

## RELAZIONE D'IMPATTO 2022

### 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 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.

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

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 2022 è stato un anno importante per il movimento B Corp: oltre 6.100 aziende certificate nel mondo, 220 in Italia e più di 240.000 imprese registrate sul B Impact Assessment.

## 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 ottobre 2022 abbiamo avviato il processo di ricertificazione 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. Al momento della stesura di questa relazione (maggio 2023) il nostro punteggio si attesta a 108 punti ma siamo ancora in fase di revisione.

## 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.**

Nel 2022 abbiamo partecipato come sponsor e partner a diversi festival ed eventi nei quali abbiamo sempre distribuito il nostro materiale di comunicazione con cui abbiamo promosso e condiviso 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.

In particolare al Festival del Fundraising, il principale evento di formazione e networking dedicato al Fundraising e al Terzo Settore, e durante la prima edizione di Eudaimonia, la scuola di mestiere dedicata ai fundraiser professionisti.

### **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 2022 abbiamo lavorato allo sviluppo di un importante strumento per il sostegno delle azioni di crescita e sviluppo delle attività di raccolta fondi degli Enti Non Profit.

La Realtà Virtuale, ormai ampiamente diffusa nel mondo Profit in vari settori e con finalità di intrattenimento, marketing e posizionamento dei Brand, ha un alto potenziale anche nell'ambito del Non Profit, essendo uno strumento ad alto coinvolgimento che può essere utilizzato dalle organizzazioni all'interno dei programmi di Donor Care, di acquisizione e di coltivazione dei diversi Stakeholder.

L'implementazione di strumenti e competenze di Realtà Virtuale declinati sulle esigenze e gli obiettivi degli Enti del Terzo Settore si pone quindi in un'ottica di supporto strategico e innovativo alle loro mission.

La partecipazione alla prima edizione del percorso di formazione di alto livello Eudaimonia risponde all'obiettivo di crescita dell'ufficio ricerca e sviluppo sulle tematiche di formazione di competenze trasversali e specifiche per lo sviluppo degli Enti del Terzo Settore.

Il 2022 ha visto Kudu anche impegnata con attività Pro bono a favore di un Ente, Fondazione Laureus, per il quale abbiamo deciso di fornire un supporto strategico operativo in occasione di un importante evento di raccolta fondi.

Accanto all'attività Pro bono, abbiamo inoltre contribuito al coinvolgimento di un altro ente del Terzo Settore, l'Associazione Helianto, che ha stretto una partnership in occasione dell'evento di raccolta fondi.

**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.**

Nel 2022 abbiamo preso contatti con alcuni professionisti e società specializzate nell'accompagnare le aziende a valorizzare il proprio ruolo sociale. Nel corso del 2023 definiremo il percorso consulenziale più idoneo da seguire con l'intento di trasferire internamente tali competenze.

**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 2022, abbiamo consolidato due 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.***

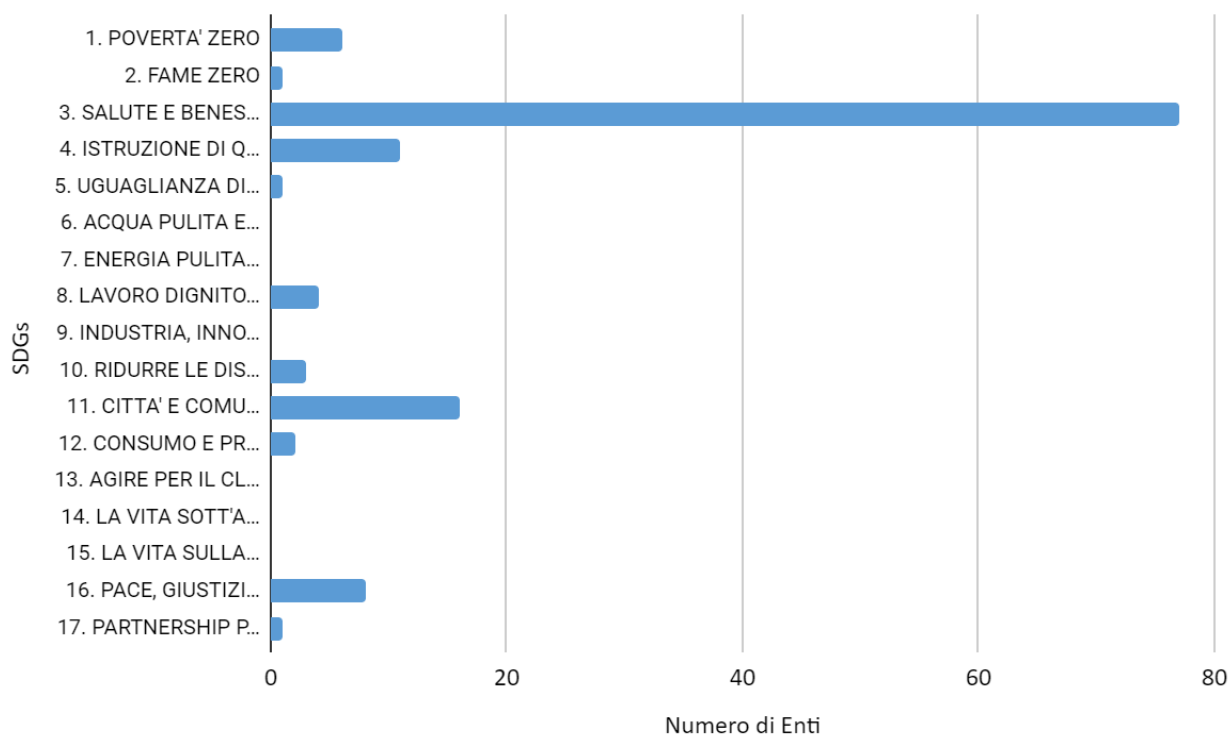
Nel 2022 abbiamo monitorato gli ambiti di azione e gli SDGs a cui abbiamo contribuito attraverso il supporto consulenziale e tecnico ai nostri clienti. Dall'analisi degli enti e delle attività principalmente svolte è emerso un impegno con 77 enti che lavorano con differenti modalità al raggiungimento 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.

<b>SDGs</b>	<b>Finalità principale</b>	<b>Numero di Enti per finalità</b>
<b>1. POVERTA' ZERO</b>	<b><i>Porre fine alla povertà in tutte le sue forme in tutto il mondo</i></b>	<b>6</b>
<b>2. FAME ZERO</b>	<b><i>Porre fine alla fame, realizzare la sicurezza alimentare e una migliore nutrizione e promuovere l'agricoltura sostenibile</i></b>	<b>1</b>
<b>3. SALUTE E BENESSERE</b>	<b><i>Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età</i></b>	<b>77</b>
<b>4. ISTRUZIONE DI QUALITA'</b>	<b><i>Garantire un'istruzione di qualità inclusiva e paritaria e di promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti</i></b>	<b>11</b>

<b>5. UGUAGLIANZA DI GENERE</b>	<b>Raggiungere la parità di genere e l'empowerment di tutte le donne e le ragazze</b>	<b>1</b>
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
<b>8. LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA</b>	<b>Promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutti</b>	<b>4</b>
9. INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	Costruire infrastrutture resistenti, promuovere l'industrializzazione inclusiva e sostenibile e promuovere l'innovazione	0
<b>10. RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE</b>	<b>Ridurre le disuguaglianze all'interno e tra i paesi</b>	<b>3</b>
<b>11. CITTA' E COMUNITA' SOSTENIBILI</b>	<b>Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, flessibili e sostenibili</b>	<b>16</b>
<b>12. CONSUMO E PRODUZIONI RESPONSABILI</b>	<b>Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili</b>	<b>2</b>
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 sostenibile	0
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
<b>16. PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI</b>	<b>Promuovere società pacifiche e inclusivi per lo sviluppo sostenibile, fornire l'accesso alla giustizia per tutti e costruire istituzioni efficaci,</b>	<b>8</b>

	<i>responsabili e inclusive a tutti i livelli</i>	
<b>17. PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI</b>	<b>Rafforzare i mezzi di attuazione degli obiettivi e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile</b>	<b>1</b>



## INDICATORI **OBIETTIVO 2023**

*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 2022.*