

RELAZIONE D'IMPATTO 2021

WHY

Kudu nasce nel 2015 con l'intento di accompagnare grandi e piccole realtà Non Profit in tutte le fasi del proprio sviluppo aiutandole a creare una gestione integrata efficiente e sostenibile

WHAT

Le nostre aree di azione:
information technology
consulenza per il fundraising
web graphics
comunicazione
social media strategy
digital advertising

HOW

Sviluppiamo progetti di comunicazione integrata studiati su misura per grandi e piccole realtà. Il nostro approccio verso il cliente parte dall'analisi e visione globale delle necessità per arrivare alla progettazione, pianificazione e implementazione di strumenti e strategie online e offline, sviluppate su misura e funzionali al raggiungimento degli obiettivi prefissati

PARADIGMA EVOLUTIVO

Essere Società Benefit e essere certificati B Corp® vuole confermare il nostro impegno nel sostenere il ruolo fondamentale e strategico del settore Non Profit per i Paesi e per le Comunità. E' la consapevolezza di contribuire a un cambiamento positivo nelle organizzazioni clienti, per le persone che vi lavorano, per le comunità in cui sono inserite

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 ad un'esperienza pluriennale sono le caratteristiche con le quali accompagniamo i nostri clienti e vogliamo generare un impatto positivo.

Conoscere la strada giusta per crescere insieme

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.

Un'evoluzione naturale dell'identità di Kudu Srl come impresa e una maggiore presa di consapevolezza come persone che credono che il futuro dell'imprenditorialità e la base di un modello socio-economico nuovo e positivo debba avere l'impatto sociale come principio di base per lo sviluppo a lungo termine.

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 permettono di offrire un servizio a 360° che possa aiutare a gestire e organizzare nella maniera più efficiente e coerente la presenza online e offline di grandi e piccole realtà.

Accompagnare grandi e piccole realtà Non Profit in tutte le fasi del proprio sviluppo, aiutandole a creare una gestione integrata, efficiente e sostenibile non è quindi solo l'obiettivo di un modello di business che genera profitti, ma **l'impegno consapevole di contribuire a un cambiamento positivo nelle organizzazioni clienti, per le persone che vi lavorano, per le comunità in cui sono inserite.**



RELAZIONE D'IMPATTO: quando il valore va oltre il business

La Relazione d'Impatto è un documento che sempre più assumerà **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 quali intendiamo impegnarci nel prossimo anno.

Stilare la Relazione d'Impatto non è una formalità a cui adempiere, ma **è la condivisione di un vero e proprio percorso, The Right Way, che guiderà il nostro lavoro anche nel 2021.**

Per Kudu **tre sono i punti fermi** a cui fare riferimento, ovvero **i tre obiettivi di beneficio comune** che abbiamo scelto di inserire 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 e sinergico 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 sono espressione di un paradigma più evoluto, perché nel proprio oggetto sociale includono anche lo scopo di avere un impatto positivo puntando a raggiungere una reale sostenibilità a livello economico, ambientale e sociale.

Le Società Benefit hanno **due caratteristiche fondamentali**:

- 1)** Esplicitano l'attenzione verso tutti i portatori di interesse, sia shareholder che stakeholder, nel proprio oggetto sociale.
- 2)** 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 di tipo economico e finanziario.

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

Inoltre 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 e gli impegni per il futuro.

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

Le Società Benefit sono tenute a redigere ogni anno una relazione d'impatto che delinei i progressi rispetto agli obiettivi specifici inclusi nello statuto e comunichi i target per il nuovo anno.



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 ed ambientale** generato da un'azienda.

Il BIA viene eseguito tramite una piattaforma online, all'interno della quale è richiesto all'azienda di fornire informazioni di tipo qualitativo e quantitativo 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 a seconda delle risposte fornite.

Proprio per questa adattabilità, ciascuna delle cinque aree di cui il BIA si compone (**Governance, Ambiente, Comunità, Persone, Clienti**) presenta un punteggio massimo differente dalle altre e che varia a seconda del settore di appartenenza dell'azienda.

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

Una volta completata l'analisi, **le aziende che abbiano superato 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 e dall'ambiente rispetto a quanto restituisce**, passando da un modello puramente estrattivo a uno rigenerativo.

Il B Impact Assessment ad oggi è stato utilizzato da oltre 110.000 aziende nel mondo e il punteggio medio si attesta intorno ai 50,9 punti. Solo il 3% di queste supera la soglia degli 80 punti.

Al momento in Italia si contano circa 100 B Corp certificate, mentre in tutto il mondo sono oltre 3.200.



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.

Durante l'ultimo processo di certificazione, nel 2019, abbiamo ottenuto **un punteggio di 84,4 punti**.

In particolare negli ambiti di valutazione presi in considerazione dal Benefit Impact Assessment, i punteggi raggiunti sono stati:

- Governance: **15,1 punti**
- Persone: **22,4 punti**
- Comunità: **20,8 punti**
- Clienti: **22,3 punti**
- Ambiente: **3,6 punti**

Nel mese di settembre 2022 ci impegniamo nella ricertificazione B-corp per continuare il nostro percorso di valutazione, trasparenza e impatto a sostegno di un business che lavori per il bene delle persone e dell'ambiente.

INDICATORI OBIETTIVO 2021:

A. Continuare a promuovere il modello B Corporation e la forma giuridica di Società Benefit attraverso i propri canali di comunicazione esterna.

Nel 2021 abbiamo partecipato attivamente alla campagna social "BETTER BUSINESS" dedicata al mese delle B-Corp promossa a livello internazionale per diffondere il valore e il senso di aderire e promuovere un modello di business diverso e che mira ad avere un impatto positivo e costruttivo nella società.

Inoltre, abbiamo partecipato come sponsor e partner a diversi festival ed eventi nei quali abbiamo sempre distribuito il nostro materiale di comunicazione contenente il manifesto delle Benefit Corporation e delle Società Benefit.

B. Incremento della crescita dell'ufficio di ricerca e sviluppo e la relazione con i partner Non Profit per implementare strumenti e servizi innovativi finalizzati al raggiungimento degli obiettivi di mission degli Enti Non Profit.

Nel 2021 abbiamo implementato tre importanti strumenti per sostenere il raggiungimento degli obiettivi strategici e di missioni di alcuni Enti Non Profit.

- 1) **Piattaforma CSV:** in un'ottica di formazione e diffusione della cultura del Dono, insieme alla rete CSV è stata implementata una piattaforma di raccolta fondi e per la gestione di campagna di Crowdfunding, disponibile a supportare tutti i progetti degli enti associati a CSV.

Lo strumento consente di ottimizzare i processi dei singoli enti e massimizzare costi ed efficienza delle singole campagne, grazie a una gestione centralizzata e univoca dei processi donativi e delle procedure burocratiche.

- 2) **Art Bonus:** la diffusione e la conoscenza dello strumento fiscale dell'Art Bonus è un elemento importante per l'attivazione dei sostenitori a favore degli enti culturali.

Nel 2021 è stato quindi sviluppato uno strumento di calcolo facilmente fruibile dai potenziali sostenitori e che permette di valutare l'impatto del proprio sostegno e il beneficio fiscale a cui si ha accesso grazie allo strumento dell'Art Bonus.

- 3) **Piattaforma di Survey digitale:** l'implementazione dello strumento della Survey digitali nelle strategie relazionali degli enti ha permesso di approfondire l'impatto dell'organizzazione verso i propri Stakeholder, accrescere il loro coinvolgimento e la partecipazione al perseguimento della mission e dell'impatto sociale e ha dato modo di far emergere nuovi bisogni che necessitano di risposte e soluzioni innovative.

Lo strumento e la strategia alla base dei progetti di Survey digitale, hanno portato dentro gli enti coinvolti anche la possibilità di aggiornare i dati raccolti, migliorare la comunicazione con i propri interlocutori e adeguare alla normativa vigente i consensi privacy.

In ultima analisi, le azioni intraprese hanno contribuito in maniera sostanziale ad approfondire e consolidare le relazioni dell'ente e i suoi processi di gestione.



C. Formazione di un responsabile B Corp interno a Kudu, con il compito di controllare e far crescere l'impegno aziendale nella generazione di impatto positivo sulle persone e sull'ambiente, delineando in modo sempre più chiaro le strategie e le soluzioni da perseguire.

Il 2021 è stato un anno di crescita per Kudu e la squadra di lavoro.

Abbiamo, infatti, assunto 2 nuovi professionisti.

La scelta di investire sull'inserimento di nuove risorse umane con competenze di alto livello va nella direzione di migliorare l'impatto del nostro lavoro quotidiano e di medio lungo termine su tutta la società, a partire dal Terzo settore.

Abbiamo quindi ritenuto necessario, in questo anno, fare un investimento sulla crescita interna e sulla condivisione dell'approccio di business delle B-Corp, come passaggio propedeutico alla definizione di una figura di responsabile B-Corp.

D. Individuazione di partnership strategiche con fornitori che condividono l'approccio di Società Benefit e la volontà di generare 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. In questo contesto imprenditoriale, i Fornitori assumono un ruolo fondamentale per poter offrire prodotti e servizi sempre più responsabili e di qualità.

Nel 2021, abbiamo stretto 2 importanti partnership con Società fornitrici con le quali condividiamo valori e obiettivi di impatto positivo:

Graphicscalve > Società che offre servizi di stampa la cui politica produttiva ha sempre mostrato particolare attenzione nell'utilizzo di prodotti e procedimenti "eco sostenibili" durante tutto il processo di stampa, produzione e confezione.

Certificazioni: FSC® (Forest Stewardship Council®) e PEFC™ (Programme for Endorsement of Forest Certification Schemes™)

ISO 9001 Organizzazione internazionale per la standardizzazione/qualità dei prodotti

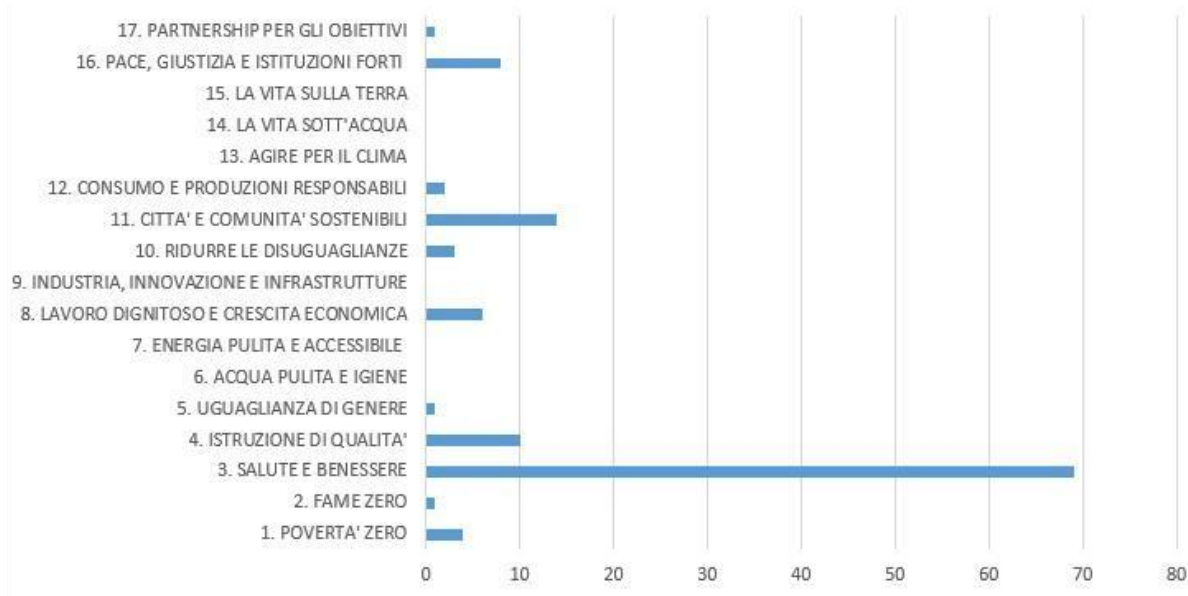
ISO 27001 Organizzazione internazionale per la standardizzazione/sicurezza delle informazioni

ConfiniOnline > Società che dal 2004 svolge attività di formazione, informazione e consulenza in favore delle organizzazioni non profit con l'obiettivo di diffondere all'interno di questo settore le conoscenze e le competenze manageriali e organizzative utili a sostenerne i processi di cambiamento e a migliorarne la gestione.

E. A partire dai 17 obiettivi di Sviluppo Sostenibile, elaborati dal Global Compact delle Nazioni Unite in collaborazione con diversi stakeholder a livello globale, ci proponiamo di identificare e monitorare gli ambiti di azione e di maggiore impatto delle organizzazioni clienti con cui lavoriamo, al fine di contribuire in maniera più strategica ed efficiente, attraverso le nostre specifiche competenze, al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità delle campagne seguite.

Nel 2021 abbiamo monitorato gli ambiti di azione e gli SDGs a cui abbiamo contribuito attraverso il supporto consulenziale e tecnico ai nostri clienti. Dall'analisi degli enti e delle attività principalmente svolte è emerso un impegno con 69 enti che lavorano con differenti modalità al raggiungimento del Terzo SDGs ovvero ad assicurare la salute e il benessere a ogni persona e per tutte le età. Un impegno che ha un impatto diretto sul territorio in cui operiamo e operano le organizzazioni e che appare fortemente in linea all'approccio di business di Kudu come Società Benefit e B-corp.

Di seguito riportiamo in infografica e in tabella il riepilogo degli SDGs che abbiamo supportato con il nostro lavoro e il numero di enti seguiti per ogni goal.



SDGs	Finalità principale	Numero di Enti per finalità
1. POVERTA' ZERO	Porre fine alla povertà in tutte le sue forme in tutto il mondo	4

2. FAME ZERO	<i>Porre fine alla fame, realizzare la sicurezza alimentare e una migliore nutrizione e promuovere l'agricoltura sostenibile</i>	1
3. SALUTE E BENESSERE	<i>Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età</i>	69
4. ISTRUZIONE DI QUALITA'	<i>Garantire un'istruzione di qualità inclusiva e paritaria e di promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti</i>	10
5. UGUAGLIANZA DI GENERE	<i>Raggiungere la parità di genere e l'empowerment di tutte le donne e le ragazze</i>	1
6. ACQUA PULITA E IGIENE	Garantire la disponibilità e la gestione sostenibile delle risorse idriche e servizi igienico-sanitari per tutti	0
7. ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE	Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni	0
8. LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	<i>Promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutti</i>	6
9. INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	Costruire infrastrutture resistenti, promuovere l'industrializzazione inclusiva e sostenibile e promuovere l'innovazione	0
10. RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE	<i>Ridurre le disuguaglianze all'interno e tra i paesi</i>	3
11. CITTA' E COMUNITA' SOSTENIBILI	<i>Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, flessibili e sostenibili</i>	14
12. CONSUMO E PRODUZIONI RESPONSABILI	<i>Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili</i>	2
13. AGIRE PER IL CLIMA	Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze	0
14. LA VITA SOTT'ACQUA	Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e delle risorse marine per lo sviluppo	0

	sostenibile	
15. LA VITA SULLA TERRA	Proteggere, restaurare e promuovere l'uso sostenibile degli ecosistemi terrestri, gestire in modo sostenibile le foreste, lotta alla desertificazione, e fermare e invertire il degrado del suolo e arrestare la perdita di biodiversità	0
16. PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI	Promuovere società pacifiche e inclusivi per lo sviluppo sostenibile, fornire l'accesso alla giustizia per tutti e costruire istituzioni efficaci, responsabili e inclusive a tutti i livelli	8
17. PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	Rafforzare i mezzi di attuazione degli obiettivi e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile	1

INDICATORI **OBIETTIVO 2022:**

A. Continuare a promuovere il modello B Corporation e la forma giuridica di Società Benefit attraverso i propri canali di comunicazione esterna.

B. Incremento della crescita dell'ufficio di ricerca e sviluppo e la relazione con i partner Non Profit per implementare strumenti e servizi innovativi finalizzati al raggiungimento degli obiettivi di mission degli Enti Non Profit.

C. Formazione di un responsabile B Corp interno a Kudu, che monitori e faccia crescere l'impegno aziendale nella generazione di impatto positivo sulle persone e sull'ambiente, delineando in modo sempre più chiaro le strategie e le soluzioni da perseguire.

D. Individuazione di partnership strategiche con fornitori che condividono l'approccio di Società Benefit e la volontà di generare impatto.

E. A partire dai 17 obiettivi di Sviluppo Sostenibile, elaborati dal Global Compact delle Nazioni Unite in collaborazione con diversi stakeholder a livello globale, ci proponiamo di continuare a identificare e monitorare gli ambiti di azione e di maggiore impatto delle organizzazioni clienti con cui lavoriamo, al fine di contribuire in maniera più strategica ed efficiente, attraverso le nostre specifiche competenze, al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità delle campagne seguite. Parallelamente ci proponiamo di lavorare



*all'attivazione di nuove collaborazioni che possano portare il nostro impatto anche sugli
SDGs non toccati dalle nostre attività nel 2021.*

