



RELAZIONE ANNUALE

**sul perseguimento del beneficio comune di
Green Media Lab S.r.l. Società Benefit**

Anno 2020

INDICE

1. INTRODUZIONE	2
1.1 GREEN MEDIA LAB.....	2
1.2 SOCIETÀ BENEFIT E B CORP.....	3
1.3 SCOPO DELLA RELAZIONE DI BENEFICIO COMUNE.....	3
1.4 AREE DI ANALISI.....	4
2. ANALISI	5
2.1 OBIETTIVO N.1.....	5
2.2 OBIETTIVO N.2.....	7
2.3 OBIETTIVO N.3.....	11
2.4 OBIETTIVO N.4.....	13
2.5 OBIETTIVO N.5.....	17
2.6 STRUMENTO DI ANALISI INDIPENDENTE: B IMPACT.....	23
3. CONCLUSIONE	24

1. INTRODUZIONE

1.1 GREEN MEDIA LAB

Green Media Lab nasce nel 2012 come media company specializzata nella comunicazione tradizionale, consulenza, digital e creazione contenuti. Influenzata dal primo cliente Patagonia fin dai primi anni di attività l'azienda si è impegnata nei campi del sociale e delle cause ambientali.

Questo DNA responsabile è riconducibile al settore di riferimento in cui Green Media Lab ha iniziato ad operare: gli sport outdoor e il lifestyle.

L'attenzione al sociale nasce grazie ai valori promossi dallo sport: uguaglianza, inclusione, diversità e gioco di squadra. L'attenzione agli aspetti ambientali discende perciò naturalmente da queste premesse, in virtù del fatto che lo spazio naturale è il luogo di pratica di tutti gli sport outdoor. Una natura sana e florida, oltre al suo intrinseco valore biologico, è ciò che rende unico e bellissimo ogni momento dell'attività sportiva che si pratica a suo contatto e se essa si degenerasse completamente non vi sarebbero in pratica più luoghi dove poter praticare queste attività.

Green Media Lab S.R.L. SB ottiene la certificazione B Corp il 23 Gennaio 2018 e dopo due anni, come da impegni, compie la trasformazione in Società Benefit il 22 Gennaio 2020.

Green Media Lab, pur essendo fin dall'inizio una società con un DNA responsabile, fin da sempre si impegna in attività di volontariato e a compiere donazioni. Consapevole del proprio ruolo e di dover dare un esempio negli ultimi 4 anni ha intrapreso un percorso di trasformazione sostanziale sia dal punto di vista giuridico sia nel modo di agire ed operare sul mercato. Consapevoli di dover formalizzare il proprio impegno rispetto alle tematiche ambientali e sociali nell'atto di trasformazione in Società Benefit, l'**Oggetto Sociale** è stato inserito all'interno dell'art. 3. Gli obiettivi definiti possono essere **riassunti di seguito**:

1. Green Media Lab promuove la diffusione di modelli di economia circolare e sostenibile, in particolare il modello della B Corp e la forma giuridica di Società Benefit, nelle imprese di diversi settori economici e nelle istituzioni.
2. Green Media Lab promuove collaborazione e sinergia con organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato, utilizzando i suoi canali e know how specifico.
3. Green Media Lab promuove iniziative a favore della società civile, della comunità locale e del territorio di appartenenza, con l'obiettivo di valorizzare e responsabilizzare le nuove generazioni agevolando l'inserimento nel mondo del lavoro.
4. Green Media Lab pone particolare enfasi sul contribuire alla soddisfazione e al benessere delle persone che la compongono e a quelle con cui collabora, per attrarre e trattenere persone di talento. Questo obiettivo vuole essere raggiunto attraverso la partecipazione, lo sviluppo di nuove conoscenze e l'osservanza delle esigenze individuali, migliorando così le condizioni per trattenere persone di talento.
5. Green Media Lab si impegna con le sue attività, a prevenire danni sull'ambiente e a preservare la natura, utilizzando modelli idonei di valutazione, ottimizzando i processi delle

attività più dannose, preferendo strumenti e materiali di consumo a basso impatto ambientale e perseguendo l'obiettivo di Carbon Neutrality.

1.2 SOCIETÀ BENEFIT E B CORP

“Le B Corp sono aziende riunite in un movimento globale, che ha l'obiettivo di diffondere un paradigma più evoluto di business”.

Nel mondo, le B Corp certificate si distinguono sul mercato da tutte le altre, poichè vanno oltre l'obiettivo di profitto e innovano continuamente per massimizzare il loro impatto positivo verso i dipendenti, le comunità in cui operano, l'ambiente e tutti gli stakeholder. Infatti, l'azienda B Corp sceglie volontariamente e formalmente di produrre contemporaneamente benefici di carattere sociale e ambientale, mentre raggiunge i propri risultati di profitto.

Presente in 150 settori e in oltre 70 Paesi, il movimento B Corp ha un unico obiettivo: **ridefinire un nuovo paradigma di business adeguato ai nostri tempi, concreto e replicabile**. Le migliaia di B Corp e tutte le aziende che ne usano gli strumenti rappresentano una soluzione concreta, positiva e scalabile, che crea valore sia per gli azionisti che per tutti gli stakeholder.

Green Media Lab nasce come una società di comunicazione, specializzata nella promozione di realtà sportive appartenenti al mondo dell'outdoor.

Patagonia, primo cliente della società, fin dagli esordi ha profondamente influenzato la filosofia e il modo di operare di Green Media Lab.

Nel 2017 Green Media Lab decide di iniziare il percorso di certificazione come B Corporation con l'obiettivo di applicare i valori e le modalità di lavoro tipiche del movimento. Lo scopo della certificazione è stato quello di analizzare i propri impatti e certificare il proprio percorso di trasformazione grazie all'aiuto degli strumenti e delle prassi sviluppate dal movimento B Corp. Diventare B Corp ha dato l'opportunità a Green Media Lab di sviluppare un percorso di trasformazione aziendale partendo dal proprio interno per poi esternalizzare i propri valori e il proprio modo di operare verso i propri stakeholders.

Green Media Lab ritiene che fare business sia un gioco di squadra e che i grandi risultati si possano ottenere solo attraverso la sinergia con i propri stakeholders. Oggi più che mai vi è la necessità di sviluppare un forte principio di interdipendenza, al fine di affrontare le immense sfide del futuro.

Dopo due anni dall'ottenimento della certificazione di B Corp, Green Media Lab ha compiuto la trasformazione statutaria in Società Benefit, con lo scopo di impegnarsi verso i propri stakeholders e vincolarsi legalmente a quelli che sono i principi e gli obiettivi di impatto sociale e ambientale.

1.3 SCOPO DELLA RELAZIONE DI BENEFICIO COMUNE

La presente relazione di Beneficio comune risponde alla *disciplina dell'art 1 comma 382 della L. 208/2015* che dispone l'obbligo, per ogni Società Benefit, a redigere annualmente la relazione

concernente il perseguimento di beneficio comune, da allegare al bilancio.

Tale relazione deve includere i seguenti elementi:

- 1.3.1. La descrizione degli obiettivi specifici di impatto, delle modalità e delle azioni poste in essere al fine di perseguire gli obiettivi sopra citati. Tale descrizione deve oltretutto contenere una descrizione delle circostanze e degli eventuali impedimenti al raggiungimento degli obiettivi prefissati.
- 1.3.2. La valutazione degli impatti generati utilizzando uno standard di valutazione esterno che abbia le seguenti caratteristiche:
 - 1.3.2.1. Esauriente ed articolato al fine da comprendere tutti gli impatti generati dall'azienda verso i propri stakeholders e verso l'ambiente;
 - 1.3.2.2. Sviluppato da un organismo esterno, indipendente e dotato di credibilità tecnico scientifica;
 - 1.3.2.3. Trasparente nei criteri di misurazione, nella ponderazione di tali criteri utilizzati nella misurazione;
 - 1.3.2.4. Trasparente rispetto i processi di modifica degli standard trasparente rispetto alle fonti di finanziamento dell'organizzazione;
 - 1.3.2.5. Trasparente rispetto l'identità degli amministratori e l'organo di governo dell'ente che ha sviluppato e gestisce lo standard di valutazione;
- 1.3.3. Una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

La norma prevede anche la pubblicazione di tale documento su tutti i canali aziendali idonei al fine di rendere le informazioni fruibili in ogni momento da tutti gli stakeholders interessati.

Tale documento verrà pubblicato sul sito www.greenmedialab.com nella sezione Sostenibilità e, in tal occasione, la società si impegna nel comunicare ai propri stakeholders l'avvenuta pubblicazione.

1.4 AREE DI ANALISI

Le aree di analisi di Green Media Lab corrispondono ai **cinque oggetti di impatto e ai target ad essi correlati**, delineati nella sezione 1.1 del documento. Nella seguente sezione, chiamata "ANALISI" per ogni obiettivo di impatto sociale verrà fornita una descrizione qualitativa e quantitativa sviluppata nei seguenti modi:

- 1.4.1. Oggetto di impatto e target;
- 1.4.2. Definizione dello stato dell'arte e del contesto di riferimento;
- 1.4.3. Obiettivi specifici di impatto;
- 1.4.4. Descrizione qualitativa o quantitativa delle azioni e dei risultati ottenuti;
- 1.4.5. Descrizione delle eventuali circostanze avverse o delle variazioni avvenute;
- 1.4.6. Descrizione degli obiettivi futuri;

2. ANALISI

2.1 OBIETTIVO N.1

“Green Media Lab promuove la diffusione di modelli di economia circolare e sostenibile, in particolare il modello della B Corp e la forma giuridica di Società Benefit, nelle imprese di diversi settori economici e nelle istituzioni.”

DEFINIZIONE DELLO STATO DELL'ARTE E DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO

L'attuale modello di sviluppo e la cultura del consumismo hanno portato l'umanità sull'orlo del baratro, sia dal punto di vista ambientale sia da quello sociale. Mai come ora si presentano delle crisi socio-ambientali potenzialmente definibili come *Iper-oggetti* per la loro complessità, dimensione e portata. Non vi è più tempo per procrastinare l'agire, ogni momento di esitazione è un momento tolto alle future generazioni. La crisi è di tale portata da rendere indispensabile un'azione collettiva e sinergica di tutta la società.

Le aziende, con un modello di business basato sul profitto e, spesso, sulla deresponsabilizzazione rispetto agli aspetti sociali e ambientali, sono profondamente corresponsabili della crisi in atto. Le aziende, altresì, sono anche le organizzazioni sociali meglio predisposte ad organizzare risorse umane e materiali, al fine di sviluppare soluzioni a problematiche complesse in maniera efficiente ed efficace.

Nel mondo, e in particolare in Italia, si sta sviluppando un movimento di realtà responsabili, quali le B Corp. Pur essendo un movimento in gran crescita, esse non sono sufficienti rispetto all'urgenza e alla gravità della situazione. Oltretutto, essendosi finalmente sviluppata una maggior attenzione rispetto alla sostenibilità, al fine di limitare il fenomeno del *greenwashing* e di simili atteggiamenti puramente opportunistici e dannosi, vi è sempre più bisogno di individuare standard e modelli di valutazione sociali e ambientali che siano indipendenti, internazionali e di riconosciuta valenza tecnico-scientifica.

In Italia, più che mai, vi è la necessità di sviluppare un paradigma di coscienza aziendale volta allo sviluppo socio-economico responsabile, che trasformi il principio estrattivo in un principio rigenerativo. Purtroppo, il percorso è ancora molto lungo, dato che il numero di realtà che hanno aderito al movimento B Corp è minimo rispetto al numero di realtà operanti nel paese.

Green Media Lab è consapevole dell'importanza del creare sinergie e collaborare con organizzazioni che condividono gli stessi principi etici e il modo di agire. È per tal ragione che, nel suo percorso, si impegna a lavorare il più possibile con organizzazioni che abbiano raggiunto lo status di B Corp o abbiano adottato la forma giuridica di Società Benefit. Al contempo, Green Media Lab è consapevole della necessità di avere un atteggiamento proattivo nella promozione di tali modelli ed è per questo che si è posta i seguenti sotto-obiettivi:

- 2.1.1. Lavorare con aziende che siano B-corp o società benefit;
- 2.1.2. Comunicare o prestare consulenza ai propri stakeholders rispetto ai temi di sostenibilità e di responsabilità;

- 2.1.3. Diffondere i principi promossi dalle Nazioni Unite, nella forma degli SDGs, e quelli propugnati dal movimento B Corp.

OBIETTIVI SPECIFICI DI IMPATTO

2.1.1 Lavorare con aziende che siano B-corp o società benefit.

Green Media Lab, seguendo l'obiettivo del patto di interdipendenza, intende lavorare prioritariamente con aziende certificate B-Corp e/o società benefit, in questa ottica ne promuove la trasformazione anche attraverso le sue attività di accompagnamento e consulenza.

2.1.2 Comunicare o prestare consulenza ai propri stakeholders rispetto ai temi di sostenibilità e di responsabilità.

Green Media Lab, come azienda di comunicazione, ha grandi responsabilità in quanto supporta le aziende nello sviluppo di strategie che possono avere un impatto sulle persone a cui sono soggette. Per questo è compito dell'azienda verificare la fonte delle informazioni e successivamente promuovere e applicare i principi di trasparenza e accessibilità alle informazioni.

2.1.3 Diffondere i principi promossi dalle Nazioni Unite, nella forma degli SDGs, e quelli propugnati dal movimento B Corp

Green Media Lab intende contribuire, con le sue attività e iniziative e in collaborazione con i suoi clienti e partner, alla conoscenza, promozione e diffusione di buone pratiche, volte al raggiungimento dei *Sustainable Development Goals* (SDGs) stabiliti dalle Nazioni Unite nell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile.

DESCRIZIONE QUANTITATIVA O QUALITATIVA DELLE AZIONI E DEI RISULTATI OTTENUTI

- Green Media Lab, grazie alla sua divisione interna dedicata alla CSR, ha creato una serie di 5 lezioni via webinar intitolate “**The Sustainable Choice**”, coinvolgendo 15 relatori tra esperti del settore, scienziati ed attivisti; questa iniziativa ha visto una partecipazione di circa 600 persone provenienti dal mondo aziendale, universitario e del Terzo Settore.
- Green Media Lab ha promosso un **percorso formativo** legato alla Responsabilità sociale d'impresa, con focus gli SDGs e le B Corp, sia per via telematica sia in presenza a: Sportpress SRL SB, Fitt SPA, Cortilia SPA, coinvolgendo più di 200 persone.
- L'azienda promuove il movimento B Corp accompagnando i clienti durante il percorso per il **raggiungimento della certificazione**.
- Nel 2020 Green Media Lab è entrata a far parte del **Global Compact**, network internazionale, impegnandosi quindi a contribuire a promuovere attraverso le proprie attività uno sviluppo sostenibile.
- Green Media Lab ha collaborato a diverse **campagne volte a sensibilizzare** la comunità su tematiche ambientali e sociali. Tra queste ricordiamo:

- Comunicato Stampa del pluripremiato documentario *Public Trust*, con cui la regia di David Garrett Byars e Patagonia Films, accompagnata dai produttori esecutivi Yvon Chouinard e Robert Redford, mette in primo piano la questione del sistema americano delle “*public lands*” accessibili a tutti i cittadini e sostiene la difesa dei paesaggi naturali degli Stati Uniti contro le speculazioni.
- *Unlock The Change*: campagna ideata da Nativa e Arkage, finalizzata alla promozione e comunicazione del nuovo paradigma di business delle B Corp. Green Media Lab si è dedicata al piano di comunicazione media e PR e alla strategia social, per valorizzare al meglio la promozione del movimento e del suo impatto positivo sulle persone e sul pianeta.
- *Tuteliamo il Mare* di Davines, finalizzata a raccogliere fondi da destinare a progetti di ri-piantumazione su terra e mare per contrastare il cambiamento climatico. Parte dei profitti derivati dalla vendita di una linea di prodotti sostenibili dell’azienda sono stati devoluti ad attività di piantumazione all’interno dei boschi distrutti dalla tempesta Vaia in Trentino e di introduzione dell’alga *Cystoseira* nel mare delle Cinque Terre, al fine di aiutare la biodiversità locale, produrre nuovo ossigeno e assorbire CO2.
- Al fine di aiutare i propri stakeholders nel loro percorso trasformativo di responsabilità, Green Media Lab ha creato uno spin off aziendale di consulenza, chiamato Green Advisory Lab, dando la possibilità ai propri clienti e partners di attingere al know-how specialistico. I servizi offerti sono inerenti alla consulenza strategica in ambito *Corporate Social Responsibility*, allo sviluppo di attività di *stakeholders engagement* e alle attività di rendicontazione dell’impatto.

DESCRIZIONE DELLE EVENTUALI CIRCOSTANZE AVVERSE O DELLE VARIAZIONI AVVENUTE

Non vi sono stati avvenimenti di particolare impedimento.

DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI FUTURI

A fronte delle attività intraprese durante l’anno 2020 e dei risultati, Green Media Lab si impegna ad integrare nuove misure per raggiungere l’obiettivo n.1. Tra queste:

- A. Creazione di un format divulgativo accessibile a tutti i nostri stakeholders;
- B. Creazione di opportunità di confronto continuo assieme ai propri stakeholders al fine di creare un percorso collettivo rispetto ai modelli promossi dagli Sdgs e dalle B Corp;
- C. Partecipazione ai festival legati alle tematiche di sostenibilità al fine di potersi confrontare e creare sinergie con gli addetti del settore;
- D. Partecipazione a campagne istituzionali volte a promuovere Sdgs e B- corp;
- E. Sviluppo di indagini di mercato al fine di comprendere l’evoluzione e la consapevolezza dei consumatori rispetto ai temi sopra citati.

2.2 OBIETTIVO N.2

“Green Media Lab promuove collaborazione e sinergia con organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società, per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo del loro operato, utilizzando i suoi canali e know how specifico.”

DEFINIZIONE DELLO STATO DELL'ARTE E DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Green Media Lab crede che il cambiamento verso un modello di sostenibilità possa avvenire tramite la sinergia con altre realtà del territorio, tra cui gli Enti del Terzo Settore, come associazioni o fondazioni. Questo, perché gli obiettivi comuni sono spesso allineati, volti verso un modello più equo, rispettoso dell'ambiente e delle persone, in linea con gli Obiettivi di Sostenibilità promossi dalle Nazioni Unite.

L'importanza dello scambio di conoscenze, competenze, esperienza tra Green Media Lab e queste realtà è cruciale per l'azienda stessa, che si adopera a fornire loro strumenti in suo possesso per amplificare l'impatto positivo del loro operato, tramite canali di comunicazione e know-how specifico.

Per questo motivo, Green Media Lab si impegna a raggiungere alcuni sotto-obiettivi, tra cui:

- 2.2.1. Adottare pratiche di volontariato d'impresa in modo continuativo
- 2.2.2. Supportare gli Enti del Terzo Settore durante avvenimenti d'importanza nazionale e internazionale, legati alla sostenibilità ambientale
- 2.2.3. Ampliare la risonanza delle attività degli enti del terzo settore partners, attraverso metodologie di comunicazione apposite e know-how specifico

OBIETTIVI SPECIFICI DI IMPATTO

2.2.1 Adottare pratiche di volontariato d'impresa in modo continuativo.

Green Media Lab intende sviluppare in modo continuativo attività di volontariato aziendale con Enti del terzo Settore partners, rispetto a tematiche ambientali, etiche, sociali, per affiancarli nelle attività quotidiane da essi svolte e accrescere la consapevolezza e la sensibilizzazione dei dipendenti dell'azienda stessa attraverso azioni concrete e tangibili.

2.2.2 Supportare gli Enti del Terzo Settore durante avvenimenti d'importanza nazionale e internazionale, legati alla sostenibilità ambientale.

Grazie ai propri canali mediatici, Green Media Lab si impegna a supportare Enti del terzo Settore a diffondere la conoscenza di alcune giornate specifiche legate a tematiche sostenibili, sociali e ambientali, quali:

- Giornata Mondiale contro lo spreco alimentare (5 febbraio)
- Giornata Mondiale della Giustizia Sociale (20 febbraio)

- Giornata Mondiale della Natura (3 marzo)
- Giornata Mondiale dell'Acqua (22 marzo)
- Giornata della Terra (22 aprile)
- Giornata Mondiale delle Api (20 maggio)
- Giornata Mondiale della Biodiversità (22 maggio)
- Giornata Mondiale dell'Ambiente (5 giugno)
- Giornata mondiale della sicurezza alimentare (7 giugno)
- Giornata mondiale degli oceani (8 giugno)
- Giornata Mondiale dell'alimentazione (16 ottobre)
- Giornata Mondiale per l'Eliminazione della povertà (17 ottobre)
- Giornata dei diritti umani (10 dicembre)

Inoltre, si impegna a favorire e supportare azioni e interventi di cittadinanza attivi specifici svolti durante le giornate in questione, promuovendo conseguentemente attraverso i propri canali mediatici e coinvolgendo giornalisti e influencers nelle attività.

2.2.3 Ampliare la risonanza delle attività degli enti del terzo settore partners, attraverso metodologie di comunicazione apposite e know-how specifico.

Green Media Lab ritiene fondamentale prestare le proprie competenze ad altri Enti specificatamente scelti per il loro impatto ambientale e sociale, impegnandosi a creare risonanza delle attività svolte, dei valori, mission e vision di questi ultimi.

Nello specifico, coinvolgendo personaggi influenti, giornalisti, altri attivisti e prestando attività di ufficio stampa, PR e social pro-bono, per favorire la diffusione mediatica di informazioni, azioni e valori volti alla sostenibilità.

DESCRIZIONE QUANTITATIVA O QUALITATIVA DELLE AZIONI E DEI RISULTATI OTTENUTI

Tra i soggetti con cui Green Media Lab ha collaborato nel 2020, annoveriamo:

- **Worldrise:** partner dell'evento Generazione Oceano per il quale Green Media Lab ha collaborato in qualità di Ufficio Stampa.
- **Next Economia:** Green media Lab ha coinvolto l'associazione in un webinar dedicato alla stakeholders economy all'interno del palinsesto "The Sustainable Choice", promuovendo il concetto di "Voto con il portafoglio", cioè la pratica di scegliere un prodotto più sostenibile al momento dell'acquisto in un negozio, scegliendo prodotti di aziende più meritevoli dal punto di vista ambientale, etico e sociale a prescindere dal prezzo di vendita. In questo modo non si sosterranno aziende poco meritevoli, che offrono prodotti più economici ma di valore reale inferiore.
- **Cittadini per l'Aria:** Green Media Lab ha fornito supporto alla campagna NO2, coinvolgendo l'attore e comico Giovanni Storti come testimonial e la creazione e diffusione di una comunicazione digital specifica nel contesto del *Green Media Monday*.
- **Deafal ONG e A Sud Onlus:** Green Media Lab ha supportato durante i mesi di marzo, aprile e maggio 2020 le associazioni in qualità di consulenza e training rispetto a strategie di

comunicazione, PR, Ufficio Stampa e Strategia Social Media, per un totale di 6 incontri per ciascuna associazione e la revisione finale dei materiali prodotti (cartella stampa/comunicato stampa).

RECUP APS

Recup è un'associazione a promozione sociale che lotta contro lo spreco alimentare e l'esclusione sociale, recuperando e distribuendo gratuitamente prodotti ortofrutticoli invenduti nei mercati scoperti e al mercato ortofrutticolo all'ingrosso.

La scelta di supportare e affiancare Recup in alcune attività ordinarie, è data dall'affinità ideologica dei soggetti, che volgono lo sguardo ad una società più ecologicamente sostenibile, più equa, con impatto sociale economico e ambientale positivo sul territorio e sulla comunità di riferimento.

Nel 2020, Green Media Lab è stata coinvolta come azienda nel progetto “Dispositivo Aiuto Alimentare” promosso dal Comune di Milano, Ufficio Food Policy, Foody e Recup, all'interno del mercato ortofrutticolo all'ingrosso, svoltosi dal mese di marzo a maggio, durante il periodo di lockdown conseguente alla pandemia Covid-19. I dipendenti di Green Media Lab hanno preso attivamente parte al recupero, selezione e distribuzione del cibo proveniente dai grossisti del mercato ortofrutticolo, destinato ad aiutare circa 5000 famiglie in difficoltà all'interno del Comune di Milano.

L'attività ha avuto una durata di 45 giorni, coinvolgendo settimanalmente dipendenti selezionati dall'azienda e fornendo a tutti la possibilità di partecipare settimanalmente. Durante il periodo di azione, è stato coinvolto Klaus, noto influencer, che con un video da oltre 700.000 visualizzazioni ha coinvolto Fedez e Chiara Ferragni in una giornata di attività.

CONTRIBUTI AD ALTRE ASSOCIAZIONI

Parallelamente, nel 2020 Green Media Lab ha supportato con donazioni in denaro altri Enti del Terzo Settore, per sostenere le attività da loro svolte.

Tra queste:

Ente	Importo	Data	Note
WWF	1.050,00 €	Gen 2020	Adozione nr. 35 Koala per Emergenza incendi Australia
Croce Rossa Ita	500,00 €	Mar 2020	Emergenza Coronavirus
ASST Fatebenefratelli Sacco	500,00 €	Mar 2020	Emergenza Coronavirus
Emergency	500,00 €	Dic 2020	
Save the Children	500,00 €	Dic 2020	
	3.050,00 €		

DESCRIZIONE DELLE EVENTUALI CIRCOSTANZE AVVERSE O DELLE VARIAZIONI AVVENUTE

Non vi sono stati avvenimenti di particolare impedimento, proprio in virtù del fatto che a causa della pandemia Covid-19 si sono create numerose occasioni di partecipazione e supporto a progetti socio-ambientali.

L'unico appunto potrebbe essere la tempestività con cui Green Media Lab ha dovuto rispondere a situazioni emergenziali, quali per l'esempio la collaborazione con Recup Aps durante il primo lockdown marzo-maggio 2020 , che ha impedito la creazione di una strategia di supporto e collaborazione a lungo termine, ora annoverato tra gli obiettivi futuri.

DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI FUTURI

Per un'azienda è fondamentale applicare una metodologia di costante miglioramento. Per questo, dopo aver analizzato e valutato i risultati ottenuti durante il 2020, Green Media Lab si impegna ad integrare nuovi progetti quali:

- A. Creazione di un programma di volontariato aziendale continuativo e condiviso assieme ai nostri partner al fine di creare una cultura del “normale” rispetto alla partecipazione delle attività di volontariato in un contesto lavorativo;
- B. Supporto in maniera proattiva delle associazioni del proprio network al fine di fornire gli strumenti per poter massimizzare e valorizzare il proprio impegno;
- C. Condivisione degli asset aziendali quali l'ufficio, al fine di poter ospitare eventuali eventi o accadimenti promossi dalle associazioni;
- D. Creazione di programmi di stakeholders engagement a valenza socio-ambientale assieme alle associazioni partner.

2.3 OBIETTIVO N.3

“Green Media Lab promuove iniziative a favore della società civile, della comunità locale e del territorio di appartenenza, con l'obiettivo di valorizzare e responsabilizzare le nuove generazioni agevolando l'inserimento nel mondo del lavoro.”

DEFINIZIONE DELLO STATO DELL'ARTE E DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Green Media Lab ha una lunga tradizione nel promuovere e nello sviluppare attività ed eventi volti alla valorizzazione del territorio di appartenenza e all'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro. Il 2020 è stato un anno particolare a causa della pandemia Covid-19, che ha costretto a rinviare gli eventi offline al 2021.

Tra gli obiettivi specifici si annoverano:

- 2.3.1. Promozione di eventi con scopo divulgativo con tematiche sociali e ambientali;
- 2.3.2. Creazione di eventi a scopo divulgativo rispetto a tematiche sociali e ambientali.

OBIETTIVI SPECIFICI DI IMPATTO

2.3.1 Promozione di eventi sportivi al fine di promuovere l'inclusione, la diversità sociale e il territorio ospitante

Per causa di forza maggiore Green Media Lab non ha potuto perseguire questo obiettivo specifico.

2.3.2 Creazione di eventi a scopo divulgativo rispetto a tematiche sociali e ambientali

Per causa di forza maggiore Green Media Lab non ha potuto perseguire questo obiettivo specifico.

DESCRIZIONE DELLE EVENTUALI CIRCOSTANZE AVVERSE O DELLE VARIAZIONI AVVENUTE

A causa della Pandemia Covid- 19 non è stato possibile perseguire alcun obiettivo di questo punto di indagine.

DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI FUTURI

A fronte del grande margine di miglioramento rispetto all'obiettivo n.3, Green Media Lab si pone come obiettivo:

- A. Sviluppo di una serie continuativa di appuntamenti volti alla diffusione dei principi di sviluppo sostenibile andando attraverso lo sviluppo di tavole rotonde, proiezioni, conferenze e qualsiasi altro evento idoneo alla sensibilizzazione del pubblico;
- B. Promozione e supporto di eventi con valenza sportiva aiutando a ridurre e compensare gli impatti ambientali;

- C. Partecipazione ad eventi istituzionali al fine di promuovere la centralità di istituzioni sane e proattive promuovendo al contempo i concetti di interdipendenza tra gli attori.
- D. Sviluppare un progetto di rigenerazione urbana che tenga in considerazione l'aspetto naturale e quello sociale

2.4 OBIETTIVO N.4

“Green Media Lab pone particolare enfasi sul contribuire alla soddisfazione e al benessere delle persone che la compongono e a quelle con cui collabora, per attrarre e trattenere persone di talento. Questo obiettivo vuole essere raggiunto attraverso la partecipazione, lo sviluppo di nuove conoscenze e l’osservanza delle esigenze individuali, migliorando così le condizioni per trattenere persone di talento.”

DEFINIZIONE DELLO STATO DELL’ARTE E DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO

I dipendenti di Green Media Lab sono innanzitutto persone, che hanno scelto di dedicare il proprio impegno in un’azienda con saldi principi e valori ambientali, etici, sociali.

Il benessere dei dipendenti diventa quindi fondamentale spunto di riflessione per definire l’attività lavorativa e il percorso aziendale, in quanto strettamente intersecato e interconnesso con il benessere dell’azienda stessa. Gli obiettivi specifici riguardanti la soddisfazione di tutte le persone che entrano in contatto con Green Media Lab sono:

- 2.4.1. Contribuire alla soddisfazione e al benessere dei dipendenti e dei collaboratori;
- 2.4.2. Garantire servizi di welfare aziendale
- 2.4.3. Fornire ai propri dipendenti supporto in caso di necessità

OBIETTIVI SPECIFICI DI IMPATTO

2.4.1 Contribuire alla soddisfazione e al benessere dei dipendenti e dei collaboratori

Presso Green Media Lab, le tipologie di contratto sono sviluppate in base alle esigenze di ogni dipendente, per coniugare vita professionale con impegni extra-lavorativi, attività di volontariato e sociali, hobbies, passioni, studi. L’attenzione per chi lavora in azienda va oltre agli aspetti puramente organizzativi: in Green Media Lab i collaboratori sono professionisti, ma prima ancora persone.

Rendere l’ambiente lavorativo accogliente e l’azienda un alleato di vita, è importante. La promozione del benessere all’interno dell’azienda dipende dalla definizione della missione e visione aziendale, partendo dagli obiettivi di responsabilità sociale che si vogliono perseguire. Green Media Lab adotta da sempre un approccio *Human to Human* con i suoi stakeholders, riconoscendo la persona come centrale all’interno dell’organizzazione.

2.4.2 Garantire servizi di welfare aziendale

Rispetto al tema del welfare aziendale, è fondamentale per l’azienda fornire alcuni servizi che possano giovare al dipendente, in termini materiali e immateriali. I servizi che costituiscono il welfare nascono dall’analisi dei bisogni percepiti o espliciti in azienda, tra cui la flessibilità dell’orario lavorativo e della possibilità di lavoro da casa, la necessità di avere momenti di pausa e svago all’interno del luogo di lavoro, la possibilità di ottenere sconti su prodotti venduti dai clienti dell’azienda stessa. Per questo motivo, Green Media Lab si è impegnata a rendere il luogo di lavoro

un ambiente vivo, dinamico, orientato alla sostenibilità, garantendo servizi volti alla messa in agio del dipendente.

Inoltre, fornisce ai propri dipendenti la possibilità di utilizzare la palestra *Canottieri San Cristoforo* per svolgere attività sportiva extra-lavorativa.

L'interesse per l'azienda ad attrarre personale di talento si rispecchia anche nell'impegno a sostenere studi universitari e master dei propri dipendenti, supportandoli nell'acquisizione di competenze e conoscenze.

2.4.3 Fornire ai propri dipendenti supporto in caso di necessità

Green Media Lab si impegna a procedere nella direzione del miglioramento della qualità di vita dei lavoratori e dell'intera organizzazione attraverso azioni legate:

- alla conciliazione dei tempi di cura con gli orari di lavoro,
- alla riduzione della discriminazione nei confronti di un collega malato,
- al reinserimento graduale dopo o durante le cure mediche e al superamento del fenomeno del presentismo, cioè della presenza al lavoro e nel medesimo ruolo nonostante condizioni di salute non adeguate al lavoro da svolgere.

Ulteriori iniziative sono riconducibili agli interventi di carattere psico-sociale che l'azienda mette a disposizione per i dipendenti in stato di bisogno.

DESCRIZIONE QUANTITATIVA O QUALITATIVA DELLE AZIONI E DEI RISULTATI OTTENUTI

- **La libera disposizione dei posti** a sedere alle scrivanie in ufficio garantisce la creazione di relazioni e connessioni tra settori diversi dell'azienda, favorendo il contatto anche al di fuori dell'orario lavorativo.
- **Lezioni periodiche di yoga e boxe** al termine dell'orario di lavoro permettono di sfruttare i grandi spazi della terrazza e interni, oltre che di coadiuvare gli orari lavorativi con la necessità di movimento e sport.
- La possibilità di ottenere **codici sconto su prodotti** che l'azienda sponsorizza, risponde di conseguenza al senso di appartenenza all'azienda stessa e di sentirsi primi promotori di ciò che essa comunica e diffonde.
- **La flessibilità della modalità di lavoro**, favorendo pratiche di smart working legate a necessità personali fisse o temporanee.
- **Abbonamenti sportivi alla Palestra Canottieri** da sfruttare in orari extra lavorativi, per favorire il benessere psicofisico dei propri collaboratori e assecondare le relazioni extra-lavorative
- Il grande **terrazzo e la cucina** presenti in ufficio favoriscono le relazioni di amicizia tra dipendenti durante le pause e le attività di team building e di svago.
- **La partecipazione e il contributo parziale al pagamento delle tasse universitarie per i dipendenti**, nel caso decidano di iniziare un percorso di specializzazione. Nel 2020 è stato sponsorizzato un master universitario presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore.

DESCRIZIONE DELLE EVENTUALI CIRCOSTANZE AVVERSE O DELLE VARIAZIONI AVVENUTE

Nel 2020, complice la Pandemia Covid 19, non è stato possibile svolgere molte attività di team building e svago al di fuori degli orari lavorativi, tra cui la frequentazione della palestra e le attività sportive svolte in terrazzo.

A seguito dell'emergenza Covid-19, l'azienda ha deciso di attivarsi per una maggior tutela di tutti i suoi dipendenti e collaboratori, sottoscrivendo a favore di tutto il suo team una copertura assicurativa in caso di ricovero per Coronavirus.

DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI FUTURI

Gli obiettivi futuri mirano a migliorare e aumentare i servizi volti al benessere psico-fisico dei dipendenti:

- A. Implementazione di momenti di team-building e relazioni al di fuori dell'orario lavorativo.
- B. Istituzione di riunioni periodiche di confronto sul benessere personale all'interno dell'azienda, poter disporre eventualmente di supporto psicologico privato in caso di stress dovuto al lavoro svolto ("*burnout*").
- C. Continua attenzione allo sviluppo delle competenze e dell'istruzione, ampliando le attività e i corsi di formazione per una crescita personale.
- D. Integrazione dell'attuale struttura con servizi dedicati che forniscono pasti sani ed energetici al personale, offrendo un'ampia possibilità di scelta in grado di soddisfare le diverse esigenze alimentari, per permettere di vivere anche la pausa pranzo come momento di benessere.

Il work-life balance resta uno dei motivi di scelta di un'azienda: la soddisfazione del dipendente rispetto all'equilibrio tra vita lavorativa e privata è prioritario all'interno di Green Media Lab e per questo tutelato.

Green Media Lab incoraggia, quindi, i propri dipendenti a trovare e sperimentare una conciliazione efficace dei tempi di vita e di lavoro, differenziandoli e separandoli adeguatamente.

2.5 OBIETTIVO N.5

“Green Media Lab si impegna con le sue attività, a prevenire danni sull’ambiente e a preservare la natura, utilizzando modelli idonei di valutazione, ottimizzando i processi delle attività più dannose, preferendo strumenti e materiali di consumo a basso impatto ambientale e perseguendo l’obiettivo di Carbon Neutrality.”

DEFINIZIONE DELLO STATO DELL’ARTE E DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Green Media Lab è consapevole del fatto che l’ecosistema sia alla base della vita e dell’interdipendenza umana verso di essa.

Per questa ragione, si impegna non solo a promuovere iniziative per la tutela dell’ambiente e la sensibilizzazione dei propri stakeholders, ma anche ad implementare misure e procedure interne volte a ridurre propria impronta ambientale.

Tra gli obiettivi del 2020, mirati alla sensibilizzazione della comunità e al miglioramento dei processi aziendali, si riporta:

- 2.5.1. Educazione e sensibilizzazione rispetto a tematiche ambientali e sociali;
- 2.5.2. Contribuire ad una migliore qualità dell’aria all’interno dell’edificio;
- 2.5.3. Utilizzare materiali di recupero per attività giornaliere e per il mobilio;
- 2.5.4. Implementare misure di efficientamento energetico in modo da ridurre e controllare i consumi;
- 2.5.5. Sviluppare un piano di azione per il raggiungimento della carbon neutrality;
- 2.5.6. Implementare e promuovere una gestione responsabile dell’acqua e la tutela dell’ambiente;

OBIETTIVI SPECIFICI DI IMPATTO

2.5.1 Educazione e sensibilizzazione rispetto a tematiche ambientali e sociali.

Green Media Lab è consapevole che la sensibilizzazione e l’educazione sono gli strumenti più potenti e duraturi di cambiamento. In qualità di società con una fortissima expertise nel mondo della comunicazione Green Media Lab si impegna ad utilizzare i propri asset per poter sensibilizzare, educare e ispirare i propri stakeholders e la società più in generale.

2.5.2. Contribuire ad una migliore qualità dell’aria all’interno dell’edificio.

Green Media Lab presta una particolare attenzione al tema dell’inquinamento atmosferico, in quanto, contrariamente a ciò che comunemente si pensa, esso non riguarda solo gli spazi esterni, bensì un problema degli ambienti interni, che risultano essere generalmente più inquinati. Questo dato è ancor più preoccupante, se si considera il fatto che mediamente trascorriamo il 93% del tempo della nostra giornata in luoghi chiusi.

L’inquinamento atmosferico è il più grave problema di salute ambientale in Europa, tale da produrre un tasso di mortalità dieci volte maggiore di quello provocato dagli incidenti stradali.

L’inquinamento indoor ha diversi “responsabili”: è innanzitutto provocato dai “rifiuti” prodotti dall’uomo e dalle loro attività, principalmente i VOC, le polveri sottili (PM10 e 2.5) e l’anidride

carbonica (CO₂), derivanti dalla manutenzione/pulizia degli spazi e da alcuni materiali tossici contenuti dalle strutture, mobili e utensili esistenti, quali ad esempio il benzene e la formaldeide.

2.5.3. Utilizzare materiali di recupero per attività giornaliere e per il mobilio.

Sfruttando il trasferimento di ufficio da Via Savona a Via Tertulliano 70 e la creazione del nuovo Headquarter di Green Media Lab, è stato deciso di seguire i principi di *design circolare* per le strutture e gli arredamenti aziendali

2.5.4. Implementare misure di efficientamento energetico in modo da ridurre e controllare i consumi.

Il consumo energetico è la prima causa dei cambiamenti climatici in tutto il mondo. Le aziende, nel calcolare i loro impatti, sono tenute a quantificare le emissioni legate allo “*Scope 2*” ovvero le emissioni generate nella fase di produzione dell’energia consumata dall’azienda. Scegliere di acquistare energie da fonti rinnovabili è il primo passo.

In generale, il processo è suddiviso in 3 steps:

- Quantificare e tracciare i punti di consumo energetico
- Efficientamento e riduzione dei consumi
- Acquistare energia prodotta da fonti rinnovabili

2.5.5. Sviluppare un piano di azione per il raggiungimento della carbon neutrality.

La crisi climatica in corso è la più grande emergenza a livello mondiale ed è legata all’effetto serra, causato dalle eccessive emissioni di gas climalteranti, derivanti dall’agire antropico. Rispetto a questa tematica, i Paesi Occidentali hanno una forte responsabilità, in primis tramite le proprie grandi aziende.

Green Media Lab ha un impronta climatica ridotta, in qualità di società di servizi. Questo, tuttavia, non toglie una presa di responsabilità necessaria e un obbligo morale ad agire; anzi, il ruolo di Green Media Lab è quello di dare l’esempio, al fine di sensibilizzare i propri stakeholders con un comportamento virtuoso.

2.5.6. Implementare e promuovere una gestione responsabile dell’acqua e la tutela dell’ambiente.

L’acqua è chiamata, con ottime ragioni, *l’oro blu*.

La crisi climatica e un inquinamento dilagante hanno reso l’acqua un bene sempre più scarso e di difficile accesso.

Sei persone su dieci nel mondo non hanno accesso a sistemi sanitari basici e tre persone su dieci non hanno accesso ad una risorsa idrica sicura.

Per questo motivo Green Media Lab, pur operando in regioni del mondo in cui vi è una grande abbondanza idrica, si impegna a rispettare questa risorsa scarsa e a dare l’esempio ai propri stakeholders attraverso piccoli accorgimenti.

DESCRIZIONE QUANTITATIVA O QUALITATIVA DELLE AZIONI E DEI RISULTATI OTTENUTI

- Le nostre attività formative esterne sono iniziate con una serie **lezioni accademiche** tenute in diverse università di Milano, quali ad esempio l'Università Bicocca, IULM e il Politecnico di Milano. Le formazioni hanno coperto tematiche legate alla sostenibilità dalla comunicazione responsabile alla crisi ambientale e problematiche sociali, fino all'analisi della catena del valore di un'impresa.
- Nei mesi di aprile e maggio è stato organizzato un ciclo di **cinque** appuntamenti sul tema della sostenibilità applicata al business come scelta consapevole per il cambiamento: "**The Sustainable Choice**". Al percorso, sviluppato in forma di webinar gratuiti, hanno partecipato esponenti della comunità scientifica, aziende virtuose, associazioni ed enti legati alla sostenibilità.
- Green Media Lab organizza periodicamente un momento di informazione che coinvolga la nostra community, chiamato **Green Media Monday**. Una rubrica a cadenza settimanale, disponibile su tutte le nostre piattaforme social, dedicato alle notizie di sostenibilità nel mondo dagli ecosistemi alla politica.
- Il 2020 annovera l'installazione della **Fabbrica dell'Aria**, un sistema di filtraggio in grado di purificare l'aria all'interno dell'ufficio dai VOC - volatile organic compounds, dannosi per la salute.
- L'intera cucina è stata progettata su misura e costruita completamente con **materiali di scarto e di recupero**, grazie all'intervento dello studio artigianale *Controprogetto*. L'intero terrazzo è stato allestito con materiali di recupero, andando a creare un orto verticale grazie all'impiego di pallet e vasi, riciclati da latte di petrolio recuperate e dipinte a nuovo.
- E' stata instaurata una politica di utilizzo e di acquisto della strumentazione elettronica per ridurre i RAEE. Ad oggi 60% dei **pc sono stati rigenerati** negli ultimi 2 anni.
- Per i materiali d'ufficio di utilizzo quotidiano, la cancelleria, i materiali per le spedizioni dei prodotti legati alle attività di digital PR, l'azienda predilige l'acquisto di **prodotti ricaricabili e/o compostabili**.
- Per promuovere la mobilità sostenibile, sono state messe a disposizione **3 bici muscolari** che a loro volta sono state recuperate, restaurate e messe a disposizione per i dipendenti.
- Sono state implementate diverse **misure di efficientamento energetico** quali: l'installazione di un impianto di illuminazione usando esclusivamente lampadine a LED; la scelta di elettrodomestici di ultima generazione per la cucina, quali fornelli, lavastoviglie e forno, molto performanti dal punto di vista dell'efficienza energetica e la sostituzione delle apparecchiature tecnologiche obsolete e non rigenerabili con modelli ad alta efficienza energetica.
- Green Media Lab promuove la transizione ecologica verso energia derivante da fonti rinnovabili con clienti e partners. Nel 2020 è stata acquistata **energia da fonti rinnovabili**, anche se ad oggi la fornitura non ricopre 100% energia rinnovabile.
- Green Media Lab è entrata a far parte del movimento **Net Zero 2030** e si impegna così a raggiungere il target di zero emissioni¹, riducendo le emissioni legate all'attività dei diversi scope 1, 2, 3, e successivamente, compensando le rimanenti attraverso progetti specifici. Durante il 2020 è iniziato il percorso di *carbon neutrality* con alcune misure quali:

¹ Bilanciamento delle emissioni di gas serra derivanti dall'attività dell'azienda tramite azioni di riduzione, la rimozione dall'atmosfera, attraverso la tecnologia di cattura e stoccaggio dell'aria diretta (DACs), e/o con progetti di compensazione.

efficientamento energetico, passaggio ad energia da fonti rinnovabili e gestione responsabile delle risorse idriche.

- Nella sede è stato installato un **erogatore d'acqua microfiltrata Wami** grazie al quale l'azienda contribuisce allo sviluppo di infrastrutture per dare accesso all'acqua potabile alle famiglie che vivono nei paesi in via di sviluppo.
- Per **promuovere un consumo responsabile** e disincentivare la cultura del monouso è stata data in dotazione una borraccia di acciaio a tutti i dipendenti.

LA FABBRICA DELL'ARIA

Il riciclo e la filtrazione dell'aria sono elementi estremamente significativi per il raggiungimento dei target di salubrità dell'aria all'interno degli spazi e degli uffici di Green Media Lab.

Nasce da questo bisogno la scelta strategica di Green Media Lab di portare all'interno dei propri spazi **"La Fabbrica dell'Aria"**, prima installazione al mondo che grazie ad una simbiosi *Uomo-Piante*, attua una sorta di economia circolare nella quale gli scarti dell'uomo costituiscono nutrimento per le piante. Questa proposta di valore mette al primo posto l'ecosistema ed il mutuo sostentamento fra uomo ed ambiente, rendendo funzionale, efficiente ed economicamente vantaggioso (e non più solo decorativo) l'integrazione del verde negli spazi chiusi.

La *Fabbrica dell'Aria* è un sistema fortemente innovativo e sostenibile. La filtrazione botanica, realizzata dalla Società PNAT di Firenze, coordinata dal botanico Stefano Mancuso, avviene attraverso una teca vetrata dove vengono messe a dimora delle piante e nella quale viene fatta passare l'aria degli uffici: le piante catturano le molecole inquinate e le incorporano nella loro biomassa, restituendo aria purificata e priva di odori. Tutto ciò, oltre a regalare visivamente un angolo di bellezza all'interno dell'ufficio, contribuisce ad una significativa riduzione dell'impatto energetico rispetto ad una ventilazione meccanica.

I benefici derivanti dalla fabbrica dell'aria non si limitano solo alle esternalità positive derivanti dall'azione naturale delle piante; infatti, numerosi studi dimostrano come avere nei propri ambienti una forte presenza di elementi naturali, in particolare le piante, abbia enormi benefici in termini di salute psicofisica. Tra questi:

- 1) Diminuzione della produzione ormonale di cortisolo, principale causa di stress
- 2) Diminuzione dello stato infiammatorio del corpo
- 3) Diminuzione dell'aggressività e dei conflitti interpersonali
- 4) Aumento dei tempi di recupero fisico a seguito di traumi
- 5) Aumento sostanziale delle capacità di concentrazione
- 6) Aumento della creatività

Il progetto della Fabbrica dell'Aria nasce da un prolifico incontro nel 2019 tra il CEO di Green Media Lab Daniele Denegri, l'attore Giovanni Storti e il neuroscienziato botanico Stefano Mancuso. Affinità di pensiero e di intenti hanno portato alla decisione di realizzare un progetto virtuoso dal punto di vista ambientale e altamente positivo per la qualità dell'ambiente di lavoro, per il quale sono stati investiti 70.000€.

PROGETTO WAMI

Green Media Lab supporta attivamente il progetto Wami, attraverso l'installazione dell'erogazione di acqua microfiltrata.

Ad ogni litro di acqua consumata, Wami è in grado di finanziare lo sviluppo di infrastrutture necessarie a portare l'acqua potabile nelle case delle famiglie che vivono nei paesi in via di sviluppo.

Per compensare l'impronta idrica dei propri uffici, Green Media Lab ha installato due erogatori WAMI, uno a colonna e uno nella postazione della cucina: a ogni utilizzo gli erogatori donano litri d'acqua al progetto idrico di Mtwivila, in Tanzania.

WAMI è un brand i cui prodotti contribuiscono alla realizzazione di progetti idrici in comunità che senza accesso all'acqua: tutto comincia individuando una falda acquifera sicura e sostenibile in prossimità delle comunità che beneficeranno del progetto. L'acqua viene pompata da queste falde in una cisterna collegata con le abitazioni del villaggio da una rete di tubature che termina con un rubinetto per ciascuna famiglia. Ogni rubinetto fornisce più di 1.000.000 di litri di acqua. Ad oggi, i progetti completati da WAMI sono oltre 50, e grazie a questi circa 15.000 persone hanno ricevuto diretto accesso all'acqua potabile, per sempre. I litri in totale donati sono oltre 8 miliardi.

Gli erogatori WAMI installati a Green Media Lab porteranno un totale stimato di 1,642,500 litri d'acqua alla famiglia di Mwanahami Chang'a, parte della comunità coinvolta nel progetto di Mtwivila, nella regione di Iringa in Tanzania. Il distretto di Mtwivila si trova a nord di Iringa ed è uno dei più popolosi della regione: essendo un'area popolata da molti giovani, sono presenti scuole, centri giovanili e anche una squadra di calcio locale. Con l'installazione dell'erogatore Green Media Lab intende anche promuovere un consumo responsabile che si allontani dall'utilizzo del packaging monouso, per questo ad ogni dipendente quindi è stata data in dotazione una borraccia termica riutilizzabile. Anche questa semplice azione contribuisce significativamente all'eliminazione delle emissioni di diossido di carbonio legate all'utilizzo delle bottiglie di plastica.

DESCRIZIONE DELLE EVENTUALI CIRCOSTANZE AVVERSE O DELLE VARIAZIONI AVVENUTE

L'anno 2020 ha presentato sfide ambientali e sociali inaspettate che hanno portato a grandi cambiamenti anche a livello lavorativo. Di seguito vengono riportate alcune delle limitazioni affrontate che hanno compromesso il raggiungimento dei target prefissati.

- **Waste management:** Green Media Lab è sempre stata attiva nella riduzione dei propri rifiuti e nel creare un sistema di raccolta differenziata. Sebbene il sistema di raccolta differenziata sia in atto e sia totalmente efficace per l'anno 2020 non è stato possibile un tracciamento delle quantità di rifiuti prodotti in quanto per più di 9 mesi l'ufficio ha avuto interventi di ristrutturazione e muratura andando di fatto ad inficiare sui modelli di gestione e quantificazione degli scarti.

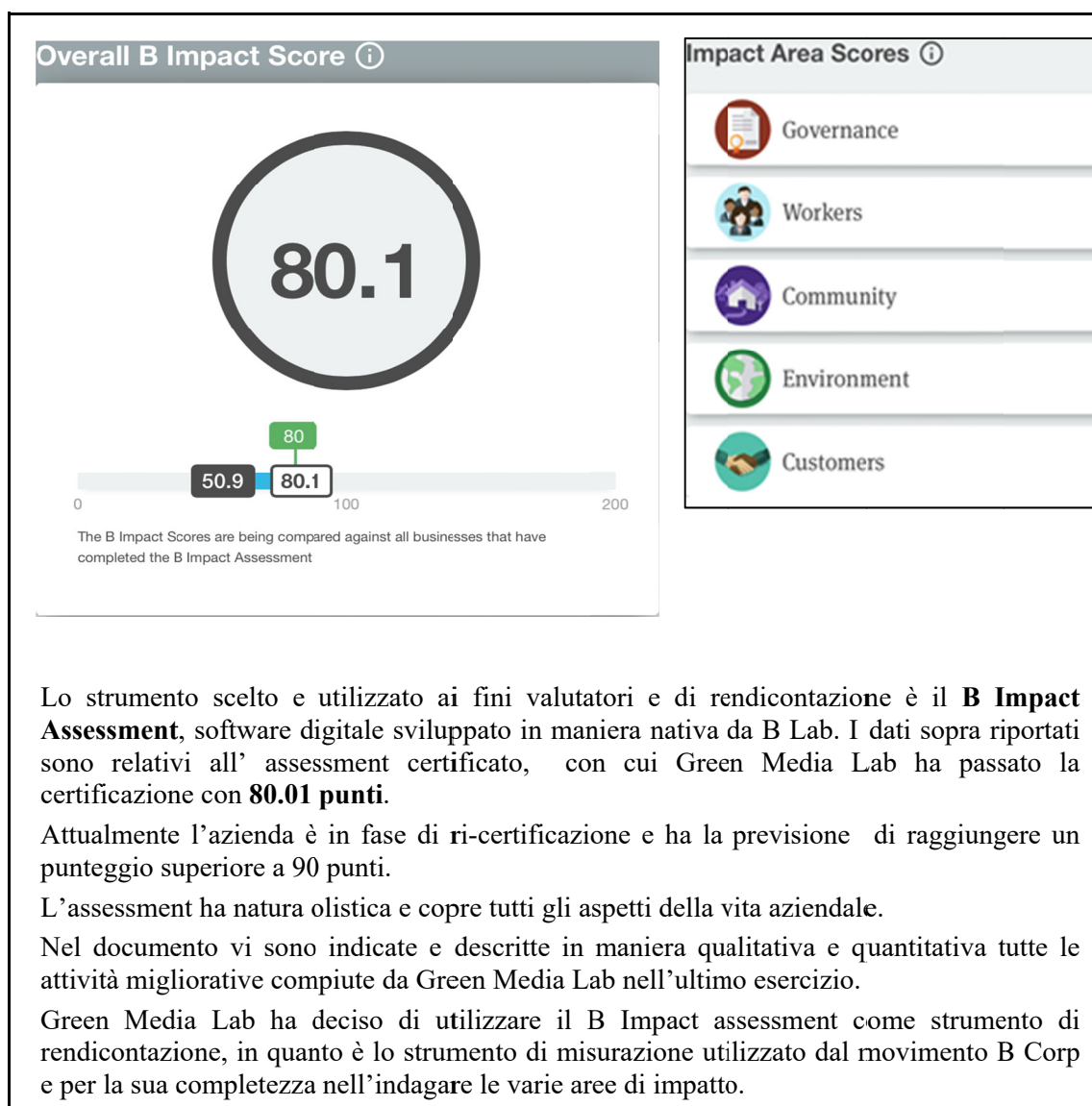
- **Energia green per cambio ufficio:** Green Media Lab è sempre stata attenta nella sua storia ad avere una fornitura energetica derivante al 100% da fonti rinnovabili. Ciò detto a causa del trasferimento e dell'impossibilità di modificare il contratto di fornitura per l'anno in corso, Green Media Lab ha usato un mix energetico con solo il 50% dell'energia derivante da fonti rinnovabili.
- **Tracciamento e diminuzione impronta CO2 per cambio ufficio:** L'anno 2020 non è un anno attendibile per la metrizzazione e la eventuale riduzione delle emissioni di CO2 per 2 ragioni:
 - Pandemia Globale e mancato utilizzo delle strutture aziendali per 5 mesi;
 - Cambio di sede e ridimensionamento dei nostri asset aziendali e della sede.

DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI FUTURI

A fronte delle sfide ambientali, l'azienda si pone come obiettivo degli anni a venire quello di lavorare sui seguenti punti:

- A. Supporto e promozione di progetti che possano preservare la biodiversità e gli ecosistemi marini e terreni, sviluppando sinergie con attori locali ed internazionali;
- A. Sviluppo di un sistema di tracciamento, riduzione sistematica della quantità di rifiuti prodotti nell'operatività;
- B. Transizione ecologica, modificando il fornitore di Energia, con l'obiettivo è di ottenere una fornitura al 100% da fonti rinnovabili a basso impatto quali: fotovoltaico, eolico e mini-idro;
- C. Sviluppo di un sistema di tracciamento degli *scope* 1, 2 e parte del 3 al fine di misurare e di conseguenza compensare le emissioni legate alle attività caratteristiche di Green Media Lab. Con lo scopo di compensare le proprie emissioni, Green Media Lab si impegna a sviluppare progetti di "*carbon sink*" sul territorio e per la quota-parte restante andare a compensare con l'utilizzo di crediti di carbonio certificati, provenienti da progetti ad alto impatto ambientale e sociale.

2.6 STRUMENTO DI ANALISI INDIPENDENTE: B IMPACT



3. CONCLUSIONE

Green Media Lab ha deciso di utilizzare la Relazione di Impatto come strumento principe di trasparenza nei confronti dei propri stakeholders.

Nella relazione di impatto si è prestata una grande attenzione a descrivere in maniera approfondita il lavoro e gli impatti generati dall'organizzazione.

La relazione di impatto è uno strumento utile sia internamente, per una maggiore consapevolezza degli impatti generati, sia esternamente, per rispecchiare trasparenza verso l'insieme degli stakeholders.

Per concludere, Green Media Lab ringrazia tutte le persone e i team che hanno collaborato e che collaborano quotidianamente per realizzare gli obiettivi preposti, consapevole dell'importanza dell'agire collettivo e della sinergia tra le parti.

Il sottoscritto Dott./Rag. MELGRATI LUCA, ai sensi dell'art.31 comma 2-quinquies della Legge 340/2000, dichiara che il presente documento è conforme all'originale depositato presso la società.

Imposta di bollo assolta in modo virtuale tramite la Camera di commercio di MILANO - MI: aut. n.108375 del 28.07.2017 A.E. Dir. Reg. Lombardia