da conseguire nell'arco dei dodici mesi.

Per l'anno 2025, PFM intende continuare le proprie attività di beneficio comune e porsi i seguenti obiettivi specifici, capitalizzando sui risultati del 2024 e mirando a ulteriori miglioramenti:



- I. consolidare e ampliare le *partnership* con il mondo accademico, attivando nuove collaborazioni con istituti di ricerca e università, con l'obiettivo di sviluppare progetti innovativi nel campo della comunicazione sanitaria sostenibile.



- IV. Realizzare un programma di volontariato aziendale che consenta ai dipendenti di dedicare fino a 3 giorni lavorativi all'anno a progetti sociali, con particolare *focus* sul supporto a iniziative legate all'alfabetizzazione digitale e all'accesso alle informazioni sanitarie per le categorie fragili.



- II. Implementare un sistema strutturato di misurazione del benessere organizzativo con indicatori specifici, per monitorare l'efficacia delle iniziative di welfare aziendale e identificare nuove aree di intervento.

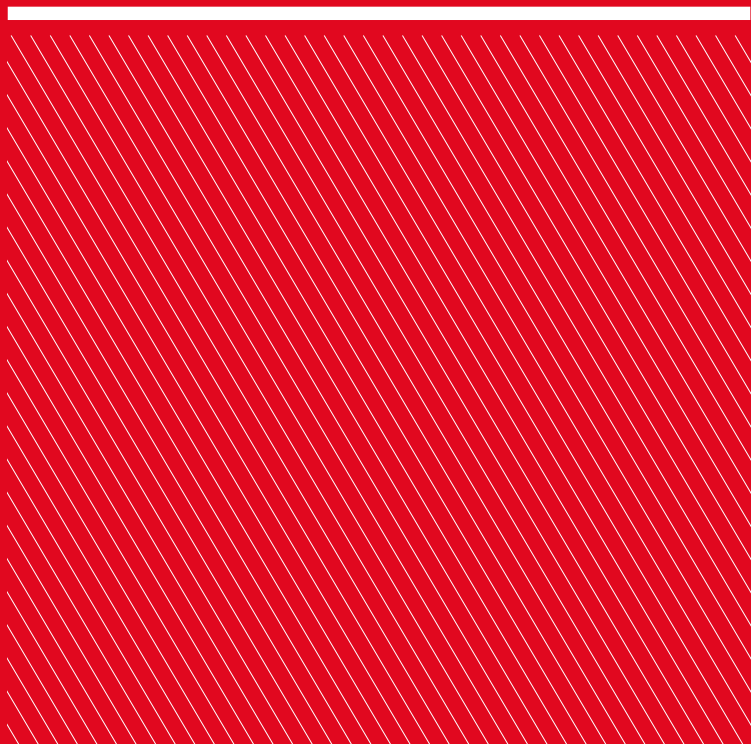


- V. Progettare e implementare una strategia di comunicazione integrata sulle attività *benefit* della Società, con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza tra gli *stakeholder* e promuovere una cultura della sostenibilità all'interno del settore.



- III. Sviluppare un programma di formazione continua sulla *leadership* inclusiva per tutti i *manager* e i responsabili di *team*, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente le competenze in materia di gestione della diversità.

11. Conclusioni



Intraprendere il percorso come società *benefit* è stato un momento di grande rilevanza per PFM, poiché ha segnato un cambiamento fondamentale nella propria filosofia aziendale e nella propria visione di successo. Questa decisione ha permesso alla Società di allineare la propria attività con valori essenziali e rilevanti, come la differenziazione sul mercato, l'attrazione di investimenti ed il coinvolgimento dei dipendenti in un'impresa con un impatto sociale positivo.

I risultati ottenuti da PFM a seguito dell'assunzione della qualifica di società *benefit* nell'ottobre 2023, e consolidati nel 2024, come descritto nella presente Relazione di Impatto, costituiscono il punto di partenza per il suo futuro sviluppo. L'incremento nel punteggio BIA nel 2024, in particolare nell'area Lavoratori e Ambiente, conferma la solidità delle fondamenta poste e la capacità di PFM di generare un impatto positivo misurabile. La pianificazione annuale degli obiettivi per il 2025, sempre più cruciale per il successo aziendale, sarà plasmata da queste esperienze e dai dati raccolti, alimentando così un ciclo virtuoso di crescita e miglioramento continuo nel perseguimento del beneficio comune.

Milano, 2 giugno 2025



PFM Sintesi S.r.l. Società Benefit

Claudio Maiocchi
(legale rappresentante)



PFM Sintesi S.r.l. Società Benefit

Via Strada 4 – Palazzo Q5 | 20089 Rozzano (MI) | www.pfmsintesi.com

Capitale sociale Euro 300.000,00 i.v.; Iscritta al Registro delle Imprese di Milano Monza-Brianza Lodi;
Numero di iscrizione, codice fiscale e partita IVA: 08042690969; Numero REA: MI-1999455