

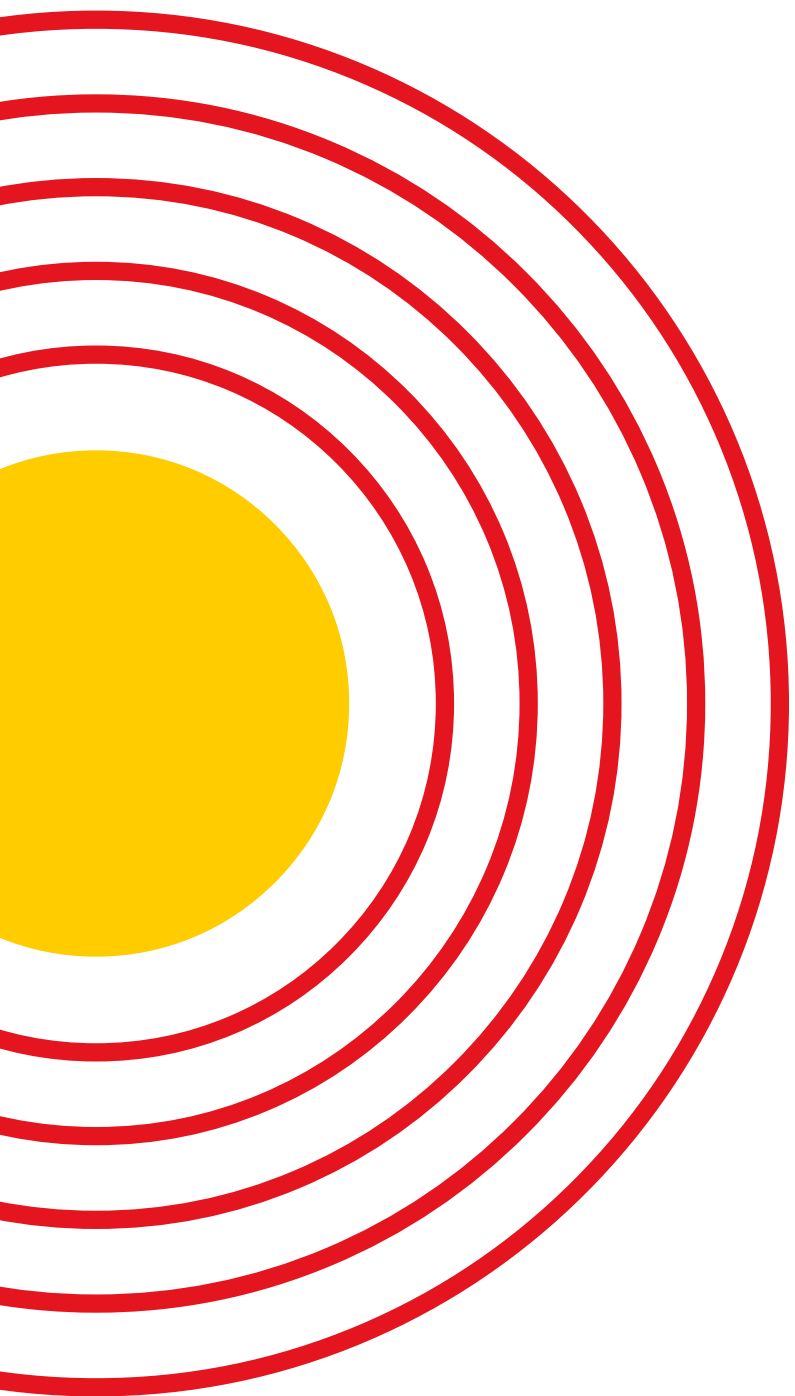
E20Beright

Etica, estetica, esperienze. **In azione.**

2025

RELAZIONE DI IMPATTO

01.05.2026



INDICE

01. Nota metodologica e contesto	03
02. Lettera agli Stakeholder	05
03. Chi siamo	06
04. Le nostre aree di impatto	07
05. Il contributo agli SDGs	08
06. Valutazione secondo il B Impact Assessment (BIA)	11
07. Mappatura e coinvolgimento degli Stakeholder	14
08. Certificazione ISO 20121	15
09. Area ambientale	16
10. Forza lavoro propria	17
11. Formazione del personale	19
12. Comunicazione e divulgazione ESG	20
13. Clienti e utilizzatori finali	21
14. Ecosistema d'impresa	22
15. Partnership e comunità	24
16. Nota conclusiva	26

NOTA METODOLOGICA E CONTESTO

Il *Global Risks Report 2026* del World Economic Forum descrive un contesto segnato da rischi sempre più interconnessi: tensioni geo economiche, conflitti, crisi climatica, perdita di biodiversità e crescenti disuguaglianze delineano uno scenario complesso, in cui imprese devono affrontare sfide ambientali, sociali e tecnologiche.

Tra i rischi percepiti come più rilevanti nel breve periodo emergono la **misinformazione** e la **disinformazione**, che incidono sulla qualità del dibattito pubblico e sulla capacità dei sistemi economici di prendere decisioni informate. Parallelamente, gli impatti del cambiamento climatico e della perdita di biodiversità continuano a rappresentare minacce strutturali, con effetti diretti sulla stabilità dei territori e sulla resilienza delle comunità.

Il ruolo delle imprese assume una centralità crescente contribuendo a rafforzare informazioni di qualità e a generare valore condiviso.

Global risks ranked by severity, short term (2 years) and long term (10 years)

"Please estimate the likely impact (severity) of the following risks over a 2-year and 10-year period."

Short term (2 years)	Long term (10 years)
1. Geoeconomic confrontation	1. Extrem weather events
2. Misinformation and disinformation	2. Biodiversity loss and ecosystem collapse
3. Societal polarization	3. Critical change to Earth systems
4. Extreme weather events	4. Misinformation and disinformation
5. State-based armed conflict	5. Adverse outcomes of AI technologies
6. Cyber insecurity	6. Natural resource shortages
7. Inequality	7. Inequality
8. Erosion of human rights and/or civic freedoms	8. Cyber insecurity
9. Pollution	9. Societal polarization
10. Involuntary migration or displacement	10. Pollution

Source
World Economic Forum Global Risks Perception Survey 2025-2026

Risk categories

Economic Environmental Geopolitical Societal Technological

Le Società Benefit sono chiamate a integrare nella propria strategia obiettivi di beneficio comune, contribuendo alla costruzione di modelli economici più equi e trasparenti. La relazione di impatto si colloca all'interno di questo scenario, adottando un approccio metodologico orientato alla misurazione, alla trasparenza e alla rendicontazione delle attività.

Come **E20BeRight** crediamo fortemente nel percorso Benefit e nelle sue responsabilità verso tutti gli stakeholder.

CONFERMIAMO IL NOSTRO IMPEGNO VERSO UNA MAGGIORE TRASPARENZA!



Anche per il 2025, confermiamo il nostro impegno verso una sempre **maggiore trasparenza** e verso una misurazione e responsabilità sulla comunicazione delle informazioni non finanziarie. Dalla progettazione circolare alla narrazione delle buone pratiche, ogni nostra scelta nasce dal desiderio di giocare un ruolo attivo nel cambiamento. Come negli anni precedenti, il **B Impact Assessment (BIA)** è stato confermato per misurare e valutare il nostro operato, per poi progressivamente adottare metodologie integrative come quelle indicate dalla **CSRD – “Corporate Sustainability Reporting Directive”** e in particolare il VSME, adatto alle PMI. Con l'obiettivo di rafforzare la nostra metodologia di misurazione, puntiamo ad una sempre maggiore **tracciabilità, accessibilità e qualità delle nostre politiche, azioni e strategie con relativi target di miglioramento.**

“

Il nostro approccio alla sostenibilità è sistemico: unisce attenzione all'ambiente, cura delle persone, rigenerazione dei materiali, inclusione e bellezza come responsabilità.

Rendere conto del nostro impatto non è un adempimento, ma un atto di coerenza: raccontare il valore che creiamo significa renderlo visibile, condivisibile e migliorabile, contribuendo al tempo stesso a contrastare il rischio di disinformazione attraverso la produzione e la diffusione di informazione chiara, verificabile e accessibile.

”



LETTERA AGLI STAKEHOLDERS

Il 2025 per E20BeRight è stato un anno cruciale.

Abbiamo proseguito nel lavoro di consolidamento della struttura, ma soprattutto abbiamo scelto di fare un passo ulteriore: chiarire chi siamo e come vogliamo posizionarci nel nostro settore, quello dell'exhibit design.

Ci siamo dedicati a rivedere la nostra immagine e la nostra comunicazione, con l'obiettivo di rendere finalmente leggibili i nostri valori. Senza semplificarli, ma senza più lasciarli impliciti.

Un lavoro necessario per allineare ciò che facciamo, ciò che diciamo e il modo in cui veniamo percepiti.

Parallelamente, abbiamo continuato a lavorare sulla qualità dei processi, rafforzando un modello che non si limita alla produzione, ma che costruisce senso, metodo e responsabilità. È qui che il nostro ruolo si sta evolvendo: dal semplice fare all'accompagnare, attraverso il pensiero, la ricerca e la capacità di porre le domande giuste prima ancora di dare risposte.

Questo passaggio si riflette anche nel modo in cui costruiamo le relazioni. **Non più una rete, ma un ecosistema: un modello vivo, tridimensionale, fatto di competenze che si incontrano, si contaminano e crescono insieme.**

Un sistema in cui camminiamo accanto ai nostri partner con un obiettivo condiviso: attivare una trasformazione reale del settore, rendendolo più consapevole, più responsabile e più coerente con il mondo in cui viviamo.

Continuiamo a credere che ogni relazione di impatto sia prima di tutto una relazione di fiducia. È in quella fiducia che troviamo la forza di evolvere, insieme.

Per questo l'agenzia ringrazia tutte le persone che stanno condividendo questo percorso: per l'attenzione, per il confronto, per la disponibilità a mettersi in discussione. È lì che prende forma, ogni giorno, la nostra volontà: **far accadere qualcosa che conta. Per le persone. Nel nostro mondo. Per il futuro.**

Con gratitudine, sempre.

Esther Barton

Amministratore Unico E20BeRight SB s.r.l.



"L'obiettivo di Sviluppo Sostenibile 17 è quello che ricorda come tutta l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite possa essere realizzata solo con un serio impegno nella costruzione di collaborazioni forti ed efficienti tra governi, settore privato e settore pubblico. Ciascuno svolge un ruolo determinante all'interno di un lavoro di scambio e di condivisione che deve coinvolgere tutti, ad ogni livello. Credo sia importante la creatività, l'innovazione e l'adesione e pratiche sostenibili con tutta la catena di fornitura proprio per rafforzare un modello circolare e rispettoso dei fragili equilibri in cui viviamo e operiamo."

PROCESSO LINEARE



PROCESSO CIRCOLARE



CHI SIAMO

E20BeRight è una design agency con sede a Milano, specializzata in exhibit design. Dal 2020 ha sviluppato un sistema di gestione della sostenibilità degli eventi certificato secondo la norma internazionale **ISO 20121**, ed è **la prima al mondo ad aver ottenuto tale certificazione anche sull'unboxing**. Dal 2021 è una **Società Benefit**.

Il nostro lavoro nasce dalla convinzione che **etica, estetica ed esperienze** possano coesistere e generare valore condiviso. Per noi la **sostenibilità** non è un comparto, ma un **principio guida** che attraversa ogni fase: dalla scelta dei materiali alla costruzione della relazione con clienti, partner e comunità.

Milano è il nostro punto di partenza e il nostro laboratorio: una città dinamica, fertile di connessioni, che stimola visioni contemporanee e responsabilità condivise.

Il nostro team, snello ma esperto, unisce visione creativa e rigore operativo, trasformando ogni incarico in una narrazione tangibile, accessibile e coerente.

Progettiamo **esperienze sostenibili**: box, vetrine, percorsi narrativi e oggetti relazionali che mettono in scena l'identità dei brand e il loro impegno. Ogni progetto è costruito per durare oltre il momento dell'evento, per **attivare riflessioni e connessioni** e per generare impatto.

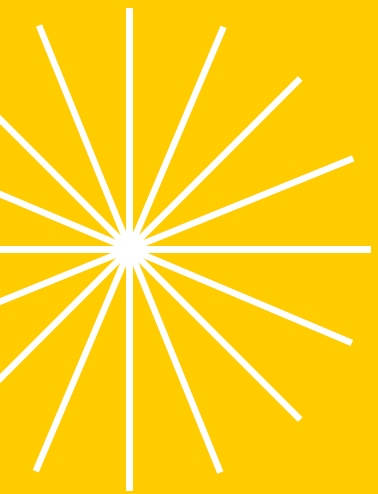
Lavoriamo all'interno di un **ecosistema di micro-aziende, artigiani, cooperative e realtà locali**, che da **fornitori diventano partner**: insieme moltiplichiamo valore, responsabilità e trasparenza.

LA CIRCOLARITÀ È IL NOSTRO LINGUAGGIO PROGETTUALE

Recuperiamo, riutilizziamo, reinventiamo. Ogni risorsa ha una seconda possibilità, ogni scarto diventa opportunità. Così costruiamo efficienza, riduciamo sprechi e diamo forma a una bellezza funzionale e consapevole.

#BeRight È ANCHE UNA DICHIARAZIONE DI INTENTI

Essere nel posto giusto, fare la cosa giusta, accompagnare le aziende in scelte giuste. Non perfette, ma coerenti. Così contribuiamo, ogni giorno, a costruire un presente più sensibile e un futuro più giusto.



LE NOSTRE AREE DI IMPATTO

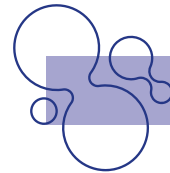


PERSONE

Sviluppiamo ambienti di lavoro in cui il tempo, le competenze e le emozioni delle persone siano riconosciute e valorizzate. Promuoviamo benessere, formazione, equità e inclusione con gesti concreti e continui.

IMPEGNI CHIAVE:

- Empowerment e valorizzazione delle competenze
- Parità di genere e dimensione etica del lavoro
- Formazione e crescita continua
- Cultura del benessere sul luogo di lavoro



COMUNITÀ

Progettiamo esperienze che mettono in circolo valore culturale, sociale ed economico. La nostra agenzia agisce come attivatore di relazioni: tra brand, territori, enti del terzo settore e reti informali.

IMPEGNI CHIAVE:

- Co-progettazione con realtà profit e non profit
- Sostegno attivo a cause e associazioni
- Collaborazione con artigiani e microimprese locali
- Promozione di una cultura del progetto accessibile e responsabile



AMBIENTE

Ogni progetto è pensato per durare, trasformarsi, rinascere. La circolarità è parte integrante del nostro processo: ridurre gli sprechi, valorizzare i materiali, ridisegnare le risorse.

IMPEGNI CHIAVE:

- Recupero e riuso di materiali di allestimento e imballaggio
- Ottimizzazione delle risorse e dei trasporti
- Adozione di tecniche di produzione a basso impatto
- Educazione ambientale e scelte consapevoli

E IL CONTRIBUTO AGLI SDGS PERSONE

Promuoviamo il benessere e lo sviluppo delle persone che collaborano con noi – dipendenti, partner, fornitori e consulenti, considerati parte integrante del **nostro ecosistema** – mettendo al centro i bisogni umani fondamentali, la formazione continua e il riconoscimento del tempo e del valore individuale.

Contribuiamo alla **parità di genere** e al rispetto della dignità di donne e bambine in ogni ambito della nostra attività, dal design dei servizi alla comunicazione. Sosteniamo politiche che favoriscano **l'integrazione, l'empowerment femminile e la cultura della cura**.

Coltiviamo un ambiente in cui la diversità è riconosciuta come risorsa e in cui il welfare aziendale è inteso come strumento di coerenza e fiducia reciproca.



E IL CONTRIBUTO AGLI SDGS COMUNITÀ

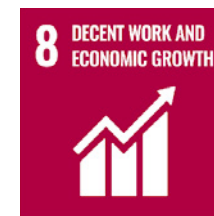
Diffondiamo una cultura del design come **ambito multidisciplinare e generativo**, che unisce saperi, linguaggi e culture diverse.

Valorizziamo le **contaminazioni tra arti visive, scenografia, grafica, ricerca e formazione**, intese come strumenti di cambiamento sociale e inclusione.

Sviluppiamo percorsi di co-progettazione con realtà profit e non profit, guidati dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e dagli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

Sosteniamo pratiche di **vivibilità diffusa, accessibilità culturale** e partecipazione attiva delle comunità, anche attraverso esperienze temporanee, box narrativi e percorsi di sensibilizzazione.

Favoriamo filiere locali, artigiani e cooperative, contribuendo a costruire un **ecosistema rigenerativo e interconnesso**, dove lavoro, formazione e rispetto reciproco si rafforzano a vicenda.



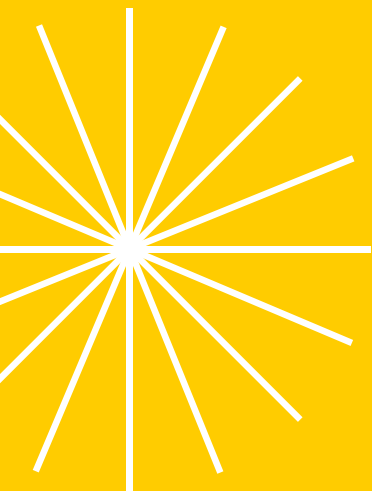
E IL CONTRIBUTO AGLI SDGS AMBIENTE

Applichiamo i principi dell'economia circolare fin dalla fase di ideazione dei progetti, integrando scelte orientate alla dematerializzazione, alla riduzione dei consumi e alla massimizzazione del riuso. Valutiamo ogni elemento – concept, finiture, imballaggi, stampe, tecniche di montaggio – per ridurre l'impatto ambientale e **allungare il ciclo di vita** degli oggetti.

Promuoviamo una **cultura della sostenibilità tangibile** e integrata, incoraggiando i clienti e partner a connettersi con associazioni e cause sociali, anche attraverso lo scambio di beni e messaggi.

Incentiviamo il recupero, il riutilizzo e la ridestinazione dei materiali, creando valore nei circuiti operativi e contribuendo alla **riduzione sistemica degli sprechi**.



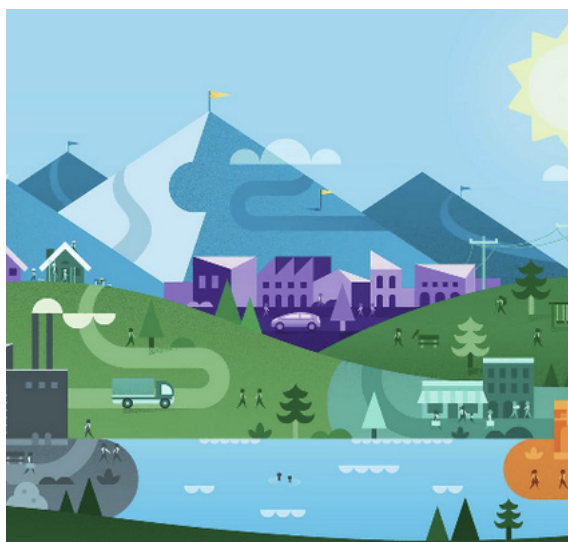


VALUTAZIONE SECONDO IL BIA

B. CORP IMPACT ASSESSMENT

95.8

IL PUNTEGGIO COMPLESSIVO 2025 È PARI A: 95,8* IN CRESCITA RISPETTO AL 2024



PUNTEGGIO GENERALE

95.8

PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI

63.6

COMPLETAMENTO

98.7 %

PUNTEGGIO IBM

28.0

N/A PUNTEGGIO

4.0

Questo management tool, utilizzato da oltre 50.000 aziende in tutto il mondo, tra cui oltre **3.000 B Corp certificate**, aiuta le aziende a valutare il proprio impatto sui vari stakeholder, compresi i loro lavoratori, la comunità, i clienti e l'ambiente.

*Punteggio di autovalutazione / Non sottoposto a validazione/certificazione da parte di enti terzi.

VALUTAZIONE SECONDO IL BIA

B. CORP IMPACT ASSESSMENT

GOVERNANCE

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.

La **governance** valuta la missione complessiva di un'azienda, l'impegno rispetto al suo impatto sociale/ambientale, l'etica e la trasparenza. Questa sezione valuta anche la capacità di un'azienda di proteggere la propria missione e di considerare formalmente le parti interessate nel processo decisionale attraverso la propria struttura aziendale (ad es. società di beneficenza) o documenti di governo aziendale.

LAVORATORI

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

I **lavoratori** valutano i contributi di un'azienda alla sicurezza finanziaria, alla salute & sicurezza, al benessere, allo sviluppo della carriera e al coinvolgimento dei dipendenti. Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati a beneficio dei lavoratori, come le aziende che sono possedute per almeno il 40% da dipendenti non dirigenti e quelle che hanno programmi di sviluppo della forza lavoro per sostenere le persone con ostacoli all'occupazione.

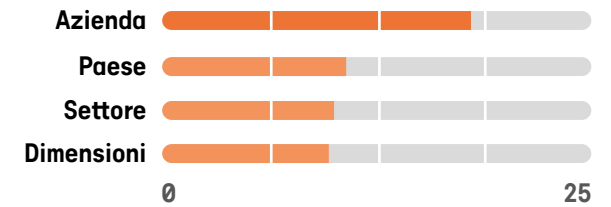
DOMANDE RISPOSTE 21/21

PUNTEGGIO GENERALE 17.7

PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI 7.7

PUNTEGGIO IBM 10.0

N/A PUNTEGGIO 0.0



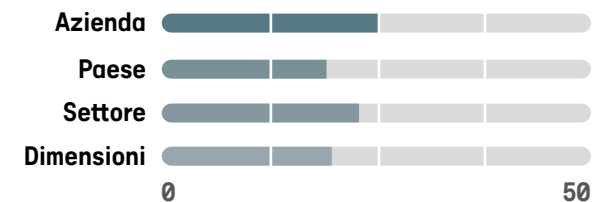
DOMANDE RISPOSTE 37/37

PUNTEGGIO GENERALE 25.0

PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI 22.6

PUNTEGGIO IBM 0.0

N/A PUNTEGGIO 2.3





COMUNITÀ

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.

Community valuta il coinvolgimento e l'impatto di un'azienda sulle comunità in cui opera, assume e da cui proviene. Gli argomenti includono diversità, equità & inclusione, impatto economico, impegno civico, donazioni di beneficenza e gestione della catena di approvvigionamento. Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati per affrontare problemi specifici orientati alla comunità, come l'alleviamento della povertà attraverso l'approvvigionamento o la distribuzione del commercio equo tramite microimprese, modelli di cooperative di produttori, sviluppo economico incentrato a livello locale e impegni formali di beneficenza.



AMBIENTE

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.

L'ambiente valuta le pratiche complessive di gestione ambientale di un'azienda, nonché il suo impatto su aria, clima, acqua, territorio e biodiversità. Ciò include l'impatto diretto delle operazioni di un'azienda e, ove applicabile, della sua catena di approvvigionamento e dei canali di distribuzione. Questa sezione riconosce anche le aziende con processi produttivi innovativi dal punto di vista ambientale e quelle che vendono prodotti o servizi che hanno un impatto ambientale positivo.

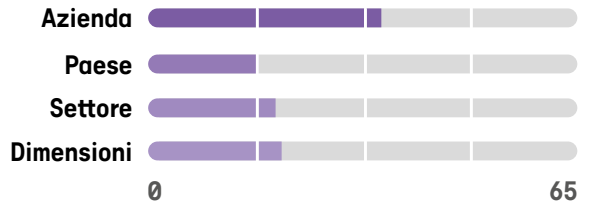


CLIENTI

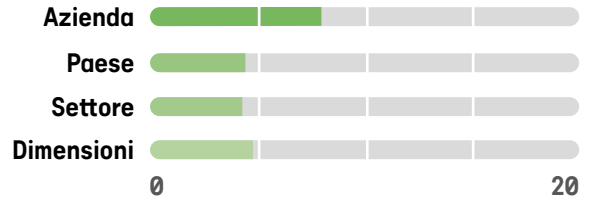
Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

Clients valuta la gestione dei propri clienti da parte di un'azienda attraverso la qualità dei suoi prodotti e servizi, il marketing etico, la privacy e la sicurezza dei dati e i canali di feedback. Inoltre, questa sezione riconosce i prodotti o servizi progettati per affrontare un particolare problema sociale per o tramite i suoi clienti, come prodotti sanitari o educativi, prodotti / artistici, servire clienti/clienti svantaggiati e servizi che migliorano l'impatto sociale di altre aziende o organizzazioni.

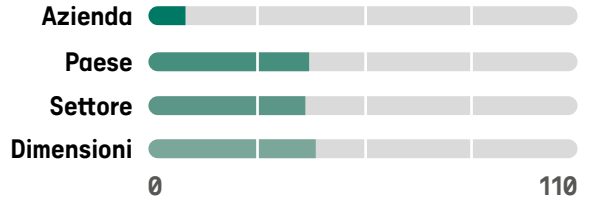
DOMANDE RISPOSTE	51/51	PUNTEGGIO GENERALE	36.0
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI			21.1
PUNTEGGIO IBM			13.7
N/A PUNTEGGIO			1.1



DOMANDE RISPOSTE	25/25	PUNTEGGIO GENERALE	7.7
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI			7.1
PUNTEGGIO IBM			0.0
N/A PUNTEGGIO			0.6



DOMANDE RISPOSTE	52/52	PUNTEGGIO GENERALE	9.2
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI			5.0
PUNTEGGIO IBM			4.2
N/A PUNTEGGIO			0.0



MAPPATURA E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Anche per il 2025 abbiamo continuato a coltivare relazioni con stakeholder diversi per natura, ruoli e forme di collaborazione. La nostra rete è intesa come un **sistema vivo e in continua trasformazione**, in cui ascolto, reciprocità e impatto condiviso sono al centro.

STAKEHOLDER INTERNI E ATTIVI:

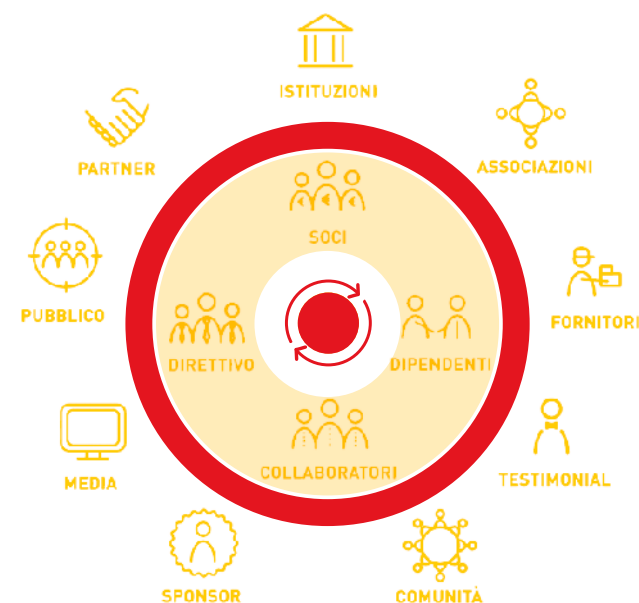
- Collaboratori **3**
- Partner e consulenti **5**

STAKEHOLDER ESTERNI E COINVOLTI:

- Clienti **50**
- Fornitori **16**
- Associazioni non profit **2**

A questa rete si affiancano **comunità informali** e relazioni "ibride" (ad esempio con i partner di 515grammi o con i progetti pro bono), che stanno contribuendo a ridefinire i confini tra produzione, distribuzione e impatto sociale.

Continua la **mappatura delle interazioni** e delle sinergie che attiviamo: dalle microforniture ai percorsi di co-progettazione, per giungere ad un sistema sempre più strutturato e verificabile.



CERTIFICAZIONE ISO 20121

Dal 2020 E20BeRight adotta un **sistema di gestione della sostenibilità degli eventi** certificato secondo la norma internazionale **ISO 20121**. Abbiamo con determinazione voluto e ottenuto l'estensione di tale certificazione anche agli **unboxing**, a conferma della volontà di applicare standard rigorosi anche ai formati più innovativi e contemporanei.

Nel corso del 2025 abbiamo completato il nostro **piano triennale 2023–2025**, con l'obiettivo di migliorare la qualità e la coerenza dei processi in tutte le attività certificate: **sedi, esperienze/eventi e Giveaway Box**. Ogni azione è valutata secondo criteri qualitativi e quantitativi, con particolare attenzione all'equilibrio tra impatto, fattibilità e replicabilità.

Per noi la certificazione ISO 20121 non rappresenta un traguardo formale, ma una **guida operativa**: uno strumento che ci permette di strutturare meglio il lavoro, misurare ciò che facciamo e avanzare con coerenza verso modelli sempre più responsabili e tracciabili.

AREE DI MONITORAGGIO E INTERVENTO:

- Acquisti responsabili
- Mobilità e trasporti
- Efficientamento energetico
- Coinvolgimento e comunicazione
- Selezione di cooperative e fornitori etici
- Gestione delle eccedenze negli eventi
- Ricerca e sviluppo
- Prodotti e servizi sostenibili
- Gestione e riduzione dei rifiuti
- Emissioni di CO₂

AREA AMBIENTALE

In un percorso di progressivo allineamento alle metodologie di analisi e misurazione degli impatti ambientali (energia, emissioni, economia circolare, consumi idrici), in E20BeRight **promuoviamo costantemente gesti quotidiani e scelte operative orientate alla riduzione dei consumi e degli sprechi**. Anche nel 2025 abbiamo proseguito nell'implementazione di buone pratiche che rafforzano la qualità e la coerenza del nostro approccio.

Si tratta di **modalità di lavoro che diventano cultura interna**, replicabile e condivisa, in ottica di formalizzare un processo di analisi e monitoraggio più efficace e allineato con gli standard internazionali.

1 RECUPERO CREATIVO DEI MATERIALI DI ALLESTIMENTO

Tutti i materiali utilizzati nei progetti temporanei vengono valutati per una seconda vita. Pannelli, strutture e componenti decorativi sono, quando possibile, **recuperati, rimodulati o trasformati** in elementi per nuovi progetti: rivestimenti, elementi scenici, soluzioni funzionali per l'ufficio o per clienti futuri.

Ogni scarto è trattato come **materia prima potenziale**, una vera e propria risorsa.



2 RIUTILIZZO SISTEMATICO DEGLI IMBALLAGGI IN INGRESSO

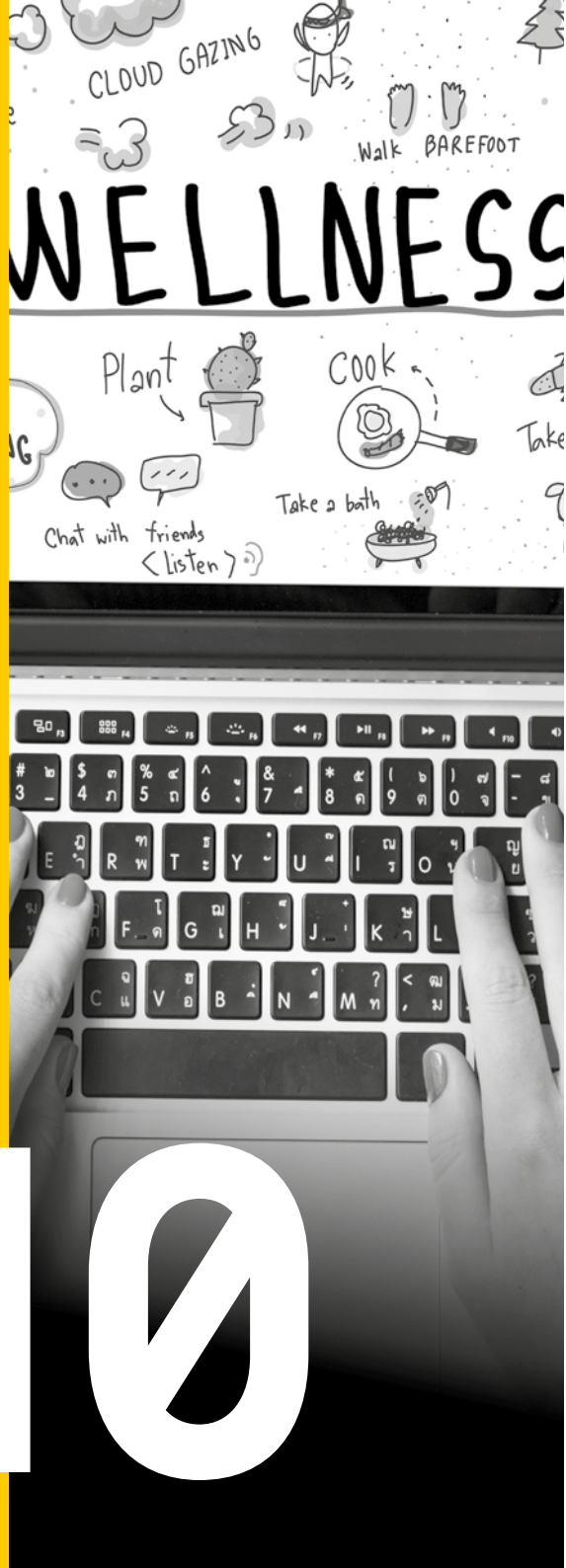
I materiali di imballaggio (cartone, nylon, carta, pallets, etc) che entrano nei nostri uffici vengono selezionati e **reimpiegati** per le spedizioni, le consegne dei nostri progetti o in circuiti interni, come il packaging secondario di 515grammi.



3 SEMPLIFICAZIONE DEI PROCESSI E ATTENZIONE AGLI SCARTI

La progettazione dei flussi di lavoro è orientata all'essenziale: **meno passaggi, meno rifiuti, più efficienza**.





FORZA LAVORO PROPRIA

Al 31.12.2025 la Società presenta un organico composto da **n. 3 dipendenti** assunti con contratto a tempo indeterminato (100% dei dipendenti coperti da CCNL) di cui **2 donne e 1 uomo**, attestandosi come organizzazione che **promuove la diversità di genere favorendo il lavoro e la presenza femminile in azienda.**

BENESSERE E CONDIZIONI DI LAVORO

Anche per il 2025 abbiamo voluto continuare a incrementare il nostro impegno verso la qualità della vita lavorativa introducendo **pratiche semplici ma efficaci**, pensate per promuovere **equilibrio, cura e riconoscimento**.

AZIONI ATTIVATE:

- **Massaggi rilassanti in ufficio** una volta al mese, per favorire il rilascio dello stress e la rigenerazione mentale.
- **Buoni acquisto** offerti come premi non monetari per valorizzare il contributo delle persone.
- **Cibo e bevande sempre disponibili**, con attenzione alla qualità, al biologico e alla condivisione informale.
- Una **biblioteca interna** aperta alla consultazione, costruita con testi scelti da team e collaboratori.

Il nostro modello di lavoro si basa sull'ascolto, sull'umanità e sulla fiducia. Il welfare per noi è una forma di coerenza progettuale: **prendersi cura delle persone significa progettare meglio.**

TIPO DI CONTRATTO	NUMERO DI DIPENDENTI (EFFETTIVI O EQUIVALENTI A TEMPO PIENO)	
	2025	2024
CONTRATTO A TEMPO DETERMINATO	X	X
CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO	3	3
TOTALE DIPENDENTI	3	3

GENERE	NUMERO DI DIPENDENTI (EFFETTIVI O EQUIVALENTI A TEMPO PIENO)	
	2025	2024
UOMO	1	1
DONNA	2	2
NON DICHIARATO	X	X
TOTALE DIPENDENTI	3	3

	2025	2024
NUMERO DI LAVORATORI USCITI	1	2
NUMERO DI LAVORATORI TOTALI ANNO	4	3
TASSO DI TURNOVER	25%	66,66%

FORMAZIONE DEL PERSONALE

La cultura del progetto si coltiva, e si condivide.

Nel 2024 abbiamo introdotto un modello di formazione interna e orizzontale, con l'obiettivo di far crescere le competenze del team in modo dinamico e accessibile, in linea con l'evoluzione del nostro lavoro e delle richieste legate alla sostenibilità. **Nel 2025 questo approccio si è consolidato, trovando un equilibrio più strutturato tra sviluppo delle competenze e gestione delle attività quotidiane.** In una realtà come la nostra, contenuta ma altamente operativa, la formazione è un investimento che va calibrato con attenzione, mantenendo coerenza con le priorità aziendali.

Siamo impegnati ad allineare in modo sempre più strutturato i contenuti e i percorsi interni ai principi della sostenibilità integrata. Vogliamo codificare policy formative chiare e metodologie condivise, definendo target di apprendimento e azioni misurabili nel tempo, così da rendere la crescita delle competenze un motore concreto di coerenza tra visione e pratica quotidiana.

ATTIVITÀ PROMOSSE:

- **Lezioni e momenti formativi sulla sostenibilità**, con focus su SDG, ISO 20121, materiali, linguaggi e approcci alla rendicontazione, per rafforzare la coerenza tra visione e azione.
- **Corso di excel intermedio di 30 ore** in orario di lavoro per tutti i dipendenti in forza al 31-12-25, part time e full time, iniziato nel 2025 e terminato nel 2026.
- **Attivazione di percorsi formativi on demand**, selezionati in base alle esigenze individuali, su temi come creazione di contenuti e utilizzo dell'intelligenza artificiale applicata al lavoro creativo e operativo.

Investire nella formazione è per noi un modo per **dare strumenti, responsabilità e voce a chi costruisce ogni giorno E20BeRight.**

Perché la **crescita delle risorse** passa anche dalle parole e dalle competenze che scegliamo di attivare.

COMUNICAZIONE E DIVULGAZIONE ESG

Per E20BeRight, comunicare non è mai solo “dire qualcosa”: è **agire in coerenza, condividere pratiche, generare cultura.**

Nel 2025 abbiamo rafforzato e migliorato il sistema continuativo di **racconto delle azioni legate alla sostenibilità ambientale e sociale**, con l'obiettivo di rendere visibile l'impegno quotidiano dell'agenzia e attivare processi di consapevolezza diffusa.

Lo facciamo attraverso tre canali principali:

1 PRESENZA COSTANTE SUI SOCIAL

I nostri canali digitali sono uno spazio vivo in cui raccontiamo i gesti, le collaborazioni, le scelte progettuali e le pratiche circolari che mettiamo in campo ogni giorno.

Non pubblichiamo per documentare, ma per **moltiplicare il valore** di ciò che facciamo, innescando riflessioni e ispirazioni.

2 PARTECIPAZIONE AD ATTIVITÀ PRO BONO

Nel corso dell'anno, abbiamo scelto di raccontare il nostro approccio anche attraverso iniziative no profit, eventi a impatto sociale, workshop e percorsi condivisi con enti e associazioni.

Essere presenti significa dare concretezza ai nostri valori, ma anche ascoltare, contaminarsi e contribuire al cambiamento.

3 SISTEMATIZZAZIONE DEL LINGUAGGIO E DEI CONTENUTI

Abbiamo lavorato per rendere la nostra comunicazione più accessibile, riconoscibile e coerente, con l'obiettivo di far emergere l'identità dell'agenzia e le sue scelte distintive.

Ogni parola, ogni immagine, ogni layout racconta un modo di **essere presenti nel mondo**, con leggerezza e responsabilità.

CLIENTI E UTILIZZATORI FINALI

Consideriamo **clienti e utilizzatori finali come soggetti direttamente coinvolti** dai nostri progetti e quindi potenzialmente esposti agli impatti – positivi e negativi – generati dal nostro operato.

Per questo dedichiamo particolare attenzione alla qualità della relazione, alla chiarezza delle informazioni e alla sicurezza e fruibilità delle soluzioni che progettiamo.

Ci impegniamo a identificare e gestire in modo sistematico **impatti, rischi e opportunità** che li riguardano lungo l'intero ciclo di vita dei servizi, dalla fase di ideazione fino all'utilizzo finale e alla dismissione o riutilizzo dei materiali.

Il nostro modello di relazione con i clienti è volutamente flessibile: non prevede vincoli contrattuali rigidi, ma si basa sulla qualità del servizio, sulla capacità di generare valore e sul capitale di fiducia costruito nel tempo da Esther Burton e dal team.

I nuovi progetti nascono prevalentemente su base di commessa e attraverso una rete di relazioni consolidate e di raccomandazioni, configurando un modello commerciale dinamico che, pur caratterizzato da ricavi non ricorrenti, richiede una pianificazione economico-finanziaria attenta e orienta l'agenzia a investire in relazioni di lungo periodo ad alto contenuto consulenziale.

ECOSISTEMA D'IMPRESA

Anche per il 2025 E20BeRight ha rafforzato il proprio modello operativo basato su alleanze evolute e relazioni specialistiche, che trasformano la produzione in collaborazione, e la collaborazione in valore condiviso.



La nostra agenzia agisce come **garante dei processi**: ci assumiamo la responsabilità non solo del risultato finale, ma anche della coerenza lungo tutta la filiera.

Questo è possibile grazie a un sistema di relazioni costruite nel tempo, in cui ogni partner viene coinvolto in modo trasparente, competente e rispettoso delle proprie specificità.

Dal brief alla realizzazione, ogni progetto prende forma attraverso:

- **il coinvolgimento attivo** di micro-aziende, cooperative e artigiani
- **l'integrazione di competenze** verticali e sensibilità progettuali
- **la messa in circolo della forza lavoro** in ottica etica e rigenerativa

L'ecosistema che stiamo costruendo è **flessibile, responsabile e distribuito**: ci consente di generare efficienza e impatto, adattandosi alle sfide del mercato senza rinunciare a ciò in cui crediamo.

Lavorare insieme, per noi, significa **moltiplicare valore, non solo dividere compiti**.

14



DALLA CATENA DEL VALORE ALL'ECOSISTEMA COME VALORE

Il tema connesso alla responsabilità della **"value chain"** o catena del valore è per noi di fondamentale importanza.

Non intendiamo più la semplice catena di fornitura come una serie di scambi commerciali, ma parliamo di un vero e proprio **ecosistema d'impresa costituito da soggetti animati dai medesimi valori**.

Fornitori e partner accomunati da approcci di responsabilità nelle aree ESG caratterizzano l'ecosistema d'impresa di E20BeRight, evidenziando un contributo sempre più strutturato ai nostri obiettivi di impatto ambientale, sociale e culturale.

Gestione dei fornitori

La modalità di pagamento dei fornitori varia da 30 a 60 gg data fattura a mezzo bonifico bancario.

PRINCIPALI FORNITORI:

**Aldo Autolitano
Rodolfo Bolciaghi
Around Gallery Srls
Tecnomobil Snc
Tecnomeeting Srl
Ownidea Studio Srl
Colordielle Srl
Graphic Point Snc
Valeria Sabadini
Davide Perego
Riccardo Albani
Nik Ndreka
Suela Ndreka
Francesca Bavai
Punto 3 Srl SB
Marcella Loporchio
Elisabetta Dellavalle
Studio Davide Giovagnoli
Silvia Antolino
Giorgia Di Pasquale**

PARTNERSHIP E COMUNITÀ

Le Comunità locali rappresentano un sistema di valori interconnessi che creano resilienza, aumentano le competenze e mettono al centro **persone, pianeta e prosperità**.

Nel nostro modello di impresa responsabile, poniamo particolare attenzione alle comunità con cui entriamo in relazione – dai territori in cui operiamo alle organizzazioni del Terzo Settore e alle reti informali che collaborano ai nostri progetti. Consideriamo queste comunità come interlocutori privilegiati e ci impegniamo a identificare, valutare e gestire in modo trasparente gli impatti – positivi e negativi – che le nostre attività e la nostra catena del valore possono generare sul loro benessere sociale, culturale ed ambientale.

Questo approccio orienta le nostre politiche, i processi di ascolto e coinvolgimento e le azioni concrete che attiviamo per ridurre i rischi e amplificare le opportunità condivise.



Ai.Bi.

PRO BONO

Sosteniamo Ai.Bi., no profit che combatte l'abbandono e promuove lo sviluppo della cultura dell'accoglienza.

SCOPRI
DI PIÙ

Con l'obiettivo di rafforzare queste allenaze virtuose, abbiamo rafforzato la collaborazione con **Ai.Bi. - Amici dei Bambini**, associazione che da anni si batte contro l'abbandono e promuove la cultura dell'accoglienza.

Attivato nel 2024, il nostro sostegno si è rafforzato non solo attraverso un affiancamento costante, ma anche nella **produzione dell'evento benefico "Il Bello che fa Bene"**, iniziativa che valorizza la bellezza come veicolo di solidarietà, coinvolgendo le aziende a supporto dei progetti dell'associazione. Per il 2025 si rinnova il nostro impegno a supporto del progetto.

Che cosa abbiamo fatto? Abbiamo messo a disposizione le nostre competenze progettuali e creative per costruire un'esperienza che sapesse unire **etica, estetica e impegno sociale**, rafforzando il messaggio e il valore simbolico dell'evento.

Questa collaborazione rappresenta per noi un esempio virtuoso di come la comunicazione gestita in modo ampio e strategico, possa diventare **strumento di attivazione e di alleanza tra profit e non profit**, generando valore condiviso e impatto positivo duraturo a favore di tutti i beneficiari.

“

La nostra collaborazione mira a promuovere la cultura dell'accoglienza e a contrastare ogni forma di abbandono, sostenendo strutture e realtà che ogni giorno si prendono cura di minori, mamme e famiglie in situazione di fragilità. Attraverso interventi progettualmente concreti e un'operatività qualificata, lavoriamo per migliorare la qualità della vita e degli ambienti abitativi, riducendo al tempo stesso gli sprechi generati dalla produzione di eventi e attività di comunicazione grazie alla trasformazione creativa e alla ricollocazione funzionale dei materiali in surplus. Al centro di questo percorso c'è la volontà di coltivare relazioni positive e inclusive, dentro e fuori l'azienda, nel segno della solidarietà e di una bellezza responsabile e generativa.

”

NOTA CONCLUSIVA

Per E20BeRight, la sostenibilità resta una scelta strategica, un approccio quotidiano e un orizzonte culturale.

Il 2025 è stato un anno di consolidamento e chiarificazione: abbiamo rafforzato i nostri principi, reso più leggibili i nostri valori e sistematizzato le buone pratiche, **preparando il terreno per una fase di crescita in cui monitorare impatti, rischi e opportunità in modo sempre più chiaro e strutturato.**

La nostra identità di Società Benefit si traduce nella cura delle relazioni, nel rispetto delle risorse e nella ricerca costante di coerenza tra ciò che facciamo, ciò che diciamo e il modo in cui veniamo percepiti.

Trasparenza, responsabilità e visione condivisa restano i nostri riferimenti, anche nei momenti di pausa e riflessione, mentre il nostro ruolo evolve dal semplice "fare" **all'accompagnare, attraverso pensiero, ricerca e domande giuste.**

Con l'entrata in vigore della CSRD – Corporate Sustainability Reporting Directive – e con lo sviluppo delle normative a livello globale (in primis la Cina) **siamo consapevoli di essere parte di un cambiamento profondo che chiede alle imprese maggiore tracciabilità, accountability e impatto misurabile.**

Il nostro obiettivo è essere pronti, senza perdere il senso, e continuare a fare bene il nostro lavoro: generare esperienze sostenibili, accessibili e rilevanti per tutte le persone e le organizzazioni con cui lavoriamo.

Grazie a tutte le persone, i partner e le comunità che continuano a camminare con noi: senza fiducia condivisa, nessun cambiamento sarebbe possibile.

Milano, Aprile 2026

16



E20Beright

Etica, estetica, esperienze. In azione.

Sede legale

Via privata Antonio Meucci, 49. 20128 Milano
+39 02 36561842

Sede operativa

Via privata Antonio Meucci, 54/A. 20128 Milano
+39 02 87240695

www.beright.it

 [e20_beright](https://www.instagram.com/e20_beright)  [E20 #BeRight](https://www.facebook.com/E20_BeRight)