

Dipanare la matassa

Relazione d'impatto e
Report di sostenibilità

**20
25**

AMAPOLA



Indice

Lettera alle e agli stakeholder	3
Nota metodologica	5



01 Il telaio

Chi siamo	9
L'origine del filo, la nostra storia	11
Gli strumenti del telaio, i nostri servizi	13
Il 2025 in sintesi, numeri chiave	14

02 Il senso della trama

Essere Società Benefit	17
Il nostro approccio alla sostenibilità	17
Stakeholder e materialità	20

03 I fili dell'impatto

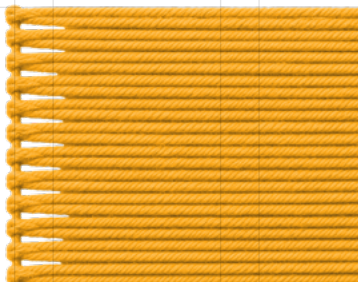
#governance – Il filo dell'ordito	27
#ambiente – Il filo dell'impronta	35
#persone – Il filo della cura	38
#comunità – Il filo delle relazioni	43



04 Intreccio benefit

I progetti benefit 2025	48
-------------------------	----

Appendice dati VSME	64
Appendice VIS	78
Gioco finale	85



Lettera alle e agli stakeholder

Fili di senso



Ogni anno scegliamo un concept per raccontare il nostro Report d'impatto. È il nostro modo di trovare una chiave di lettura per attraversare l'anno, mettere ordine nei dati, riconoscere le connessioni e restituire il senso del nostro lavoro.

Per il Report 2025 abbiamo scelto **trama e ordito**. Ci è sembrata un'immagine vicina al nostro modo di intendere la sostenibilità, perché parla di complessità, ma anche di legami, relazioni, connessioni. Parla della fatica di tenere insieme elementi diversi senza appiattirli. Parla di metodo, ma anche di movimento.

E oggi, quando parliamo di sostenibilità, è proprio dalla complessità che dobbiamo partire.

Viviamo un tempo attraversato da spinte apparentemente contrarie. Da un lato, l'evidenza del cambiamento necessario è sempre più forte: crisi climatica, disuguaglianze sociali, fragilità dei territori, polarizzazione, nuove vulnerabilità. Dall'altro, cresce una forma di stanchezza. La sostenibilità, per molte persone e per molte organizzazioni, non è ancora percepita come davvero urgente; oppure non è abbastanza chiaro in che modo possa produrre valore, vantaggio, benessere condiviso.

Questa tensione genera incertezza. Il mercato oscilla, la normativa si muove tra accelerazioni e rallentamenti, le imprese faticano a distinguere

ciò che è trasformazione da ciò che è adempimento. Eppure, proprio in questa fase, si vede con maggiore chiarezza chi continua a lavorare sulla sostenibilità perché ci crede davvero. Non per seguire un'onda, ma per costruire modelli più solidi, più responsabili, più capaci di futuro.

Come ricorda spesso Mario Calderini, professore del Politecnico di Milano e direttore del centro di ricerca Tiresia, la mancanza di innovazione potrebbe essere una delle madri delle crisi che stiamo vivendo oggi. Innovazione tecnologica, certo. Ma anche innovazione sociale, culturale, organizzativa. Innovazione nel modo in cui immaginiamo il lavoro, misuriamo il valore, costruiamo alleanze, distribuiamo opportunità, prendiamo decisioni. In questo senso, per noi un campo di prova quest'anno è stata la **prima valutazione d'impatto sociale** di uno dei nostri progetti benefit.

Noi aggiungerei anche un po' di audacia e di coraggio. I numeri devono guidare il nostro operato, e in questo Report li troverete: dati, obiettivi, risultati, indicatori, verifiche. Ma i numeri della sostenibilità chiedono anche tempo e pazienza.

Non tutto ciò che conta si trasforma subito in una metrica perfetta.

Non tutto ciò che genera valore produce effetti immediati. Alcuni impatti si vedono dopo, solo quando trama e ordito sono intrecciati al punto da rendere riconoscibile il disegno.

Essere Società Benefit, per Amapola, significa stare dentro questa complessità senza cercare scorciatoie. Significa tenere insieme obiettivo economico e beneficio comune come fili entrambi indispensabili per dar vita allo stesso disegno: la forma del nostro modo di generare valore. Nel 2025 abbiamo scelto di semplificare i nostri obiettivi di beneficio comune, passando da undici a cinque. Non per ridurre l'impegno, ma per renderlo più leggibile.

È stato un anno intenso: questo Report racconta il nostro 2025 attraverso ciò che abbiamo fatto, ciò che abbiamo imparato e ciò che resta da migliorare.

Non è un tessuto perfetto.

Ci sono fili più tesi, altri da riordinare, nodi da sciogliere, trame ancora da completare.

Ma è un disegno che riconosciamo come nostro. E che vogliamo continuare a tessere insieme.

**Il Consiglio direttivo
e il Consiglio d'impatto di Amapola**



Nota metodologica

Il Report d'impatto e sostenibilità 2025 rappresenta la quinta edizione del percorso con cui Amapola rendiconta, in qualità di Società Benefit, il proprio contributo alla generazione di valore condiviso e al perseguimento delle finalità di beneficio comune. Il documento fa riferimento all'esercizio compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2025 e restituisce una lettura integrata delle principali attività, performance e progettualità realizzate negli ambiti ambientale, sociale e di governance.

La rendicontazione è svolta su base volontaria e conferma il riferimento al Voluntary Sustainability Reporting Standard for SMEs (VSME), applicando i moduli Basic e Comprehensive. Questo impianto metodologico consente di organizzare le informazioni in modo coerente con un quadro europeo pensato per le piccole e medie imprese, mantenendo al tempo stesso continuità con le precedenti edizioni del Report.

Il perimetro di rendicontazione coincide con Amapola S.r.l. Società Benefit e comprende le attività svolte dall'organizzazione nel corso dell'anno nelle tre sedi:

- Via Francesco Brioschi, 33 - 20136 - Milano
- Via Ettore Perrone, 16 - 10122 - Torino
- Via Palermo, 7 - 15121 - Alessandria

Per alcuni indicatori, in particolare ambientali, il perimetro può variare in funzione della disponibilità dei dati e della possibilità di attribuire in modo puntuale consumi e impatti alle attività di Amapola. Eventuali specificità, esclusioni o criteri di calcolo sono indicati nelle sezioni di riferimento, così da rendere chiara la lettura dei dati riportati.

Nel 2025 il processo di rendicontazione si è intrecciato con la revisione delle finalità di beneficio comune, ricondotte a cinque aree di impegno: Cultura della sostenibilità, Progetti per le nuove generazioni, Un'Amapola responsabile verso persone e ambiente, Cittadinanza attiva, Valore con le partnership. Questa evoluzione ha permesso di rafforzare il legame tra identità benefit, temi materiali, attività realizzate e obiettivi futuri, offrendo una cornice più essenziale e leggibile per rappresentare il contributo generato.

La predisposizione del Report si basa sulla raccolta interna di dati quantitativi e informazioni qualitative, con il coinvolgimento delle aree e delle persone responsabili dei diversi ambiti rendicontati. Le informazioni sono state raccolte, verificate e rielaborate con l'obiettivo di privilegiare dati oggettivi, misurabili e confrontabili. Dove sono presenti stime, valutazioni qualitative o rielaborazioni metodologiche, queste sono esplicitate nel testo o nelle note di accompagnamento.

Per il calcolo delle emissioni di gas a effetto serra, Amapola fa riferimento alla classificazione del GHG Protocol, distinguendo tra emissioni dirette, Scope 1, ed emissioni indirette da energia acquistata, Scope 2. Al fine di migliorare la comparabilità della serie storica, le emissioni relative agli anni precedenti sono state aggiornate applicando il medesimo fattore di emissione utilizzato per il calcolo del 2025 (ISPRA 2024). La revisione riguarda esclusivamente la conversione dei consumi energetici in emissioni e non modifica i consumi originariamente rilevati. Eventuali differenze rispetto ai valori pubblicati nei precedenti Report d'impatto sono quindi riconducibili a questo allineamento metodologico.

Il Report mantiene inoltre una funzione di monitoraggio e indirizzo: per ciascuna area vengono rendicontati il livello di avanzamento degli obiettivi 2025 e le priorità individuate per l'anno successivo, così da collegare la lettura dei risultati alla programmazione futura e rendere più chiaro il percorso di miglioramento continuo di Amapola.





01

Il telaio

Ogni tessuto prende forma a partire da un telaio: una struttura che tiene insieme i fili, dà ordine all'intreccio e permette alla trama di svilupparsi.

Senza telaio, il disegno resta un'intenzione; con il telaio, invece, i fili trovano una direzione, una tensione, una forma possibile.

Questo primo capitolo racconta **la struttura su cui si fonda il nostro impatto:**

chi siamo, da dove veniamo, con quale intento agiamo, quali strumenti usiamo e quali numeri hanno caratterizzato il nostro 2025. È la parte più solida dell'intreccio, quella dell'identità, che sostiene il percorso e rende possibile tutto il resto.

Chi siamo

Amapola è una società di consulenza indipendente specializzata in **strategie e progetti di sostenibilità**.

Se dovessimo raccontare con una breve frase chi siamo e con che intento agiamo potremmo dire che **facciamo vivere la sostenibilità**.

Siamo presenti a Milano, Torino e Alessandria e lavoriamo con aziende, enti e territori che scelgono di integrare la sostenibilità nei propri processi, nelle proprie decisioni e nel modo in cui costruiscono relazioni con i loro interlocutori.

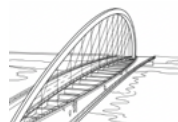
Dove siamo



Torino



Milano



Alessandria



L'intreccio delle competenze

Mentre scriviamo, il nostro gruppo di lavoro è composto da **21 persone: 15 professionisti e 6 professionisti**, con competenze, percorsi e sensibilità diverse. Dalla comunicazione alla data analysis, dal reporting alle media relations, dalla valutazione d'impatto alla facilitazione, questa pluralità è una parte essenziale del nostro modo di lavorare. Ci permette di leggere i progetti da più punti di vista, tenere insieme metodo e creatività, rigore tecnico e capacità narrativa, dati e relazioni.



Una scelta di responsabilità

Dal 2021 siamo una **Società Benefit**. Questa scelta ha portato nello statuto un impegno che già apparteneva al nostro modo di essere impresa: generare valore non solo economico, ma anche sociale, ambientale e culturale per persone e comunità intorno a noi.



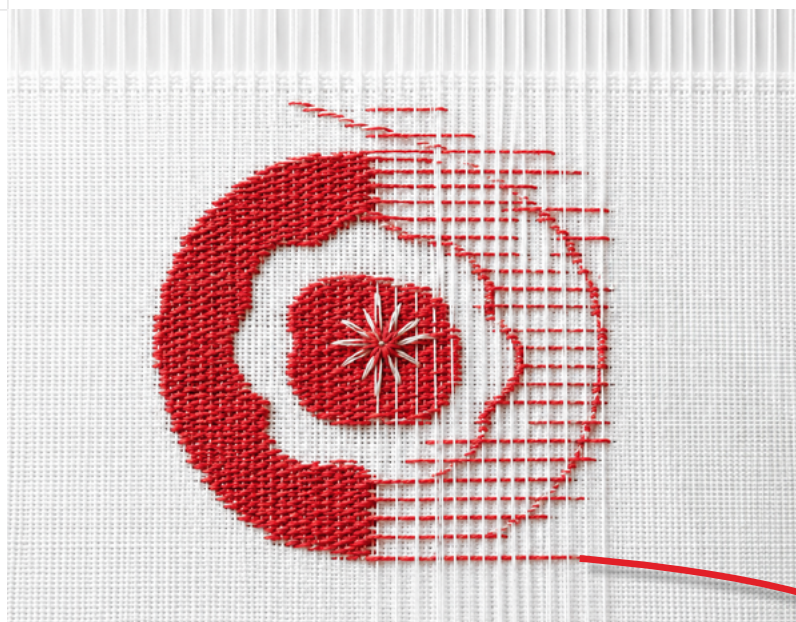
La nascita di A3i

Nel 2025 abbiamo rafforzato la nostra presenza sul mercato con la nascita di **A3i – Energia alla sostenibilità**, rete di imprese fondata insieme a **3i Efficiamento Energetico**, a sua volta **Società Benefit**. A3i nasce dall'incontro tra competenze complementari: da un lato strategia ESG, comunicazione e stakeholder engagement; dall'altro efficienza energetica e soluzioni operative per la transizione. Un nuovo intreccio di saperi, nato per offrire alle imprese percorsi più integrati, concreti e misurabili.



L'origine del filo

La nostra storia



Amapola nasce nel **2009**, ma il filo della nostra storia comincia prima. A fine anni Novanta, alcune delle persone che avrebbero poi dato vita alla società iniziano a lavorare insieme su progetti ambientali, iniziative di responsabilità sociale d'impresa, bilanci ambientali, relazioni con le comunità e percorsi di coinvolgimento degli stakeholder.

Erano anni in cui molte parole oggi centrali nel dibattito sulla sostenibilità non erano ancora entrate nel linguaggio comune delle imprese. Concetti che oggi orientano strategie, normative e mercati erano allora pratiche ancora pionieristiche, spesso costruite sul campo, progetto dopo progetto.

Da quel patrimonio di esperienze nasce Amapola. Nel tempo, la società ha consolidato un posizionamento sempre più chiaro: accompagnare organizzazioni pubbliche e private nella costruzione di percorsi di sostenibilità credibili, partecipati e comunicabili.

Un lavoro che unisce metodo, ascolto, contenuti, relazione e capacità di tradurre la complessità in strumenti utili.

Pre-Amapola

1998

Luca ed Emilio avviano l'area "comunicazione ambientale" nell'agenzia PDC.

1999

Sergio cura la comunicazione del termovalorizzatore di Trezzo sull'Adda, primo caso italiano di modello partecipativo in ambito infrastrutture.

2001

Luca ed Emilio realizzano il primo bilancio ambientale per Impregilo.

2008

Emilio cura la comunicazione del Ministero dell'Ambiente per il G8 di Siracusa.

2009

Nasce Amapola a Milano.

2011

Sergio entra nel team come partner e Amapola si focalizza sulla sostenibilità.

2012

Apri l'ufficio di Torino.

2014

Cambiamo la tagline in "Talking Sustainability" e lanciamo il blog dedicato.

2015

Firmiamo la partnership strategica con Dotwords.

2016

Alberto entra come partner.

2017

Nasce l'ufficio di Alessandria.

2021

4 nuove colleghe | Elena entra nel Consiglio direttivo | Diventiamo Società Benefit | Costituiamo il Consiglio d'impatto under 36 | Aumentiamo il capitale sociale.

2022

Raggiungiamo la 50^a commessa nel reporting | Pubblichiamo il nostro primo Report d'impatto.

2023

Il Report d'impatto diventa anche Report di sostenibilità | Pubblichiamo il nostro Codice etico | 6 nuovi ingressi | Elena diventa partner | Conseguiamo la certificazione ISO 9001 sul sistema di gestione qualità.

2024

Conseguiamo la certificazione per la parità di genere | Otteniamo la medaglia Bronze EcoVadis | Nascono ufficialmente i team Reporting e Stakeholder engagement e progetti territoriali | Avviamo la divisione Diversity, Equity and Inclusion | Pubblichiamo la decima puntata del nostro podcast | Raggiungiamo la 120^a commessa per il reporting di sostenibilità.

2025

Entrano in squadra 3 nuove persone | Nasce la rete d'impresa A3i con 3i Efficientamento Energetico | Pubblichiamo il nostro Manifesto per un linguaggio ampio e rispettoso | Otteniamo la medaglia Silver di EcoVadis.

2026

Siamo tra i Campioni della Crescita 2026 | Partecipiamo alla community Polisophia sull'Innovazione Responsabile | Organizziamo l'evento *CONTRO. Al fianco delle imprese contro la violenza di genere* | Amapola entra in Unione Industriali Torino | Otteniamo la medaglia Platinum EcoVadis.

Gli strumenti del telaio

I nostri servizi

Se il telaio rappresenta la struttura, i servizi sono gli strumenti con cui costruiamo l'intreccio: spola, navetta, pettine.

Ogni progetto nasce da un bisogno specifico, ma prende forma attraverso competenze che dialogano tra loro: analisi, strategia, rendicontazione, ascolto, comunicazione, formazione, coinvolgimento.

Sono strumenti diversi, ma non separati. Come accade nella tessitura, il valore nasce dall'intreccio: dalla capacità di tenere insieme struttura e movimento, metodo e relazione, dati e narrazione.

Cosa facciamo

- assessment, strategia e analisi ESG
- reporting di sostenibilità
- stakeholder management
- consulenza socioambientale territoriale
- supporto per i rating di sostenibilità
- formazione aziendale
- consulenza su Diversity, Equity and Inclusion
- comunicazione e organizzazione eventi

Il nostro approccio

è costruito su quattro punti cardine:

1

PROGETTA

Costruiamo percorsi di sostenibilità trasparenti, solidi e di medio lungo termine, mettendo a fuoco le esigenze, individuando gli obiettivi, rafforzando le prospettive di sviluppo.

2

CONDIVIDI

Ascolto, dialogo e partecipazione degli stakeholder – interni ed esterni – sono il presupposto di un percorso realmente sostenibile e condiviso: da qui partiamo per ogni progetto.

3

MISURA

Accompagniamo passo dopo passo le organizzazioni nella misurazione degli impatti e nella rendicontazione secondo le principali evoluzioni normative e di mercato.

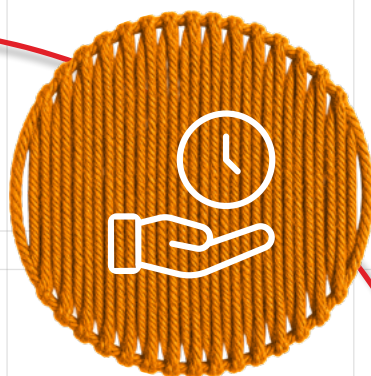
4

COMUNICA

Facciamo vivere iniziative e contenuti grazie alla comunicazione, dall'inizio alla fine, traducendoli in linguaggi efficaci per eventi, media, canali digitali e percorsi di comunicazione interna ed esterna.

Il 2025 in sintesi

Numeri chiave



1.044
ore benefit



Amapola tra i Campioni della Crescita 2026 di Repubblica Affari & Finanza

- +25% crescita media annua nel periodo 2021-2024
- Team raddoppiato in 4 anni
- +95% di fatturato dal 2021

3 sedi, Torino, Alessandria e Milano

22
Amapolers



5 obiettivi di beneficio comune



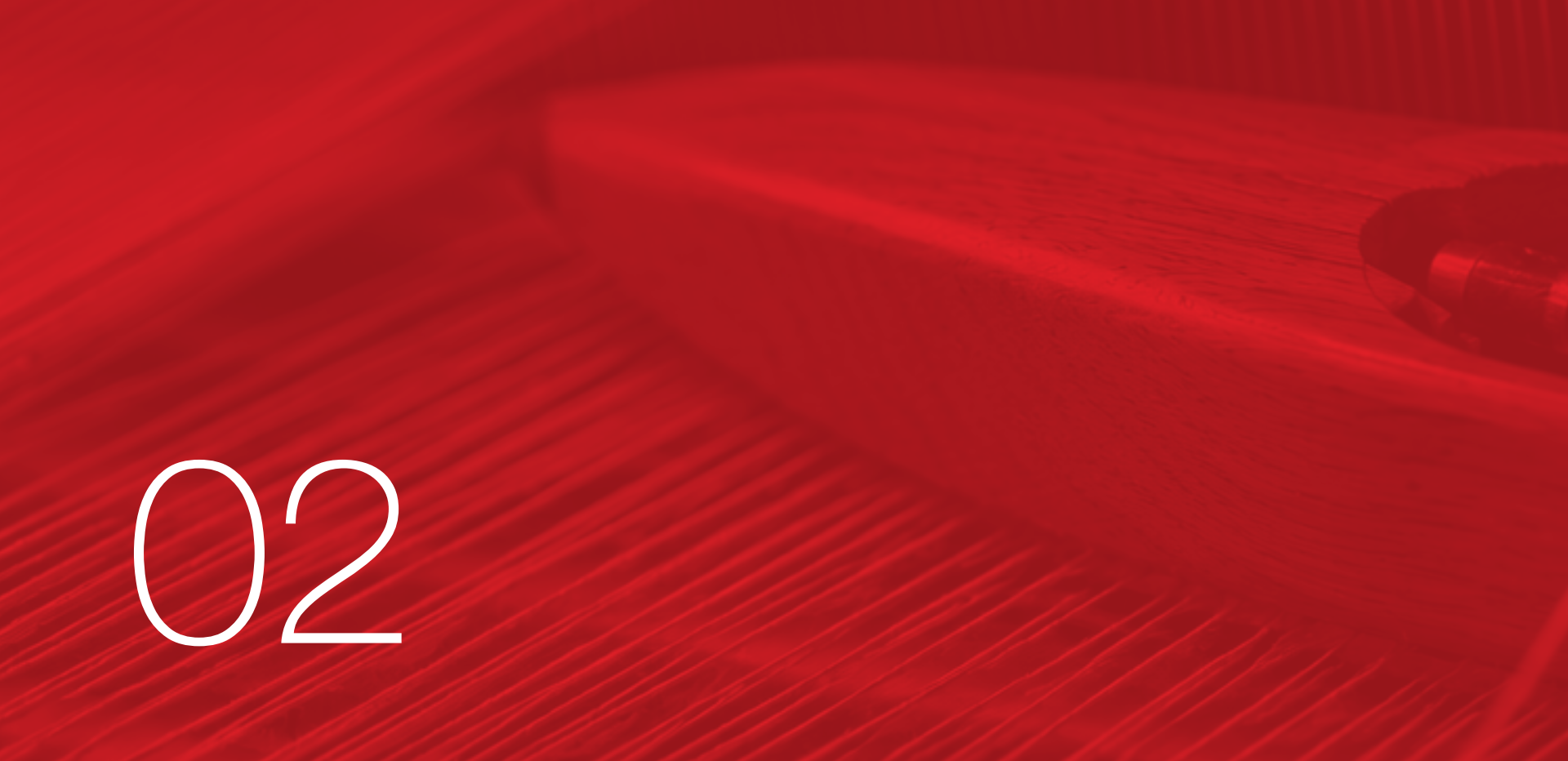
+30
eventi pubblici a cui abbiamo partecipato

240
report di sostenibilità



97
clienti

19
progetti per la comunità



02

Il senso della trama

Un tessuto non nasce da un solo filo:
prende forma quando fili diversi si
incontrano, si attraversano, trovano
un ordine e diventano disegno.



La sostenibilità, per noi,
non è una linea retta, né
una somma di azioni isolate.
È un intreccio di scelte.
responsabilità, relazioni,
competenze e impatti.

Questo capitolo racconta il nostro modo di intendere la sostenibilità:
la scelta di essere Società Benefit, l'approccio che guida il nostro
lavoro, l'aggiornamento dell'analisi di materialità, la mappatura degli
stakeholder e i temi che orientano il nostro percorso.

Essere Società Benefit

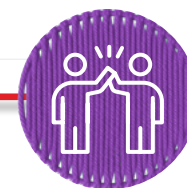
Nel 2021 siamo diventati Società Benefit. Non è stato un cambio di abito, ma il modo per dare forma giuridica a un orientamento già presente nel nostro modo di lavorare.

La sostenibilità, per Amapola, non è mai stata solo un servizio da offrire. È parte della nostra identità professionale e del modo in cui vogliamo stare sul mercato: generando valore economico, certo, ma anche valore sociale, ambientale e culturale.

Diventare Società Benefit ha significato fissare nello statuto questo impegno e renderlo più esplicito, misurabile e condiviso. Nel nostro modello d'impresa, obiettivo economico e beneficio comune non sono due trame parallele, ma fili che si incontrano nello stesso disegno.

Abbiamo voluto costruire questo passaggio insieme al gruppo, attraverso un percorso di confronto interno. Da qui è nato anche il **Consiglio d'impatto**, riservato per statuto a persone under 36 e aperto anche a figure esterne. Crediamo nel confronto tra generazioni perché porta prospettive diverse, domande nuove e uno sguardo più libero sul futuro. Vedi più avanti per maggiori informazioni sul Consiglio.

Essere Società Benefit, per noi, significa quindi tenere insieme impresa e responsabilità. Non come due fili separati, ma come parti dello stesso intreccio.



Che cosa significa Società Benefit

Le Società Benefit sono state introdotte in Italia nel 2016. Sono imprese che, nel proprio statuto, si impegnano a perseguire finalità di beneficio comune oltre agli obiettivi economici. Questo significa operare per generare impatti positivi su persone, comunità, territori, ambiente e altri stakeholder, rendicontando ogni anno il percorso compiuto (e il risultato lo state leggendo ora).

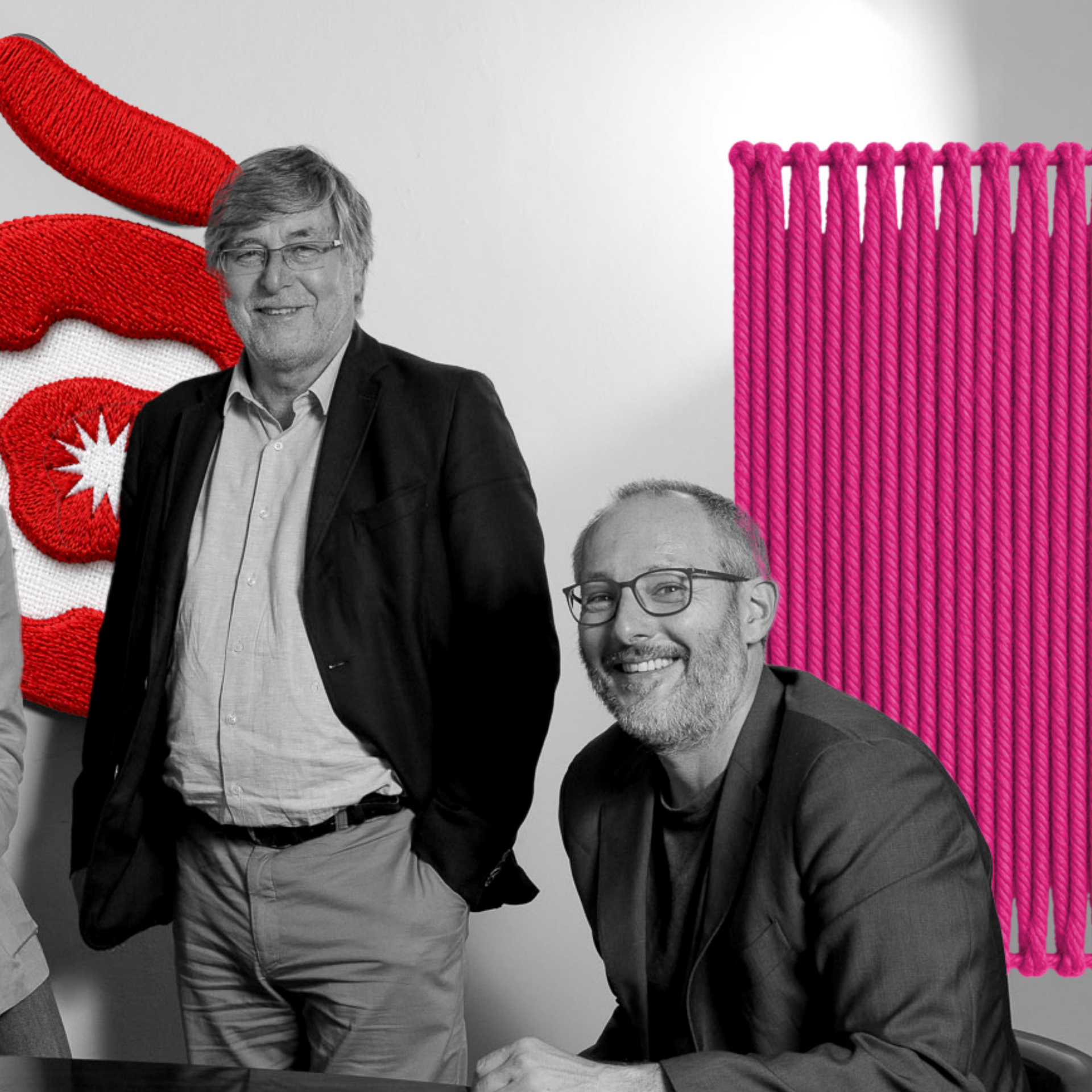
Il nostro approccio alla sostenibilità

La sostenibilità ci chiede di abitare la complessità senza semplificarla troppo. Dipanare la matassa quando serve, ma anche riconoscere che alcuni fili devono restare intrecciati: ambiente, persone, governance, territori, reputazione, innovazione, fiducia.

Il nostro lavoro nasce qui: aiutare le organizzazioni a mettere ordine, a leggere le connessioni, a trasformare dati e ascolto in decisioni, strategie e racconti comprensibili. Per questo il nostro approccio tiene insieme metodo e relazione, rigore e linguaggio, analisi e capacità di coinvolgimento.

Essere Società Benefit, per noi, significa quindi sempre tenere insieme impresa e responsabilità, perché sono un intreccio indivisibile.





Stakeholder e materialità

Leggere l'intreccio

È nostra convinzione che la sostenibilità parta sempre dall'ascolto.

Anche per il Report d'impatto 2025 abbiamo aggiornato l'**analisi di materialità**. Quest'anno il coinvolgimento è avvenuto attraverso una survey dedicata, rivolta a stakeholder interni ed esterni.

Hanno risposto 30 persone, appartenenti a diverse categorie del nostro

ecosistema. Abbiamo chiesto loro di valutare la rilevanza dei nostri temi materiali e di ordinarli per priorità, distinguendo per ambiti di impatto.

Ne è emersa una fotografia utile, che conferma alcuni fili portanti della nostra identità e ci aiuta a capire dove rafforzare il disegno.



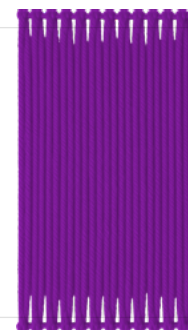
I nostri temi materiali

I nostri temi materiali, ossia quelli che hanno un impatto significativo su di noi e sui nostri stakeholder, si concentrano soprattutto sugli ambiti sociali e di governance:

- governance etica e trasparente per un business resiliente;
- qualità, affidabilità e onestà nella consulenza e nei servizi;
- innovazione di servizi e strumenti;
- gestione inclusiva di supplier e partner;
- creazione di occupazione e attrazione di talenti;
- sviluppo di competenze e felicità sul posto di lavoro;
- rispetto delle diversità e dell'inclusione;
- cura delle relazioni;
- comunicazione responsabile;
- diffusione della cultura della sostenibilità;
- networking per moltiplicare condivisioni e impatti nella nostra comunità.

In nessun punto c'è riferimento esplicito all'ambiente. Questo nasce da una riflessione: nella definizione dei temi materiali abbiamo scelto di rappresentare gli ambiti su cui possiamo avere un impatto effettivo come società di servizi composta da circa 20 persone. Il nostro contributo più diretto riguarda temi che toccano **le persone, la cultura della sostenibilità, l'evoluzione dei business in ottica sostenibile**. Questo non significa che l'ambiente sia fuori dal nostro disegno: al contrario, resta un filo trasversale. Entra nei comportamenti quotidiani, nelle scelte organizzative, nei contenuti che produciamo, nei progetti per i clienti, nei percorsi di stakeholder engagement e nelle attività di sensibilizzazione.

Per Amapola, quindi, la dimensione ambientale non scompare: attraversa la trama, anche quando non diventa un tema materiale autonomo.



I temi prioritari emersi dalla survey

La survey chiedeva di ordinare separatamente i temi di governance e i temi sociali. Riportiamo qui sotto le priorità emerse.

Temi di governance

Priorità	Tema materiale	Obiettivo di beneficio comune	SDGs collegati
1	Governance etica e trasparente per un business resiliente	Un'Amapola responsabile verso persone e ambiente	 
2	Qualità, affidabilità e onestà nella consulenza e nei servizi	Cultura della sostenibilità	 
3	Innovazione di servizi e strumenti	Cultura della sostenibilità	 
4	Gestione inclusiva di supplier e partner	Valore con le partnership	  
5	Networking per moltiplicare condivisioni e impatti nella nostra comunità	Valore con le partnership	

Temi sociali

Priorità	Tema materiale	Obiettivo di beneficio comune	SDGs collegati
1	Sviluppo di competenze e felicità sul posto di lavoro	Un'Amapola responsabile verso persone e ambiente	   
2	Creazione di occupazione e attrazione di talenti	Progetti per le nuove generazioni	 
3	Comunicazione responsabile	Cultura della sostenibilità	 
4	Rispetto delle diversità e dell'inclusione	Un'Amapola responsabile verso persone e ambiente	 
5	Diffusione della cultura della sostenibilità	Cultura della sostenibilità	 
6	Cura delle relazioni	Un'Amapola responsabile verso persone e ambiente	

Che cosa ci raccontano questi risultati

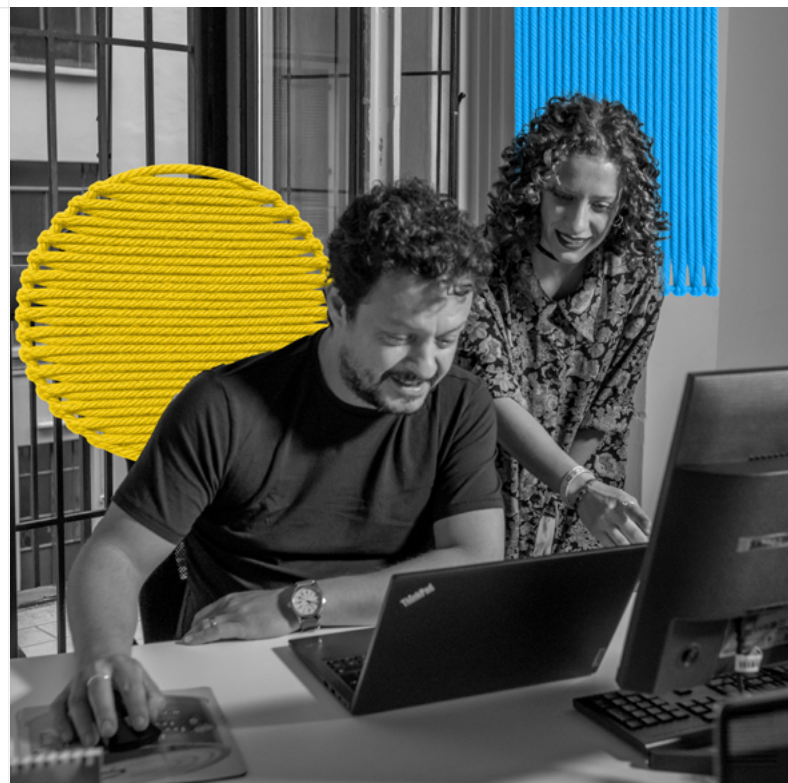
La survey ci dà un segnale chiaro: per i nostri stakeholder la sostenibilità di Amapola si gioca soprattutto nella qualità del lavoro, nella cura delle persone e nella solidità delle relazioni.

Tra i temi con valutazione media più alta emergono sviluppo di **competenze e felicità sul posto di lavoro, qualità, affidabilità e onestà nella consulenza e nei servizi, cura delle relazioni e governance etica e trasparente.**

È un risultato che ci rappresenta. La qualità del lavoro verso l'esterno non è separata dal modo in cui lavoriamo all'interno. Dipende dalle competenze, dal benessere delle persone, dalla chiarezza delle decisioni e dalla cura con cui costruiamo relazioni di fiducia.

Alcuni commenti raccolti aiutano a leggere meglio il disegno. C'è chi sottolinea che “una governance solida dà garanzia di resistenza e aderenza ai valori nel tempo”; chi ricorda che “solo con trasparenza si possono sviluppare rapporti sani fra i soggetti”; chi collega il benessere interno alla qualità del lavoro, osservando che “un ambiente di lavoro sano e sereno abilita anche una consulenza efficace”. E non manca il riferimento alla dimensione futura: “bisogna puntare sulle nuove generazioni fornendo loro gli strumenti per affermare la loro personalità e professionalità”.

La **cura delle relazioni** emerge come un tratto distintivo. Un commento la sintetizza bene: “una relazione ricca e



continuativa costruisce il futuro”. È un'immagine semplice, ma molto vicina al nostro modo di intendere la sostenibilità: non un insieme di adempimenti, ma una trama di fiducia, responsabilità e valore condiviso.

Anche **l'innovazione** resta un tema da presidiare. Nuove tecnologie, intelligenza artificiale e standard di rendicontazione stanno cambiando strumenti, linguaggi e processi. Per Amapola innovare significa continuare a evolvere senza perdere il filo: mantenere qualità, affidabilità e responsabilità anche quando cambiano il telaio e gli strumenti del lavoro.

Uno sguardo alla dimensione internazionale

A inizio 2024 abbiamo aderito al **Global Compact delle Nazioni Unite**, sottoscrivendo i 10 principi di sostenibilità in materia di diritti umani, lavoro, ambiente e lotta alla corruzione.

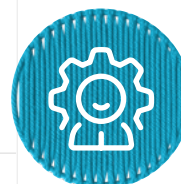
Per noi il Global Compact è uno spazio di confronto e apprendimento: una rete in cui scambiare esperienze, competenze e punti di vista con altre imprese e organizzazioni impegnate sui temi della sostenibilità. Tra 2024 e 2025 abbiamo partecipato anche all'acceleratore Target Gender Equality, all'interno del gruppo italiano del Global Compact: 90 ore di formazione sui temi dell'equità di genere.

I dieci principi dello UN Global Compact



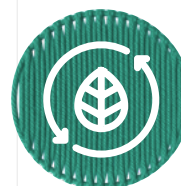
DIRITTI UMANI

- Alle imprese è richiesto di promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza;
- e di assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani.



LAVORO

- Alle imprese è richiesto di sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva;
- l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio;
- l'effettiva eliminazione del lavoro minorile;
- l'eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione.



AMBIENTE

- Alle imprese è richiesto di sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali;
- di intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale;
- di incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.



LOTTA ALLA CORRUZIONE

Le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.





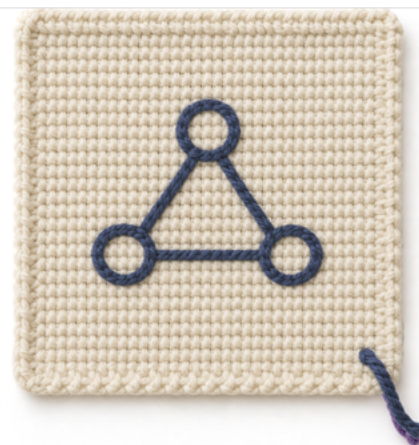
03

I fili dell'impatto

In un tessuto, l'ordito è la parte che resta tesa sul telaio: non sempre è la più visibile, ma è quella che dà stabilità, direzione e tenuta all'intero disegno. Per Amapola, la governance ha questa funzione.

#governance

Il filo dell'ordito



La governance tiene insieme le scelte, distribuisce le responsabilità, rende leggibili i processi e permette alle finalità di beneficio comune di tradursi in azioni concrete.

Nel 2025 abbiamo scelto di semplificare e riordinare le nostre finalità benefit, definendone cinque: **Cultura della sostenibilità, Progetti per le nuove generazioni, Un'Amapola responsabile verso persone e ambiente, Cittadinanza attiva, Valore con le partnership.** Non è cambiata la direzione del nostro impegno, ma il modo di rappresentarlo e monitorarlo: più chiaro, più essenziale, più aderente ai temi che i nostri stakeholder riconoscono come prioritari.

Anche la nuova analisi di materialità conferma il ruolo portante della governance. Tra i temi più rilevanti emergono la governance etica e trasparente per un business resiliente, la qualità, affidabilità e onestà nella consulenza e nei servizi, l'innovazione di servizi e strumenti e la gestione inclusiva di supplier e partner. Sono temi eterogenei ma collegati da una stessa esigenza: costruire un modo di lavorare solido, responsabile e capace di generare fiducia nel tempo.

Responsabilità che si incontrano

Il nostro modello organizzativo si fonda su equilibrio, confronto e responsabilità diffusa. Al vertice della società operano il **Consiglio di amministrazione** e il **Consiglio direttivo**, composti da Cristina Franco (Presidente del CdA), Elena Mancino (Direttrice commerciale e Partner), Luca Valpreda (Founder e Managing Partner), Sergio Vazzoler (Co-founder, Direttore strategie e relazioni istituzionali e Partner) e, dal 2025, anche da Giulia Devani (Responsabile area Reporting) ed Emilio Conti (Responsabile area Stakeholder engagement).

Alla luce dei nuovi ingressi del 2025, i luoghi di governo e indirizzo dell'organizzazione presentano una composizione bilanciata: considerando Consiglio di amministrazione e Consiglio direttivo, le responsabilità sono distribuite tra **3 donne e 3 uomini**. Questo equilibrio rafforza la qualità del confronto nei momenti in cui si definiscono priorità, indirizzi e scelte organizzative, contribuendo a una governance più rappresentativa e aderente alla pluralità di Amapola.

Accanto a questi organi opera il **Consiglio d'impatto**, previsto dallo statuto e riservato a persone under 36, con la possibilità di includere anche componenti esterni. È un organo autonomo, con funzioni di proposta e presidio rispetto alle attività di beneficio comune e al budget dedicato. Nel 2025 ne fanno parte Micol Burighel, Elisa De Bonis e Irene La Porta; all'inizio del 2026, il Consiglio d'impatto si è poi arricchito con l'ingresso di Anna Filippucci.

La sua composizione porta nel governo dell'impatto uno sguardo generazionale specifico e contribuisce a mantenere le finalità benefit dentro il lavoro quotidiano, evitando che restino un elenco separato dalla vita dell'organizzazione.

Nel loro insieme, questi elementi sostengono una governance più rappresentativa, capace di integrare esperienze, generazioni e prospettive diverse nel tessuto organizzativo di Amapola.

Consiglio direttivo



Elena Mancino



Luca Valpreda



Sergio Vazzoler



Emilio Conti



Giulia Devani

Consiglio d'impatto



Micol Burighel



Elisa De Bonis

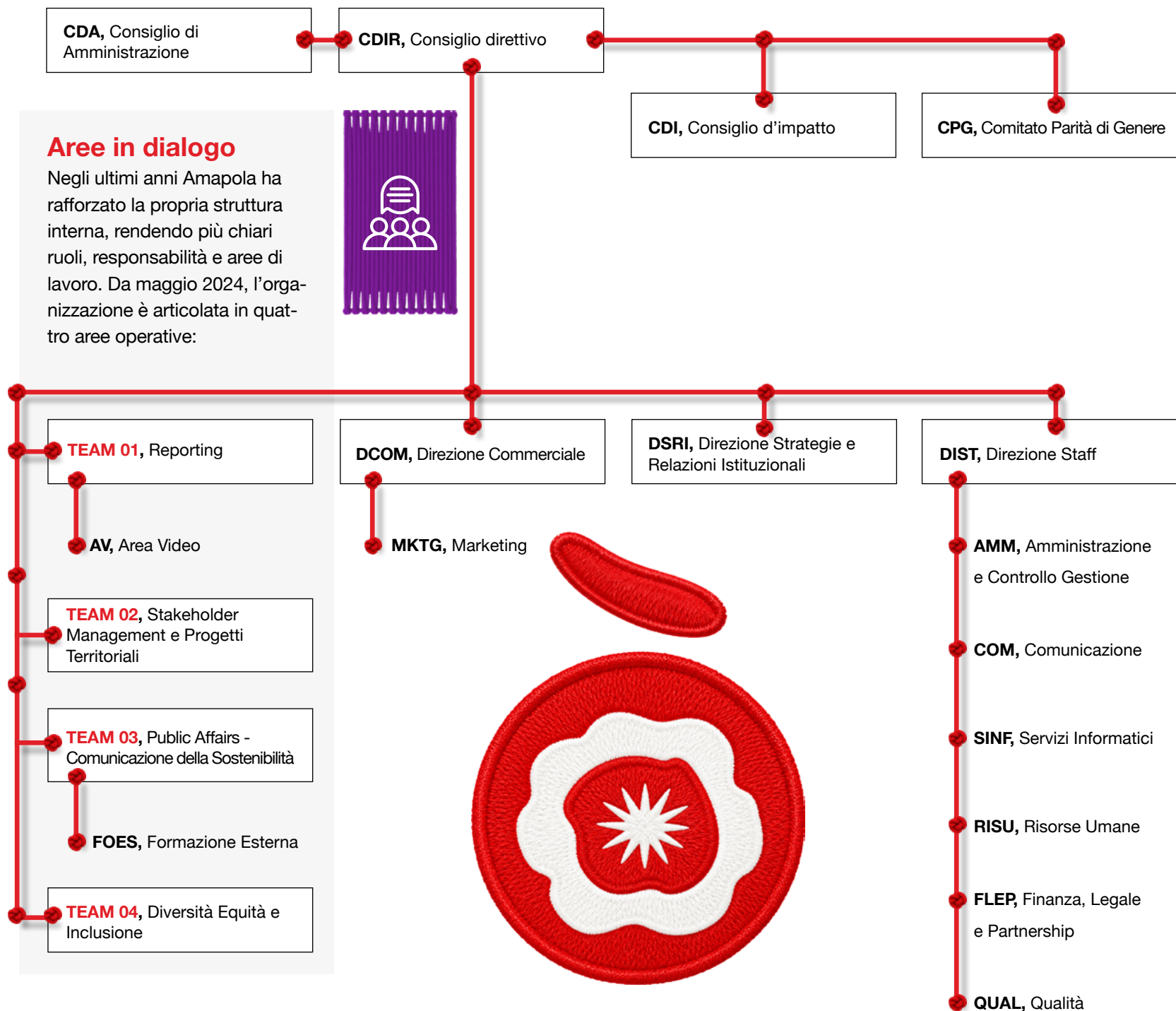


Anna Filippucci



Irene La Porta

Organigramma



I progetti nascono spesso dall'intreccio tra **competenze diverse**: analisi normativa, ascolto degli stakeholder, scrittura, facilitazione, comunicazione, gestione dei dati, relazioni con i territori.

Questa modalità intersede e interfunzionale ci permette di costruire gruppi di lavoro flessibili, capaci di adattarsi alla complessità dei progetti e di valorizzare il contributo di ciascuna persona.

Anche le **attività legate al beneficio comune** sono organizzate attraverso piccoli gruppi di lavoro interni, coordinati dal Consiglio d'impatto. È un modello semplice, ma efficace: consente di distribuire le responsabilità, seguire l'avanzamento degli obiettivi e mantenere un collegamento costante tra strategia, operatività e rendicontazione.

Decisioni leggibili, confronto aperto

La nostra governance si fonda su un principio: le decisioni devono essere **comprensibili, discusse e, quando possibile, costruite insieme**. La partecipazione, per noi, non significa assenza di ruoli o responsabilità, ma chiarezza del processo: sapere dove si decide, con quali criteri, con quali effetti sull'organizzazione e sulle persone.

Accanto ai momenti più operativi, manteniamo incontri plenari con tutto il gruppo. Li chiamiamo, nel nostro gergo interno, "Alle Zusammen": spazi di allineamento e confronto in cui condividere aggiornamenti, discutere scelte strategiche, raccogliere spunti e rendere più trasparente il percorso dell'organizzazione.

Questi momenti sono importanti anche rispetto ai temi emersi dall'analisi di materialità. Governance etica, qualità del lavoro, innovazione e cura delle relazioni richiedono processi chiari, ma anche occasioni reali di ascolto. Per questo continuiamo a investire in strumenti e pratiche che aiutino le persone a capire, contribuire e riconoscersi nelle direzioni prese.



Valori messi a sistema

Il filo dell'ordito è fatto anche di valori. In Amapola ne abbiamo riconosciuti in particolare tre, emersi da un percorso partecipativo interno e raccolti nella nostra **Carta dei Valori**:

Eccellenza

perseguita con competenza, rigore e passione

Cura

verso le persone, le relazioni, i dettagli

Condivisione

di idee, saperi, obiettivi e significati

Aiutano a orientarci nei progetti, nei rapporti con clienti e partner, nelle decisioni interne, nel modo in cui gestiamo le relazioni e affrontiamo le difficoltà. Sono una parte essenziale della nostra cultura organizzativa e dialogano direttamente con i temi materiali più rilevanti: qualità e affidabilità nei servizi, sviluppo delle competenze, cura delle relazioni, governance etica e trasparente.



La Carta dei Valori completa è disponibile sul nostro sito.

Le nostre certificazioni

Negli ultimi anni abbiamo rafforzato i presidi organizzativi attraverso certificazioni, assessment e strumenti di monitoraggio. Per noi non rappresentano un punto di arrivo, ma un modo per verificare la solidità del sistema e individuare spazi di miglioramento.



ISO 9001

certificazione del sistema di gestione per la qualità ottenuta nel 2023



UNI/PdR 125:2022

certificazione per la parità di genere ottenuta nel 2024



EcoVadis

con il passaggio dalla medaglia di Bronzo nel 2024 alla medaglia Silver nel 2025 e alla Platinum nel 2026

Questi strumenti rendono più misurabile il nostro impegno e ci aiutano a presidiare ambiti centrali per la nostra identità: qualità del lavoro, responsabilità ESG, parità di genere, gestione etica, comportamenti sostenibili, miglioramento continuo. Sono elementi diversi dello stesso sistema di governance, che contribuiscono a rendere più robusto l'ordito organizzativo.

Tra i principali documenti e presidi adottati rientrano:

• **Codice etico**

• **Policy della qualità**

• **Policy su salute e sicurezza**

• **Politica per la parità di genere**

• **Policy anticorruzione**

• **Policy su gestione dei dati e privacy**

• **Policy sulle pratiche sostenibili**

• **Policy su maternità, congedi parentali e conciliazione vita-lavoro**



Le policy pubbliche sono disponibili sul nostro sito.

Strumenti digitali e sicurezza delle informazioni

Nel nostro lavoro gestiamo informazioni, dati, documenti, processi e contenuti spesso sensibili. Per questo **la protezione dei dati personali e la sicurezza delle informazioni** sono parte integrante della nostra responsabilità professionale.

Operiamo in conformità con il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) e adottiamo misure tecniche e organizzative per garantire un utilizzo corretto e sicuro delle informazioni. L'accesso ai dati personali è limitato al personale autorizzato e il sistema di protezione è sottoposto a verifiche periodiche.

Sul fronte della **digitalizzazione**, il gestionale aziendale introdotto negli anni scorsi è ormai parte della tessitura quotidiana del lavoro. Supporta amministrazione, pianificazione, controllo e gestione delle commesse, collegando persone, attività e progetti in un sistema più ordinato e monitorabile.

Anche questo aspetto richiama uno dei temi materiali emersi dalla survey: l'innovazione di servizi e strumenti. Innovare significa migliorare il telaio su cui si costruisce il lavoro, senza perdere qualità, responsabilità e cura delle relazioni. In questo senso, la governance rappresenta anche il sistema che permette alle finalità di beneficio comune di diventare pratiche, scelte e risultati.



Nel 2025 abbiamo inoltre avviato un percorso interno di riflessione e formazione sull'uso delle **intelligenze artificiali generative**, che porterà alla definizione di una policy dedicata. Le consideriamo strumenti utili per fare ordine, generare bozze, stimolare idee e supportare alcune attività di sintesi, ma sempre con una responsabilità umana piena: ogni contenuto va verificato, corretto e completato dalle persone. L'uso dell'AI richiede attenzione ai dati, alla riservatezza, alla qualità delle informazioni e agli impatti ambientali e sociali delle tecnologie. Per questo il nostro approccio è "human-centered": innovare, sì, ma senza delegare pensiero, relazione e responsabilità.



#ambiente

Il filo dell'impronta

Nel disegno dell'impatto di Amapola, l'ambiente è un filo sottile ma continuo anche se, come già scritto, non emerge come tema materiale autonomo.

Questo non significa che l'ambiente resti fuori dal nostro modo di intendere la sostenibilità. Al contrario, attraversa le scelte quotidiane, l'organizzazione del lavoro, la cultura aziendale, la mobilità, l'uso delle risorse, gli strumenti digitali e i contenuti che produciamo per accompagnare clienti e stakeholder nei loro percorsi di transizione.

Per questo continuiamo a monitorare le principali dimensioni del nostro **impatto ambientale**, con un approccio proporzionato alla nostra dimensione e coerente con le responsabilità che ci riconosciamo. Rendere visibile la nostra impronta ci aiuta a capire dove possiamo migliorare, quali comportamenti consolidare e quali scelte rendere sempre più consapevoli.



Il nostro impatto ambientale

Le principali **fonti emissive** di Amapola sono legate alla vita d'ufficio e agli spostamenti: consumi di energia elettrica, riscaldamento, uso della carta, dispositivi elettronici, gestione dei rifiuti, mobilità casa-lavoro e trasferte per raggiungere clienti, eventi o momenti di confronto.

Nel 2025 abbiamo proseguito il monitoraggio dei consumi energetici e delle relative emissioni, mantenendo il perimetro già adottato negli anni precedenti: l'ufficio di Alessandria per gas ed energia elettrica e l'ufficio di Torino per l'energia elettrica. La sede di Milano resta esclusa dal calcolo puntuale, perché condivisa con un'altra realtà (Dotwords) e non direttamente intestataria delle utenze.

Il nostro impegno ambientale si costruisce attraverso **gesti quotidiani e scelte organizzative**: dalla riduzione degli sprechi alla mobilità più sostenibile, fino alla policy interna sulle pratiche sostenibili, attiva dal 2024, che raccoglie e orienta comportamenti comuni dentro lo stesso disegno.

Consumi ed emissioni di CO₂

Di seguito sono rappresentati i consumi energetici e le emissioni di gas a effetto serra relativi alle nostre attività, confrontati con gli anni precedenti.

Acqua quotidiana

Nelle sedi di Torino e Alessandria, la riduzione delle bottiglie monouso passa da una scelta molto concreta: mettere a disposizione acqua in ufficio attraverso boccioni e sistemi di erogazione, così da rendere più semplice e accessibile un'abitudine quotidiana a minore impatto. Nell'ufficio di Milano, invece, viene utilizzata una caraffa filtrante.

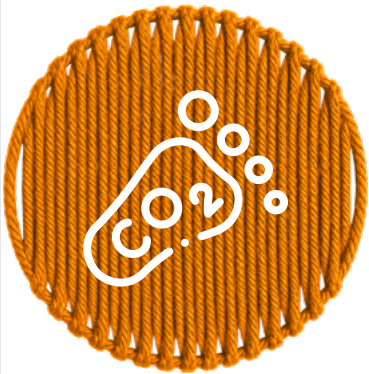
Nel 2025 abbiamo acquistato 43 boccioni d'acqua da 18,9 litri, di cui 27 per la sede di Torino e 16 per quella di Alessandria. Il volume complessivo, pari a 812,7 litri, corrisponde a oltre **800 bottiglie di plastica da un litro evitate**. A questi si aggiungono 2 bombole per ciascuna sede, utilizzate per l'erogazione dell'acqua gasata.

A questa scelta si affianca un piccolo gesto ormai entrato nel nostro modo di accogliere le nuove persone: ogni nuova persona che fa il suo ingresso in Amapola riceve una **borraccia rosso papavero**, prodotta da un'azienda certificata B Corp.

Non disponiamo invece di una rilevazione puntuale dei consumi idrici complessivi, poiché nelle sedi le spese per l'acqua rientrano nei conteggi condominiali generali e non sono separabili.

Consumi energetici (MWh)	2022	2023	2024	2025
Combustibili fossili	6,7	8,6	7,4	9,9
Energia elettrica	2,6	4,2	5,0	5,3
Totale	9,3	12,8	12,4	15,2

Emissioni GHG (tCO ₂ e)	2022	2023	2024	2025
Emissioni dirette (Scope 1)	1,2	1,6	1,4	1,8
Emissioni indirette (Scope 2 location-based)	0,6	0,9	1,1	1,1
Totale	1,8	2,5	2,5	2,9



Routine sostenibili: piccole scelte, stesso disegno

La policy interna sulle pratiche sostenibili, adottata nel 2024 raccoglie e orienta molte attenzioni che nel tempo sono entrate nel nostro modo di lavorare: ridurre gli sprechi, prendersi cura dei dispositivi elettronici e gestire correttamente i rifiuti prodotti in ufficio. Sono azioni semplici, efficaci quando diventano abitudini condivise, riconoscibili e ripetute: un filo quotidiano che attraversa le sedi e rende più coerente il nostro impegno.

Nel 2025 questo impegno si intreccia con un'accelerazione della **transizione digitale**, che ha rafforzato l'utilizzo di strumenti e archivi digitali per la gestione dei documenti, delle commesse e dei materiali di lavoro, riducendo ulteriormente il ricorso alla stampa. La **carta** è quindi utilizzata in modo sempre più marginale e solo quando necessario; in questi casi, continuiamo a privilegiare carta riciclata o certificata FSC e il riuso dei fogli già stampati.

Continuiamo a prediligere, quando possibile, dispositivi elettronici ricondizionati o soluzioni che permettano di prolungare la vita utile degli strumenti già in uso. Nelle sedi continuiamo inoltre a effettuare la **raccolta differenziata** di carta e plastica; vetro e umido sono raccolti separatamente dove il sistema condominiale lo consente. Toner, lampadine e altri rifiuti speciali vengono invece conferiti presso l'isola ecologica.

Mobilità in Amapola: le traiettorie quotidiane

Anche nel 2025 abbiamo monitorato **gli spostamenti casa-lavoro**, una delle componenti più rilevanti della nostra impronta ambientale quotidiana. La mobilità delle nostre persone riflette la geografia delle nostre sedi, le distanze dai luoghi di lavoro e le diverse possibilità offerte dai territori in cui viviamo.

Nel corso dell'anno sono stati percorsi complessivamente 46.350 km per raggiungere gli uffici. Di questi, il 60% è stato effettuato con modalità a minore impatto – a piedi, in bicicletta o con i mezzi pubblici – un dato quasi raddoppiato rispetto al circa 38% registrato nel 2024.

Pur sapendo che non tutte le tratte consentono le stesse alternative, soprattutto quando le distanze sono più lunghe o i collegamenti meno accessibili, **nel 2025 le traiettorie quotidiane tra casa e ufficio mostrano una maggiore propensione verso scelte più sostenibili.**

A partire dal 2025, abbiamo ampliato il perimetro di osservazione, iniziando a monitorare anche gli spostamenti legati a **trasferte, partecipazione a eventi e attività intersede**: circa 69.000 km sono stati percorsi in treno e circa 5.000 km in aereo. È un primo passo per leggere con maggiore completezza l'impatto della nostra mobilità professionale e individuare, nel tempo, nuove possibilità di miglioramento.



#persone

Il filo della cura

In Amapola, la sostenibilità passa prima di tutto dalle **persone**: dai loro percorsi, dalle visioni che portano, dalle relazioni che costruiscono e dal modo in cui vivono il lavoro ogni giorno.

Anno dopo anno, Amapola continua a evolvere. Nuovi ingressi, professionalità che si consolidano e traiettorie che si aprono contribuiscono al miglioramento e alla diversificazione dei nostri servizi, ma anche al modo in cui collaboriamo, prendiamo decisioni e cresciamo come organizzazione. È un percorso che richiede ascolto, accompagnamento e attenzione agli equilibri, perché ogni cambiamento porta con sé energie che arricchiscono il disegno complessivo e rafforzano il nostro modo di lavorare insieme.

La **cura**, per noi, prende forma proprio qui: nell'organizzare il lavoro con responsabilità, accompagnare le persone nei passaggi di crescita, condividere strumenti, creare spazi di ascolto e rendere possibile uno sviluppo professionale e personale coerente con i valori di Amapola.

La trama umana

Al 31 dicembre 2025, Amapola è composta da **22 persone: 15 donne e 7 uomini**, con percorsi, esperienze e sensibilità diverse. Una pluralità che attraversa tutte le aree dell'organizzazione.



La crescita del 2025 è alimentata dall'ingresso di tre nuove persone e dall'attivazione di due tirocini durante il secondo semestre. Il 100% dei dipendenti è assunto con contratto a tempo indeterminato, regolato dal CCNL Commercio.

La presenza femminile resta significativa, pari al 68%, e rappresenta una leva importante della nostra identità organizzativa. Si tratta di una responsabilità da presidiare per crescere in modo equilibrato, garantire pari opportunità, monitorare l'equità nei percorsi e mantenere alta l'attenzione sulle condizioni che permettono a tutte le persone di esprimere il proprio contributo.

Anno	Persone nel team Amapola	Donne	Uomini	Tirocini	Età media
2022	15	47%	53%	1	41 anni
2023	19	70%	30%	1	43 anni
2024	19	74%	26%	1	42 anni
2025	22	68%	32%	2	42 anni

Leadership e ruoli chiave

La crescita di Amapola riguarda anche il modo in cui ruoli e responsabilità sono distribuite all'interno dell'organizzazione. Nel 2025, **Consiglio di amministrazione e Comitato direttivo** sono composti complessivamente da 6 persone, con una struttura pienamente bilanciata: 3 donne e 3 uomini.

Questo equilibrio rafforza la qualità del confronto nei luoghi in cui definiamo indirizzi, priorità e scelte organizzative. Anche il **Consiglio d'impatto** conferma questa attenzione: previsto dallo statuto come organo under 36, è attualmente composto da 4 donne e contribuisce a garantire uno sguardo generazionale specifico (tutti gli uomini presenti - tirocinanti esclusi - in Amapola sono over 36).

Nel loro insieme, questi elementi sostengono una governance più rappresentativa, capace di integrare esperienze, generazioni e prospettive diverse nel tessuto organizzativo di Amapola.



50%
donne in ruoli apicali

Retribuzioni: valore ed equità

La sfera retributiva rientra nel modo in cui presidiamo **la qualità del lavoro e la responsabilità verso le persone**. Monitorare le retribuzioni permette di osservare con continuità l'evoluzione dell'organizzazione, verificare eventuali squilibri e mantenere coerenza tra crescita, riconoscimento e sostenibilità economica.



Nel 2025, il costo totale delle retribuzioni di dipendenti e collaboratori stabili, compresi i premi, è stato pari a 828.000 euro, con un incremento del 9,4% rispetto all'anno precedente. Anche quest'anno abbiamo scelto di condividere una parte dei risultati economici con le persone che contribuiscono alla crescita di Amapola, attraverso **premi di risultato** distribuiti a fine esercizio.

Il monitoraggio del **Gender Pay Gap** conferma l'andamento degli anni precedenti. La differenza tra le retribuzioni medie annue di donne e uomini, nei livelli dove sono presenti entrambi i generi, è risultata pari a + 0,17%, a favore delle donne. Leggiamo questo dato con attenzione nel tempo, perché l'equità retributiva non si misura solo in un singolo valore, ma nella capacità di mantenere processi chiari, verificabili e coerenti con l'evoluzione dei ruoli.

Parlare di retribuzioni significa quindi tenere insieme numeri e responsabilità: rendere visibile il valore del lavoro, monitorare gli indicatori più rilevanti e continuare a costruire un'organizzazione in cui crescita economica e cura delle persone restino parte dello stesso disegno.

Welfare e riconoscimento

Il **welfare** è uno degli aspetti grazie a cui la cura prende forma nella quotidianità. L'attivazione di singole misure, nel loro insieme, rientra nella tessitura di un ambiente in cui le persone possano lavorare con maggiore serenità, riconoscimento e continuità.

Nel 2025 abbiamo confermato alcuni strumenti già entrati nel nostro modo di prenderci cura del gruppo. Tra questi, i **buoni pasto**, distribuiti per un valore complessivo pari a 10.576 euro, e il **servizio di assistenza sanitaria integrativa**, introdotto nel 2024 e destinato alle colleghe e ai colleghi con contratto a tempo indeterminato.

A fine esercizio sono stati inoltre distribuiti **premi di risultato** per un valore complessivo pari al 36% dell'utile lordo della società. Gli importi sono stati definiti secondo un criterio uguale per tutte le persone, riproporzionato in base al periodo effettivamente lavorato durante l'anno. Questa scelta testimonia in modo concreto la volontà di socie e soci di condividere i risultati economici con chi contribuisce alla crescita dell'azienda.

Sono iniziative semplici ma importanti, che contribuiscono a sostenere la qualità della vita lavorativa e si affiancano alle altre scelte organizzative che caratterizzano Amapola, dalla flessibilità alla condivisione dei risultati economici, fino all'attenzione per l'equilibrio tra responsabilità professionali e bisogni personali.

In questo senso, il riconoscimento non passa solo dalla dimensione economica. Passa anche dalla capacità di creare condizioni di lavoro più attente, leggibili e coerenti con il valore che ogni persona porta all'organizzazione.

Tirocini: l'orditura del percorso

Per chi entra in Amapola attraverso un **tirocinio**, l'inizio non è mai lasciato al caso: il percorso di inserimento richiede attenzione, accompagnamento e metodo.

Ogni persona viene affiancata da una figura di riferimento, che la supporta nelle attività quotidiane, la aiuta a orientarsi tra progetti, strumenti e modalità di lavoro e favorisce un ingresso graduale nella cultura organizzativa di Amapola. Il tirocinio diventa così un'esperienza formativa concreta, in cui imparare, confrontarsi con professionalità diverse e iniziare a costruire il proprio ruolo attraverso vari progetti.

Formazione: saperi che si intrecciano

La **formazione** è uno degli strumenti con cui Amapola alimenta la propria capacità di evolvere. In un settore che cambia rapidamente, continuare ad aggiornarsi significa mantenere qualità, consapevolezza e capacità di leggere la complessità: dalle evoluzioni normative sulla rendicontazione agli strumenti digitali, dalla comunicazione responsabile ai temi DEI, fino alla valutazione d'impatto.

Nel 2025 abbiamo registrato complessivamente **993 ore di formazione**, pari a circa 45 ore per persona. Un dato in crescita rispetto alle 710 ore del 2024, che conferma l'investimento costante sull'apprendimento come leva di sviluppo individuale e collettivo.



45
ore di formazione a testa

I percorsi hanno riguardato soprattutto i temi più vicini al nostro lavoro quotidiano: **sostenibilità e reporting, evoluzione normativa, stakeholder engagement, comunicazione ambientale e responsabile, parità di genere, inclusione, benessere organizzativo, intelligenza artificiale e strumenti digitali**. Accanto agli aggiornamenti più tecnici, abbiamo continuato a dedicare spazio anche alle dimensioni trasversali che rafforzano il modo in cui lavoriamo insieme: ascolto, collaborazione, linguaggio, capacità di facilitare processi e lettura degli impatti.

Anche nel 2025 abbiamo valorizzato lo scambio interno di conoscenze attraverso il format **“Di Amapoler in Amapoler”**, nato per mettere in circolo esperienze, strumenti e apprendimenti maturati dentro il gruppo. È un modo semplice ma efficace per riconoscere il valore dei saperi presenti in Amapola e trasformarli in patrimonio condiviso. Ne parliamo nel dettaglio nel capitolo dedicato ai progetti benefit.

Lavoro agile: fiducia e flessibilità

Il lavoro agile è ormai parte stabile del nostro modello organizzativo. In Amapola rappresenta uno strumento che permette di tenere insieme autonomia, responsabilità e continuità operativa, adattando il lavoro alle esigenze dei progetti e alle diverse situazioni personali.

Nel 2025 abbiamo totalizzato **933 giornate in smart working**, pari al 23% del totale dei giorni lavorativi. Un dato che conferma una modalità di lavoro consolidata, che richiede fiducia reciproca, chiarezza nella pianificazione e capacità di coordinamento tra le sedi e i team.



933

giornate in smart working

La **flessibilità** riguarda anche l'organizzazione degli orari, modulati in accordo con le proprie aree di lavoro e condivisi attraverso gli strumenti comuni di pianificazione. In questo modo, il lavoro agile rende l'organizzazione interna più consapevole: ogni attività viene strutturata in modo da garantire presenza, reperibilità, collaborazione e qualità dei risultati.

Accanto ai benefici organizzativi, questa modalità contribuisce anche a ridurre una parte degli spostamenti casa-lavoro, rafforzando il legame tra scelte di lavoro, benessere organizzativo e attenzione all'impronta ambientale quotidiana.

Parità di genere: la trama dell'equità

L'ottenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022, nel 2024, rappresenta una tappa importante del nostro percorso sulla **parità di genere** ma, soprattutto, una conferma per continuare nella giusta direzione. Il tema della parità ed equità di genere è sempre più integrato all'interno della filosofia aziendale di Amapola e attraversa i processi di selezione, la formazione, la comunicazione interna e il linguaggio, gli strumenti di welfare e il monitoraggio dei dati.

Dopo la partecipazione all'acceleratore **Target Gender Equality**, promosso dal Global Compact, e la sottoscrizione dei Women's Empowerment Principles, abbiamo continuato a lavorare sugli impegni definiti nel nostro Action Plan. È stato un passaggio importante che ha aiutato a tradurre principi e obiettivi in strumenti più concreti, da integrare progressivamente nella vita dell'organizzazione. Alcune azioni sono entrate nella pratica quotidiana, come l'introduzione del **blind CV** nei processi di selezione, il rafforzamento dei percorsi di **accompagnamento** per chi entra in Amapola, l'attivazione di permessi specifici per **caregiver**, l'analisi periodica delle **retribuzioni** e la **politica di zero tolleranza** verso molestie e comportamenti discriminatori.

A queste misure si affiancano **interventi già consolidati**, che continuano a sostenere l'equità e la conciliazione tra vita personale e lavoro: l'estensione dei congedi parentali oltre i limiti di legge,

inclusi affido e adozione, l'ampliamento del congedo di nascita da 10 a 30 giorni, la formazione interna su stereotipi e ingiustizie di genere, le indagini sul clima aziendale e il monitoraggio dei principali indicatori legati alla parità. Sono strumenti diversi, ma con un obiettivo comune: rendere più visibili fattori che possono generare squilibri, prevenire, quando possibile, e intervenire con maggiore consapevolezza.

Nel 2025 questo impegno ha trovato ulteriore espressione nel **Manifesto per un linguaggio ampio e rispettoso**, uno strumento

di consapevolezza e riflessione rispetto a come scegliamo le parole, dentro e fuori l'organizzazione. Per noi il linguaggio è uno strumento di relazione, riconoscimento e responsabilità. Conta nelle comunicazioni interne, nei testi che produciamo, nei percorsi con i clienti, nelle attività di formazione e nel modo in cui contribuiamo alla cultura della sostenibilità. Usare parole più attente significa creare spazi più accessibili, ridurre automatismi e rendere più coerente il nostro impegno verso inclusione e rispetto.



#comunità

Il filo delle relazioni

Nessun tessuto nasce da un solo filo. Per prendere forma, ha bisogno di fili diversi, punti di passaggio, tensioni che si incontrano e mani capaci di tenere insieme struttura e movimento.

È così anche per **l'impatto**: nessuna organizzazione lo genera da sola. Servono relazioni, alleanze, competenze condivise e comunità capaci di riconoscersi in un disegno comune.

Per Amapola, costruire e nutrire relazioni con le comunità di riferimento è parte essenziale del nostro modo di fare sostenibilità. Significa restare in ascolto dei territori, contribuire alla crescita culturale e sociale, sostenere reti e organizzazioni che condividono valori, responsabilità e visione.

Supplier e partner: una maglia locale e valoriale

Nella scelta **di fornitori, fornitrici e partner** non guardiamo solo alla qualità tecnica del servizio. Cerchiamo relazioni affidabili, coerenti con i nostri valori e capaci di contribuire, ciascuna con il proprio filo, alla qualità complessiva del nostro lavoro.



Privilegiamo l'eccellenza qualitativa, un buon rapporto qualità-prezzo e l'allineamento con i principi che orientano Amapola. Con ogni nuova realtà condividiamo il nostro Codice etico fin dal primo contatto, per rendere chiaro il telaio di responsabilità, trasparenza e correttezza su cui vogliamo costruire il rapporto.

Nel 2025 abbiamo collaborato con **255 fornitori e fornitrici, di cui 155 situati nei territori in cui operiamo, 81 nel resto d'Italia e 19 all'estero**. La distribuzione della spesa conferma una presenza significativa nei territori di riferimento: 35% in Lombardia, 31% in Piemonte, 23% nel resto d'Italia, 10,7% nell'Unione Europea e 0,3% in Paesi extra UE. Nel complesso, il 66% della spesa si concentra a livello locale.

155
situati nei territori
in cui operiamo

81
nel resto d'Italia

19
all'estero



255
fornitori e
fornitrici

Dal 2023 monitoriamo anche la soddisfazione di supplier e partner. È uno strumento semplice che ci aiuta ad ascoltare la qualità della relazione, individuare aree di miglioramento e rendere più solido l'intreccio professionale che sostiene i nostri progetti. Nel capitolo dedicato al benefit ne parliamo nel dettaglio.

Reti benefit: il valore dell'intreccio

La sostenibilità è fatta di relazioni. Per questo partecipare attivamente alle reti di cui siamo parte non è, per noi, un gesto formale di appartenenza, ma un modo concreto per condividere competenze, costruire iniziative comuni e moltiplicare l'impatto.

Nel 2025 abbiamo confermato la nostra presenza in alcune comunità, contribuendo a percorsi condivisi:



Con **Torino Social Impact** abbiamo proseguito il lavoro all'interno della comunità delle Società Benefit, anche attraverso Fit4Benefit, il percorso formativo partecipato che co-progettiamo dal 2023 insieme ad altre realtà. Abbiamo inoltre continuato a prendere parte alla comunità di pratica dedicata alla Parità di Genere.



In **Assobenefit**, l'associazione nazionale delle Società Benefit, nel 2025 è continuato il nostro impegno nel Comitato di Gestione del Networking, uno spazio di confronto dedicato allo scambio di esperienze, strumenti e buone pratiche tra imprese orientate al beneficio comune.

Essere parte di queste reti significa alimentare una trama più ampia: creare connessioni, sviluppare progettualità condivise, costruire partnership professionali durature e contribuire alla crescita del movimento benefit.

Oltre il territorio: competenze che circolano

La comunità, per Amapola, non coincide solo con i luoghi fisici in cui abbiamo le sedi. È fatta anche di **spazi professionali, eventi, tavoli di lavoro e occasioni di divulgazione** in cui mettiamo a disposizione tempo e competenze, spesso a titolo gratuito.

Nel 2025 abbiamo partecipato pro bono a **18 eventi e incontri pubblici** sui temi della sostenibilità.

Si tratta di occasioni preziose, in cui il nostro lavoro esce dal perimetro dei singoli progetti e diventa contributo culturale: un modo per far circolare conoscenze, rafforzare il dialogo tra mondi diversi e rendere più accessibili temi complessi.



04

Intreccio benefit

Le finalità di beneficio comune sono i fili che danno direzione al nostro modo di essere Società Benefit. Ogni anno le rendicontiamo per mostrare come gli impegni inseriti nello statuto prendono forma nelle attività, nei progetti, nelle relazioni e nei risultati raggiunti.

Nel 2025 abbiamo semplificato la struttura dei nostri obiettivi di beneficio comune, passando da undici a cinque. Non è cambiata la natura del nostro impegno: abbiamo scelto di eliminare alcune sovrapposizioni, accorpare obiettivi simili e rendere più leggibile il disegno complessivo. Un modo per mettere ordine nella matassa.

In questa sezione raccontiamo le attività realizzate per ciascuna finalità, mantenendo la lettura per aree di impatto: **#governance, #persone, #ambiente, #comunità**. Per ogni progetto sono riportati una breve presentazione, i numeri salienti del 2025 e una tabella di sintesi con l'obiettivo fissato, la verifica del suo raggiungimento e l'obiettivo per il 2026.

Per la prima volta, inseriamo una valutazione d'impatto sociale su un progetto: **Meet the CSR Leaders**, arrivato nel 2026 alla sua quinta edizione. Un passaggio importante per leggere con maggiore profondità gli effetti generati, andare oltre il semplice conteggio delle attività e comprendere meglio il valore prodotto per le persone coinvolte.



Le cinque finalità di beneficio comune oggi presenti nel nostro statuto sono:

1



Cultura della sostenibilità

Promuovere una cultura diffusa della sostenibilità, attraverso attività di divulgazione, formazione e sensibilizzazione.

2



Progetti per le nuove generazioni

Supportare ragazze, ragazzi e giovani professionisti/e nel percorso di formazione e orientamento verso le professioni della sostenibilità.

3



Un'Amapola responsabile verso persone e ambiente

Valorizzare il benessere delle persone, la qualità dell'ambiente di lavoro, la relazione con stakeholder e partner, promuovendo comportamenti e scelte sostenibili anche sul piano ambientale.

4



Cittadinanza attiva

Contribuire al benessere delle comunità locali attraverso progetti pro bono, consulenze alla microimprenditorialità e iniziative con enti e attori del territorio.

5



Valore con le partnership

Attivare sinergie con organizzazioni a impatto sociale per amplificare la portata e il valore delle nostre azioni.

I progetti benefit 2025

Cultura della sostenibilità



#comunità #persone

Promuovere la cultura della sostenibilità significa mettere in circolo conoscenze, linguaggi e strumenti. Nel 2025 abbiamo continuato a farlo attraverso contenuti editoriali, formazione gratuita, interventi pubblici e progetti di sensibilizzazione. Sono attività diverse, ma parte della stessa matassa: rendere la sostenibilità più comprensibile, accessibile e praticabile.

Talking Sustainability

Talking Sustainability, il magazine fondato nel 2014 e oggi presente sul nostro sito, ha continuato a essere uno dei nostri principali strumenti di divulgazione. Nel 2025 abbiamo pubblicato **67 articoli**, a cui si aggiungono **25 articoli pubblicati su canali non proprietari**.



Lo trovi qui

67

articoli
pubblicati

Voci | Parole senza barriere

La rubrica Voci continua a raccogliere storie e punti di vista su diritti, equità e giustizia sociale. Nel 2025 il progetto è proseguito con **3 puntate registrate**, di cui una pubblicata a inizio 2026, un ritmo un po' più lento rispetto agli obiettivi prefissati.

Abbiamo intervistato:

- **Mimma Caligaris** (Osservatorio Step, Comitato Pari Opportunità Fnsi) – Media e violenza di genere
- **Monica Cerutti** (Segretaria generale UN Women Italy) – Parità di genere e alleanza maschile
- **Serena Cecconi** (Fondatrice AbilityGarden) – Disabilità e mondo del lavoro



Vai alla
playlist

2.606

persone
raggiunte

Formazione pro bono sulla sostenibilità

Nel 2025 abbiamo realizzato **10 momenti formativi gratuiti**. Le attività hanno coinvolto complessivamente **720 studentesse, studenti, docenti e partecipanti**, confermando la formazione come uno degli strumenti principali con cui Amapola contribuisce alla diffusione della cultura della sostenibilità... e uno di quelli che ci piace di più!

Le formazioni realizzate hanno riguardato:

- **Energia in Energia** – All'interno della gara di scienze che coinvolge le scuole primarie e secondarie della provincia di Alessandria, abbiamo tenuto una formazione su comunicazione della sostenibilità rivolta a **18 insegnanti**, con ricaduta – attraverso laboratorio dedicato – su **300 alunne e alunni** coinvolti nel progetto. Nel 2025 siamo stati anche sponsor del progetto.
- **ITS Agroalimentare** – Tre incontri formativi dedicati alla sostenibilità e alle competenze green tipiche del nostro mestiere. **46 partecipanti**.
- **Università del Piemonte Orientale** – Incontro “Cambia il clima. E la comunicazione?”, con **30 partecipanti**.
- **Università di Bologna** – Formazione dedicata alla comunicazione ambientale e alle narrazioni della sostenibilità, con **180 partecipanti**.
- **Liceo Sobrero** – Incontro sul greenwashing e sulla comunicazione ambientale responsabile, con **84 studentesse e studenti**.
- **Università Politecnica delle Marche** – Formazione sul reporting di sostenibilità, con **22 partecipanti**.
- **Università di Genova** – Incontro con studentesse e studenti all'interno del Festival ASviS, sul tema del greenwashing. **15 persone partecipanti**.
- **Liceo Maxwell di Milano** – Incontro formativo sul linguaggio ampio e rispettoso in una prima liceo, con **25 studentesse e studenti**.

720

persone
coinvolte

Interventi pubblici pro bono

Abbiamo partecipato pro bono a **18 eventi e incontri pubblici** sui temi della sostenibilità: un bel numero! Tra le occasioni più rilevanti, **3 grandi eventi** in cui siamo stati partner tecnici, tra cui la **Tappa di Torino dell'Oscar di Bilancio**, il **Salone della CSR** con il progetto Meet the CSR Leaders e la partecipazione a 4 panel, il **Forum della Buona Comunicazione** organizzato da Ecomondo, FERPI, Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica.

18

 eventi

Rivivi il
Salone



Rivivi il Forum della
Buona Comunicazione

Sintesi obiettivi

Progetto	Obiettivo 2025	Verifica 2025	Obiettivo 2026
Talking Sustainability	Pubblicare almeno 60 articoli originali	Superato: 67 articoli + 25 su canali non proprietari	Almeno 60 articoli su magazine + 15 su canali non proprietari
Nuovo podcast	Inaugurare un nuovo podcast o una nuova stagione	Non raggiunto, lasciato indietro per motivi di tempo	Siamo attualmente al lavoro nel 2026 per una nuova stagione, stay tuned
Voci	Pubblicare almeno 4 nuove puntate	Parzialmente raggiunto per motivi di tempo: 75%	Pubblicare 3 nuove puntate
Formazione gratuita	Realizzare almeno 5 formazioni e coinvolgere 450 persone	Superato: 10 formazioni e 720 persone coinvolte	7 incontri formativi. Almeno 400 persone coinvolte
Interventi pubblici pro bono	Partecipare ad almeno 12 incontri	Superato: 18 eventi	Confermare almeno 14 interventi pro bono sui temi della sostenibilità



Progetti per le nuove generazioni

#persone #comunità

Le nuove generazioni sono uno dei fili più importanti del nostro percorso benefit: quello che ci proietta nel futuro. Lavorare con ragazze, ragazzi e giovani professionisti/e significa contribuire alla formazione delle competenze che serviranno alla sostenibilità di domani, ma anche ascoltare domande, aspettative e visioni che aiutano Amapola a restare aperta al cambiamento.

Meet the CSR Leaders

Meet the CSR Leaders si conferma un progetto centrale. Anche nel 2025 ha messo in dialogo giovani interessati alle professioni della sostenibilità con manager, consulenti e figure professionali del settore, all'interno della cornice della 13^a edizione del Salone della CSR e dell'innovazione sociale (8-9-10 ottobre 2025). Il progetto ha raggiunto in questa edizione **57 giovani e 22 leader**, e si è sviluppato con un panel dedicato a questi temi, realizzato in collaborazione con la rete CSR Natives.

Su questo progetto abbiamo portato avanti una valutazione d'impatto sociale con la metodologia SROI. È risultato che, **per ogni euro investito direttamente da Amapola, l'iniziativa ha generato un valore sociale monetizzato stimato pari a 0,6 euro.**

Il dato rappresenta una stima monetaria degli outcome più direttamente misurabili, ma **non l'intero valore dell'iniziativa**. Accanto al valore monetizzato, Meet the CSR Leaders genera infatti benefici qualitativi che completano la lettura dell'impatto: fiducia, motivazione, maggiore consapevolezza delle opportunità e delle difficoltà del settore, riduzione della distanza tra giovani e professionisti senior, rafforzamento di una comunità ESG/CSR più aperta e disponibilità alla restituzione da parte di chi già opera nel settore.

La forza di Meet the CSR Leaders sta proprio nella trama di effetti che riesce ad attivare: orienta, connette, genera consapevolezza, stimola primi passi concreti e crea dialogo tra generazioni.



Rivedi le
interviste

3

giorni di incontri

57

giovani

22

leaders

1

panel

La parola a chi ha partecipato:

Di seguito alcune delle risposte alla domanda “In poche parole, qual è il principale cambiamento che ti porti dietro da MTC SRL?”, estrapolate direttamente dai questionari sottoposti a leader e studenti:



Per intraprendere un percorso di carriera in ambito ESG non esiste un background accademico o professionale univoco.



La volontà di restituzione ai futuri esperti di CSR e sostenibilità di alcune mie esperienze che hanno caratterizzato crescita professionale e umana.



Il confronto che fa crescere il mentor.



La sostenibilità si impara.



Per approfondire metodologia, processo e risultati della Valutazione d’Impatto Sociale [Vedi l’appendice dedicata](#)

Sintesi obiettivi

Progetto	Obiettivo 2025	Verifica 2025	Obiettivo 2026
Meet the CSR Leaders	Coinvolgere 50 giovani	100%! 57 giovani 	Arrivare a 60 giovani
	Coinvolgere 30 leader	73%, coinvolte 22 persone tra professioniste e professionisti 	Arrivare a 25 leader coinvolti
	Organizzare 3 giorni di incontri	Fatto! 	Mantenere i 3 giorni di incontri
	Organizzare un panel al Salone su questo tema	Fatto! 	Portare l’esperienza di MTCL con un/a nostro/a speaker ad almeno 1 panel

Un'Amapola responsabile verso persone e ambiente



#persone #ambiente #governance

Questo obiettivo tiene insieme due dimensioni profondamente collegate: la qualità del clima aziendale e la responsabilità verso l'ambiente. Da un lato, il benessere delle persone, la valorizzazione del loro potenziale, la crescita delle competenze, l'ascolto interno, la cura dei processi, l'attenzione e la responsabilità verso l'ecosistema di fornitori e fornitrici di servizi che collabora fianco a fianco con noi. Dall'altro, l'attenzione ai comportamenti quotidiani, ai consumi, alle scelte operative e alla misurazione degli impatti.

Nel 2025 abbiamo dedicato a questo obiettivo **232 ore benefit**, intrecciando formazione interna, percorsi DEI, momenti di ascolto, team building, relazione con supplier e partner e pratiche ambientali.

Formazione di Amapoler in Amapoler

La formazione orizzontale è uno degli strumenti con cui facciamo circolare competenze dentro Amapola. Nel 2025 l'obiettivo era realizzare 5 incontri di **Formazione di Amapoler in Amapoler**: ne abbiamo realizzati **6**, superando il target previsto. I temi affrontati sono stati: linguaggio ampio e rispettoso e presentazione del relativo Manifesto; Action Plan per la parità di genere; violenza di genere e imprese; nozioni di public speaking; comunicazione di crisi; strumenti e strategie di digital marketing.

6
formazioni
orizzontali
interne

Formazione sulle relazioni di genere

Nel 2025 è proseguito anche il percorso avviato con l'associazione **Human Art**, dedicato ai temi delle relazioni tra generi, degli stereotipi, dell'equità. È un lavoro che portiamo avanti da tre anni e che continua a rappresentare uno spazio importante di consapevolezza e confronto.

Durante l'ultima formazione siamo partiti dalle parole che usiamo e da ciò che rappresentano. È giusto parlare di parità? O forse sarebbe meglio parlare di equità? O ancora, di giustizia? Da queste domande è nato un confronto profondo su ciò che ancora ostacola la libertà di espressione, le relazioni autentiche e la cittadinanza piena come persone. Abbiamo lavorato sugli stereotipi e sulle generalizzazioni che, spesso senza accorgercene, sono alla base di discriminazioni che impediscono di realizzarci come esseri umani.

3
ore di
formazione su
equità di genere

Sintesi obiettivi

Progetto	Obiettivo 2025	Verifica 2025	Obiettivo 2026
Formazione di Amapoler in Amapoler	Realizzare almeno 5 momenti di formazione orizzontale	Superato: 6 incontri realizzati	5 incontri annuali
Formazione personale	Fare almeno 30 ore di formazione a persona	Superato: 45 ore	Possiamo darci un obiettivo più sfidante: almeno 40 ore di formazione a testa
Formazione DEI e benessere	Rendere strutturale la formazione con almeno un ciclo annuale	Raggiunto: percorso con Human Art su genere, stereotipi e violenza di genere	Proseguire il percorso annuale

Ascolto interno

Come ogni anno, anche nel 2025 abbiamo riproposto la survey interna di clima, strumento indispensabile per misurare la temperatura interna e monitorare benessere, equilibrio vita-lavoro, processi, comunicazione interna e coinvolgimento nelle attività benefit. Abbiamo raccolto 19 risposte (su 21 persone coinvolte). Il quadro emerso è complessivamente positivo: il **100% delle persone rispondenti consiglierebbe Amapola come posto di lavoro**. Le relazioni interne e l'ambiente di lavoro si confermano punti di forza, entrambi con una media di **6,3 su 7**; molto positivo anche il giudizio sullo smart working, pari a **6,5 su 7**, e sull'equilibrio vita-lavoro, pari a **6 su 7**. La fiducia nel Consiglio direttivo raggiunge **6,4 su 7**. Restano da rafforzare alcuni fili dell'organizzazione interna: strutture e processi formali, valutati **4,9 su 7**, comunicazione interna, pari a **5,3 su 7**, e coinvolgimento nelle attività benefit, pari a **5,5 su 7**. Sono ambiti su cui continueremo a lavorare, per rendere più chiari i passaggi, più condivise le decisioni e più visibile il percorso benefit durante l'anno.

Parità di genere

Anche sul fronte della percezione della parità di genere abbiamo sottoposto a colleghe e colleghi un questionario, a cui hanno risposto in 18. I risultati confermano un clima molto positivo: tutte le persone rispondenti dichiarano di non aver mai riscontrato o assistito a situazioni di discriminazione legate al genere, né a episodi di molestie di genere. La percezione di equità è alta in tutte le aree indagate: il **100%** ritiene che nei processi di selezione siano garantite pari opportunità; le opportunità di formazione e sviluppo professionale ottengono una media di **6,8 su 7** e la possibilità di avanzare nella carriera senza distinzioni di genere raggiunge **6,9 su 7**. Sono positive anche le valutazioni sulla governance del tema: strategia per la parità di genere **6,4 su 7**, ruolo del Consiglio direttivo **6,6 su 7**, Comitato Parità di Genere **6,7 su 7**. Restano da presidiare la conoscenza di alcuni strumenti già attivi: **10 persone su 18** sanno che Amapola verifica ogni anno l'assenza di gender pay gap e conoscono il bonus caregiver. Dai suggerimenti emerge la richiesta di proseguire la formazione, anche su bias, molestie e altre dimensioni della diversità.

Sintesi obiettivi

Progetto	Obiettivo 2025	Verifica 2025	Obiettivo 2026
Survey interna di clima	Riproporre la survey di soddisfazione interna	Raggiunto: 19 risposte raccolte; quadro positivo	Restituire i risultati e definire azioni di miglioramento; aggiornare la survey
Survey parità di genere	Monitorare la percezione interna della parità di genere	Raggiunto: 18 risposte raccolte; nessuna discriminazione o molestia segnalata	Proseguire monitoraggio e formazione su bias, molestie e diversità

Allineamenti benefit e team building

In un’ottica di allineamento e confronto, nel 2025 abbiamo organizzato **2 Alle Zusammen benefit**, uno a luglio e uno a dicembre, per condividere avanzamenti, obiettivi e direzione del percorso benefit.

La giornata di **team building** nel 2025 si è svolta a Milano (essendo su tre sedi, cerchiamo sempre di alternare). Al mattino abbiamo seguito le tracce di Leonardo da Vinci in una caccia al tesoro tra indizi, intuizioni e luoghi della città, con l’organizzazione di Dramatrà – città in scena. Nel pomeriggio ci siamo messi alla prova con un gioco di gruppo in cui ogni scelta contava. Una giornata che ci ha ricordato come competizione sana e collaborazione autentica possano convivere e generare energie positive per il gruppo.

Sintesi obiettivi

Progetto	Obiettivo 2025	Verifica 2025	Obiettivo 2026
Alle Zusammen benefit	Realizzare almeno 2 momenti di raccordo benefit	Raggiunto: 2 momenti, a luglio e dicembre	Mantenere i 2 momenti annuali di aggiornamento
Team building	Organizzare un team building esperienziale	Raggiunto: 1 giornata a Milano	Confermare almeno 1 giornata annuale

Accoglienza delle nuove persone

Nel 2025 abbiamo aggiornato il manuale per le nuove persone in ingresso, il nostro **Welcome kit**. È uno strumento operativo, ma anche culturale: aiuta a orientarsi, comprendere processi, abitudini e valori, e rende più chiaro il primo tratto del percorso in Amapola. E va sempre nutrito.

Relazioni di valore: la voce di supplier e partner

Accanto all'impegno interno per costruire un ambiente di lavoro positivo, apriamo la riflessione anche all'esterno, coinvolgendo supplier e partner. Anche questa rete fa parte del nostro telaio: sostiene i progetti, porta competenze specifiche e contribuisce alla qualità del lavoro che realizziamo.

Nel 2025 abbiamo inviato la survey a **38 supplier e partner attivi**, raccogliendo **29 risposte**, con un tasso di partecipazione pari al **76,3%**, superiore all'obiettivo fissato.

Il 100% delle persone rispondenti raccomanderebbe Amapola per collaborazioni o forniture ad altre realtà o professionisti. È alta anche la conoscenza del nostro impegno come Società Benefit: 26 persone su 29 dichiarano di conoscerlo. Restano invece da rendere più visibili le nostre certificazioni e i riconoscimenti esterni, conosciuti in modo pieno da **11 persone su 29**.

Le valutazioni operative confermano una relazione positiva: risultano particolarmente apprezzate la comunicazione con l'account di riferimento, la chiarezza dei brief e il rapporto con l'amministrazione. Le aree da presidiare riguardano soprattutto le procedure amministrative. Un dato utile per il futuro riguarda l'interesse a partecipare ai nostri progetti benefit: **17 persone su 29** si dichiarano disponibili a collaborare. È un segnale importante, perché mostra come la relazione con supplier e partner possa diventare parte attiva dell'intreccio benefit di Amapola.



Sintesi obiettivi

Progetto	Obiettivo 2025	Verifica 2025	Obiettivo 2026
Survey supplier e partner	Avere un tasso di risposta di almeno il 60%	Superato: 29 risposte su 38 invii, pari al 76,3%	Mantenere un tasso di risposta almeno pari al 60%
	Mantenere buoni risultati e monitorare	Raggiunto: 100% di raccomandazione; da presidiare tempi di pagamento e procedure	Restituire i risultati e definire azioni di miglioramento
Sensibilizzazione	Rafforzare la conoscenza di parità di genere e Codice etico	Parzialmente raggiunto: buona conoscenza dell'impegno benefit, meno delle certificazioni	Rendere più visibili Codice etico, certificazioni e impegni ESG: almeno 1 invio di comunicazioni dedicate
Progetti benefit	Coinvolgere 1 supplier o partner in un progetto benefit	In corso nel 2026	Attivare almeno 1 collaborazione concreta

Ambiente e pratiche sostenibili

Ridurre il nostro impatto, evitando sprechi e consumi superflui, resta una priorità quotidiana.

Nel capitolo dedicato all’#ambiente riportiamo i dati relativi a consumi energetici, trasporti e utilizzo delle risorse.

Nel 2025 abbiamo confermato la **medaglia Silver EcoVadis**, mantenendo un riconoscimento importante sul nostro impegno in materia di ambiente, etica, diritti umani e acquisti sostenibili. Il Silver nel 2026 si è trasformato in **Platinum**: un risultato che ci rende davvero orgogliosi.

Nel lavoro di tutti i giorni seguiamo le linee guida contenute nella **policy interna sulle pratiche sostenibili**: riduciamo i consumi di energia e acqua, prestiamo attenzione nell’uso dei nostri device, utilizziamo stoviglie riutilizzabili e dispositivi a basso consumo, scegliamo materiali riciclabili o compostabili e prediligiamo acquisti responsabili. Alle policy si accompagnano sempre istruzioni pratiche e momenti di allineamento.

Restano da completare alcuni obiettivi: ridurre e monitorare in modo più puntuale la stampa di documenti, calcolare l’impatto ambientale del nuovo sito web e verificare il passaggio a un’offerta elettrica da fonte rinnovabile.

Sintesi obiettivi

Progetto	Obiettivo 2025	Verifica 2025	Obiettivo 2026
Gestionale e reportistica	Integrare ulteriori strumenti di reportistica	Fatto	Gestione commesse, trasferte e personale molto più integrata su gestionale
EcoVadis	Mantenere o migliorare la valutazione Silver	Raggiunto: medaglia Silver confermata e raggiungimento Platinum nel 2026	Mantenere il livello e lavorare sulle aree di miglioramento
Monitoraggio ambientale	Mantenere aggiornato il monitoraggio dei dati ambientali e degli spostamenti casa-ufficio	Fatto: vd. capitolo #ambiente	Rafforzare raccolta dati e monitoraggio
Cultura ambientale interna	Promuovere almeno un momento di formazione o sensibilizzazione collettiva	75%, fatto non in presenza ma attraverso la condivisione di materiali didattici	Aggiornare gli strumenti e condividere ulteriori materiali
Sito web	Calcolare l'impatto ambientale del nuovo sito Amapola	Non completato, per ragioni organizzative	Calcolare l'impatto del sito e individuare azioni di riduzione
Pratiche ambientali interne	Ridurre la stampa	Parzialmente raggiunto; 60%	Continuare sensibilizzazione e monitoraggio
	Verificare la fornitura elettrica rinnovabile	Da fare, non fatto per ragioni organizzative	Confermare il passaggio a nuova fornitura



Cittadinanza attiva

#comunità #persone

Per noi cittadinanza attiva significa mettere tempo e competenze a disposizione dei territori e delle comunità, attraverso la collaborazione e il sostegno al terzo settore, a progetti orientati al bene comune e a piccole realtà imprenditoriali. È un modo concreto per restituire valore, sostenere realtà locali e contribuire a progetti che generano impatto sociale.

Supporto a microrealtà imprenditoriali

Nel 2025 abbiamo proseguito con il sostegno a microrealtà imprenditoriali e cooperative sociali presenti sui nostri territori, mettendo a disposizione pro bono le nostre competenze in ambito di comunicazione e sostenibilità. In totale abbiamo dedicato a queste attività **50 ore**.

Una parte del lavoro ha riguardato **Wanda La Filosa**, artigiana che realizza piccole creazioni fatte a mano con materiali di recupero, in particolare miniature di negozi e abitazioni. L'abbiamo affiancata in un percorso di crescita del brand, con l'obiettivo di rafforzarne riconoscibilità e posizionamento, attraverso attività di comunicazione e la produzione di contenuti video e fotografici.

È proseguita anche la collaborazione con **Idee in Fuga**, cooperativa nata ad Alessandria per promuovere percorsi di formazione e lavoro all'interno delle carceri alessandrine. Lavoriamo con questa realtà da tre anni e nel 2025 abbiamo curato i testi del loro **Bilancio Sociale**: uno strumento importante per raccontare con chiarezza il valore generato, le attività realizzate e l'impatto di una realtà del Terzo Settore radicata nel territorio.



50

ore pro bono

Volontariato aziendale

Nel 2025 abbiamo confermato l'impegno sul volontariato aziendale, con una giornata dedicata per le persone di Amapola. L'attività si è svolta a Torino insieme a **Gruppo Arco**, cooperativa che da oltre trent'anni sostiene le persone più fragili della comunità attraverso servizi, percorsi educativi, attività sociali e occasioni di inclusione.

Abbiamo trascorso la giornata nel laboratorio di falegnameria della cooperativa, dove abbiamo carteggiato e dipinto piccoli doni di Natale. Un gesto semplice, che insieme alla visita della sede e al pranzo condiviso, ci ha permesso di avvicinarci al lavoro quotidiano di Gruppo Arco e alle storie che attraversano le sue strutture.



Sostegno al Terzo Settore

Nel 2025 abbiamo sostenuto diverse realtà del Terzo Settore e iniziative territoriali, attraverso donazioni, attività pro bono e accompagnamento progettuale. In totale, Amapola ha effettuato **donazioni per 2.250 euro** a favore di **Associazione Ideale**, per il progetto Energia in Energia, **LILT Alessandria** e **Dopolavoro Ferroviario Alessandria-Asti**.

Abbiamo sostenuto **Energia in Energia**, progetto educativo nato anni fa su iniziativa dell'Associazione Ideale, fondazione legata ai nostri partner di 3i group. Il percorso promuove tra bambine, bambini, ragazze e ragazzi una maggiore consapevolezza sui temi dell'energia, dell'ambiente e della sostenibilità, attraverso attività formative e laboratoriali. Ne abbiamo già parlato nel nostro obiettivo dedicato alla cultura della sostenibilità.

Abbiamo inoltre contribuito al progetto **Battilo sul tempo**, promosso da **LILT Alessandria** per la diagnosi precoce del tumore al polmone. L'iniziativa ha l'obiettivo di offrire una TAC spirale a basso dosaggio a circa 1.000 cittadini forti fumatori ed ex forti fumatori, favorendo prevenzione e accesso tempestivo agli screening. Il sostegno è stato accompagnato da un momento interno di racconto del progetto e di sensibilizzazione sul tema del fumo e della

prevenzione, curato dal Presidente di LILT Alessandria Aldo Alpa.

A livello territoriale, abbiamo sostenuto anche la **Festa dello Sport** organizzata dal **Dopolavoro Ferroviario Alessandria-Asti**: due giornate gratuite dedicate allo sport, con esibizioni, prove di diverse discipline, gare di roller cross e attività aperte a tutte le età, realizzate con il coinvolgimento di numerose associazioni.

Nel corso dell'anno abbiamo seguito anche un'iniziativa di **riqualificazione di un parco cittadino** ad Alessandria, realizzata da una classe dell'Istituto Comprensivo "Sibilla Aleramo", all'interno del più ampio progetto "Noi per la casa". In questo percorso abbiamo realizzato laboratori volontari di educazione ambientale con la classe, contribuendo a rafforzare il legame tra scuola, territorio, cura degli spazi comuni e Agenda 2030.

Infine, la collaborazione con **Gruppo Arco**, avviata con la giornata di volontariato aziendale a Torino, proseguirà nel 2026 con il supporto alla redazione del Bilancio Sociale. È un passaggio che dà continuità alla relazione e ci permette di mettere a disposizione competenze di rendicontazione a favore di una realtà che ogni giorno lavora per generare impatto sociale.

Sintesi obiettivi

Progetto	Obiettivo 2025	Verifica 2025	Obiettivo 2026
Microrealtà imprenditoriali	Dedicare almeno 60 ore di consulenza gratuita	80% - abbiamo dedicato circa 50 ore	Confermare almeno 50 ore pro bono a supporto
Volontariato aziendale	Realizzare 1 giornata di volontariato per persona	Raggiunto: giornata di volontariato aziendale con Gruppo Arco a Torino	Confermare 1 giornata di volontariato aziendale per persona
Supporto al Terzo Settore e al territorio	Attivare almeno 1 collaborazione con realtà del Terzo Settore	Superato: collaborazioni e sostegni attivati con 3 associazioni	Occuparci di almeno 2 progetti benefit per il terzo settore

Valore con le partnership



#governance #comunità

Le partnership sono uno dei modi con cui Amapola amplia il proprio impatto. Collaborare con reti, associazioni e organizzazioni orientate al beneficio comune permette di mettere in comune competenze, costruire occasioni di confronto e generare valore oltre il perimetro della società.

Assobenefit

Nel 2025 abbiamo continuato a contribuire alle attività di Assobenefit partecipando attivamente al Comitato di gestione del networking, in particolare attraverso il progetto **Passione per l'impatto**, che nell'anno passato è continuato con un incontro online con **39 partecipanti**.

Torino Social Impact

Nel 2025 abbiamo proseguito il nostro impegno in **Torino Social Impact**, partecipando alle comunità di pratica dedicate alle **Società Benefit** e alla **parità di genere**.

Nella comunità delle Società Benefit, Amapola è tra le realtà che hanno contribuito alla nascita del gruppo e continua a collaborare alla progettazione del percorso, dei contenuti e dei momenti di confronto. Nel 2025 abbiamo realizzato un incontro in presenza con **Synesthesia** sul tema della comunicazione benefit e avviato la co-progettazione delle attività 2026.

All'interno della comunità sulla parità di genere, a novembre 2025 abbiamo co-progettato un incontro dedicato al **ruolo delle imprese nella prevenzione e nel contrasto della violenza di genere**, curando in particolare la parte laboratoriale.

Sintesi obiettivi

Progetto	Obiettivo 2025	Verifica 2025	Obiettivo 2026
Assobenefit	Contribuire ad almeno 1 progetto associativo, partecipando alle attività del Comitato networking	Raggiunto: partecipazione attiva al Comitato networking e prosecuzione del progetto Passione per l'impatto.	In valutazione
Torino Social Impact – Comunità Società Benefit	Partecipare attivamente alla comunità di pratica e contribuire alla progettazione del percorso	Raggiunto: Amapola ha collaborato alla progettazione delle attività, realizzato 1 incontro in presenza con Synesthesia sulla comunicazione benefit e avviato la co-progettazione 2026	Proseguire la co-progettazione e contribuire alla realizzazione del percorso 2026
Torino Social Impact – Comunità parità di genere	Partecipare alla comunità di pratica sulla parità di genere	Raggiunto: co-progettazione di 1 incontro sul ruolo delle imprese nella prevenzione e nel contrasto della violenza di genere, con cura della parte laboratoriale	Proseguire il contributo alla comunità di pratica e valutare nuove iniziative su DEI, parità di genere e cultura organizzativa

Appendice

dati VSME

Informativa generale

Informazioni necessarie per la taggatura XBRL	
Nome azienda	Amapola S.r.l. Società Benefit
ID azienda	CF: 02083080164
P. IVA	10683390156
Valuta dei valori monetari nel report	EUR
Anno di inizio	2025
Mese di inizio	Gennaio
Giorno di inizio	1
Data iniziale del periodo di rendicontazione	01-01-2025
Anno di fine	2025
Mese di fine	Dicembre
Giorno di fine	31
Data finale del periodo di rendicontazione	31-12-2025

B1 - Basi per la preparazione

Dichiarare la scelta del tipo di modello di report	Basic + Comprehensive
Dichiarare l'eventuale omissione di divulgazioni per contenuti ritenuti sensibili, indicando la divulgazione	Nessuna omissione
Dichiarare se il report viene redatto su base individuale o su base consolidata	Individuale
Forma giuridica	Società a responsabilità limitata - Società Benefit
Codice di classificazione settoriale NACE	70.21 (ATECO)
Totale attivo patrimoniale (euro)	1.408.716,09
Fatturato (euro)	1.784.000,00
Numero di dipendenti	13*
Paese in cui sono svolte le attività principali e posizione degli asset primari	Italia
Descrivere eventuali certificazioni o etichette di sostenibilità ottenute	ISO 9001 UNI/PdR 125:2022 Platinum medal EcoVadis

* Ai fini della compilazione dell'Appendice dei contenuti VSME, le informazioni relative alla forza lavoro includono esclusivamente i dipendenti di Amapola, intesi come persone con contratto di lavoro subordinato, pari a 13 nel 2025. Il perimetro richiesto dal VSME non comprende quindi le altre persone che collaborano stabilmente con Amapola e che, come descritto nei testi del Report, portano il totale complessivo del gruppo a 22 persone nel 2025. Le 9 persone non incluse nei conteggi delle tabelle B1, B8 e B10 sono così suddivise: 1 amministratrice, 6 professioniste e professionisti con partita IVA e 2 tirocinanti.

B1 - Lista dei siti				
Riga ID	Indirizzo	Codice postale	Città	Paese
1	Via Francesco Brioschi, 33	20136	Milano	Italia
2	Via Ettore Perrone, 16	10122	Torino	Italia
3	Via Palermo, 7	15121	Alessandria	Italia
B1 - Certificazioni ed etichette di sostenibilità				
L'azienda ha ottenuto certificazioni o etichette correlate alla sostenibilità?		Sì		
Descrizione delle certificazioni o etichette ottenute		Cap. 3 – Par. #governance – Le nostre certificazioni		
B2 - Pratiche, politiche e iniziative future verso un’economia più sostenibile				
L'azienda ha messo in atto specifiche pratiche, politiche o iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile?		Sì		
L'azienda possiede politiche o iniziative future pubblicamente disponibili		Sì - Le nostre policy - Amapola		
L’azienda ha definito obiettivi legati alle politiche		Approfondimento sugli obiettivi benefit nel Cap. 4 – Par. I progetti benefit 2025		

Problemi di sostenibilità trattati da politiche o iniziative future

Cambiamento climatico	No
Inquinamento	No
Acqua e risorse marine	Sì
Biodiversità ed ecosistemi	No
Economia circolare	Sì
Forza lavoro propria	Sì
Lavoratori nella catena del valore	Sì
Comunità coinvolte	Sì
Consumatori e utilizzatori finali	Sì
Condotta di business	Sì

C1 - Strategia, modello di business e sostenibilità

Descrizione dei gruppi di prodotti o servizi primari offerti	Cap 1 – Par. Chi siamo, Gli strumenti del telaio – I nostri servizi
Descrizione dei mercati primari in cui l'azienda opera	
Descrizione delle principali relazioni (fornitori, clienti, canali di distribuzione)	

C1 - Strategia, modello di business e sostenibilità

La strategia contiene elementi chiave relativi a problemi di sostenibilità?	Sì
Descrizione degli elementi chiave relativi a problemi di sostenibilità	Cap. 2 – Il senso della trama

C2 - Descrizione di pratiche, politiche e iniziative future verso un'economia più sostenibile

Descrizione relativa di pratiche, politiche e iniziative future verso un'economia più sostenibile	Cap. 3 – I fili dell'impatto Cap. 4 – Intreccio benefit
Descrizione degli obiettivi legati alle politiche	Approfondimento sugli obiettivi benefit nel Cap. 4 – Par. I progetti benefit 2025
Responsabile dell'implementazione e del controllo di pratiche, politiche e iniziative	Consiglio direttivo e Consiglio d'impatto

Ambiente

B3 - Consumo totale di energia	
Consumo totale di energia (MWh)	15,2
B3 - Classificazione del consumo energetico	
L'azienda possiede le informazioni necessarie per fornire uno spaccettamento del consumo energetico?	Sì
Consumo di energia elettrica da fonti rinnovabili (MWh)	0
Consumo di energia elettrica da fonti non rinnovabili (MWh)	5,3
Totale consumo energia elettrica (MWh)	5,3
Energia elettrica auto-generata da fonti rinnovabili (MWh)	0
Energia elettrica auto-generata da fonti non rinnovabili (MWh)	0
Totale energia elettrica auto-generata	0
Consumo di combustibili fossili (MWh)	9,9
Consumo di combustibili da fonti rinnovabili (MWh)	0
Totale consumo di combustibili (MWh)	9,9

B3 - Stima delle emissioni GHG secondo il GHG Protocol vers. 2024

Stima emissioni GHG Scope 1 (tCO ₂ e)	1,8
Stima emissioni GHG Scope 2 location-based (tCO ₂ e)	1,1
Totale emissioni GHG Scope 1 e 2 location-based (tCO ₂ e)	2,9

B3 - Emissioni GHG Scope 3

L'azienda dichiara le informazioni sulle emissioni GHG Scope 3 (tCO ₂ e)?	No
--	----

B3 - Intensità delle emissioni GHG in base al fatturato

Intensità emissioni GHG Scope 1 e 2 location-based (tCO ₂ e)	0
---	---

B4 - Inquinamento di aria, acqua e suolo

L'azienda è obbligata dalla legge o altre normative nazionali a dichiarare alle autorità competenti le emissioni di inquinanti o lo fa volontariamente sulla base di un Sistema di Gestione Ambientale?	No
---	----

B5 - Siti in aree sensibili per la biodiversità

L'azienda possiede siti all'interno o in prossimità di aree sensibili per la biodiversità?	No
--	----

B6 - Prelievo idrico

Totale prelievo idrico (m³)	N/A - In quanto società di servizi, i consumi idrici dell'azienda sono estremamente contenuti e riconducibili ai soli usi civili e igienico-sanitari degli uffici. Il dato non è tracciato puntualmente poiché i tre uffici sono situati all'interno di condomini con contabilizzazione centralizzata; inoltre, uno degli uffici è condiviso con un'altra società.
Prelievo idrico in aree soggette a forte stress idrico (m³)	0

B7 - Rifiuti generati

Totale rifiuti generati (kg)	N/A - In quanto società di servizi, l'azienda genera una quantità di rifiuti estremamente marginale, riconducibile alle ordinarie attività d'ufficio. I rifiuti vengono conferiti nei contenitori dedicati, ma non sono oggetto di tracciamento puntuale né di misurazione separata; inoltre, uno degli uffici è condiviso con un'altra società, rendendo il dato non attribuibile in modo attendibile alla sola azienda.
Totale rifiuti pericolosi generati (kg)	
Totale rifiuti non pericolosi generati (kg)	

B7 - Principi di economia circolare

L'azienda adotta principi di economia circolare?	Sì
Descrizione di come vengono applicati questi principi	Cap. 3 – Par. #ambiente - Routine sostenibili: piccole scelte, stesso disegno

Sociale**B8 - Informazioni generali**

Totale dipendenti a tempo indeterminato	13
Totale dipendenti a tempo determinato	0
Totale dipendenti uomini	1
Totale dipendenti donne	12
Numero di dipendenti che hanno lasciato l'azienda durante il periodo di rendicontazione	0
Numero di dipendenti all'inizio del periodo di rendicontazione	10
Numero di dipendenti al termine del periodo di rendicontazione	13
Tasso di turnover	0%

B8 - Paese di occupazione	
L'azienda opera in più Paesi?	No
B9 - Infortuni e incidenti	
Numero di infortuni registrati durante il periodo di rendicontazione	0
Tasso di infortuni registrati	0
Numero di decessi legati a infortuni sul lavoro o malattie legate al lavoro	0
B10 - Contratti e retribuzione	
Dichiarare se i dipendenti percepiscono una retribuzione pari o superiore al salario minimo applicabile nel Paese di riferimento, determinato direttamente dalla legge nazionale sul salario minimo o da un contratto collettivo di lavoro	Sì, a tutti i dipendenti si applica il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro di riferimento, che definisce i livelli retributivi minimi applicabili.
Percentuale di differenza retributiva di genere tra i propri dipendenti	-0,17%
Numero di dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro	13
Percentuale di dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro	100%

B10 - Formazione

Numero medio di ore annuali di formazione per dipendente (uomini)	N/D - Il dato relativo al numero medio di ore di formazione non è attualmente disponibile con distinzione per genere, poiché il sistema di monitoraggio adottato non consente di estrapolare l'informazione in forma disaggregata. Le attività formative comprendono formazione esterna gratuita, scelta autonomamente dalle persone; formazione esterna a pagamento, selezionata individualmente nell'ambito del budget formativo annuale; e formazione interna, rivolta a tutta la popolazione aziendale. Per la formazione interna, le ore erogate risultano equivalenti per uomini e donne.
Numero medio di ore annuali di formazione per dipendente (donne)	
Numero medio di ore annuali di formazione per dipendente (inclusendo lavoratori autonomi e tirocinanti)	45

C5 - Ulteriori caratteristiche della forza lavoro

Numero di dipendenti uomini a livello dirigenziale	N/A - L'azienda non presenta figure inquadrare come dirigenti all'interno del proprio organico.
Numero di dipendenti donne a livello dirigenziale	
Rapporto di genere a livello dirigenziale nel periodo di rendicontazione	

C6 - Politiche sui diritti umani

Comunicare se si possiede una politica sui diritti umani o un codice di condotta per i dipendenti. Se sì dichiarare se comprende:

Lavoro minorile

Lavoro forzato

Traffico di esseri umani

Discriminazione

Comunicare se si possiede un meccanismo di gestione dei reclami dei propri dipendenti

L'azienda ha sottoscritto il Manifesto "[Imprese per le persone e la società](#)" di UN Global Compact

Sì (Codice etico e policy sulla parità di genere)

Sì

C7 - Gravi incidenti riguardanti i diritti umani

Comunicare se ci sono incidenti confermati della propria forza lavoro in tema di:

Lavoro minorile

Lavoro forzato

Traffico di esseri umani

Discriminazione

Altro (se sì specificare)

Descrivere le azioni intraprese per risolvere questi incidenti

L'azienda è a conoscenza di eventuali incidenti confermati che coinvolgano lavoratori della catena del valore, comunità interessate, consumatori ed utilizzatori finali?

Specificare eventuali incidenti confermati che coinvolgano lavoratori della catena del valore, comunità interessate, consumatori ed utilizzatori finali

No

No

No

No

No

N/A

No

N/A

B11 - Condanne e sanzioni

Numero di condanne per violazione di leggi anti-corruzione e anti-concussione	0
Ammontare delle sanzioni per violazioni di leggi anti-corruzione e anti-concussione	0

C8 - Esclusione dai benchmark di riferimento UE

1% o più dei ricavi provenienti dall'esplorazione, estrazione, distribuzione mineraria o dalla raffinazione di carbone duro e lignite	No
10% o più dei ricavi provenienti dall'esplorazione, estrazione, distribuzione o raffinazione di combustibili petroliferi	No
50% o più dei ricavi provenienti dall'esplorazione, estrazione, produzione o distribuzione di gas combustibili	No
50% o più dei ricavi provenienti dalla generazione di elettricità con un'intensità GHG superiore a 100g di CO ₂ e per kWh	No
Nessuna delle precedenti	Sì
L'azienda è esclusa dai benchmark UE in linea con gli Accordi di Parigi	No

C8 - Ricavi da determinate attività

L'azienda registra ricavi derivanti da una delle attività di cui sotto?	No
Ricavi derivanti da armi controverse (mine anti-uomo, munizioni a grappolo, armi chimiche e biologiche)	0
Ricavi derivanti dalla coltivazione e produzione di tabacco	0
Ricavi derivanti dal carbone	0
Ricavi derivanti dal petrolio	0
Ricavi derivanti dal gas	0
Ricavi totali derivanti dal settore dei combustibili fossili (carbone, petrolio e gas) (vedere Art. 2 comma 62 del Regolamento 1999/2018/UE)	0
Ricavi derivati dalla produzione chimica	0

C9 - Rapporto di diversità di genere nel CdA

L'azienda possiede un organo di governance?	Sì
Numero dei membri donne del CdA*	3
Numero dei membri uomini del CdA	3
Rapporto di diversità di genere nel CdA	0

* per le informazioni relative all'organo di governance in Amapola teniamo in considerazione il Consiglio di amministrazione e il Consiglio direttivo.

Appendice

Meet the CSR Leaders

Misurare il valore del dialogo tra generazioni

A conferma dell'impegno che Amapola ha da sempre nel fare evolvere la propria sostenibilità, abbiamo scelto di applicare una Valutazione d'Impatto Sociale, integrata con il metodo SROI, all'edizione 2025 di **Meet the CSR Leaders**, il progetto nato per avvicinare giovani generazioni e professioniste e professionisti della sostenibilità.

L'iniziativa si svolge all'interno del Salone della CSR e dell'innovazione sociale e nasce nel 2022 da un bisogno concreto: rendere più accessibili e comprensibili le professioni della sostenibilità a chi si sta formando o sta muovendo i primi passi nel mondo del lavoro. Il settore ESG e CSR offre molte opportunità, ma non sempre è facile orientarsi tra ruoli, competenze richieste, percorsi di ingresso e traiettorie professionali possibili. Meet the CSR Leaders risponde a questo bisogno creando occasioni di confronto diretto con figure senior, attraverso colloqui individuali e momenti di dialogo personalizzato.

Gli obiettivi dell'iniziativa sono tre:

1. aiutare studenti, studentesse e giovani professionisti e professioniste a orientare il proprio percorso formativo e professionale;
2. mettere in dialogo generazioni diverse;
3. contribuire a costruire una comunità professionale della sostenibilità più aperta, accessibile e intergenerazionale.


57

Giovani partecipanti


22

CSR Leader coinvolti


58

Colloqui realizzati


39

 giovani
Risposte ai
questionari "a caldo"
e di follow up

29

 leader
Risposte ai questionari "a caldo"
e di follow up

Chi sono i partecipanti?

Studenti, studentesse e giovani professionisti/e provenienti soprattutto da percorsi universitari e master legati a sostenibilità, economia dell'ambiente, gestione ambientale, ingegneria ambientale, ESG management, comunicazione e D&I. Cercano orientamento su reporting, stakeholder engagement, comunicazione della sostenibilità, processi ambientali, consulenza ESG, finanza sostenibile e possibili sbocchi professionali nel settore.

CSR Leader

Professioniste e professionisti senior con ruoli di responsabilità in sostenibilità, CSR, ESG, carbon management, comunicazione, engagement e partnership, provenienti da aziende e organizzazioni di settori diversi. Partecipano come figure esperte in grado di restituire esperienza concreta, visione di settore e indicazioni operative sulle competenze richieste nelle professioni della sostenibilità.

Gli stakeholder considerati nella valutazione sono stati i giovani partecipanti, i CSR Leader, Amapola come organizzazione promotrice e il Salone della CSR e dell'innovazione sociale come contesto abilitante.

Il percorso metodologico

Per valutare il valore generato da Meet the CSR Leaders abbiamo utilizzato il **metodo SROI**, acronimo di Social Return On Investment. Lo SROI consente di stimare il valore sociale generato da un progetto mettendolo in relazione con le risorse investite per realizzarlo. Il risultato è espresso attraverso un rapporto: quanto valore sociale monetizzato viene generato per ogni euro investito.

La valutazione ha preso in considerazione l'edizione 2025 e si è sviluppata nei seguenti passaggi:

- costruzione della teoria del cambiamento,
- identificazione degli stakeholder rilevanti,
- raccolta dei dati attraverso questionari a caldo e follow-up,
- isolamento degli outcome principali,
- individuazione di proxy finanziarie,
- calcolo degli input,
- monetizzazione degli outcome,
- calcolo del rapporto SROI.

Il perimetro dello SROI è stato costruito sull'**investimento diretto di Amapola**. Nel denominatore sono quindi state incluse le ore dedicate da Amapola all'organizzazione, al matching, alla comunicazione e alla gestione dell'iniziativa, le ore dei CSR Leader interni e i costi vivi sostenuti. Non sono state invece incluse le ore pro bono dei CSR Leader esterni, perché non rappresentano un costo sostenuto direttamente da Amapola. Queste ore sono state comunque valorizzate come risorsa professionale mobilitata dal progetto.

La raccolta dati si è basata su due momenti distinti. Il questionario a caldo, somministrato subito dopo l'iniziativa, che misura soddisfazione, utilità percepita e qualità del format. **Il questionario**

follow-up, inviato a distanza di circa otto mesi, che permette di osservare le tracce lasciate dall'esperienza in termini di orientamento, consapevolezza, attivazione del percorso e dialogo intergenerazionale.

Le **domande** che hanno guidato l'analisi sono state:

- *L'iniziativa ha aiutato i giovani a comprendere meglio le professioni della sostenibilità?*
- *Ha aumentato la consapevolezza sulle competenze richieste in ambito ESG/CSR?*
- *Ha contribuito ad attivare scelte o azioni successive?*
- *Ha favorito l'accesso a una rete professionale qualificata?*
- *Ha generato valore anche per i CSR Leader coinvolti?*
- *Quale parte di questo valore può essere monetizzata in modo ragionevole?*



La Teoria del Cambiamento

La Teoria del Cambiamento ha permesso di **ricostruire il legame tra bisogno iniziale, risorse investite, attività realizzate, output e outcome generati.**

Bisogno

Rendere più leggibili e accessibili le professioni della sostenibilità per giovani interessati a entrare nel settore.

Input

Tempo di Amapola, tempo dei CSR Leader interni, tempo pro bono dei CSR Leader esterni, competenze organizzative, costi vivi.

Attività

Organizzazione dell'iniziativa, matching tra giovani e leader, comunicazione, gestione degli incontri, raccolta dei feedback, follow-up, analisi dei risultati.

Output

57 giovani partecipanti, 22 CSR Leader coinvolti, 58 colloqui realizzati¹, questionari a caldo e follow-up raccolti.

Outcome giovani

Orientamento specialistico, attivazione del percorso formativo o professionale, accesso a network professionale qualificato.

Outcome leader

Dialogo intergenerazionale, ascolto delle nuove generazioni, restituzione professionale, rafforzamento della community.

Impatto atteso

Contributo a una comunità professionale della sostenibilità più accessibile, aperta e intergenerazionale.

Il cuore della valutazione è stato quindi il passaggio dagli output agli outcome: non solo quante persone hanno partecipato, ma che cosa l'esperienza ha generato nel tempo per chi ha preso parte all'iniziativa.

¹ Il numero dei colloqui eccede il numero dei giovani coinvolti, poiché un giovane ha partecipato a colloqui individuali con due diversi leader disponibili.

I risultati dei questionari

I questionari a caldo confermano una valutazione molto positiva dell'esperienza. Tra i giovani, la valutazione media complessiva è stata pari a 4,8 su 5; tutte le 39 persone rispondenti hanno assegnato un punteggio di 4 o 5 e dichiarato che consiglierebbero l'iniziativa. Anche tra i CSR Leader la valutazione è stata alta, con una media di **4,7 su 5** e 18 valutazioni pari a 4 o 5 su 19 risposte raccolte.

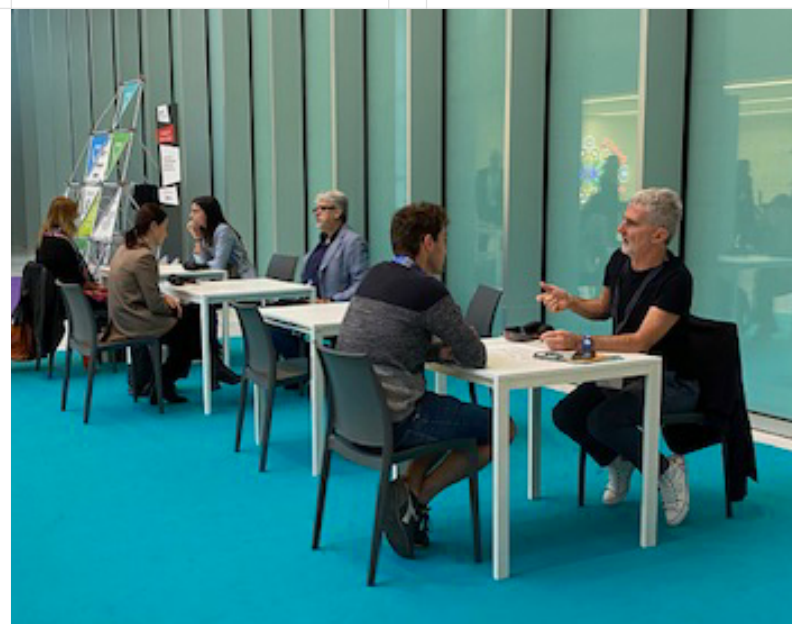
Il follow-up a distanza di circa otto mesi ha permesso di osservare meglio gli effetti rimasti nel tempo. Tra i giovani rispondenti, 5 su 9 hanno mostrato un **cambiamento significativo in termini di orientamento specialistico e consapevolezza del settore**, rispondendo **4 o 5** ad almeno due delle quattro domande chiave relative a utilità dell'esperienza, comprensione delle professioni della sostenibilità, chiarezza sulle competenze richieste e orientamento delle scelte formative o professionali.

Il questionario ha inoltre evidenziato un **effetto di attivazione**: dopo l'esperienza, alcuni giovani hanno dichiarato di aver partecipato ad altri eventi o webinar, inviato candidature in ambito sostenibilità, aggiornato il CV o il profilo LinkedIn, cercato corsi o master, precisato il proprio obiettivo professionale o orientato tesi e project work verso temi ESG/CSR. Per il calcolo SROI sono stati considerati beneficiari di questo outcome 4 rispondenti su 9, cioè le persone che hanno dichiarato un effetto concreto accompagnato da almeno un'azione tra quelle elencate sopra.

Un terzo outcome riguarda l'**accesso a network professionale qualificato**. Nel follow-up, 4 giovani su 9 hanno indicato l'ampliamento del network tra gli aspetti più utili nel tempo, mentre 5 su 9 hanno segnalato il valore del confronto diretto con professionisti e professionisti senior. Questo dato conferma una caratteristica centrale del progetto: Meet the CSR Leaders non è un evento informativo generalista, ma uno spazio di relazione diretta con figure esperte del settore.

Anche per i leader il follow-up ha restituito risultati significativi. 9 rispondenti su 10 hanno percepito la partecipazione come **occasione di mentoring, restituzione o condivisione della propria esperienza**; 8 su 10 hanno dichiarato di aver **compreso meglio**

aspettative, domande e bisogni delle nuove generazioni. Il dato mostra che il valore dell'iniziativa non procede in una sola direzione: i CSR Leader non sono solo contributori del progetto, ma anche beneficiari di un dialogo intergenerazionale che permette ascolto, riflessione e confronto.



Sulla base dei risultati raccolti, sono stati isolati quattro outcome principali:

Outcome	Stakeholder	Beneficio generato
Orientamento specialistico e consapevolezza del settore	Giovani	Maggiore comprensione delle professioni ESG/CSR, delle competenze richieste, delle opportunità e delle difficoltà del settore.
Attivazione del percorso formativo o professionale	Giovani	Avvio di azioni successive: candidature, aggiornamento CV/ LinkedIn, ricerca di percorsi formativi, partecipazione ad altri eventi, chiarimento dell'obiettivo professionale.
Accesso a network professionale qualificato	Giovani	Possibilità di entrare in relazione con figure senior e ampliare la propria rete nel settore della sostenibilità.
Dialogo intergenerazionale, reverse mentoring e community	CSR Leader	Comprensione dei bisogni delle nuove generazioni, restituzione professionale, ascolto inverso e contributo alla comunità ESG/ CSR.

La valorizzazione degli outcome

Per calcolare lo SROI, gli outcome sono stati monetizzati attraverso proxy finanziarie, cioè valori economici equivalenti riferiti a esperienze comparabili. La scelta delle proxy ha cercato un equilibrio tra prudenza e capacità di rappresentare il valore effettivo del format.

Outcome monetizzato	Stakeholder	Proxy finanziaria	Esperienza equivalente	Durata considerata
Orientamento specialistico e consapevolezza del settore	Giovani	150 €	Sessione individuale di orientamento specialistico con un professionista senior della sostenibilità	18 mesi
Attivazione del percorso formativo o professionale	Giovani	40 €	Supporto base alla candidatura o alla revisione del profilo professionale	1 anno
Accesso a network professionale qualificato	Giovani	50 €	Accesso a un evento o a un'occasione qualificata di networking professionale in ambito sostenibilità	1 anno
Dialogo intergenerazionale, reverse mentoring e community	CSR Leader	100 €	Momento di reverse mentoring, ascolto qualificato e confronto facilitato con giovani interessati alla sostenibilità	1 anno

Per i giovani, i risultati emersi dal follow-up sono stati estesi al totale dei 57 partecipanti applicando una correzione prudenziale del 25% al tasso osservato, così da considerare il possibile effetto di autoselezione delle persone rispondenti. Questo ha portato a stimare **22 beneficiari per l'orientamento specialistico e 19 beneficiari sia per l'attivazione del percorso sia per l'accesso a network professionale qualificato**. Per i leader, sono stati stimati **19 beneficiari, applicando al totale dei 22 leader coinvolti il dato più prudente emerso dal follow-up**.

L'attribution indica la quota di cambiamento attribuita all'iniziativa, tenendo conto del fatto che le scelte formative e professionali possono essere influenzate anche da altri fattori. Il deadweight rappresenta invece la quota di beneficio che si sarebbe potuta generare anche in assenza del progetto.

Il calcolo SROI

L'investimento diretto di Amapola considerato nel calcolo è pari a 5.069,9 €².

Il valore sociale monetizzato dei quattro outcome, utilizzando le proxy finanziarie dettagliate nel paragrafo precedente, è risultato pari a **2.959,2 €**.

La formula dello SROI è:

SROI = valore sociale monetizzato totale / investimento diretto di Amapola

Applicando la formula, il rapporto SROI di Meet the CSR Leaders 2025 risulta pari a 0,6:1 - Detto a parole, per ogni euro investito l'iniziativa ha generato 0,6 euro di impatto sociale positivo.

0,6:1

² Le 22 ore pro bono dei CSR Leader esterni non sono incluse nel denominatore, perché non rappresentano un costo diretto sostenuto da Amapola. Possono tuttavia essere lette come risorsa professionale mobilitata dal progetto, con un valore figurativo pari a 1.100 euro.

Una lettura del risultato

Lo SROI di Meet the CSR Leaders va letto alla luce della natura dell'iniziativa. Si tratta di un progetto breve, gratuito, basato su orientamento, relazione e dialogo. Non produce un trasferimento economico diretto, né un beneficio immediatamente misurabile come un inserimento lavorativo, un incremento di reddito o un risparmio per il welfare. Il valore generato si colloca soprattutto nella qualità dell'accesso: accesso a figure senior, a informazioni settoriali, a una rete professionale e a uno spazio di confronto non sempre disponibile per chi si affaccia alle professioni della sostenibilità.



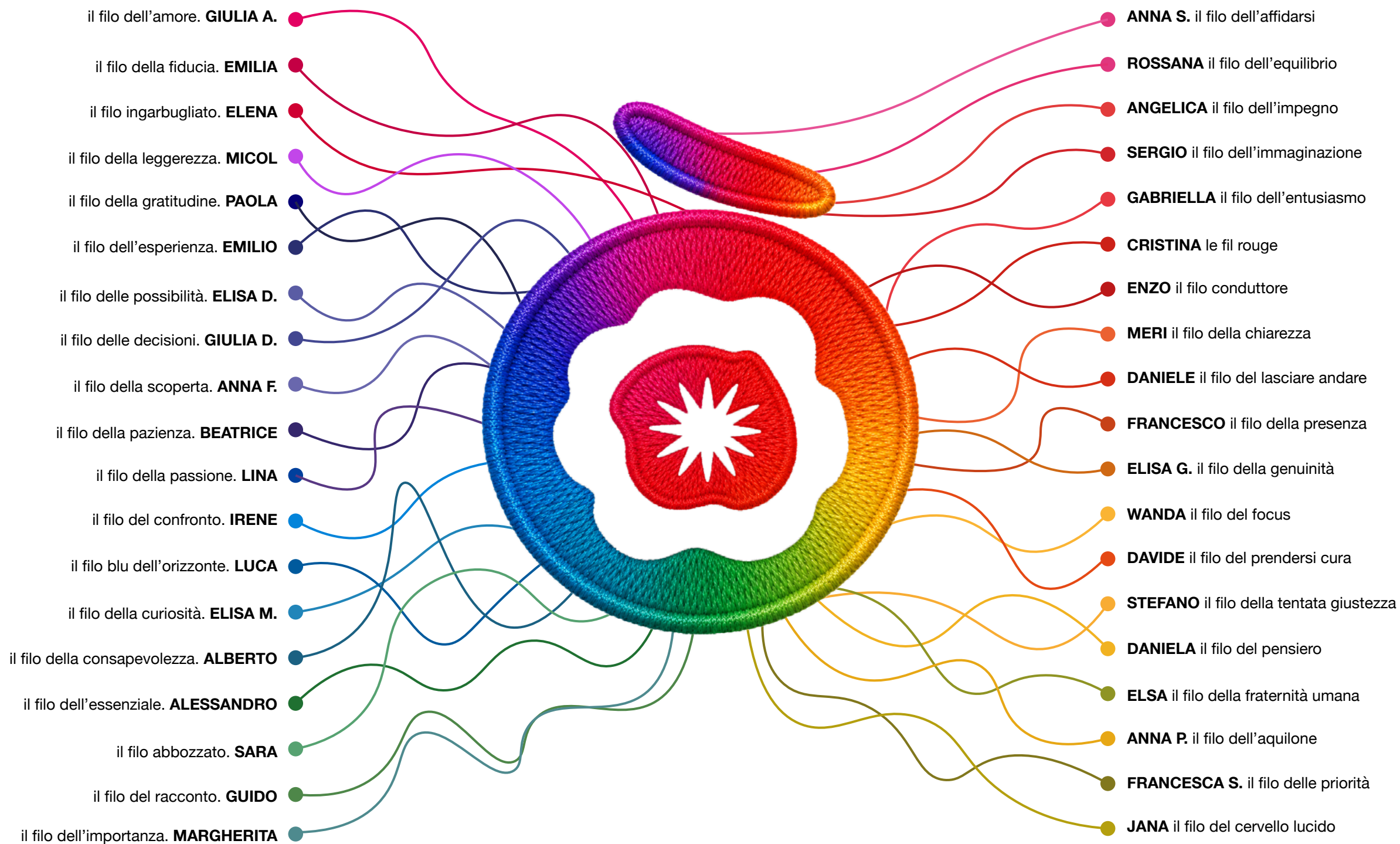
Fonti per elaborazione proxy finanziarie

- <https://www.jobiri.com/quanto-costa-una-sessione-di-career-coaching-online/>
- <https://cvelavoro.it/prodotto/elaborazione-e-revisione-curriculum-vitae/>
- <https://www.sustainability-makers.it/membership/>
- <https://www.almalaurea.it/news/reverse-mentoring-come-attuare/>

Gioco finale

Dopo numeri, progetti e risultati, chiudiamo questo quinto Report tornando alle persone del nostro mondo.

A ciascuna abbiamo chiesto di scegliere un filo da tenere stretto nel 2026.



AMAPÓLA