



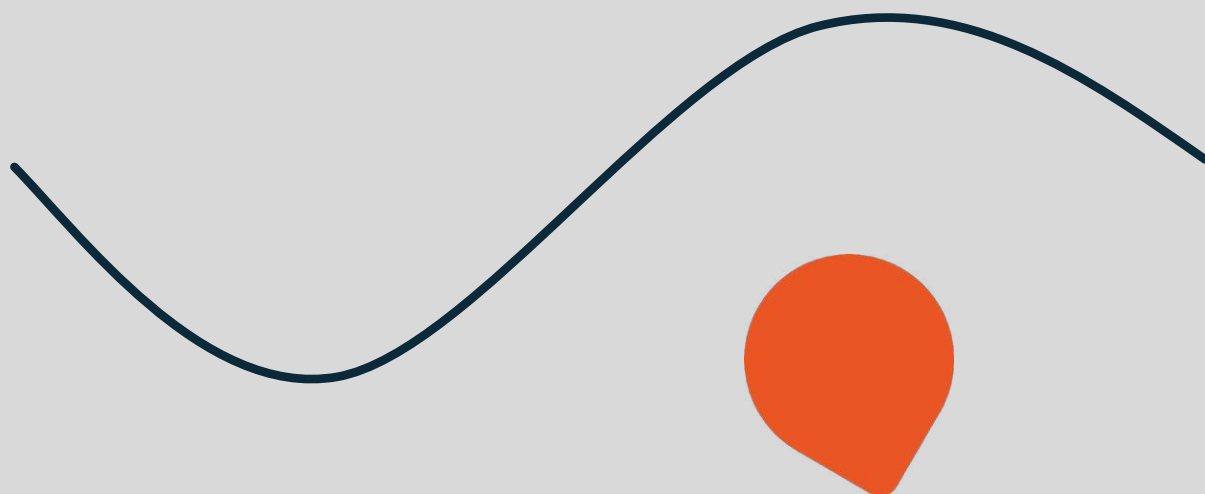
RELAZIONE DI IMPATTO

2026

Fluxus S.B. a R.L.

Aprile 2026

	Pag.
Capitolo 1. INTRODUZIONE	3
1.1 Lettera di apertura	4
1.2 Che cosa è una Società Benefit	5
1.3 Perché Fluxus hr ha deciso di diventare Società Benefit	6
1.4 Nota metodologica	7
1.5 Il nostro cammino rigenerativo	8
Capitolo 2. FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE	9
2.1 FINALITÀ 1 Promozione del modello benefit	11
2.2 FINALITÀ 2 Far vivere i principi Benefit in Fluxus hr	14
2.3 FINALITÀ 3 Il nostro impegno per l'ambiente	18
2.4 FINALITÀ 4 Creazione di valore attraverso la nostra Consulenza	20
2.5 FINALITÀ 5 Creare sinergia	23
Capitolo 3. Executive Summary	25
3.1 Valutazione di Impatto attraverso SABI Strumento di Autovalutazione del Buon Impatto	26
3.2 Sintesi della Creazione di Valore	27
Capitolo 4. Obiettivi 2026	30
4.1 FINALITÀ 1 Promozione del modello benefit	31
4.2 FINALITÀ 2 Far vivere i principi Benefit in Fluxus hr	31
4.3 FINALITÀ 3 Il nostro impegno per l'ambiente	32
4.4 FINALITÀ 4 Creazione di valore attraverso la nostra Consulenza	32
4.5 FINALITÀ 5 Creare sinergia	33
Capitolo 5. Conclusioni	34



01

Capitolo 1

Introduzione

Capitolo 1. INTRODUZIONE

1.1 Lettera di apertura

Care lettrici e cari lettori

con la presente, Fluxus hr introduce la Relazione di Impatto relativa all'esercizio 2025.

Fluxus hr è diventata Società Benefit nel corso del 2025 e l'obiettivo è quello di condividere i risultati positivi che abbiamo conseguito in questo primo anno da Società Benefit.

Questo documento rappresenta per noi non soltanto un obbligo normativo ma la testimonianza concreta del nostro impegno a generare valore condiviso, integrando i principi benefit nel nostro modello di business.

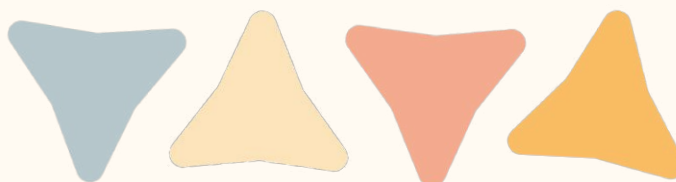
La nostra scelta è nata, un anno fa, dalla forte volontà di essere parte di un network ampio di aziende in Italia e nel Mondo che hanno scelto un modello di impresa che possa generare valore creando opportunità per le persone e la comunità più ampia nella quale Fluxus hr opera. Crediamo fortemente alla possibilità di coniugare obiettivi di business e obiettivi di sviluppo sostenibile.

La nostra storia di più di venti anni nel mercato della consulenza ha sempre, infatti, raccontato di una naturale vocazione alla costruzione di progetti volti alla crescita sostenibile delle organizzazioni e delle persone.

Diventando Società Benefit, confermiamo con maggiore convinzione e trasparenza la nostra Visione in cui immaginiamo un futuro in cui il valore delle organizzazioni nasce dalla qualità delle relazioni, dall'inclusione e dalla capacità di coniugare benessere, cultura e impatto positivo sulla società.

Il questo primo anno, la nostra Relazione di Impatto intende descrivere i primi risultati raggiunti e rappresentare al contempo la traccia lungo la quale Fluxus hr intende impegnarsi nel corso degli anni a venire, perseguendo le finalità prescelte nel proprio agire concreto.

La Responsabile di Impatto
Valentina Licata



1.2 Che cosa è una Società Benefit

Quando ci siamo approcciati al contesto Società Benefit abbiamo deciso fosse importante comprendere più esattamente e profondamente cosa si intende per Società Benefit, quali le sue specificità e la dimensione più ampia in cui una Società Benefit si muove.

Questo ci ha permesso successivamente di riflettere sulle nostre Finalità di Beneficio Comune e la direzione specifica che intendevamo darci.

A tal fine, in questa nostra prima Relazione di Impatto, troviamo coerente prendere l'avvio prima di tutto da cosa è una Società Benefit.

Si tratta di organizzazioni che operano con l'obiettivo di generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente, in equilibrio con l'obiettivo del profitto finanziario, integrando la responsabilità sociale d'impresa nel proprio modello di business e adottando pratiche sostenibili e trasparenti.

È importante altresì ricordare che le Società Benefit sono regolamentate da specifiche normative e sono chiamate a rispettare standard etici elevati per ottenere il riconoscimento legale.

1.3 Perché Fluxus hr ha deciso di diventare Società Benefit

Fluxus hr è una società di consulenza che opera in ambito HR dal 2003 costruendo e realizzando progetti per lo sviluppo delle Persone e delle Organizzazioni.

La nostra mission punta a supportare le organizzazioni nell'affrontare la complessità e il cambiamento attraverso percorsi consulenziali su misura, che uniscono metodo, cura e responsabilità.

Nel febbraio del 2025 abbiamo formalizzato il nostro impegno come Società Benefit, sancendo in modo esplicito ciò che da sempre guida il nostro modo di lavorare: generare valore condiviso, per le persone, le organizzazioni e la comunità.

In un mondo del lavoro sempre più fluido, interconnesso e imprevedibile, Fluxus hr agisce per generare un impatto concreto, positivo e duraturo su persone, organizzazioni e sistemi.

Lo facciamo da oltre vent'anni, con la consapevolezza che il benessere delle persone e la sostenibilità dei contesti organizzativi non sono un corollario della performance, ma le sue condizioni abilitanti.

Ciò che ci guida da sempre è la volontà di contribuire a un mondo del lavoro più inclusivo, partecipativo e generativo, in cui le persone possano sentirsi viste, ascoltate, responsabilizzate e in grado di evolvere.

Il passaggio a Società Benefit è stato quindi per noi una naturale evoluzione, coerente con le premesse e la visione che ci hanno sempre guidato sin dall'inizio della creazione della Società.

Negli ultimi anni, era ancora più forte l'ambizione di poter fornire valore alle persone e alla comunità in modo ancor più mirato e consapevole.

Essere Società Benefit non rappresenta per noi una semplice etichetta, ma un modo di operare concreto e positivo per persone, ambiente e comunità.

Per questa ragione abbiamo integrato a febbraio 2025 nel nostro Statuto le finalità di beneficio comune:

FINALITA' 1. Come Società Benefit, Fluxus hr intende contribuire alla diffusione del modello economico e giuridico delle Società Benefit attraverso la promozione e la diffusione di pratiche ed esperienze all'interno del network di aziende e organizzazioni in cui operiamo

FINALITA' 2. Nei confronti delle persone che lavorano nell'organizzazione, Fluxus hr intende:

- Favorire l'autonomia, la responsabilizzazione e il coinvolgimento nei processi decisionali
- Creare le migliori condizioni di benessere, flessibilità ed equilibrio vita-lavoro

FINALITA' 3. Riguardo l'attenzione all'ambiente, Fluxus hr intende ridurre alla fonte l'impatto ambientale nelle attività consulenziali

FINALITA' 4. Nei confronti delle aziende clienti, Fluxus hr intende:

- Realizzare progetti di consulenza che supportino le organizzazioni nel creare un ambiente lavorativo più equo, motivante, contribuendo così al benessere collettivo
- Contribuire, attraverso Progetti e Interventi che puntino allo sviluppo di comportamenti e prassi al contempo più adattivi e soddisfacenti per le persone e più rispondenti alla crescente complessità organizzativa attuale
- Proporre percorsi formativi che potenzino competenze trasversali come la comunicazione, il lavoro di squadra e la leadership, che sono essenziali per una crescita equilibrata e per la creazione di ambienti di lavoro più collaborativi generando valore nel tempo per Persone e Organizzazioni

FINALITA' 5. Nei confronti della comunità, Fluxus hr intende amplificare l'impatto positivo sul territorio e verso la comunità, in sinergia con partner a livello nazionale attraverso progetti congiunti

Il 6 febbraio 2025 siamo diventati formalmente Società Benefit e abbiamo deciso come primo atto di confermare la formalizzazione di questo importante passo nella storia di Fluxus hr con tutto il Team in occasione del nostro meeting annuale che si è tenuto a Roma il giorno successivo, il 7 febbraio.

1.4 Nota metodologica

Nel quarto trimestre del 2024 abbiamo deciso di iniziare il nostro percorso per diventare Società Benefit e abbiamo scelto di avvalerci della consulenza di NATIVA che con i suoi 15 anni di esperienza ci ha supportato nel trasformare le nostre motivazioni in impegni concreti e perseguibili attraverso una metodologia solida e misurabile.

La collaborazione con NATIVA ci ha permesso non soltanto di identificare il nostro percorso e le finalità come Società Benefit più coerenti con la natura del nostro business ma ci ha anche guidato nel riflettere sul perché più profondo di questa scelta che ci accompagnerà negli anni a venire.

Tutto il Team Fluxus hr, e in primis i 4 Partner della Società, sono stati coinvolti in una riflessione e un confronto che passo dopo passo ha preso forma e ha permesso di redigere le 5 Finalità contenute nel nostro Statuto societario formalizzato a febbraio del 2025. Il coinvolgimento e la partecipazione attiva sin dall'inizio di tutti gli attori rappresentava per noi un presupposto essenziale per poter costruire delle basi solide e condivise non soltanto in funzione della definizione e della realizzazione delle azioni di impatto del 2025 ma già in un'ottica di medio e lungo termine.

Anche la scelta di utilizzare SABI – Strumento di Autovalutazione del Buon Impatto e primo applicativo derivato dal Modello della Buona Impresa – nasce dalla volontà di riflettere e prendere consapevolezza della fotografia di partenza di Fluxus hr per poter orientare al meglio le nostre scelte in coerenza con le Finalità di Impatto riportate nel nostro Statuto. Lo strumento SABI ha l'obiettivo di guidare l'impresa che si riconosce nella visione di fondo della

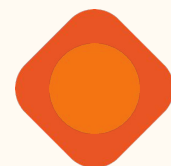
Buona Impresa nella valutazione delle proprie performance e del valore che, così facendo, genera per gli stakeholder.

Si tratta di un questionario di autovalutazione, suddiviso in 5 aree di osservazione: Prodotto, Lavoro, Valore Economico, Operations sostenibili, Governance.

L'output è una rappresentazione del valore creato dall'impresa tenendo in equilibrio i pilastri fondamentali della sua attività, e del suo impatto su società e ambiente.

In dettaglio, le diverse aree di osservazione:

- Governance: misura l'impegno formale dell'impresa verso l'impatto e la sua traduzione in strategie coerenti, processi decisionali, sistemi di valutazione e trasparenza.
- Prodotto: misura la capacità di creare valore attraverso prodotti/servizi, considerando qualità del valore generato e sostenibilità nel tempo.
- Lavoro: misura come l'impresa crea valore attraverso il lavoro, in termini di qualità, condizioni, sviluppo e continuità nel lungo periodo.
- Valore Economico: misura la capacità di generare valore economico solido, sostenibile e coerente con l'impatto nel tempo.
- Operations sostenibili: misura come l'impresa gestisce i processi interni per ridurre impatti negativi su ambiente e comunità.



1.5 Il nostro cammino rigenerativo

Il contesto attuale ci racconta di un pianeta in uno stato trasformativo costante in cui la sostenibilità, l'ambiente, i diritti sociali e umani sono fortemente sollecitati e in cui la responsabilità di ciascun attore, persona o organizzazione, nelle scelte quotidiane così come in quelle di medio termine, può avere ancora più impatto.

In questa cornice caratterizzata da complessità e incertezza degli scenari, ci siamo chiesti come Fluxus hr, e non soltanto come singoli, quale contributo potessimo dare e come renderlo pratica quotidiana generatrice di benefici per i clienti, i dipendenti Fluxus hr, la comunità in senso più ampio.

Fluxus hr dal 2003 ha realizzato per più di 250 aziende, 1.500 progetti di sviluppo personale e professionale che hanno coinvolto più di 30.000 persone grazie ad un team costituito da 4 Partner, 2 dipendenti e 12 consulenti.

Una caratteristica a cui teniamo molto riguarda la nostra indipendenza, siamo infatti una società indipendente che opera in modo autonomo, senza che vi sia controllo o influenza in modo dominante da parte di un'altra entità aziendale più grande (una holding o una multinazionale).

Ciò ci ha permesso nel tempo di gestire autonomamente le nostre funzioni strategiche, amministrative e finanziarie e di operare le nostre scelte in coerenza con la direzione che i Partner hanno tracciato di comune accordo nelle differenti fasi della "vita" dell'Impresa.

Basati su Roma e Milano operiamo sul territorio nazionale, sviluppiamo anche progetti per l'estero attraverso un network selezionato di consulenti e coach che ci supportano nella co-costruzione dei progetti internazionali e nell'adattamento culturale.

La nostra storia consulenziale è cresciuta negli anni sia come volumi di progetti che di clienti e sempre di più nel tempo ci siamo spostati sui temi di:

- lo sviluppo personale e professionale delle persone
- il potenziamento del benessere organizzativo come leva positiva per le persone e come leva di crescita sostenibile delle organizzazioni
- la diffusione di modelli e modalità di people management e di leadership connotati da autenticità, trasparenza, apertura e coinvolgimento
- la facilitazione all'interno delle aziende delle dinamiche di Diversity e Inclusion e dell'utilizzo di un linguaggio più consapevole e rispettoso della diversità delle persone.

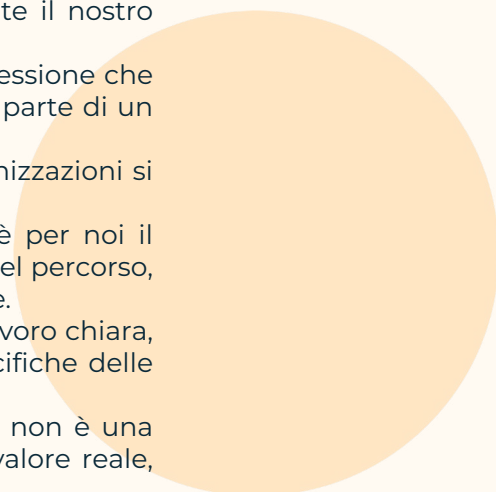
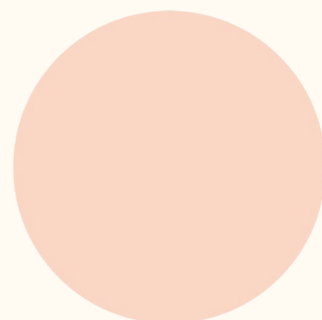
Diventando Società Benefit, puntiamo ad amplificare ulteriormente il nostro impatto positivo verso la collettività e le organizzazioni.

La scelta di diventare Società Benefit nasce da questa profonda riflessione che ci ha portato a voler potenziare il livello del nostro contributo e far parte di un Network che fa del Modello Benefit la sua bussola di orientamento.

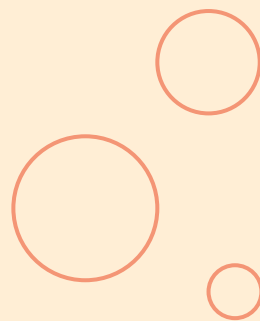
In coerenza con il Modello Benefit, il valore che forniamo alle organizzazioni si fonda su 3 elementi chiave:

- Consulenza autentica e relazionale. La qualità della relazione è per noi il primo motore di cambiamento: ci assumiamo la responsabilità del percorso, stando al fianco del cliente in modo costante, solido e trasparente.
- Metodo rigoroso e visione sistemica. Abbiamo una struttura di lavoro chiara, maturata in anni di esperienza, che si adatta alle esigenze specifiche delle organizzazioni, anche le più complesse.

Approccio sostenibile. Integrare performance, benessere e cultura non è una promessa, ma una pratica quotidiana, che ci guida nel costruire valore reale, per il business e per la società.



02



Capitolo 2

Finalità specifiche di beneficio comune

Capitolo 2. FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE

Il 2025 ha rappresentato il nostro primo anno come Società Benefit. Per questo motivo, gli obiettivi e le azioni definite non sono stati orientati esclusivamente all'attivazione di nuove iniziative, ma soprattutto alla messa a fuoco, alla valorizzazione e alla misurazione di ciò che già agivamo con un mind set benefit, pur non avendo ancora formalizzato questa qualifica.

Abbiamo scelto di affrontare questo primo anno con attenzione, coerenza e senso di responsabilità, adottando un approccio strutturato e misurabile. Per farlo, abbiamo individuato KPI sia qualitativi sia quantitativi, con l'obiettivo di monitorare lungo l'arco dell'anno l'effettiva integrazione della dimensione di impatto nelle nostre attività. Alcune azioni hanno riguardato aspetti culturali e valoriali, altre hanno previsto risultati misurabili e concreti.

Nel corso dell'anno, lavorando sugli obiettivi e sul loro monitoraggio, ci siamo resi/e conto che alcuni risultati non potevano essere restituiti esclusivamente attraverso dati e indicatori. Accanto alle evidenze numeriche, è emersa la volontà di valorizzare anche l'esperienza vissuta e condivisa con le persone che, a diverso titolo, ci hanno accompagnato/e in questo percorso. Per questo motivo, in alcune sezioni della relazione abbiamo scelto di affiancare ai dati delle *storie di impatto*, raccolte attraverso interviste dirette a chi ha contribuito alla realizzazione delle diverse azioni. Queste testimonianze non sostituiscono la rendicontazione, ma la completano: permettono di restituire non solo ciò che è stato fatto, ma anche come è stato vissuto e quale trasformazione ha generato.

A partire da questo quadro generale, nelle pagine che seguono descriviamo in modo puntuale le singole finalità, le azioni realizzate, gli indicatori utilizzati per monitorarle, i risultati raggiunti e, laddove previsto, le relative *storie di impatto*.

2.1 FINALITÀ 1 | Promozione del modello benefit

“Intendiamo contribuire alla diffusione del modello economico e giuridico delle Società Benefit attraverso la promozione e la diffusione di pratiche ed esperienze all’interno del network di aziende e organizzazioni in cui operiamo”

AZIONI	PERIODO	KPI	STATO
Inserire nel proprio company profile e sul sito web aziendale contenuti specifici relativi alla scelta di diventare Società Benefit e alla "reason why" per la quale ogni organizzazione può porsi tale obiettivo per perseguire attività profit nel rispetto del beneficio comune per stakeholder, dipendenti e comunità	Apr – Dic 2025	Aggiornamento Sito Internet e Company Profile	90% - Il sito internet è andato live in Feb 2026
Pubblicare su LinkedIn post dedicati alla descrizione del modello di Società Benefit e al purpose sottostante	Apr – Dic 2025	6 post	100%

La prima finalità del 2025 è stata dedicata alla promozione e al consolidamento del modello benefit, con l’obiettivo di rendere il nostro posizionamento più esplicito e coerente rispetto agli impegni di impatto assunti. Fin dall’avvio del percorso, abbiamo lavorato per rendere questa evoluzione non solo dichiarata, ma pienamente visibile e riconoscibile all’esterno.

Non si è trattato semplicemente di comunicare la qualifica di Società Benefit, ma di riallineare identità, linguaggio e strumenti alla nostra evoluzione. L’obiettivo era integrare in modo autentico la dimensione benefit nella narrazione istituzionale.

Abbiamo quindi scelto di intervenire sui principali touchpoint di comunicazione, con l’intento di integrare in modo autentico la dimensione benefit nella narrazione istituzionale, rendendola comprensibile, coerente e accessibile per i nostri stakeholder.



In questa direzione, l’aggiornamento del Company Profile ha rappresentato un passaggio di riposizionamento strategico: abbiamo rivisto il modo di raccontarci, esplicitato le nostre finalità di beneficio comune e chiarito l’impegno che orienta le nostre scelte. Questo lavoro ha richiesto non solo una revisione dei contenuti, ma anche una riflessione profonda sulla nostra identità e sul modo in cui desideriamo essere percepiti.

La realizzazione del nuovo sito istituzionale ha segnato un’evoluzione della nostra presenza digitale. Più che un intervento tecnico, è stato uno spazio di coerenza tra identità e comunicazione. Abbiamo scelto consapevolmente di non considerare pienamente concluso il deliverable nei tempi inizialmente previsti (Dicembre 2025), privilegiando la qualità dei contenuti e l’impatto complessivo dell’esperienza rispetto alla chiusura formale dell’attività. Questa scelta è stata coerente con il nostro modo di operare: diamo valore al rispetto delle tempistiche, ma riteniamo prioritario assicurare qualità, coerenza e impatto reale delle soluzioni sviluppate, in linea con i principi che guidano il nostro agire.

Parallelamente, la comunicazione sui social è stata ripensata in chiave strategica: non solo per annunciare un cambiamento, ma per avviare una narrazione coerente e continuativa del nostro impegno come Società Benefit. I contenuti pubblicati hanno avuto l’obiettivo di rendere progressivamente più chiaro il significato del modello benefit, contribuendo a diffonderne la comprensione all’interno del nostro network.

Una nota di valore riguarda la scelta del fornitore che ci ha accompagnato in questa esperienza: un partner con cui condividiamo valori di vita e di lavoro e una comune spinta all’evoluzione. Nella *storia di impatto* che conclude questa sezione approfondiamo questa partnership non solo di lavoro ma anche di intenti. La collaborazione si è configurata come uno spazio di confronto reciproco, capace di generare apprendimento e contaminazione positiva per entrambe le realtà.

Evidenze di impatto generate nel 2025

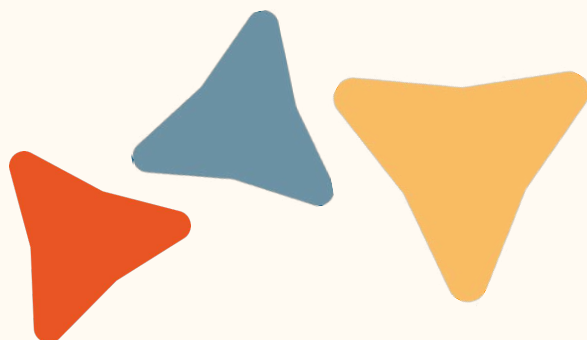
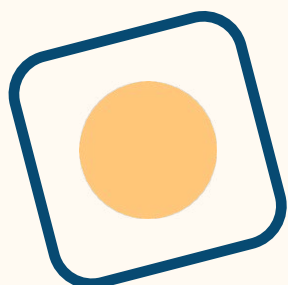
TIPOLOGIA DI EVIDENZA	RISULTATO
Output realizzati	Company Profile aggiornato; sito istituzionale pubblicato (Feb 2026); piano editoriale LinkedIn completato
Qualità e coerenza	Maggiore allineamento tra identità, comunicazione e posizionamento
Impatto sul network	Attivazione di riflessioni sul modello benefit all'interno dell'ecosistema
Impatto generato	Ispirazione di partner strategici (es. Day One) nell'avvio del proprio percorso come Società Benefit
Evoluzione culturale interna	Maggiore chiarezza su identità, impegni e modalità di rappresentazione

Gli indicatori individuati – aggiornamento degli strumenti di comunicazione e pubblicazione dei contenuti programmati – hanno avuto una duplice funzione: misurare il completamento operativo delle azioni e verificare l'effettivo riallineamento identitario. Li abbiamo infatti interpretati come leve di orientamento durante il percorso, per questo ci hanno sempre permesso di mantenere coerenza con il nostro posizionamento.

I risultati raggiunti evidenziano un completamento sostanziale delle azioni previste: il Company Profile è stato aggiornato, il piano editoriale LinkedIn è stato pienamente realizzato e il sito istituzionale è stato pubblicato nei primi mesi del 2026. Lo slittamento rispetto alla timeline iniziale è stato una scelta consapevole, dettata dalla volontà di garantire qualità e profondità dei contenuti. Il percorso avviato ha rafforzato la trasparenza, reso più riconoscibile il nostro posizionamento e posto le basi per una narrazione autentica e allineata tra ciò che dichiariamo e ciò che effettivamente agiamo.

Il percorso non ha avuto esclusivamente una funzione comunicativa, ma anche culturale: ci ha permesso di chiarire chi siamo oggi, quali impegni assumiamo e come intendiamo renderli visibili. Attraverso questo lavoro di riallineamento tra identità, strumenti e linguaggio, abbiamo posto le basi per una narrazione più autentica e per una maggiore coerenza tra ciò che dichiariamo e ciò che effettivamente agiamo.

In questo percorso, un elemento particolarmente significativo è stato l'impatto generato anche sui nostri partner. Day One, che ci ha accompagnato nelle attività di comunicazione lavorando a stretto contatto con noi, ha maturato una crescente consapevolezza rispetto al modello di Società Benefit. Questo confronto ha contribuito ad attivare in loro la decisione di intraprendere a loro volta il percorso per diventare Società Benefit. Siamo particolarmente orgogliosi di come il nostro impegno abbia potuto generare un effetto concreto anche all'esterno, contribuendo a diffondere questo modello e ad ispirare altre realtà del nostro ecosistema.



Storia di impatto

Intervista a Diana Buzzo – Fondatrice di DayOne Network

Day One e Fluxus hr collaborano insieme da 10 anni. La collaborazione nasce nel 2016 in occasione della realizzazione del precedente (rispetto all'attuale) Website di Fluxus hr e da allora è proseguita anche con uno scambio reciproco di servizi. Fluxus hr ha infatti seguito negli anni lo sviluppo del Team Day One attraverso una serie di interventi di Team Coaching. Anche per questa ragione, come Fluxus hr, siamo particolarmente orgogliosi di essere stati di ispirazione per Day One nella loro scelta di avviare il proprio percorso per diventare Società Benefit, a testimonianza di come il nostro percorso di evoluzione abbia generato un impatto che va oltre i confini organizzativi, attivando cambiamento anche nei nostri partner.

Di cosa si occupa Day One?

Day One è una società di consulenza strategica che promuove la cultura della comunicazione come asset strategico per la crescita di lungo periodo delle organizzazioni.

Non siamo un semplice fornitore di servizi, ma un partner che accompagna il cliente in un percorso strutturato nella comunicazione: dalla visione alla strategia, dal design alla delivery, integrando competenze di branding, digital, UX/UI, performance e organizzazione dei processi comunicativi.

Il nostro modello è "tailor-made": ogni progetto nasce su misura, con un'attenzione sartoriale tipica di una boutique agency, ma con la capacità di gestire complessità e stakeholder articolati. Lavoriamo con aziende che vogliono strutturare o evolvere la propria comunicazione, rendendola coerente, misurabile e orientata all'impatto.

Dal 2025 abbiamo formalizzato una visione ancora più chiara: diventare un punto di riferimento per chi considera la comunicazione non un costo, ma un investimento strategico e responsabile.

Cosa vi ha spinto a intraprendere il percorso per diventare Società Benefit?

Il percorso verso la trasformazione in Società Benefit è una conseguenza naturale della nostra evoluzione strategica.

Da sempre lavoriamo sulla qualità delle relazioni, sulla trasparenza, sulla misurazione delle performance e sull'idea che sia l'azienda sia la comunicazione abbiano una responsabilità sociale.

Con il riposizionamento che abbiamo realizzato nel 2025, abbiamo deciso di rendere questo impegno esplicito e strutturato: misurare l'impatto, investire in progetti a valore condiviso, rafforzare la cultura interna e rendere più chiara la nostra accountability.

Diventare Società Benefit per noi significa:

- integrare obiettivi economici e obiettivi di impatto;
- strutturare un modello organizzativo più maturo e responsabile;
- misurare in modo sistematico i risultati (non solo economici, ma anche qualitativi e sociali);
- essere più naturalmente attrattivi per talenti e clienti che credono nei nostri stessi valori.

Non è stata semplicemente una scelta di posizionamento "di marketing", ma una scelta di coerenza strategica e culturale.

In che modo la collaborazione con Fluxus hr è stata di ulteriore ispirazione nell'intraprendere questo percorso?

Collaborare con Fluxus hr è stato per noi uno stimolo concreto a fare un passo ulteriore.

Lavorando insieme al loro progetto di Comunicazione nel 2025, abbiamo toccato con mano cosa significa costruire un'identità realmente coerente tra valori dichiarati, cultura interna e posizionamento esterno.

Il confronto continuo sui temi di impatto, people strategy e responsabilità organizzativa ci ha spinti a guardarci dentro con ancora maggiore lucidità.

Fluxus hr ci ha ispirati soprattutto su tre aspetti: la centralità delle persone come leva strategica, non solo operativa; la coerenza tra governance, cultura e comunicazione e infine l'importanza di formalizzare ciò che già si pratica, trasformandolo in modello.

In questo senso, il percorso benefit è stato anche un modo per allinearci a un ecosistema di realtà che condividono un approccio evoluto e responsabile al fare impresa.

Quali valori avete condiviso con Fluxus hr durante la costruzione del loro Progetto di Comunicazione nel 2025?

Durante la costruzione del loro Progetto di Comunicazione 2025 abbiamo condiviso valori molto chiari e concreti che hanno guidato ogni scelta strategica e narrativa. Prima di tutto, la centralità delle persone: per entrambe le realtà la comunicazione non è solo brand positioning, ma espressione autentica della cultura organizzativa. Abbiamo lavorato affinché ogni messaggio fosse coerente con l'esperienza reale delle persone, evitando scollamenti tra racconto e vissuto.

Un secondo elemento fondamentale è stato il tema della responsabilità e della misurabilità. Sia Day One sia Fluxus hr credono in un approccio orientato ai risultati, con KPI chiari e una logica di miglioramento continuo, perché la comunicazione deve generare valore tangibile, non solo percezione.

Abbiamo poi condiviso una forte attenzione alla coerenza tra interno ed esterno: la comunicazione deve riflettere processi, governance e comportamenti. Nessuna promessa può reggere senza una struttura solida e una visione d'insieme capace di sostenerla nel tempo.

Il progetto è stato affrontato con un approccio strategico e non tattico. Non si è trattato di un semplice restyling estetico, ma di un'evoluzione identitaria integrata nella strategia di crescita, capace di accompagnare l'organizzazione nel medio-lungo periodo.

Infine, troviamo un terreno comune molto forte nell'idea di cultura come leva di competitività. Cultura intesa come competenze, metodo, formazione e capacità di evolvere.

È su questa base condivisa che il lavoro con Fluxus hr è diventato qualcosa di più di un progetto cliente-agenzia: un confronto tra due organizzazioni che credono in un'impresa più consapevole, strutturata e orientata all'impatto.



2.2 FINALITÀ 2 | Far vivere i principi Benefit in Fluxus hr

“Nei confronti delle persone che lavorano nell’organizzazione, intendiamo:

- **Favorire l’autonomia, la responsabilizzazione e il coinvolgimento nei processi decisionali**
- **Creare le migliori condizioni di benessere, flessibilità ed equilibrio vita-lavoro”**

AZIONI	PERIODO	KPI	STATO
Coinvolgere durante meeting - dedicati e bi-mensili - il team di lavoro interno nella condivisione e nel confronto sulle decisioni che la società si prepara ad assumere, favorendo ascolto e partecipazione	Mag – Dic 2025	4 meeting	100%
Prevedere l'utilizzo della modalità di lavoro da remoto 5 giorni su 5 con la possibilità di svolgere il lavoro non soltanto da casa ma da qualsiasi sede il dipendente o il consulente riterrà opportuno per conciliare impegni lavorativi e impegni personali	Mag – Dic 2025	SI/NO	100%
Identificare 1 attività formativa in presenza/a distanza di cui ciascun/a dipendente potrà usufruire per accrescere competenze, sviluppo personale e professionale	Mag – Dic 2025	2 attività di sviluppo, 1 per dipendente	100%

La seconda finalità del 2025 ha riguardato l'integrazione concreta dei principi benefit nella vita organizzativa, con un'attenzione specifica alle persone che lavorano in Fluxus hr. In questo primo anno abbiamo scelto di focalizzarci in modo particolare sui due dipendenti interni, lavorando in modo più strutturato su alcune azioni e obiettivi a loro dedicati.

L'obiettivo era rendere più espliciti e strutturati valori già presenti nel nostro modo di operare, traducendoli in scelte organizzative coerenti e monitorabili. Abbiamo quindi lavorato per trasformare principi già agiti in pratiche più intenzionali, visibili e condivise.

Abbiamo lavorato su tre ambiti centrali: coinvolgimento nei momenti di confronto, bilanciamento tra vita professionale e personale e sviluppo delle competenze. Questi ambiti riflettono un'idea di organizzazione in cui le persone partecipano attivamente ai processi e possono esprimere pienamente il proprio contributo.

Sono stati attivati momenti periodici di confronto e condivisione, con l'intento di rafforzare partecipazione e corresponsabilità. I meeting bi-mensili hanno rappresentato uno spazio strutturato di ascolto e confronto, in cui condividere decisioni, raccogliere punti di vista e favorire un maggiore coinvolgimento nei processi aziendali.

È stata formalizzata e monitorata la modalità di lavoro flessibile, consolidando un approccio basato su fiducia e autonomia. La possibilità di lavorare da remoto e di organizzare in autonomia tempi e luoghi di lavoro ha contribuito a creare condizioni più sostenibili, favorendo un migliore equilibrio tra esigenze professionali e personali.

È stato inoltre garantito a ciascuna persona un percorso formativo dedicato e formale, a conferma dell'impegno verso la crescita professionale. L'accesso a momenti di sviluppo ha rappresentato un investimento concreto sul potenziale delle persone e sulla loro evoluzione nel tempo.

Crediamo che il feedback più autentico sia quello delle persone che hanno partecipato con noi nel raggiungere questi obiettivi: nella *storia di impatto* abbiamo intervistato Emilia e Michele, le persone del nostro back office che ogni giorno arricchiscono i progetti e le attività di Fluxus hr con passione e professionalità.

Evidenze di impatto generate nel 2025

TIPOLOGIA DI EVIDENZA	RISULTATO
Output realizzati	Attivazione meeting bi-mensili; lavoro flessibile strutturato; percorsi formativi individuali
Qualità e coerenza	Maggiore allineamento tra valori dichiarati e pratiche organizzative
Impatto sulle persone	Rafforzamento di partecipazione, autonomia e responsabilizzazione
Evoluzione organizzativa	Maggiore strutturazione dei momenti di confronto e sviluppo

Gli indicatori individuati – numero di incontri realizzati, applicazione della flessibilità e attivazione dei percorsi formativi – hanno consentito di monitorare in modo concreto l'integrazione dei principi benefit nella quotidianità lavorativa.

I risultati evidenziano un pieno raggiungimento degli obiettivi definiti, con una forte coerenza tra quanto pianificato e quanto realizzato, in particolare rispetto al coinvolgimento delle persone, alla flessibilità organizzativa e allo sviluppo delle competenze.

Questa finalità ha rafforzato la dimensione interna del modello benefit, trasformando valori condivisi in pratiche strutturate e monitorate, e confermando che l'impatto si costruisce anche attraverso la qualità delle relazioni e delle scelte organizzative quotidiane.

Evidenze di impatto sull'ecosistema

TIPOLOGIA DI EVIDENZA	RISULTATO
Pratiche consolidate	Meeting annuale di allineamento; momenti di confronto e pianificazione condivisa
Connessione e relazione	Attivazione di "speed meeting" per rafforzare il senso di appartenenza
Sostenibilità del lavoro	Attenzione alla pianificazione e al bilanciamento vita-lavoro nei progetti
Sviluppo competenze	Attivazione di momenti di condivisione, preparazione e scambio tra consulenti
Valorizzazione del contributo	Riconoscimento di premi a dipendenti e consulenti in caso di risultati superiori alle aspettative

Sebbene nel 2025 il focus sia stato posto in modo più strutturato sui dipendenti interni, i principi benefit rappresentano da sempre una guida anche nel rapporto con i/le consulenti che collaborano con Fluxus hr. Il nostro modello organizzativo si fonda infatti su un ecosistema di professionisti con cui condividiamo modalità di lavoro, valori e responsabilità sui risultati.

In questo contesto, una particolare attenzione è dedicata alla sostenibilità del lavoro. Le attività progettuali richiedono talvolta tempistiche sfidanti: per questo lavoriamo nella costruzione di pianificazioni che tengano insieme le esigenze dei clienti e il bilanciamento vita-lavoro delle persone, cercando soluzioni che siano il più possibile sostenibili nel tempo.

Accanto alla dimensione operativa, promuoviamo momenti strutturati di allineamento e confronto. In particolare, organizziamo annualmente un incontro – generalmente entro il primo trimestre – che rappresenta uno spazio centrale per l'intero ecosistema: un momento per rileggere i risultati dell'anno, condividere feedback e costruire insieme le direttrici per l'anno successivo.

A questo si affiancano momenti più frequenti e informali di connessione, come gli "speed meeting": incontri online brevi, non focalizzati su contenuti operativi ma sulla relazione, pensati per mantenere vivo il collegamento tra le persone e favorire uno scambio continuo anche in un contesto di lavoro distribuito.

Promuoviamo inoltre momenti di preparazione, condivisione di contenuti e tavoli di lavoro, con l'obiettivo di favorire lo sviluppo e il rafforzamento delle competenze all'interno del network di consulenti, creando spazi di apprendimento reciproco e di crescita condivisa.

In coerenza con questo approccio, quando i risultati dell'anno superano le aspettative, è pratica consolidata riconoscere un premio alle persone – dipendenti e consulenti – che hanno contribuito in modo significativo al raggiungimento degli obiettivi aziendali. Questo rappresenta per noi un modo concreto di valorizzare il contributo individuale e collettivo e di rafforzare il senso di partecipazione ai risultati.

Queste pratiche evidenziano come i principi benefit rappresentano un elemento identitario che orienta l'intero ecosistema Fluxus hr: l'impatto si estende oltre l'organizzazione, contribuendo a costruire modalità di collaborazione più consapevoli, sostenibili e orientate alla crescita condivisa.

Storia di impatto:

Intervista a Emilia D'Isola – Administration & Operations Specialist

Emilia D'Isola entra nel Team Fluxus hr nel 2022 in sostituzione della collega che precedentemente ricopriva lo stesso ruolo. Negli ultimi 3 anni è diventata un punto di riferimento prezioso e indispensabile nella gestione di attività che necessitano di fiducia, competenza e accuratezza sia nella dimensione interna della Società sia verso i Clienti.

Quale formazione hai avuto modo di fare nel 2025?

Nel 2025 ho seguito un corso di contabilità finalizzato ad approfondire i principi contabili, la gestione delle scritture e i principali adempimenti amministrativi e fiscali. Il percorso, strutturato con un taglio pratico e corredato da esercitazioni operative, è stato pensato per favorire l'autonomia nella gestione delle attività contabili e per rafforzare le competenze applicabili al contesto aziendale.

Perché era per te di valore aggiunto in questa fase professionale?

Nel mio ruolo, che integra attività di organizzazione e amministrazione aziendale, sentivo la necessità di consolidare e aggiornare le competenze contabili per avere una visione più completa e consapevole dei processi economico-finanziari.

In un ambito come quello contabile, caratterizzato da continui aggiornamenti normativi e fiscali, la formazione continua rappresenta un elemento fondamentale per operare con correttezza, precisione e responsabilità. In questa fase professionale, il valore aggiunto è stato acquisire maggiore struttura e consapevolezza, migliorando la qualità del mio contributo all'interno di Fluxus hr.

Che benefici hai avuto rispetto al tuo ruolo e allo sviluppo delle competenze?

I principali benefici sono stati:

- *Maggiore sicurezza anche nel confronto con i professionisti esterni che collaborano con l'azienda su tematiche amministrative e fiscali*
- *Miglioramento dell'efficacia operativa e organizzativa nella gestione delle attività amministrative*
- *Aggiornamento costante delle competenze in ambito contabile e fiscale*
- *Maggiore autonomia e precisione nella gestione documentale*

Che vantaggio ti ha dato poter scegliere autonomamente un percorso formativo in linea con le tue esigenze vita/lavoro?

È stato un valore significativo perché mi ha consentito di individuare una formazione realmente coerente con i miei obiettivi professionali e con i bisogni specifici di quel momento.

Questa possibilità ha aumentato la motivazione, il coinvolgimento e l'efficacia dell'apprendimento, favorendo un investimento formativo sostenibile e immediatamente applicabile nel contesto lavorativo.

Inoltre, poter definire il taglio del corso – modalità, durata e impegno richiesto – mi ha consentito di integrare il percorso nel mio equilibrio personale e professionale, rendendo l'esperienza realmente funzionale.



Storia di impatto:

Intervista a Michele Causa – Marketing & Support Specialist

Michele Causa è da sempre una colonna portante di Fluxus hr. Dal 2015 ci supporta in tutta una serie di attività che richiedono, tra le altre capacità, una spiccata capacità di gestione delle richieste dei clienti e di produzione di soluzioni innovative in supporto alle progettualità che Fluxus hr realizza ad hoc per le aziende.

Quale formazione hai avuto modo di fare nel 2025?

Ho partecipato al Master Online in Digital Marketing erogato da 24 ORE Business School. Si tratta di un percorso formativo articolato e specialistico, focalizzato sulle principali leve del marketing digitale: strategia, gestione campagne, analytics, SEO/SEM, social media marketing, content strategy e strumenti operativi per un marketing data-driven.

Perché era per te di valore aggiunto in questa fase professionale?

Per la mia efficacia professionale era importante consolidare e aggiornare competenze digitali in modo strutturato e strategico così da poter:

- *contribuire in modo più consapevole alla definizione delle strategie di comunicazione*
- *migliorare l'analisi delle campagne e interpretare in maniera più approfondita i dati*
- *proporre soluzioni innovative coerenti con gli obiettivi di business.*

Il percorso è stato quindi di valore aggiunto perché mi ha permesso di rafforzare competenze direttamente applicabili, aumentando il livello e il valore del mio contributo concreto ai risultati di Fluxus hr.

Che benefici hai avuto rispetto al tuo ruolo e al tuo sviluppo delle competenze?

Il percorso ha generato benefici concreti e direttamente applicabili al mio ruolo aziendale:

- *rafforzamento delle competenze nel digital marketing con maggiore autonomia nella pianificazione e nell'ottimizzazione delle attività*
- *migliore capacità di lettura e interpretazione dei dati, per monitorare e focalizzare le attività di marketing in modo più strutturato e orientato ai risultati*
- *visione più strategica delle leve digitali.*

Il Master quindi mi ha permesso di consolidare competenze tecniche specifiche, ma soprattutto di sviluppare un approccio più mirato e strategico, aumentando il mio contributo all'interno di Fluxus hr.

Che vantaggio ti ha dato poter scegliere autonomamente un percorso formativo in linea con le tue esigenze vita / lavoro?

I vantaggi sono stati molteplici:

- *flessibilità. Ho potuto conciliare gli impegni professionali e personali, modulando i tempi in base alle priorità del momento*
- *allineamento con gli obiettivi professionali. Ho selezionato un percorso che risponde esattamente alle competenze che desideravo sviluppare, evitando contenuti non pertinenti*
- *motivazione e responsabilità. Sapere di aver scelto il corso in base alle mie esigenze ha aumentato il mio livello di engagement e di sperimentazione di soluzioni per generare valore per Fluxus.*



2.3 FINALITÀ 3 | Il nostro impegno per l'ambiente

“Riguardo l'attenzione all'ambiente, intendiamo ridurre alla fonte l'impatto ambientale nelle attività consulenziali”

AZIONI	PERIODO	KPI	STATO
Scegliere carta riciclata sia per uso ufficio che per materiale didattico (es. fogli stampante e schede didattiche)	Mag – Dic 2025	Acquisto di 1 fornitura	100%
Mappatura viaggi di lavoro di 1 Consulente (worst case) per avere contezza del as is e definire un'azione più specifica per il 2026	Gen – Dic 2025	SI/NO	100% - sono stati mappati i viaggi dei 2 consulenti worst case

La terza finalità del 2025 ha riguardato l'integrazione della dimensione ambientale nel nostro modo di operare. Si tratta dell'area che per noi è risultata più sfidante, in quanto, essendo una società di servizi e non manifatturiera, le leve di impatto ambientale sono meno dirette e meno immediatamente misurabili.

A differenza di realtà produttive, non disponiamo di processi industriali su cui intervenire né di indicatori consolidati come l'impronta carbonica di produzione. Questo ci ha portato a interrogarci in modo più profondo su quale potesse essere il nostro reale spazio di azione e su come generare un impatto concreto e coerente con la nostra attività.

Per questo motivo, il primo passo è stato quello di costruire maggiore consapevolezza rispetto al nostro impatto, prima ancora di definire obiettivi di riduzione: comprendere “dove” e “come” incidiamo è stato un passaggio fondamentale per evitare approcci generici o poco aderenti alla nostra realtà.

In questa direzione, abbiamo scelto di focalizzarci su due ambiti rilevanti per la nostra attività: la scelta di fornitori e forniture secondo criteri di sostenibilità e la sostenibilità dei trasferimenti legati all'attività consulenziale. Si tratta delle aree in cui, in modo più concreto, possiamo incidere come organizzazione di servizi.

Abbiamo introdotto un criterio di attenzione ambientale nelle decisioni di acquisto, rendendo più strutturata la valutazione dei fornitori e delle forniture. Questo ha significato interrogarsi in modo più sistematico sulle scelte di approvvigionamento, rendendo esplicito un orientamento che in precedenza era presente in modo informale.

Il passaggio non è stato solo operativo, ma culturale: scegliere fornitori non esclusivamente sulla base di criteri economici o di prossimità, ma includendo considerazioni ambientali come parte del processo decisionale.

Parallelamente, abbiamo ridotto in modo significativo l'utilizzo di materiale cartaceo nelle attività formative e consulenziali, privilegiando ove possibile strumenti digitali e soluzioni alternative.

Al contempo, abbiamo avviato una mappatura dei trasferimenti.

In questo ambito, la principale criticità era l'assenza di una tracciatura strutturata. Per questo abbiamo avviato una mappatura degli spostamenti, con particolare attenzione ai/alle consulenti che viaggiano con maggiore frequenza. L'obiettivo iniziale era la mappatura del worst case; nel corso dell'anno abbiamo deciso di ampliare l'analisi, comparando in particolare i trasferimenti di due consulenti individuati come caso studio interno.

Questo lavoro è nato dall'esigenza di avere una maggiore contezza della nostra “impronta indiretta”, ovvero delle emissioni di gas ad effetto serra legate agli spostamenti, che rappresentano una delle principali fonti di impatto per una realtà come la nostra.

Prima ancora di ipotizzare strategie di riduzione o compensazione, abbiamo ritenuto necessario comprendere l'effettiva incidenza degli spostamenti tipica della professione del consulente spesso “in movimento”.

Questa fase ha richiesto un cambio di prospettiva: passare da una sensibilità generica al tema ambientale a una responsabilità misurabile.

Più che intervenire immediatamente con azioni correttive, abbiamo scelto un approccio progressivo e fondato sui dati, con l'obiettivo di costruire nel tempo una base solida su cui definire azioni più mirate e consapevoli.

Evidenze di impatto generate nel 2025

TIPOLOGIA DI EVIDENZA	RISULTATO
Output realizzati	Introduzione criteri di sostenibilità nelle forniture; riduzione utilizzo carta; avvio mappatura trasferimenti
Qualità e coerenza	Maggiore integrazione della dimensione ambientale nei processi decisionali
Consapevolezza generata	Maggiore comprensione dell'impatto ambientale indiretto, in particolare legato agli spostamenti dei/delle consulenti
Evoluzione del modello	Passaggio da sensibilità informale a approccio strutturato e monitorabile

Gli indicatori individuati per questa finalità hanno avuto principalmente una funzione conoscitiva e strutturante, permettendoci di costruire una prima base di dati e di rendere più consapevoli le nostre scelte.

Per quanto riguarda fornitori e forniture, il KPI ha previsto l'applicazione del criterio di sostenibilità nelle scelte effettuate nel corso dell'anno, verificandone la coerenza e la continuità.

Per i trasferimenti, l'indicatore ha riguardato l'avvio e la sistematizzazione della tracciatura degli spostamenti, con un focus sui casi a maggiore incidenza.

I risultati raggiunti non sono da leggere in termini di riduzione immediata dell'impatto, ma come un primo passo fondamentale verso la sua misurabilità e gestione consapevole.

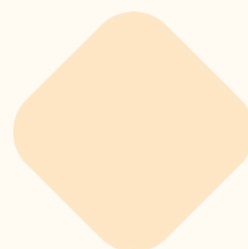
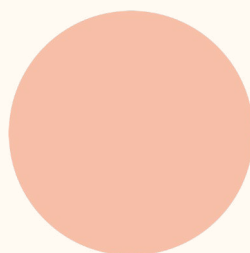
L'elemento più significativo è stato l'avvio di un processo: introdurre criteri ambientali nelle scelte di fornitura e iniziare a tracciare i trasferimenti ha significato assumersi una responsabilità nuova, accettando la complessità del percorso.

Questa finalità ha reso evidente che l'attenzione all'ambiente richiede metodo, gradualità e disponibilità a guardare con onestà ai propri dati.

Allo stesso tempo, ha chiarito come, per una realtà di servizi, l'impatto ambientale passi soprattutto attraverso scelte diffuse e comportamenti quotidiani, più che attraverso interventi strutturali tipici di contesti produttivi.

È stato un primo passo, consapevole, verso una gestione ambientale più strutturata e coerente con l'identità benefit.

Continueremo a investirvi nei prossimi anni, pur nella consapevolezza che, per una realtà di servizi e non manifatturiera, questo ambito rimane particolarmente sfidante.



2.4 FINALITÀ 4 | Creazione di valore attraverso la nostra Consulenza

“Nei confronti delle aziende clienti, intendiamo:

- **Realizzare progetti di consulenza che supportino le organizzazioni nel creare un ambiente lavorativo più equo, motivante, contribuendo così al benessere collettivo**
- **Contribuire, attraverso Progetti e Interventi che puntino allo sviluppo di comportamenti e prassi al contempo più adattivi e soddisfacenti per le persone e più rispondenti alla crescente complessità organizzativa attuale**
- **Proporre percorsi formativi che potenzino competenze trasversali come la comunicazione, il lavoro di squadra e la leadership, che sono essenziali per una crescita equilibrata e per la creazione di ambienti di lavoro più collaborativi generando valore nel tempo per Persone e Organizzazioni”**

AZIONE	PERIODO	KPI	STATO
Realizzare almeno 1 progetto (formazione, coaching o consulenza) sul tema del benessere a lavoro e dello sviluppo delle persone, temi fondamentali per una crescita sostenibile in azienda	Giu – Dic 2025	1 progetto	100%

La quarta finalità del 2025 ha riguardato la creazione di valore attraverso la nostra attività principale: la consulenza, la formazione e lo sviluppo delle persone.

Per noi, questa non è una finalità accessoria, ma il cuore stesso del modello benefit applicato al nostro lavoro. La creazione di valore non si esprime unicamente nel momento del delivery di un progetto, ma prende forma già nella fase di progettazione, nel confronto con il/la cliente, nella definizione degli obiettivi e nel modo in cui gestiamo le attività lungo tutto il percorso.

L'obiettivo è stato promuovere contesti organizzativi capaci di sostenere la crescita delle persone, favorendo consapevolezza, qualità relazionale e responsabilità condivisa. In questa prospettiva, lo sviluppo delle persone rappresenta per noi una leva fondamentale per la crescita sostenibile delle organizzazioni, non solo in termini di competenze, ma anche di comportamenti, cultura e capacità di lavorare in contesti complessi.

Nel corso del 2025, questa attenzione è stata integrata in tutte le fasi del nostro lavoro: nella co-progettazione degli interventi insieme ai/clienti, con una particolare cura nella definizione degli obiettivi di sviluppo; nel dialogo costante e nel feedback continuo, inteso come spazio di apprendimento reciproco; nell'erogazione dei percorsi formativi e consulenziali, progettati con un'attenzione esplicita alla crescita integrale delle persone.

Pur avendo sviluppato nel corso dell'anno più progetti coerenti con questi obiettivi, abbiamo scelto in modo intenzionale – anche in considerazione del fatto che questa finalità è stata attivata nel periodo giugno-dicembre 2025 – di focalizzare la rendicontazione su un unico progetto particolarmente rappresentativo.

Questa scelta è stata guidata dalla volontà di privilegiare una lettura qualitativa e approfondita dell'impatto generato, piuttosto che una rendicontazione estensiva ma meno significativa. Il progetto selezionato rappresenta quindi un caso emblematico del valore che intendiamo generare attraverso il nostro lavoro.

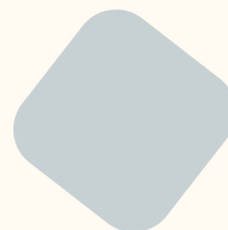
Accanto a questo orientamento trasversale, abbiamo definito come KPI minimo la realizzazione di almeno un progetto che affrontasse in maniera diretta e completa il tema dello sviluppo delle persone e del benessere.

La scelta di un target conservativo è stata deliberata: abbiamo voluto inserire un obiettivo certo e misurabile, senza forzare un'estensione quantitativa che non fosse pienamente coerente con le nostre capacità e con la qualità desiderata.

Il progetto è stato realizzato per Karl Storz, azienda del settore della sanità e della tecnologia medica avanzata, con un forte focus su innovazione, qualità e miglioramento degli esiti clinici:

- ha affrontato in modo strutturato e integrato le dimensioni dello sviluppo personale e organizzativo, rappresentando un esempio concreto di ciò che intendiamo per creazione di valore sostenibile
- è stato realizzato per con l'obiettivo di rafforzare una cultura di collaborazione e responsabilità condivisa, rendendo concreti comportamenti orientati a risultati comuni
- ha contribuito a migliorare comunicazione, feedback e gestione delle dinamiche interfunzionali, aumentando trasparenza, allineamento e qualità delle decisioni
- ha generato impatti tangibili su clima, engagement e performance, sviluppando self-awareness diffusa e pratiche operative sostenibili nel tempo

Lo descriviamo maggiormente nella seguente *storia di impatto*.



Evidenze di impatto generate nel 2025

TIPOLOGIA DI EVIDENZA	RISULTATO
Output realizzati	Realizzazione di un progetto strutturato su sviluppo delle persone e benessere organizzativo
Qualità e coerenza	Integrazione dello sviluppo delle persone in tutte le fasi del processo consulenziale
Impatto sui clienti	Miglioramento delle dinamiche relazionali, della comunicazione e della collaborazione nei team coinvolti
Valore generato	Sviluppo di competenze trasversali e rafforzamento della cultura organizzativa
Approccio metodologico	Scelta di privilegiare un approfondimento qualitativo dell'impatto rispetto a una rendicontazione estensiva

Il KPI previsto per questa finalità – la realizzazione di almeno un progetto dedicato allo sviluppo delle persone in modo sistemico – è stato pienamente raggiunto.

Al di là del dato numerico, il valore di questa finalità risiede nel fatto che lo sviluppo delle persone ha rappresentato una lente costante nel nostro approccio professionale: dalla progettazione alla relazione con il cliente, fino alla gestione del feedback e all'erogazione dell'intervento.

La scelta di focalizzarsi su un singolo progetto non rappresenta quindi un limite, ma una decisione intenzionale, coerente con il primo anno di formalizzazione come Società Benefit e con l'attivazione parziale della finalità nel corso dell'anno.

Questo approccio ci ha permesso di approfondire in modo più significativo le dinamiche di cambiamento attivate, mettendo in evidenza non solo gli output, ma soprattutto gli effetti generati sui comportamenti, sulle relazioni e sulla cultura organizzativa.

Questa finalità conferma una convinzione che guida la nostra mission: la crescita sostenibile delle organizzazioni passa dalla crescita delle persone. Generare valore significa accompagnare questa evoluzione con responsabilità, metodo e coerenza.

A questo progetto è dedicata una specifica storia di impatto, che approfondisce in chiave qualitativa l'esperienza vissuta e i cambiamenti generati.

Intervista a Michela Agus – HR Manager di Karl Storz nel 2025

Guardando al Progetto Self and Team efficacy, in che modo ritiene che abbia contribuito ad alimentare la vision e la cultura di Karl Storz?

Il progetto ha rafforzato la cultura della responsabilità condivisa: coinvolgendo tutta l'azienda il progetto ha reso pratica la vision di un'organizzazione che lavora "insieme" per obiettivi comuni, non solo a parole ma attraverso comportamenti quotidiani.

Ha promosso una comunicazione più trasparente e orientata al risultato: gli strumenti e i momenti di lavoro del progetto (workshop, check-in, retrospettive) hanno introdotto routine che sono ormai parte della cultura aziendale, facilitando allineamento e velocità decisionale.

Ha sviluppato la self-awareness come valore centrale: la capacità di ciascuno di riconoscere punti di forza e aree di miglioramento individuali ha reso concreto il concetto di crescita continua, coerente con la vision di Karl Storz su eccellenza e collaborazione.

Quali cambiamenti concreti ha osservato nei comportamenti delle persone e dei team coinvolti?

- *Maggiore ascolto attivo: nelle riunioni si è notato un aumento delle domande chiarificatrici e meno interruzioni; le decisioni nascono spesso da discussioni più strutturate.*
- *Gestione più efficace delle discussioni difficili: le persone hanno imparato a esplicitare il proprio punto di vista e allo stesso tempo a chiedere e cercare gli argomenti degli altri, riducendo escalation emotive e polarizzazioni.*
- *Più pratica di feedback continuo: feedback più regolari, specifici e orientati allo sviluppo (non soltanto valutativi) sono diventati normali tra colleghi e manager.*
- *Ruoli e confini più chiari nelle attività cross-funzionali: grazie alle esercitazioni sul team efficacy, i team hanno definito responsabilità condivise che hanno ridotto sovrapposizioni e inefficienze.*

In che modo il progetto ha influenzato dinamiche trasversali come collaborazione, comunicazione interfunzionale o gestione del feedback?

- *Collaborazione: ha favorito la formazione di canali informali e rituali di lavoro (ad esempio retrospettive settimanali tra team diversi) che mantengono allineamento e creano fiducia reciproca.*
- *Comunicazione interfunzionale: la pratica di condividere mappe dei bisogni e dei vincoli reciproci ha ridotto incomprensioni; ora gli stakeholder principali sono coinvolti prima nelle fasi critiche, non solo al termine.*
- *Gestione del feedback: è migliorata la qualità del feedback interfunzionale — più concreto, tempestivo e costruito su evidenze — e la sua ricezione è diventata meno difensiva grazie all'enfasi sulla self-awareness.*
- *Miglior clima di lavoro: il fatto che le persone si sentano ascoltate e comprese ha aumentato la percezione di equità e sicurezza psicologica.*
- *Aumento dell'engagement: partecipare attivamente al progetto e vedere cambiamenti concreti ha aumentato il senso di appartenenza e la motivazione a contribuire.*
- *Diffusione di pratiche positive oltre il perimetro iniziale: strumenti e linguaggi sviluppati (es. "check-in emotivi", regole per le discussioni difficili condotte in base a "tu di che colore sei!") sono stati adottati spontaneamente in nuovi progetti e team.*

Quali benefici indiretti o inattesi sono emersi nel corso del 2025, a livello di clima interno, engagement o retention?

- *Coinvolgimento "bottom-up" e "top-down": il progetto non è rimasto un'iniziativa HR, ma è stato vissuto da tutta l'azienda, con leadership che ha partecipato concretamente, rendendo il cambiamento sostenibile.*
- *Sviluppo della self-awareness come leva operativa: non è stato solo training teorico, ma un percorso che ha trasformato il modo in cui le persone si relazionano e gestiscono le discussioni importanti.*
- *Strumenti pratici e replicabili: tecniche di comunicazione, routine di meeting e modelli di feedback che si possono facilmente applicare in altri contesti e che hanno già dimostrato impatto misurabile.*
- *Impatto sulla performance collettiva: riduzione dei tempi decisionali, meno rilavorazioni, migliore qualità delle consegne e team più resilienti in situazioni di stress, soprattutto all'interno del leadership team.*

Se dovesse raccontare ad un altro collega perché questo progetto ha generato valore nel 2025, quali elementi evidenzerebbe come distintivi o trasformativi?

Il Progetto Self and Team Efficacy ha trasformato comportamenti individuali e modalità di collaborazione, creando un ambiente più trasparente, responsabile e orientato alla crescita. Ha portato benefici concreti sul piano operativo (migliori processi, meno errori), sul piano relazionale (più fiducia, ascolto) e sul piano organizzativo (maggiore engagement e retention), contribuendo in modo tangibile alla vision e alla cultura di Karl Storz.



2.5 FINALITÀ 5 | Creare sinergia

“Nei confronti della comunità, intendiamo amplificare l’impatto positivo sul territorio e verso la comunità, in sinergia con partner a livello nazionale attraverso progetti congiunti”

AZIONE	PERIODO	KPI	STATO
Individuare un partner con il quale definire un’iniziativa congiunta (da effettuare nel 2026) che apporti beneficio alla comunità a cui si rivolge	Giu – Dic 2025	SI/NO	100%

La quinta finalità del 2025 nasce da una convinzione chiara: la creazione di valore non si esaurisce nei progetti che realizziamo, ma si amplifica quando scegliamo con chi camminare. Per questo, nel nostro primo anno come Società Benefit, abbiamo deciso di dedicare uno spazio specifico alla costruzione intenzionale di una sinergia ad alto impatto.

L’obiettivo non era attivare una collaborazione formale, ma individuare un partner con cui condividere una visione e con cui costruire un’azione in cui l’impatto fosse reale e significativo. Abbiamo quindi orientato la scelta non solo su criteri di affinità professionale, ma soprattutto sulla possibilità di generare un contributo concreto e coerente con i nostri valori.

Abbiamo scelto di orientarci verso un’organizzazione con cui esiste già una relazione professionale consolidata, ma con la quale sentivamo la possibilità di fare un passo ulteriore, ampliando il perimetro del contributo. La logica non è stata quella di “attivare un nuovo progetto”, ma di evolvere una relazione esistente in una collaborazione a maggiore impatto.

La scelta è ricaduta su Vidas e su Fondazione Vidas, organizzazione del Terzo Settore impegnata nell’ambito delle cure palliative, con cui collaboriamo da tempo per attività di formazione, consulenza e supporto HR.

Partendo da questa relazione, abbiamo proposto di sviluppare un’iniziativa che andasse oltre la dimensione contrattuale. L’intenzione è stata quella di mettere a disposizione le competenze delle persone Fluxus hr offrendo supporto professionale a beneficio dell’organizzazione e quindi della comunità.

La proposta è stata accolta, aprendo uno spazio nuovo di collaborazione.

Questo passaggio rappresenta per noi un cambio di prospettiva significativo: riconoscere che le competenze sviluppate nel nostro lavoro possono essere messe a disposizione anche al di fuori delle logiche di mercato, generando valore in contesti ad alto impatto sociale.

In questa direzione, la collaborazione con Fondazione Vidas si inserisce in una prospettiva di medio periodo e l’iniziativa sulla quale lavoreremo insieme nel 2026 è un progetto che la Fondazione considera fortemente strategico per la crescita e lo sviluppo dell’organizzazione e della sua mission nel mondo delle Cure Palliative.

Per noi questo passaggio è stato particolarmente significativo. Ha rappresentato la volontà di non limitare l’impatto al solo ambito lavorativo o economico, ma di riconoscere che le competenze maturate nel nostro lavoro possono diventare uno strumento di valore anche per la comunità, quando messe a disposizione con spirito di servizio.

Evidenze di impatto generate nel 2025

TIPOLOGIA DI EVIDENZA	RISULTATO
Output realizzati	Individuazione del partner e definizione di un’iniziativa congiunta
Qualità della partnership	Evoluzione di una relazione professionale in una collaborazione a maggiore impatto sociale
Impatto sulla comunità	Attivazione di un progetto orientato al supporto di un’organizzazione del Terzo Settore
Valore generato	Messa a disposizione di competenze professionali a beneficio della comunità
Evoluzione futura	Avvio di una collaborazione con sviluppo progettuale previsto nel 2026

Il KPI previsto – individuazione di un partner e definizione di un’iniziativa congiunta – è pienamente raggiunto.

Al di là del dato formale, questa finalità segna un passaggio culturale importante: scegliere intenzionalmente di destinare le nostre competenze professionali a un’organizzazione che opera in un ambito ad altissimo valore umano significa ampliare il significato della nostra attività.

Il risultato più rilevante non è quindi solo l’attivazione della partnership, ma l’apertura di uno spazio di collaborazione che consente di estendere il nostro impatto oltre il perimetro tradizionale della consulenza.

Attraverso questa sinergia, il modello benefit trova una dimensione concreta e relazionale: non solo generare valore nelle organizzazioni clienti, ma contribuire, attraverso le nostre competenze, a un impatto più ampio sulla comunità.

Questa finalità rappresenta quindi un primo passo verso una logica di collaborazione più ampia e strutturata, che nei prossimi anni potrà essere ulteriormente sviluppata e consolidata.

Storia di impatto

Intervista a Silvia Saurini, HR Director di Vidas

La scelta di Vidas come nostro Partner di riferimento sulla finalità 5 - amplificare l’impatto positivo sul territorio e verso la comunità, in sinergia con partner a livello nazionale attraverso progetti congiunti – è stata naturale sia per l’ambito in cui opera Vidas, un’organizzazione che conosciamo da tempo, sia per le sfide future che si prepara ad affrontare. Per Fluxus hr era di assoluto valore poter dare il proprio contributo no profit.

Di cosa si occupa Vidas e qual è la missione che guida quotidianamente il vostro impegno verso i pazienti e le loro famiglie?

VIDAS (Volontari Italiani per l’Assistenza ai Sofferenti) difende la dignità della vita fino all’ultimo istante. Offre assistenza sociosanitaria a persone malate, con patologie inguaribili, attraverso un complesso di servizi interdipendenti che vanno dal domicilio agli hospice Casa Vidas e Casa Sollievo Bimbi dove adulti e bambini vengono accolti in degenza e day hospice.

VIDAS è nata con l’obiettivo di rispondere alle necessità del paziente, che è sempre al centro della cura, dando sostegno anche alla famiglia lungo tutto il percorso di malattia e nella fase del lutto. Un’assistenza interdisciplinare che assicura la presa in carico di tutti i bisogni fisici, psicologici, sociali e relazionali.

L’impegno è costante, l’assistenza è garantita 24 ore su 24, 365 giorni all’anno, grazie a 7 équipe multidisciplinari composte da professionisti qualificati (medici, infermieri, OSS, fisioterapisti, logopedisti, assistenti sociali, psicologi, educatori, terapisti occupazionali, assistenti spirituali, mediatori culturali) e da volontari appositamente formati.

*Ad oggi VIDAS rappresenta un punto di riferimento sul territorio per l’erogazione di cure palliative con **più di 2.300 i pazienti assistiti ogni anno, circa 400 al giorno**, a Milano, Monza e in 112 comuni dell’hinterland.*

Parallelamente all’assistenza, fin dal 1985, LA Fondazione Vidas promuove un’ampia attività di sensibilizzazione culturale sui grandi temi del vivere e del morire e di formazione accreditata, grazie al Centro Studi e Formazione, per professionisti e volontari.

In che modo la partnership con Fluxus HR si integra con la vostra missione e contribuisce a rafforzare la vostra capacità di generare valore per le persone e per la comunità?

La partnership con Fluxus HR si integra perfettamente con la nostra missione, condividendo i valori fondanti di VIDAS di mettere le persone al centro e generare un impatto concreto sulla comunità. Avvalendoci della consolidata esperienza di Fluxus nella realizzazione di progetti organizzativi con una reale valenza trasformativa potremo ripensare il nostro piano di comunicazione interno ed esterno. Una collaborazione volta a migliorare i processi interni, selezionare i canali più efficaci, definire una solida employer branding proposition e progettare un nuovo piano editoriale.

Quali impatti concreti può generare questa partnership sulla comunità nel breve e nel lungo periodo?

*Nel breve periodo, la collaborazione con Fluxus HR migliorerà l’efficienza dei nostri processi di comunicazione interna ed esterna. Nel lungo periodo, un progetto di employer branding strutturato e all’avanguardia accrescerà non solo la nostra capacità attrattiva ma anche il senso di identità e di appartenenza del personale. Inoltre, rafforzerà la nostra reputazione come employer of choice, permettendoci di ampliare i servizi offerti, raggiungere più famiglie e contribuire al benessere della comunità attraverso una cultura dell’assistenza integrata e solidale. In questa prospettiva, il nostro Piano Strategico prevede nei prossimi cinque anni un’estensione territoriale dei servizi di assistenza domiciliare e la realizzazione di un nuovo hospice per pazienti adulti, grazie al quale potremo assistere **circa il 40% in più di pazienti** rispetto ad oggi. Per questo motivo diventa fondamentale incrementare la nostra capacità di attrarre rapidamente gli operatori socio-sanitari ed il personale di staff indispensabile a sostenere la crescita, con un incremento previsto di circa 60 nuovi professionisti.*



03

Capitolo 3

Executive summary



Capitolo 3. Executive Summary

3.1 Valutazione di Impatto attraverso SABI Strumento di Autovalutazione del Buon Impatto

Le 5 finalità che abbiamo definito hanno agito su dimensioni tra loro interconnesse – dalla comunicazione, alle persone, all'ambiente, fino alla creazione di valore attraverso il nostro lavoro e al contributo alla comunità – contribuendo a delineare un modello di impresa sempre più coerente con la nostra identità.

Interrogarci in modo continuo su come generare impatti positivi ci ha permesso, già nel corso del 2025, di individuare spunti e direttrici utili per la definizione degli obiettivi del 2026.

Siamo consapevoli delle aree di miglioramento e delle opportunità di sviluppo, e al tempo stesso riconosciamo il valore del percorso avviato. Il percorso intrapreso conferma per noi che essere una Società Benefit non rappresenta un traguardo, ma un processo continuo, che richiede intenzionalità, capacità di adattamento e coerenza nelle scelte.

Il 2025 è stato quindi un anno di riflessione, di confronto al nostro interno per condividere e coinvolgere tutte le persone di Fluxus hr in questo percorso e di messa a terra di idee e azioni concrete.

La nostra intenzione era anche quella di acquisire maggiore consapevolezza riguardo il nostro “punto di partenza” riguardo le 5 Finalità di Beneficio Comune che ci siamo dati a febbraio 2025 in Statuto così da poter tracciare con precisione l’inizio della nostra storia come Società Benefit.

Come anticipato nella Nota Metodologica, abbiamo scelto di utilizzare SABI come standard di valutazione esterno. Di seguito ciò che è emerso in sintesi.

Condividiamo i risultati di sintesi emersi dal SABI:

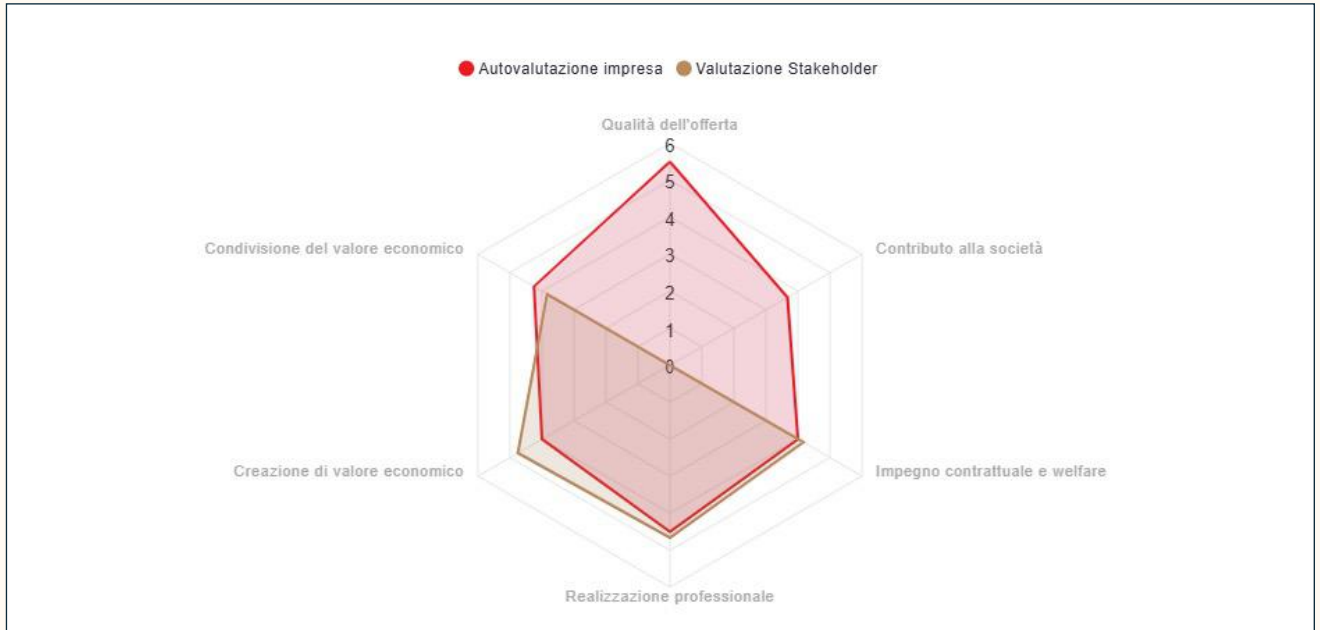
Legenda dei criteri di valutazione

1. FORTE CRITICITA'
2. QUALCHE PROBLEMA
3. OK MA MIGLIORABILE
4. BEN PRESIDATO
5. UN RISULTATO SPECIALE
6. INSUPERABILE

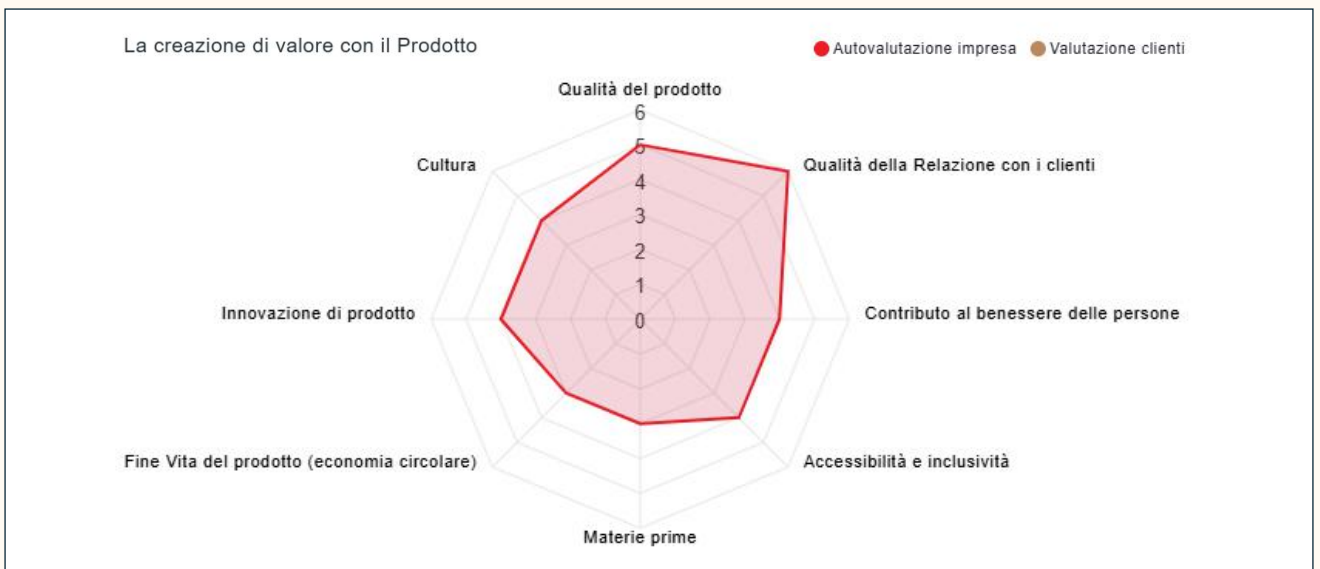


3.2 Sintesi della Creazione di Valore

Il grafico seguente offre uno sguardo di sintesi della creazione di valore attraverso i principali pilastri dell'attività di impresa: il Prodotto, il Lavoro e il Valore economico. Sono rappresentate le prime due dimensioni di ciascun pilastro (elementi che creano valore e elementi che qualificano una "buona" creazione di valore). La valutazione di sintesi per ciascuna dimensione (linea rossa per l'impresa, linea marrone per lo stakeholder di riferimento) corrisponde alla media delle valutazioni assegnate ai singoli elementi che compongono quella dimensione.



In questa sezione vengono visualizzati gli esiti di dettaglio del questionario, per la parte di Creazione di Valore in termini di Prodotto, Lavoro e Valore Economico. In particolare: nei grafici radar chart di seguito, viene raffigurata la creazione di valore per ogni Pilastro dell'attività di impresa. Negli assi sono rappresentati gli elementi che risultano rilevanti per l'impresa, in base alla valutazione di materialità degli impatti espressa. Alcuni elementi corrispondono alla Prima dimensione del modello della Buona Impresa (elementi che creano valore), altri alla Seconda dimensione (elementi che qualificano una buona creazione di valore). La linea rossa corrisponde alla valutazione assegnata dall'impresa mentre – ove i dati sono disponibili – la linea marrone disegna la media delle valutazioni assegnate dagli stakeholder. Segue una tabella con il dettaglio delle valutazioni attribuite a ciascun elemento dall'impresa e, se disponibile, dagli stakeholder.



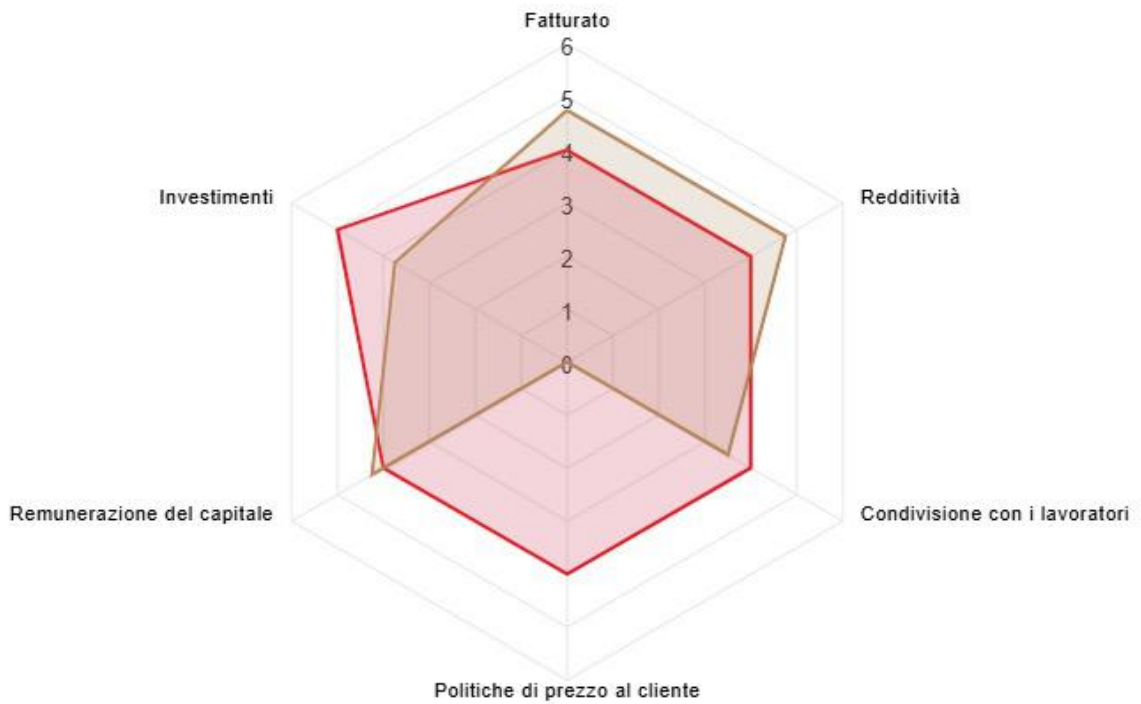
La creazione di valore con il lavoro

● Autovalutazione impresa ● Valutazione collaboratori



La Creazione di valore economico

● Autovalutazione impresa ● Valutazione Soci



Autovalutazione della Sostenibilità delle Operations

In questa sezione vengono visualizzati gli esiti di dettaglio del questionario rispetto alla gestione sostenibile delle proprie Operations. Nei grafici, vengono rappresentati i risultati delle valutazioni sia relative ai processi di produzione aziendali che alla gestione della filiera. E' riportato solo il punto di vista dell'impresa poichè si ritiene che gli stakeholder non dispongano di sufficienti informazioni per valutare questi aspetti, e dunque non viene chiesta loro di esprimersi.

Processi di produzione



Riguardo la valutazione degli stakeholder, quest'anno abbiamo coinvolto due tipologie di interlocutori su tre: lavoratori e soci. Abbiamo deciso di pubblicare i risultati parziali in ottica di trasparenza, poiché ci siamo voluti misurare con un primo test pilota. L'obiettivo per i prossimi anni è di coinvolgere anche i clienti completando così il panel degli stakeholder.

Di seguito le valutazioni parziali:

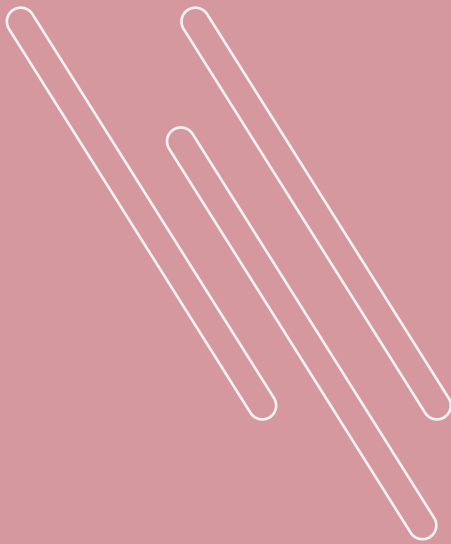
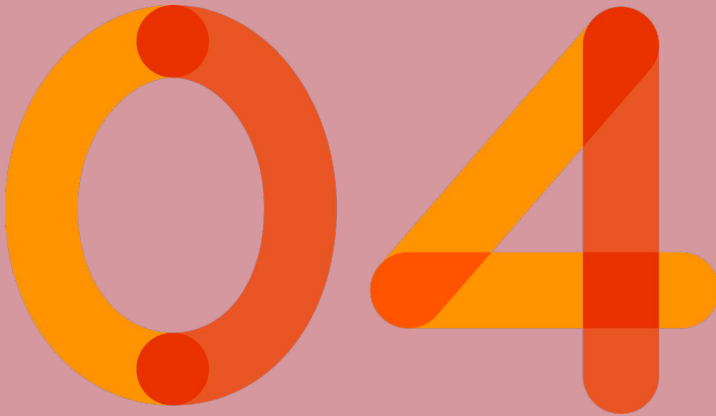
Area Lavoratori

DIMENSIONE	PUNTEGGIO MEDIO
Creazione e remunerazione	4.0
Welfare e benefit	4.0
Prospettive e tutela	4.5
Condivisione	3.5
Coerenza ruolo-persona	4.5
Sviluppo e formazione	5.0
Chiarezza organizzativa	4.0
Relazioni e collaborazione	6.0
Riconoscimento	4.5
Inclusione	4.0
Coesione	4.0

Area Soci / Valore Economico

DIMENSIONE	PUNTEGGIO MEDIO
Fatturato	4.75
Redditività	4.75
Remunerazione del capitale	4.25
Investimenti	3.75
Fiducia degli investitori	4.5

Riteniamo quanto emerso da questa prima di valutazione attraverso il SABI – Strumento di Autovalutazione del Buon Impatto e primo applicativo derivato dal Modello della Buona Impresa – come positivo e di ulteriore spinta per sfidarci in ottica futura sui nuovi obiettivi benefit 2026 che presentiamo di seguito.



Capitolo 4

**Obiettivi
2026**

Capitolo 4. Obiettivi 2026

4.1 FINALITÀ 1 | Promozione del modello benefit

“Intendiamo contribuire alla diffusione del modello economico e giuridico delle Società Benefit attraverso la promozione e la diffusione di pratiche ed esperienze all’interno del network di aziende e organizzazioni in cui operiamo

OBIETTIVI	KPI	TIMING
1. Effettuare iscrizione all’elenco volontario delle Società Benefit; questo obiettivo risponde alla volontà di entrare sempre di più in un network di aziende virtuose che collaborano per generare impatti positivi all’interno delle comunità di riferimento	SI/NO	Mar 2026
2. Effettuare associazione ad Assobenefit; questo obiettivo nasce dal desiderio di testimoniare attivamente l’importanza di sostenere la diffusione del Modello Benefit come modello di crescita sostenibile del Business	SI/NO	Apr 2026
3. Pianificare la partecipazione ad eventi finalizzati a sostenere le pratiche benefit e lo scambio di esperienze tra organizzazioni benefit	4 Eventi	Dic 2026
4. Mantenere e valorizzare l’attività di diffusione del modello benefit via LinkedIn utilizzando così il nostro network di riferimento, composto da professionisti e aziende	4 post	Dic 2026

4.2 FINALITÀ 2 | Far vivere i principi Benefit in Fluxus hr

“Nei confronti delle persone che lavorano nell’organizzazione, intendiamo:

- ***Favorire l’autonomia, la responsabilizzazione e il coinvolgimento nei processi decisionali***
- ***Creare le migliori condizioni di benessere, flessibilità ed equilibrio vita-lavoro”***

OBIETTIVI	KPI	TIMING
1. Realizzare in modo continuativo one to one con tutti i consulenti e i dipendenti, incontri volti a verificare il benessere delle persone, trovare miglioramenti nella gestione del lavoro e condividere tutti gli aspetti utili per la crescita personale e professionale	1 colloquio per ogni consulente 2 colloqui per i 2 dipendenti	Dic 2026
2. Garantire a ciascuno dei 2 dipendenti accesso alla formazione attraverso un training per ciascuno/a	2 training, 1 per persona	Dic 2026
3. Garantire ai dipendenti la possibilità di organizzare il bilanciamento vita-lavoro attraverso la possibilità di lavorare da remoto 4 gg su 5 a settimana in funzione dell’organizzazione delle attività che necessitano presenza in sede	SI/NO	Dic 2026
4. Organizzare meeting annuali con lo staff Fluxus hr al completo; questo obiettivo risponde alla convinzione di condividere in continuità e ampiamente azioni, iniziative e novità con tutto il team Fluxus composto sia da dipendenti che da consulenti	2 meeting	Dic 2026

4.3 FINALITÀ 3 | Il nostro impegno per l'ambiente

“Riguardo l'attenzione all'ambiente, intendiamo ridurre alla fonte l'impatto ambientale nelle attività consulenziali”

OBIETTIVI	KPI	TIMING
1. Scrivere una policy viaggi nel primo semestre e poi renderla operativa a partire dal secondo semestre; la stesura di una policy ha la finalità di orientare ancor di più Partner e Consulenti verso scelte carbon free per gli spostamenti resi necessari allo svolgimento di attività consulenziale presso le aziende clienti	1 policy	Entro giugno 2026: stesura Entro dicembre 2026: applicazione
2. Rafforzare la scelta green: su Roma: scegliere pony express in modalità bike	% viaggi in modalità bike	Dic 2026
3. Utilizzare materiale di riciclo come scelta di fornitura per materiale didattico: nello specifico cartelline A4 in carta riciclata non plastificata, segnaposto e blocchi in carta riciclata e penne in plastica riciclata almeno al 95%	Acquisto delle forniture specificate SI/NO	Dic 2026

4.4 FINALITÀ 4 | Creazione di valore attraverso la nostra Consulenza

“Nei confronti delle aziende clienti, intendiamo:

- **Realizzare progetti di consulenza che supportino le organizzazioni nel creare un ambiente lavorativo più equo, motivante, contribuendo così al benessere collettivo**
- **Contribuire, attraverso Progetti e Interventi che puntino allo sviluppo di comportamenti e prassi al contempo più adattivi e soddisfacenti per le persone e più rispondenti alla crescente complessità organizzativa attuale**
- **Proporre percorsi formativi che potenzino competenze trasversali come la comunicazione, il lavoro di squadra e la leadership, che sono essenziali per una crescita equilibrata e per la creazione di ambienti di lavoro più collaborativi generando valore nel tempo per Persone e Organizzazioni”**

OBIETTIVI	KPI	TIMING
1. Erogare progetti consulenziali sul tema benessere e sicurezza psicologica; riteniamo questi temi di alto valore e di supporto alle aziende che puntano ad una crescita bilanciata di business e benessere organizzativo	2 progetti	Dic 2026
2. Effettuare una ricerca interna sul tema Next Generation e impatti delle nuove generazioni nelle organizzazioni; la ricerca è particolarmente rilevante a nostro avviso per 2 ordini di ragioni: 1) sostenere il migliore inserimento delle nuove generazioni in contesti lavorativi ad alta complessità e 2) contribuire a diffondere i valori di cui le nuove generazioni si fanno portatrici e permeati di attenzione all'ambiente, all'inclusività e al work-life balance	1 ricerca	Dic 2026
3. Collaborare con SCP Italy per contribuire alla ricerca sulla Pratica Riflessiva dei Coach, volta a valorizzare la cultura del coaching al servizio dell'unicità dell'individuo e della complessità delle organizzazioni	SI/NO	Dic 2026



4.5 FINALITÀ 5 | Creare sinergia

“Nei confronti della comunità, intendiamo amplificare l’impatto positivo sul territorio e verso la comunità, in sinergia con partner a livello nazionale attraverso progetti congiunti”

OBIETTIVO	KPI	TIMING
1. Sviluppare un progetto in partnership con Fondazione Vidas per supportare HR nel garantire – attraverso una attività di attraction di candidati in linea con i valori Vidas – il potenziamento della struttura organizzativa al servizio dell’assistenza ai pazienti	1 progetto	Dic 2026

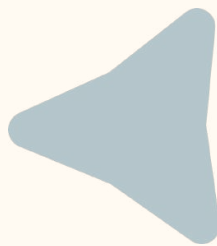


05



Capitolo 5

Conclusioni



Capitolo 5. Conclusioni

Concludiamo questa prima Relazione di Impatto tirando le fila del primo anno di esperienza di Fluxus hr come Società Benefit.

Nel 2025, nostro primo anno come Società Benefit, era necessario misurarsi su azioni e modalità di monitoraggio nuove e più strutturate, rispetto a quanto fatto autonomamente in passato e avevamo la ferma volontà al contempo, di costruire sin da subito delle buone pratiche, concrete e misurabili.

Siamo consapevoli delle aree di miglioramento e delle opportunità di sviluppo, e al tempo stesso riconosciamo il valore del percorso avviato. Il percorso intrapreso conferma per noi che essere una Società Benefit non rappresenta un traguardo, ma un processo continuo, che richiede intenzionalità, capacità di adattamento e coerenza nelle scelte.

Con questo spirito e questa forte convinzione, orientati a consolidare quanto costruito e ad ampliare progressivamente il perimetro delle nostre azioni, ci focalizziamo sugli obiettivi del 2026, con l'impegno di generare un impatto sempre più concreto, diffuso e allineato alla nostra identità, per clienti, collaboratori, stakeholder e comunità di riferimento.

