RELAZIONE DI IMPATTO

Primo - anno 2023

PFM SINTESI S.R.L.
SOCIETÀ BENEFIT

PFMSINTESI
BENEFIT BE YOUR IDEA

PFMSINTESI
BENEFIT BE YOUR IDEA

PFM Sintesi S.r.l. Società Benefit
Via Enrico Toti, 4
20123 Milano
www.pfmsintesi.com

Indice

1. Premessa 4

2. Le società Benefit in generale 6

3. Descrizione della società – corporate governace 8

4. Responsabile dell'impatto 12

5. Finalità della relazione di impatto 12

6. Il nuovo statuto di PFM e le finalità di beneficio comune 14

7. Progetti e iniziative svolti nel 2023 16

8. Valutazione d'Impatto 22

8.1 Aree di valutazione 24

8.2 Esito della valutazione 26

9. Obiettivi per il 2024 28

10. Conclusioni 30

PFMSINTESI BENEFIT BE YOUR IDEA

01.
Premessa

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.

La decisione di PFM Sintesi S.r.l. Società Benefit (di seguito, "**PFM**" e/o la "**Società**") di assumere la qualifica di "*società benefit*" è radicata nei propri valori aziendali e nel proprio impegno per il benessere sociale e ambientale.

Siamo fermamente convinti che il successo aziendale debba essere strettamente legato al benessere della società e dell'ambiente. Questa forma giuridica innovativa ci offre gli strumenti necessari per trasformare questa visione in azioni concrete e tangibili, promuovendo un impatto positivo e duraturo.

02.
Le società benefit in generale

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.
Descrizione della società – *corporate governace*

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:
- gestite da un responsabile, il quale a sua volta riporta direttamente al consiglio di amministrazione;
- 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"*).

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.

La Società si impegna a perseguire i propri obiettivi con ***lealtà, serietà, onestà, competenza e trasparenza***, nel pieno rispetto delle leggi e delle normative vigenti.

In particolare, PFM attribuisce massima importanza alla tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori, al rispetto dell'ambiente, alla salubrità dei propri luoghi di lavoro e alla qualità dei propri processi produttivi, considerandoli come fattori fondamentali nello svolgimento del proprio *business*. A tal riguardo, in un'ottica di ricerca dell'eccellenza, PFM si orienta costantemente verso l'adozione delle tecnologie più avanzate e delle best practice disponibili in materia.

04. Responsabile dell'impatto

05. Finalità della 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 una relazione relativa al 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 da statuto, in ogni altra forma che il responsabile dell'impatto dovesse ritenere utile ai fini della massimizzazione della trasparenza.

In ottemperanza alla Legge, il presente documento rappresenta la prima relazione d'impatto di PFM (di seguito, la "**Relazione d'Impatto**"). Il suo scopo principale è quello di fornire un resoconto trasparente e dettagliato dell'impatto generato dalle varie attività svolte nel corso del 2023, in conformità alle finalità di beneficio comune specificate nello statuto. Inoltre, la Relazione d'Impatto descrive la pianificazione dei nuovi obiettivi per l'anno successivo.

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: *governace*, 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 individualii;

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.
Progetti e iniziative svolti nel 2023

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	ATTIVITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Attivazione di percorsi di formazione sulle tematiche della comunicazione e dell'innovazione.	Incontri per la definizione di nuove progettualità.	*Partnership* e collaborazioni con il mondo accademico e universitario (Università Bocconi e Università di Parma).	Lavoratori Clienti.

II FINALITÀ

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.

OBIETTIVI	ATTIVITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Aumentare il benessere di dipendenti e collaboratori bilanciando al meglio vita privata e vita lavorativa.	Da due a tre giornate di *smart working* durante la settimana.	Sottoscrizione accordi individuali lavoro agile.	Lavoratori.
Mettere a disposizione dei dipendenti una vasta gamma di beni e servizi al fine di incrementare il benessere degli stessi.	Pianificazione del piano *welfare*.	Ricerca delle piattaforme che offrono i servizi welfare e stesura del regolamento	Lavoratori.
Aggiornare tutti i dipendenti sulle attività della Società, in modo da costruire un *team* in grado di affrontare progetti sfidanti e valorizzare le persone e le professionalità, a prescindere dal genere e dalle peculiarità individuali.	Riunione di aggiornamento settimanale.	Tutti i lavoratori e gli organi della Società partecipano attivamente agli incontri.	Lavoratori. *Governance*.
Sensibilizzare il *team* ad un senso di responsabilità condivisa.	Percorso di attenzione alla sostenibilità dedicato a tutte le risorse interne incentrato sulla riduzione delle emissioni legate ai materiali in uso sul luogo di lavoro.	La Società ha fornito a tutti i suoi dipendenti e collaboratori un *tablet* al fine di sostituire la carta e le penne.	Lavoratori. Ambiente.

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	ATTIVITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Certificazione Parità di genere.	Avviato l'*iter* per la certificazione.	Presa di contatto con il consulente, verifica e implementazione della documentazione richiesta.	Tutte.
Attenzione verso le esigenze delle lavoratrici donne.	*Smart working.*	Poter lavorare da casa nei giorni del ciclo mestruale.	Lavoratori.
Informare e formare su varie tematiche professionali e di attualità, che coprono diversi argomenti, quali ad esempio l'intelligenza artificiale, il *category management* e nuovi progetti digitali.	Incontri in presenza.	3 incontri organizzati.	Lavoratori.

IV FINALITÀ

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**.

OBIETTIVI	ATTIVITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Identificare associazione no profit con la quale avviare una collaborazione.	Analisi e valutazione delle varie associazioni	Selezione di associazioni vicine ai nostri valori.	Comunità.

V FINALITÀ

L'implementazione continua della piattaforma tecnologica di *marketing* rivolta a misurare e **ridurre l'impatto in termini di CO_2** 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	ATTIVITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Riduzione dell'impatto in termini di CO_2.	Implementazione della piattaforma *marketing*.	Aggiornamenti della piattaforma utilizzata dalla Società nella gestione dei propri progetti e servizi con i clienti.	Lavoratori. Clienti.

08.
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 *non 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.

8.1
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.

8.2
Esito della valutazione

Per l'anno 2023 PFM ha ottenuto, attraverso l'utilizzo dello *standard* BIA,

un punteggio complessivo di 72,0.

Di seguito si riporta una sintesi dei risultati conseguiti
in base alle 5 aree di impatto esaminate:

Governance	**18,7**
Lavoratori	**31,5**
Comunità	**12,6**
Ambiente	**5,9**
Clienti	**3,2**

09.
Obiettivi per il 2024

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 2024, PFM intende continuare le sue attività di beneficio comune e porsi i seguenti obiettivi specifici:

I. proseguire nel percorso di formazione sulle tematiche della comunicazione e dell'innovazione attraverso la conferma di *partnership* e collaborazioni con il mondo accademico e universitario;

II. proseguire il proprio impegno verso i dipendenti e i collaboratori in ottica *welfare* al fine di promuovere una crescita nel livello di benessere delle risorse, attraverso differenti strumenti;

III. certificare il proprio impegno in tema di *diversity & inclusion* e di promozione dell'uguaglianza di genere;

IV. promuovere l'impegno verso le tematiche della sostenibilità ambientale attraverso iniziative che possano ridurre l'impatto della propria attività sul territorio e sul clima, stimolando al contempo i dipendenti e i collaboratori ad adottare comportamenti responsabili in chiave ambientale;

V. promuovere il proprio impegno verso associazioni ed iniziative che agiscano a livello sociale sia per sostenere iniziative e comunità che per ampliare la visibilità di queste realtà sul territorio di riferimento;

VI. aumentare l'approfondimento e identificare nuove aree di impatto relative alla sostenibilità sociale;

VII. istituire un ciclo di incontri per raccontare storie di successo aziendale al fine di stimolare la riflessione sui cambiamenti e le lezioni apprese.

10.
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, come descritto nella presente Relazione di Impatto, costituiscono il punto di partenza per il suo futuro sviluppo. Inoltre, la pianificazione annuale degli obiettivi, sempre più cruciale per il successo aziendale, sarà plasmata da queste esperienze, alimentando così un ciclo virtuoso di crescita e miglioramento continuo.

Milano, 29 maggio 2024

PFM Sintesi S.r.l. Società Benefit
Claudio Maiocchi
(legale rappresentante)

PFM Sintesi S.r.l. Società Benefit

Via Enrico Toti, 4 | 20123 Milano | www.pfmsintesi.it

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