



**94,8**

Punteggio BIA  
su scala 0-200

**130+**

Enti Non Profit seguiti  
nel 2025

**10**

Anni di attività  
dal 2015

c/o COMONExt  
via Cavour 2  
22074 Lomazzo (CO)



## KUDU: ORIGINE DI UN NOME

Kudu è anche il **nome di una delle antilopi africane più agili**: nonostante le dimensioni può saltare ostacoli anche di oltre due metri e ha una grande capacità di adattarsi a diversi habitat.

Agilità, flessibilità e solidità, unite a creatività e a un'esperienza pluriennale sono le caratteristiche con le quali accompagniamo i nostri clienti e vogliamo generare un impatto positivo.

## CONOSCERE LA STRADA GIUSTA PER ACCRESCERE L'IMPATTO DEL NOSTRO LAVORO

Kudu Srl nasce nel 2015 per volontà di un gruppo di professionisti, Camilla, Giovanni, Simone e Germano, con competenze complementari e con una visione comune: **ognuno è diverso, ognuno è unico, insieme possiamo portare valore.**

Quella che all'inizio era una comunanza di valori e di visione si è tradotta in una **scelta forte anche a livello di business**, nel 2016 con l'ottenimento della certificazione B Corp© e nel 2018 con l'adozione dello status giuridico di Società Benefit.

Dieci anni dopo la fondazione, Kudu consolida la propria identità come studio al crocevia tra innovazione digitale, fundraising strategico e sostenibilità d'impresa. L'evoluzione del contesto — accelerata dalla diffusione dell'Intelligenza Artificiale generativa, dalle nuove normative europee sulla rendicontazione di sostenibilità (CSRD) e dalla crescente domanda di trasparenza da parte delle organizzazioni non profit — ha richiesto un aggiornamento continuo delle nostre competenze e dei nostri strumenti.

La scelta di essere **Società Benefit** e di essere certificati **B Corp©** è ulteriore conferma dell'impegno nel sostenere il ruolo fondamentale e strategico del settore Non Profit per i Paesi e per le Comunità.

La forte competenza tecnica, unita a quella strategica e consulenziale, ci permette di offrire un servizio a 360° che aiuta a gestire e organizzare nella maniera più efficiente e coerente la presenza online e offline di grandi e piccole realtà.



## RELAZIONE D'IMPATTO: QUANDO IL VALORE VA OLTRE IL BUSINESS

La Relazione d'Impatto è un documento che assume **importanza strategica**, al pari del bilancio economico.

Il nostro statuto di Società Benefit ci indica tre ambiti all'interno dei quali siamo chiamati a generare valore positivo con il nostro lavoro per le persone e per l'ambiente, operando in maniera responsabile, sostenibile e trasparente.

Attraverso questo documento rendiamo conto pubblicamente di cosa abbiamo fatto negli ultimi 12 mesi e indichiamo gli obiettivi e le aree di miglioramento sui cui ci impegneremo nel 2026.

Redigere la Relazione d'Impatto non è una formalità a cui adempiere, è la condivisione di un percorso iniziato con **The Right Way** nel 2015 e proseguito con l'importante lavoro di evoluzione del nostro brand che ci ha portato nel 2022 a far evolvere il nostro claim in **Raise your Impact**.

Non solo giusta strada, ma anche obiettivo dichiarato di far crescere l'impatto, nostro e delle organizzazioni che accompagniamo.

### I tre obiettivi di beneficio comune di Kudu

Per Kudu tre sono i punti fermi a cui fare riferimento, ovvero i **tre obiettivi di beneficio comune** inseriti nel nostro statuto societario:

- 🔴 la promozione e la diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro, in particolare il modello di "B Corporation" e la forma giuridica di società benefit in diversi settori economici italiani;
- 🔴 lo sviluppo e la diffusione di strumenti e strategie innovative presso enti non profit, per accompagnarli in tutte le fasi del proprio sviluppo, attraverso una gestione integrata, efficiente e sostenibile, e supportarli nella realizzazione del proprio scopo sociale;
- 🔴 la collaborazione e la sinergia con enti non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato con quello delle società, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato.



## CHE COSA SONO LE SOCIETÀ BENEFIT?

Le Società Benefit sono **aziende che stanno riscrivendo il modo di fare impresa.**

Rispetto alle società tradizionali, il cui unico scopo è la distribuzione dei dividendi agli azionisti, le Società Benefit esprimono un paradigma più evoluto, perché nel proprio oggetto sociale includono anche lo scopo di avere un impatto positivo puntando a raggiungere una reale sostenibilità economica, ambientale e sociale.

Le Società Benefit hanno due caratteristiche fondamentali:

- ✓ esplicitano l'attenzione verso tutti i portatori di interesse nel proprio oggetto sociale
- ✓ misurano i propri risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente con la stessa completezza e con lo stesso rigore adottato per i risultati economici e finanziari.

Questo approccio richiede ai manager il bilanciamento tra l'interesse dei soci e l'interesse della collettività e impone di identificare all'interno della Società una persona del management che sia responsabile dell'impatto sociale dell'azienda.

Le Società Benefit si impegnano a riportare in maniera **trasparente e completa** le proprie attività attraverso una relazione annuale di impatto, che descriva sia le azioni svolte sia i piani per il futuro.

Nel contesto europeo, l'entrata in vigore della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) ha ulteriormente rafforzato il valore strategico dello status di Società Benefit: le nostre organizzazioni si trovano già dotate di una cultura della rendicontazione non finanziaria che molte aziende tradizionali stanno costruendo solo ora.

Al momento della redazione di questo documento, le Società Benefit non godono di incentivi di tipo economico o fiscale, rappresentando quindi un valore per la società senza causare aggravii per i contribuenti.





## CHE COS'È IL BIA?

Il **Benefit Impact Assessment** è un benchmark sviluppato dall'ente non profit B Lab. Questo strumento permette di valutare, in modo quantitativo e rigoroso, l'impatto sociale e ambientale generato da un'azienda.

Il BIA viene eseguito tramite una piattaforma online, all'interno della quale all'azienda è richiesto di fornire informazioni qualitative e quantitative con un apposito questionario.

Lo strumento si adatta all'azienda durante il percorso di analisi, in quanto utilizza un questionario composto da diverse centinaia di domande cui si accede in funzione delle risposte fornite.

Ciascuna delle **cinque aree di cui il BIA si compone** (Governance, Ambiente, Comunità, Persone, Clienti) presenta un punteggio massimo differente a seconda del settore.

I quesiti restituiscono un punteggio complessivo su una scala da 0 a 200.

Le aziende che superino gli 80 punti possono scegliere di ottenere la certificazione B Corp: questa soglia rappresenta il punto di pareggio tra quanto l'azienda prende dalla società rispetto a quanto restituisce.

Nel 2025 il numero delle B Corp in Italia ha superato quota 380 aziende, con un incremento del 37% rispetto al 2023, a conferma di un trend in forte accelerazione. Il 29% delle B Corp italiane è fondato, guidato o partecipato da donne — un dato in costante crescita che colloca l'Italia tra i Paesi europei più avanzati su questo fronte.

L'ecosistema B Corp nazionale genera oggi oltre 18 miliardi di euro di fatturato aggregato e conta più di 32.000 occupati in 85 industrie diverse



## IMPATTO COMPLESSIVO STANDARD ADOTTATO E CERTIFICAZIONE B CORP

Per la rendicontazione dell'impatto **Kudu** dal 2018 ha scelto lo standard internazionale **Benefit Impact Assessment**, strumento che ha anche consentito di ottenere, su base volontaria, la certificazione B Corp.

Nel 2025, al termine dell'ultimo processo di ricertificazione, **abbiamo ottenuto un punteggio di 94,8 punti** — in crescita di oltre 12 punti rispetto alla ultima certificazione.

Questo risultato riflette il lavoro strutturato intrapreso negli ultimi due anni su tutti gli ambiti di valutazione, con particolare attenzione all'area Ambiente — storicamente la più sfidante per le aziende di servizi — e all'area Governance, dove l'adozione di nuove policy di trasparenza e di un codice etico rafforzato ha prodotto un significativo salto in avanti.

Area di valutazione	Punteggio 2025	Δ vs 2023
Governance	16,8	+2,7
Workers (Persone)	25,1	+2,7
Community (Comunità)	22,3	+2,7
Customers (Clienti)	26,4	+2,6
Environment (Ambiente)	4,2	+1,8
<b>TOTALE</b>	<b>94,8 punti</b>	<b>+12,4</b>

## INDICATORI OBIETTIVO 2025

### 📌 Promuovere il modello B Corporation e la forma giuridica di Società Benefit

Nel 2025 abbiamo **intensificato le attività di divulgazione del modello B Corp** attraverso una presenza più strutturata su eventi, media e canali digitali. Abbiamo partecipato come sponsor al Festival del Fundraising — il principale evento di formazione e networking dedicato allo sviluppo del Terzo Settore.

Kudu ha inoltre proseguito il proprio impegno nel Non Profit Women Camp e ha contribuito alla nascita di “filocultura”, brand nato dalla partnership con Terzofilo per lo sviluppo del settore culturale non profit, che nel 2025 ha erogato i primi programmi di formazione strutturata.

### 📌 Crescita dell'ufficio R&S: AI, Realtà Virtuale e strumenti digitali per il Non Profit

Il 2025 ha segnato un anno di forte accelerazione per il nostro ufficio di ricerca e sviluppo, con due filoni principali: **l'integrazione dell'Intelligenza Artificiale generativa** nelle strategie di fundraising e la **maturazione dei progetti di Realtà Virtuale** immersiva avviati negli anni precedenti.

### 📌 Sostenibilità interna: piano KPI, impronta carbonica e nuove policy

Il team dedicato alla sostenibilità interna, costituito a fine 2023, ha completato nel 2025 il proprio primo ciclo triennale di pianificazione strategica. I KPI definiti lungo le cinque dimensioni di sostenibilità — ambientale, sociale, economica, organizzativa e culturale — sono stati monitorati trimestralmente e rendicontati in modo trasparente a tutto il team.

Abbiamo avviato **un piano di riduzione progressiva con obiettivo -30% entro il 2027**, agendo principalmente sui viaggi di lavoro, sui consumi energetici degli uffici e sulla supply chain digitale.

### 📌 Partnership strategiche con fornitori e partner di impatto

Come descritto nel nostro Codice Etico e nel nostro Codice Etico Fornitori, Kudu si impegna a rispettare i più rigorosi standard di condotta etica e professionale. Nel 2025 questa attenzione si è tradotta in un processo formalizzato di **valutazione dell'impatto ESG dei principali fornitori**, con un questionario di autovalutazione e l'impegno a privilegiare partner certificati o in percorso di certificazione.



Le partnership consolidate con Graphicscalve (servizi di stampa eco-sostenibile, certificata FSC®, PEFC™, ISO 9001 e ISO 27001) e con ConfiniOnline (formazione e consulenza per il Terzo Settore dal 2004) hanno continuato a produrre valore condiviso.

La collaborazione con Terzofilo e il brand “filocultura” si è ulteriormente rafforzata: nel 2025 è stato erogato il primo corso di alta formazione in fundraising culturale con 42 partecipanti da tutta Italia.

## Monitoraggio degli SDGs: azioni, impatto e nuovi obiettivi raggiunti

A partire dai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile elaborati dal Global Compact delle Nazioni Unite, nel 2025 abbiamo continuato a identificare e monitorare gli ambiti di azione delle organizzazioni clienti con cui lavoriamo. Rispetto al 2024, il **perimetro di impatto si è allargato significativamente**: abbiamo supportato 130 enti — +68% rispetto ai 77 del 2024 — e per la prima volta abbiamo contribuito, attraverso il nostro lavoro consulenziale, anche agli SDG 6, 13 e 15, che nel 2024 risultavano non coperti.

L'SDG 3 (Salute e Benessere) rimane l'obiettivo principale, con 89 enti supportati, seguito dall'SDG 11 (Città e Comunità Sostenibili, 21 enti) e dall'SDG 4 (Istruzione di Qualità, 18 enti). La crescita più significativa in termini percentuali si registra nell'SDG 16 (Pace, Giustizia e Istituzioni Forti), passato da 8 a 10 enti, e nell'SDG 1 (Povertà Zero), da 6 a 8 enti.

SDGs	Finalità principale	N. Enti
1. POVERTÀ ZERO	Porre fine alla povertà in tutte le sue forme in tutto il mondo	8
2. FAME ZERO	Porre fine alla fame, realizzare la sicurezza alimentare e promuovere l'agricoltura sostenibile	2
3. SALUTE E BENESSERE	Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età	89
4. ISTRUZIONE DI QUALITÀ	Garantire un'istruzione di qualità inclusiva e paritaria per tutti	18
5. UGUAGLIANZA DI GENERE	Raggiungere la parità di genere e l'empowerment di tutte le donne	4
6. ACQUA PULITA E IGIENE	Garantire la gestione sostenibile delle risorse idriche per tutti	1

7. ENERGIA PULITA	Assicurare l'accesso a sistemi di energia sostenibili e moderni	0
8. LAVORO DIGNITOSO	Promuovere crescita economica inclusiva e lavoro dignitoso per tutti	6
9. INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	Promuovere industrializzazione inclusiva e sostenibile	2
10. RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE	Ridurre le disuguaglianze all'interno e tra i paesi	5
11. CITTÀ SOSTENIBILI	Rendere le città inclusive, sicure e sostenibili	21
12. CONSUMO RESPONSABILE	Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili	3
13. AGIRE PER IL CLIMA	Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico	2
14. VITA SOTT'ACQUA	Conservare e utilizzare in modo durevole oceani e mari	0
15. VITA SULLA TERRA	Proteggere ecosistemi terrestri e arrestare la perdita di biodiversità	1
16. PACE E GIUSTIZIA	Promuovere società pacifiche e inclusive per lo sviluppo sostenibile	10
17. PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare le partnership globali	3





## IMPACTUP: PORTARE UN MOVIMENTO INTERNAZIONALE IN ITALIA

ImpactUp è il movimento globale nato dalla community di We Are For Good, principale ecosistema di riferimento per leader, fundraiser e changemaker del settore non profit a livello internazionale. Quattro volte l'anno riunisce virtualmente migliaia di professionisti attorno a un tema generativo, poi li invita a incontrarsi fisicamente in città di tutto il mondo: dal suo lancio nel 2024 ha già attraversato 80 città con oltre 200 meetup locali.

Nel 2025 Kudu ha scelto di essere parte di questa storia. In collaborazione con Marta Cagliani, art director e professionista specializzata in creatività e comunicazione per il terzo settore, ha assunto il ruolo di local host diventando il primo punto di contatto italiano — e tra i primissimi in Europa — per un movimento che fino ad allora aveva trovato radici prevalentemente nel mondo anglosassone.

Il primo appuntamento milanese, nel novembre 2025, ha riunito quasi trenta professionisti del terzo settore attorno al tema *Pause*. La cornice scelta era il Museo del Novecento: una visita lenta e personale alle opere, vissuta in ascolto, come contrappunto consapevole alla velocità con cui abitiamo il lavoro. Il momento conviviale successivo ha aperto spazi di confronto autentici, in cui le riflessioni sul ritmo e sul senso hanno trovato voce.

Essere local host di ImpactUp significa aprire al territorio una rete internazionale di changemaker, e costruire ponti tra un movimento globale e le realtà del terzo settore italiano. Una scelta di cultura, prima ancora che di strategia.



## INDICATORI OBIETTIVO 2026

Sulla base del percorso compiuto nel 2025 e delle sfide che il contesto ci pone, per il 2026 ci impegniamo a perseguire i seguenti obiettivi di beneficio comune:

- Continuare a **promuovere la forma giuridica di Società Benefit** attraverso i propri canali di comunicazione esterna, con particolare attenzione alla seconda stagione del podcast “*Raise your Impact*” e a nuove partnership con media del Terzo Settore.
- **Portare a regime la suite di strumenti AI per il fundraising**, rendendola accessibile a un numero crescente di enti non profit di piccole e medie dimensioni, con tariffe calibrate sulla capacità economica dell’ente.
- Continuare a **espandere la copertura degli SDGs** attraverso nuove collaborazioni, con l’obiettivo di contribuire attivamente ad almeno 14 dei 17 Goal e di raggiungere 150 enti non profit supportati.
- **Proseguire l’impegno di networking locale e internazionale** attraverso il movimento di ImpactUp e l’impegno di organizzare in collaborazione con Marta Cagliani gli eventi locali a Milano.

