



**RELAZIONE D'IMPATTO**  
**ESERCIZIO 2021**

# SOMMARIO

Lettera della fondatrice	pag.	2
La storia della Società benefit		
Posturaemente srls	pag 3	
Business come forza rigeneratrice- che cos'è una società Benefit		
Premessa		
Scheda anagrafica	pag.	6
Strumenti	pag.	7
Schede e indicatori	pag.	8
1. Risorse umane	pag.	8
2. Soci/azionisti e comunità finanziaria	pag.	11
3. Clienti	pag.	14
4. Fornitori	pag.	16
5. Partner finanziari	pag.	17
6. Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione	pag.	17
7. Comunità	pag.	19
8. Ambiente	pag.	23

## LETTERA DELLA FONDATRICE

È un piacere presentare la seconda relazione di impatto della Società Benefit Postura&Mente. Fin dalla costituzione della società, ho creduto nella possibilità di fare impresa generando al contempo un impatto positivo sulle persone e rappresentando una realtà virtuosa per la comunità locale.

Le Società Benefit rappresentano un'evoluzione italiana delle Benefit Corporation, paradigma d'impresa coniato negli USA nel 2010 per consentire alle imprese *for profit* di svolgere contestualmente missioni ad alto valore sociale, senza incorrere in violazioni statutarie.

L'Italia è il primo Stato sovrano al mondo ad aver introdotto una disciplina *ad hoc* delle società benefit con la Legge 28 dicembre 2015, n. 208 che riconosce alle imprese la possibilità di coniugare il duplice scopo di lucro e di beneficio comune.

Postura&Mente per statuto ha come finalità di beneficio comune il miglioramento della qualità della vita delle persone e, in ultima analisi, la riduzione dei costi che gravano la collettività e dei servizi pubblici socio-assistenziali collegati ad alcune patologie specificamente individuate. Attraverso la prevenzione e la cura delle alterazioni posturali, la società genera valore positivo per le persone e per l'ambiente, operando in maniera responsabile e trasparente.

Il beneficio comune generato dalla società si concretizza sia nel perseguimento di effetti positivi che nella riduzione di effetti negativi. In sintesi, gli effetti positivi che l'impresa persegue si riferiscono al miglioramento della condizione fisica delle persone con incremento della loro autonomia e dell'autostima; mentre gli effetti negativi che l'impresa intende ridurre concernono l'assunzione di farmaci, i traumi sportivi e le posture scorrette.

Questi sono, dunque, i tratti salienti della mission di Postura&Mente, che rappresentano parte integrante dell'attività quotidiana dell'impresa e del processo di *decision-making*, orientati a bilanciare la creazione di valore per l'impresa con il valore per tutti gli stakeholder (clienti, collaboratori e comunità locale).

In questo periodo drammatico, segnato dalla pandemia globale da Covid-19, in cui le persone sono state costrette a limitare l'attività fisica, Postura&Mente ha dovuto ridurre consistentemente tutte le attività programmate come disposta dal Governo, attenendosi alle limitazioni imposte fino al 1 giugno 2021 e consentendo l'accesso alla struttura solo alle persone in possesso del super green -pass. Questa limitazione è stata mantenuta anche nell'anno 2022. Nonostante ciò, abbiamo continuato a lavorare per fornire strategie capaci di aiutare a mantenere e tutelare uno buono stato di salute psico-fisica. Il nostro impegno è quello di ricercare e sperimentare protocolli di movimento innovativi per il mantenimento di una buona forma fisica, soprattutto ora che le persone hanno posto al centro delle loro priorità la cura e il benessere personale.

Attraverso questa prima Relazione d'Impatto relativa all'esercizio 2021, Postura&Mente individua gli obiettivi che intende perseguire nel 2022, primo anno di attività (iniziata il primo dicembre 2020) della società. La presente Relazione d'Impatto risulta essenziale per le limitazioni imposte dalla pandemia, che ha costretto a limitare le attività programmate. In conclusione, colgo l'occasione per chiamare altre imprese ad adottare il modello di Società Benefit ed utilizzare il proprio business come forza rigeneratrice, per fare la propria parte nel cammino verso il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030.

*Dott.ssa Elisabetta Prandi*

## LA STORIA DI SOCIETÀ BENEFIT POSTURA&MENTE S.R.L.s.

La Società Benefit Postura&Mente S.r.l.s. è stata costituita nel mese di agosto del 2019 dalla Dott.ssa Elisabetta Prandi, socio unico, che ha fondato la società secondo il paradigma di Società Benefit.

Sebbene costituita nel 2019, le attività della società hanno avuto inizio solo nel dicembre del 2020 con la nomina ad amministratore di Michela Micossi, avvenuta il 18 novembre 2020.

Nel corso del 2020 è stato anche incrementato il valore del capitale sociale della società.

Nell'esercizio di interesse, la società vede Sig.ra Michela Micossi rivestire il ruolo di amministratore unico rappresentante della società e la Dott.ssa Elisabetta Prandi quale socio unico e rappresentante della società. Postura&Mente non dispone di personale dipendente, ma si avvale di collaboratori esterni professionisti nel settore della chinesiterapia e nel settore tecnologico.

La società ha per oggetto sociale la ricerca, lo sviluppo, l'ideazione, la commercializzazione e la promozione di servizi innovativi rivolti alla persona, per la rieducazione motoria ad alto valore tecnologico, ed intende perseguire una o più finalità di beneficio comune ed operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti dei propri stakeholder.

## BUSINESS COME FORZA RIGENERATRICE: CHE COS'È UNA SOCIETÀ BENEFIT

Le Società Benefit sono state introdotte in Italia dalla legge di stabilità 2016 (Legge 28 dicembre 2015, n. 208, articolo 1, commi 376 – 384 e allegati 4 e 5) che, in deroga a quanto statuito dal codice civile fino a quel momento, ha riconosciuto alle imprese la possibilità di coniugare lo scopo di lucro con lo scopo di beneficio comune.

Le Società Benefit non producono solo profitto per gli *shareholder*, bensì perseguono obiettivi di beneficio comune operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di tutti gli *stakeholder* (dipendenti, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, PA e società civile).

Sono tre le caratteristiche fondamentali delle Società Benefit:

- Esplicitano l'attenzione verso tutti i portatori di interesse, sia *shareholder* che *stakeholder*, e lo scopo di bilanciare i loro diversi interessi nel proprio oggetto sociale;
- Misurano, valutano e rendicontano i propri risultati in termini di impatto sulla società e sull'ambiente in modo strutturato e costante nel tempo confanno per i risultati economico-finanziari;
- Vantano una governance che definisce una pianificazione strategica delle attività per gestire il business come forza rigeneratrice e individua un Responsabile di Impatto, responsabile dell'attuazione del beneficio comune di concerto con l'organo amministrativo.

La modalità operativa delle Società Benefit è improntata al Principio di Accountability, ovvero alla misurazione e rendicontazione dell'impatto generato. In questo senso, le azioni della società sono soggette a verifiche periodiche e devono essere monitorate nella rendicontazione d'impatto da allegare al bilancio economico-finanziario.

Le Società Benefit che non perseguono le finalità di beneficio comune sono soggette alle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole e del codice del consumo. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM) vigila sull'operato delle Società Benefit e sulla correttezza della rendicontazione; mentre, qualora ricorrano controversie in tema di concorrenza sleale, la competenza è in capo all'autorità giudiziaria.

Perché diventare Società Benefit? Sono diverse le motivazioni che spingono le società a diventare Benefit e le principali possono riassumersi in 3 valori:

- Rafforzare il vantaggio reputazionale per differenziarsi sul mercato incrementando la fiducia e attirando l'attenzione di tutti gli *stakeholders*, da investitori a clienti a giovani talenti a fornitori etc.;
- Certificare la propria condotta evitando di dover ripetutamente dimostrare le metodologie adottate ed i risultati ottenuti (in contesti come, ad esempio, le gare d'appalto);
- Contribuire fattivamente allo sviluppo sostenibile prediligendo i comportamenti concreti alle parole e rendendo conto in modo trasparente dell'attività d'impresa e del suo impatto.

## RENDICONTAZIONE D'IMPATTO – ESERCIZIO 2021

### IMPATTO COMPLESSIVO: LA FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

La finalità di beneficio comune che la società persegue consiste nel miglioramento della qualità della vita delle persone di ogni età la cui condizione, patologica e non, è sensibile all'attività fisica e, in ultima analisi, nella riduzione dei costi che gravano la collettività e dei servizi pubblici socio-assistenziali per effetto delle patologie

derivanti da:

- Squilibri della postura che a seguito di una serie di meccanismi di compenso danno origine ad atteggiamenti viziati provocando sofferenza fisica e inducendo al consumo continuativo di farmaci;
- Mancato recupero fisico post-traumatico che, cronicizzato, determina invalidità o diminuzione della capacità di svolgere autonomamente le normali funzioni motorie;
- Malattie cardio-respiratorie, metaboliche, muscolo-scheletriche, tumorali e dei disturbi depressivi che, come rilevato dall'OMS, possono derivare in mancanza di una prevenzione primaria basata sull'attività fisica guidata da operatori esperti;
- Inattività fisica, indipendentemente da età, genere e preparazione fisica, ispirando ed incoraggiando le persone ad adottare uno stile di vita più attivo e sano.

Il beneficio comune generato dalla società si concretizza sia nel perseguimento di effetti positivi che nella riduzione di effetti negativi.

Gli effetti positivi che l'impresa persegue sono i seguenti:

- Miglioramento delle capacità funzionali di movimento e della condizione fisica individuale;
- Educazione al corretto impiego delle energie muscolari;
- Aumento dell'autonomia individuale;
- Miglioramento dell'autostima e della vita di relazione.

Gli effetti negativi che l'impresa intende ridurre concernono:

- Assunzione di farmaci;
- Traumi sportivi;
- Posture scorrette derivanti da abitudini e mansioni lavorative.

Postura&Mente svolge attività volte a perseguire gli effetti positivi su esposti e a ridurre quelli negativi nei confronti dei propri stakeholders, principalmente:

- Clienti partecipanti ai corsi e alle lezioni individuali;
- Personale dipendente, collaboratori e tirocinanti ammessi a condividere le innovazioni tecnologiche sperimentate dalla ricerca operata dalla società;
- Comunità scolastiche, sportive e della terza età cui sono destinate le conferenze e le dimostrazioni delle innovazioni tecnologiche acquisite e in via di sperimentazione.

Appare palese l'inerenza del beneficio comune alle attività già ricomprese nell'oggetto sociale: ricerca, sviluppo, ideazione, commercializzazione e promozione di servizi innovativi rivolti alla persona, per la rieducazione motoria, ad alto valore tecnologico, utilizzando dispositivi indossabili e non per la misurazione del movimento del corpo umano e del gesto sportivo; Postura&Mente organizza anche corsi di formazione e conferenze, pubblica materiale didattico-espositivo su qualsiasi supporto mediatico e promuove eventi con funzione informativa e dimostrativa.

Di seguito si delineano gli obiettivi che la società si propone di raggiungere nell'esercizio 2022 e le attività strategiche che intende operare al fine di realizzare i risultati.

. Stante la situazione pandemica ancora in atto, si prevedono ancora lunghi periodi di inattività. È in considerazione di ciò che non ci si pone obiettivi troppo ambiziosi, perché la situazione è troppo incerta per assicurarne il raggiungimento.

## SOCIAL STATEMENT

### Società benefit

### Posturaemente srls

## Premessa

#### Social Statement e Set di indicatori

Il Social Statement (SS) è uno strumento volontario, pensato in primo luogo per guidare le imprese nell'attività di rendicontazione delle proprie prestazioni sociali, standardizzando la modalità di rilevazione e presentazione delle informazioni e favorendo forme di confronto e valutazione dei risultati ottenuti.

Mediante la diffusione del Social Statement il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali mira ad accrescere il grado di consapevolezza delle imprese sulle tematiche sociali, ambientali e di sostenibilità, promuovendo la diffusione di una cultura della responsabilità all'interno del sistema industriale. Il Social Statement vuole anche rispondere alle crescenti richieste informative che provengono da molteplici categorie di stakeholder sulle tematiche della Corporate Social Responsibility. La definizione di un strumento basato su un modello di rendicontazione chiaro e consolidato mira a garantire maggiore trasparenza nella

comunicazione delle imprese, a tutela dei consumatori e a vantaggio di tutti i cittadini.

Il Social Statement vuole essere uno strumento semplice, modulare e flessibile, per consentire a tutte le imprese - indipendentemente dalla dimensione, dal settore di appartenenza, dalla natura giuridica, dall'esperienza nell'attività di reporting, ecc. - di aderire al sistema definito dal Governo.

In questo ambito, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha voluto dedicare un'attenzione particolare alle piccole e medie imprese (PMI), che costituiscono, come è noto, una componente fondamentale del sistema industriale italiano. Si è, dunque, voluto predisporre uno strumento che non vincoli questa categoria di attori, ma parta dalle loro esigenze offrendo nuove interessanti opportunità in chiave gestionale e competitiva.

Il Social Statement si basa sulla definizione di CSR data dalla Commissione Europea nel Libro Verde, pubblicato nel luglio 2001. Secondo questo approccio la Corporate Social Responsibility è "l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro operazioni commerciali e nei

loro rapporti con le parti interessate", ossia, in base alla definizione contenuta nel documento originale "a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis".

Sempre dalla definizione di CSR formulata nel Libro Verde si desume che **essere socialmente responsabili implica andare oltre il semplice rispetto della normativa vigente, "investendo "di più" nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le parti interessate"**.

Muovendo da questi presupposti e a seguito di un confronto con diverse categorie di stakeholder, il

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha messo a punto una proposta per orientare le imprese nella predisposizione del Social Statement.

La proposta si articola in due parti fondamentali: la scheda anagrafica dell'impresa e il set indicatori.

## A. La scheda anagrafica dell'impresa

La scheda anagrafica ha l'obiettivo di mettere a fuoco le caratteristiche generali dell'impresa che decide di adottare il Social Statement.

Le principali informazioni richieste sono:

- % nome;
- % natura giuridica dell'organizzazione (SRL, SPA, Cooperativa ecc.);
- % settore di attività (o settori in cui opera in prevalenza);
- % fatturato;
- % sede principale;
- % sedi secondarie;
- % principali mercati di riferimento;
- % numero di dipendenti.

Nella scheda anagrafica, inoltre, devono essere riportate informazioni più specifiche, dirette a rilevare l'impegno dell'azienda nell'ambito della Corporate Social Responsibility. Si richiede, pertanto, alle imprese di segnalare l'adozione di strumenti quali Codici di Condotta, Sistemi di Gestione (ad esempio, sistemi di qualità, sistemi di gestione dell'ambiente e della sicurezza), certificazioni e report sociali, ambientali e di sostenibilità. Tali documenti potranno essere allegati al Social Statement per testimoniare l'impegno dell'impresa sulle tematiche in oggetto.

Il Social Statement, dunque, non si vuole sostituire ad iniziative pubbliche e/o private "riconosciute" sul tema della responsabilità sociale d'impresa, ma deve essere considerato un complemento a questi progetti. L'approccio indicato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali si propone se mai di valorizzare tali esperienze, con l'obiettivo finale di favorire maggiore trasparenza e chiarezza nell'informativa verso gli stakeholder.

## B. Il set di indicatori

Il set di indicatori è il cuore del Social Statement.

Qualsiasi processo realizzato da un'organizzazione necessita di meccanismi e strumenti di misurazione efficaci ed efficienti. L'attività di misurazione serve per supportare i decisori nella definizione degli obiettivi strategici e tattici, permette di monitorare gli sforzi realizzati per raggiungere tali obiettivi, consente di valutare le performance ottenute e di confrontare tali prestazioni nel tempo e nello spazio. Come è noto gli indicatori sono misure che, attraverso una semplificazione della realtà, hanno l'obiettivo di rilevare e/o di descrivere fenomeni complessi e di difficile rappresentazione bilanciando due esigenze divergenti: l'accuratezza scientifica e la capacità di sintesi.

**Il set di indicatori ha la specifica finalità di monitorare l'impegno e le attività realizzate dall'impresa in tema di CSR**, supportando i processi decisionali e attuativi. A tale scopo, attraverso una serie di confronti con le parti interessate e dopo una fase di pilot testing sulle imprese si è giunti all'identificazione e alla selezione di una serie di indicatori.

Per ogni indicatore è stato condotto un esame puntuale. Sono stati analizzati e discussi elementi quali:

- la rilevanza rispetto alla nozione di CSR;
- la comprensibilità per le imprese;
- la producibilità delle informazioni funzionali alla determinazione dell'indicatore (ad esempio, eventuale materiale documentale);
- la modalità di rilevazione e misurazione;
- l'applicabilità rispetto alle diverse tipologie di imprese.



Nello schema finale i singoli indicatori sono organizzati in un framework articolato su tre livelli in cui si è privilegiato un approccio orientato agli stakeholder. Pertanto il piano dei conti del Social Statement si divide in:

- categorie: gruppi di stakeholder cui sono rivolti specifiche famiglie (cluster) di indicatori;
- aspetti, aree tematiche monitorate da gruppi di performance indicator, nell'ambito di una determinata categoria di stakeholder;
- indicatori, ovvero misure qualitative e quantitative che forniscono informazioni relative a uno specifico aspetto. Possono essere utilizzati per controllare e dimostrare le performance di un'organizzazione.

Gli indicatori possono essere qualitativi (ad esempio, laddove si richieda la descrizione di un progetto o di un'iniziativa realizzata dall'azienda) e quantitativi (nei casi in cui l'informazione richiesta debba essere espressa sotto forma numerica - percentuale, ratio, quoziente, dati economici o finanziari, ecc.).

Il set di indicatori è stato suddiviso in due categorie principali:

- indicatori comuni (C), che devono essere utilizzati da tutte le imprese per la realizzazione del Social Statement (dalle PMI alle grandi aziende);
- indicatori addizionali (A), che si possono applicare alle imprese di maggiore dimensione (a partire da 50 dipendenti) in base a specifici criteri, affiancando e integrando gli indicatori comuni.

Il set di indicatori e il Social Statement vogliono essere un'opportunità per guidare le imprese verso obiettivi di eccellenza nelle modalità di rendicontazione di CSR, favorendo il miglioramento continuo delle prestazioni aziendali in questo campo.

In questo senso, se alcuni degli indicatori addizionali indicati dovessero risultare non applicabili all'impresa per fattori legati alle sue caratteristiche strutturali e/o organizzative (dimensioni, settore di appartenenza, natura giuridica e assetto proprietario, complessità di rilevazione e/o misurazione delle informazioni richieste), le ragioni alla base dell'esclusione dovranno essere debitamente specificate e motivate dal management.

## Elenco degli indicatori

Di seguito si riporta il set completo di indicatori individuati per il Progetto CSRSC.

Gli indicatori sono articolati in otto categorie, in base ai diversi gruppi di stakeholder:

1. Risorse Umane
2. Soci/Azionisti e Comunità Finanziaria
3. Clienti
4. Fornitori
5. Partner finanziari
6. Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione
7. Comunità
8. Ambiente

## Scheda anagrafica

### Informazioni generali

Nome:	Società Benefit Posturaemente
Tipo:	Srls
Fatturato:	25.307,75 € (al 31/12/2021)
Sede Principale:	via Castions di Strada 109
Sedi secondarie:	via Pradamano 99 , 33100 Udine
Composizione societaria:	1 socio - società 100% femminile
Principali mercati di riferimento:	offriamo servizi alla persona per il benessere fisico
N. dipendenti:	0

## Strumenti

La società ha una **mission** esplicita?  SI

La società persegue l'obiettivo di migliorare la qualità della vita delle persone di ogni età la **cui condizione, patologica e non, è sensibile all'attività fisica** e, in ultima analisi, di ridurre i costi che gravano la collettività e i servizi pubblici socio-assistenziali per effetto delle patologie derivanti da:

- squilibrio nella postura che comporta a lungo termine delle asimmetrie che sofferenza fisica che induce al consumo continuativo di farmaci;
- mancato recupero fisico post-traumatico che, cronicizzato, determina invalidità o diminuzione della capacità di svolgere autonomamente le normali funzioni motorie;
- malattie cardiorespiratorie, metaboliche, muscolo-scheletriche, tumorali e dei disturbi depressivi che, come rilevato dall'Oms, possono derivare in mancanza di una prevenzione primaria basata sull'attività fisica guidata da operatori esperti.

-mancanza di movimento

La società è dotata di **sistemi** di:

- Gestione della qualità  NO
- Gestione ambientale  NO
- Gestione della sicurezza  NO
- Gestione sociale  NO
- Protezione delle informazioni  SÌ

La società pubblica **Report** sociali, ambientali e/o di sostenibilità (specificare) ?

A partire dal 2021, viene pubblicata la presente relazione di impatto annuale.

Contatto Sig.ra Elisabetta Prandi  
Telefono 3488720464  
Email [infobcorpbenefit@gmail.com](mailto:infobcorpbenefit@gmail.com), [elisabettaprandi59@gmail.com](mailto:elisabettaprandi59@gmail.com)

## Schede e indicatori

### Categorie: 1. Risorse umane

**Aspetti:** 1.1 Composizione del personale

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti, solo collaboratori

**Aspetti:** 1.2 Turnover

**Indicatore:** 1.2.1 Politiche occupazionali

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Indicatore:** 1.2.2 Dipendenti e non dipendenti

	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore mira a quantificare la percentuale di personale non dipendente operante per l'azienda.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	A seconda delle attività Società benefit Posturaemente srls si avvale di collaboratori esterni: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 collaboratori a prestazione occasionale</li> <li>- 3 liberi professionisti</li> </ul>		
<b>Documentazione di supporto</b>	Fatture, ricevute per prestazioni occasionali e registri contabili		

**Indicatore:** 1.2.3 Cessazioni

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Aspetti:** 1.3 Pari opportunità

**Indicatore:** 1.3.1 Personale maschile e femminile (a livello di Quadri e Dirigenti)

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Indicatore:** 1.3.2 Relazione tra salario maschile e femminile (per categoria e anzianità)

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Indicatore:** 1.3.3 Politica verso le persone con disabilità e le minoranze in genere

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Aspetti:** 1.4 Formazione

**Indicatore:** 1.4.1 Progetti di formazione (tipologia)

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.4.2 Ore di formazione per categoria (al netto della formazione obbligatoria per legge o per contratto)

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.4.3 Stage

N/A - motivazione: l'azienda ha attivato progetti di stage con l'Università degli studi di Udine

**Aspetti: 1.5 Orari di lavoro per categoria**

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Aspetti: 1.6 Modalità retributive**

Indicatore: 1.6.1 Retribuzioni medie lorde

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.6.2 Percorsi di carriera

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.6.3 Sistemi di incentivazione

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Aspetti: 1.7 Assenze**

Indicatore: 1.7.1 Giornate di assenza

1.7.2 Causale

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Aspetti: 1.8 Agevolazioni per i dipendenti**

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Aspetti: 1.9 Relazioni industriali**

Indicatore: 1.9.1 Rispetto dei diritti di associazione e contrattazione collettiva

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.9.2 Percentuale di dipendenti iscritti al sindacato

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.9.3 Altro (ore di sciopero, partecipazione dei lavoratori al governo aziendale, ecc.)

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Aspetti: 1.10 Comunicazione interna**

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Aspetti: 1.11 Sicurezza e Salute sul luogo di lavoro**

Indicatore: 1.11.1 Infortuni e malattie

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.11.2 Progetti  
N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Aspetti: 1.12 Soddisfazione del personale**

Indicatore: 1.12.1 Ricerche di customer satisfaction rivolte all'interno  
N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.12.2 Progetti  
N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Aspetti: 1.13 Tutela dei diritti dei lavoratori**  
N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.13.1 Lavoro Minorile  
N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.13.2 Lavoro forzato  
N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

**Aspetti: 1.14 Provvedimenti disciplinari e contenziosi**  
N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

## Categorie: 2. Soci/Azionisti e Comunità finanziaria

Aspetti: 2.1. Composizione capitale sociale  
 Indicatore: 2.1.1 Numero azionisti per tipologia di azioni

	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi SI
Commento esplicativo	L'indicatore punta alla conoscenza e al monitoraggio della evoluzione nel tempo della proprietà aziendale		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Serie storica: Dal 19/08/2019 al 31/12/2021: Il capitale sociale è interamente detenuto da Elisabetta Prandi		
Documentazione di supporto	Situazione libro soci Visura camerale		

Aspetti: 2.1.2. Segmentazione soci per categoria

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
Commento esplicativo	L'indicatore vuole mettere in risalto la partecipazione al capitale sociale da parte di imprese e persone fisiche		
Modalità di misurazione dell'indicatore	I titolari dell'impresa sono al 100% persone fisiche residenti in Italia.		
Documentazione di supporto	Libro soci Visura camerale		

**Aspetti:** 2.2. Remunerazione degli azionisti/soci (rapporti e indicatori azionari)

**Indicatori:** 2.2.1. Utili per azione  
2.2.2. Dividendi  
2.2.3. Prezzo/utile per azione

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	Si tratta di un indicatore ampio, che dovrebbe ricomprendere tutte le modalità di remunerazione dei soci attuate dalla società		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	La società non ha mai distribuito dividendi		
<b>Documentazione di supporto</b>	NA		

**Indicatore:** 2.2.4. Altro (ad esempio, ristorno, contributi obbligatori per fondi mutualistici)  
**N/A - motivazione:** l'azienda non le ha al momento previste

**Aspetti:** 2.3. Andamento quotazioni

**N/A - motivazione:** l'azienda non è quotata in borsa

**Aspetti:** 2.4. Rating

**N/A - motivazione:** l'azienda non è soggetta a rating

**Aspetti:** 2.5. Partecipazione dei soci al governo e tutela delle minoranze

**Indicatori:** 2.5.1 Presenza consiglieri indipendenti nel CdA

**N/A - motivazione:** non abbiamo consiglieri indipendenti

**Indicatori:** 2.5.2 Presenza di soci di minoranza nel CdA

**N/A - motivazione:** non ci sono soci di minoranza

**Indicatori:** 2.5.3 Frequenza riunioni CdA

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore punta a monitorare la partecipazione reale dei soci alla conduzione aziendale.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	Il CdA si riunisce mediamente una volta all'anno.		
<b>Documentazione di supporto</b>	Libri sociali, elenchi convocazioni CdA e relativi OdG.		

Indicatori: 2.5.4 Altro (adesioni codici di autoregolamentazione)

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore mira a evidenziare forme di governance che favoriscono la partecipazione generale dei soci e la non discriminazione nei confronti di alcuno.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La società Benefit Posturaemente srls adotta un suo codice etico, che regola ogni aspetto di collaborazione tra le persone e di tutela delle minoranze e del bene comune.		
Documentazione di supporto	Codice etico		

**Aspetti:** 2.6. Agevolazioni e servizi per i soci

N/A - motivazione: ad oggi non sono state realizzate agevolazioni a favore dei soci

**Aspetti:** 2.7 Investor relation

Indicatori: 2.7.1 Attività di comunicazione e rendicontazione

N/A - motivazione: La società è poco strutturata. Il socio e l'amministratrice si confrontano giornalmente su qualsiasi attività.

Indicatori: 2.7.2 Presentazioni e documenti istituzionali

N/A - motivazione: non abbiamo investitori al di là del socio unico e non siamo così strutturati da dover diffondere le notizie tramite media

Indicatori: 2.7.3 Roadshow

N/A - motivazione: non siamo così strutturati da dover utilizzare roadshow per comunicare con i nostri stakeholder

Indicatori: 2.7.4 Incontri one to one

N/A - motivazione: non siamo così strutturati da dover realizzare incontri on-to-one con gli investitori

Indicatori: 2.7.5 Sviluppo comunicazione via Internet

N/A - motivazione: non abbiamo investitori al di là del socio unico e non siamo così strutturati da dover diffondere le notizie tramite web

Indicatori: 2.7.6 Altro (ad esempio, giornate aperte)

N/A - motivazione: non siamo così strutturati da dover realizzare giornate aperte o incontri con gli investitori e gli stakeholder



## Categorie: 3. Clienti

Aspetti: 3.1 Caratteristiche della clientela

Indicatore: 3.1.1 Ripartizione dei clienti per categorie

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore punta alla conoscenza e al monitoraggio dell'evoluzione nel tempo del portafoglio clienti della società E' per noi fondamentale l'adesione alla vision ed al modello di business orientato al supporto a startup e PMI innovative.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	I ricavi del 2021 sono stati prodotti per il 99,5 % nei confronti di soggetti privati e per lo 0,5% nei confronti di startup innovative		
Documentazione di supporto	Libri contabili		

Aspetti: 3.2 Sviluppo del mercato

Indicatore: 3.2.1 Nuovi clienti

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nella "lettura ed ascolto" delle esigenze dei clienti e del mercato e nella traduzione di tali necessità/aspettative in pianificazione e sviluppo di nuovo prodotti/servizi. Inoltre, l'indicatore ha come obiettivo quello di monitorare il processo di miglioramento/rinnovo/evoluzione dell'azienda nel tempo		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Nel corso del 2021 ci rivolgeremo ad aziende che operano nel settore Health and wellness		
Documentazione di supporto	NA		

Indicatore: 3.2.2 Nuovi prodotti/servizi

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nella "lettura ed ascolto" delle esigenze dei clienti e del mercato e nella traduzione di tali necessità/ aspettative in pianificazione e sviluppo di nuovo prodotti/servizi. Inoltre, l'indicatore ha come obiettivo quello di monitorare il processo di miglioramento/rinnovo/evoluzione dell'azienda nel tempo.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	Società Benefit Posturaemente srls sta sviluppando una web app con la quale verranno erogati nuovi servizi per il benessere della persona e il miglioramento delle patologie posturali, compreso un e-commerce per l'utilizzo in autonomia dei servizi offerti.		
<b>Documentazione di supporto</b>	NA		

**Aspetti:** 3.3 Customer satisfaction e customer loyalty

Indicatore: 3.3.1 Iniziative di customer satisfaction (ricerche, iniziative di misura e utilizzo, call center e gestione dei reclami)

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nella "lettura ed ascolto" delle esigenze dei clienti e del mercato e nella traduzione di tali necessità/aspettative in pianificazione e sviluppo di nuovo prodotti/servizi.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	La APP proprietaria dispone di un sistema di ascolto degli utenti, con la possibilità di inviare messaggi attraverso email.		
<b>Documentazione di supporto</b>	NA		

Indicatore: 3.3.2 Iniziative di customer loyalty

Non ci sono iniziative di customer loyalty

Aspetti: 3.4 Informazioni ed etichettature di prodotto/servizio (sicurezza, LCA, iniziative volontarie)

N/A - motivazione: non produciamo beni e non abbiamo servizi certificati in tal senso

Aspetti 3.5. Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale (ad esempio, alta utilità sociale)

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
Commento esplicativo	L'indicatore richiede una particolare attenzione rivolta ad offerta di servizi/ prodotti con evidente e dimostrabile valenza etico-ambientale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p><b>1-la società persegue l'obiettivo di migliorare la qualità della vita delle persone di ogni età la cui condizione, patologica e non, è sensibile all'attività fisica e, in ultima analisi, di ridurre i costi che gravano la collettività e i servizi pubblici socio-assistenziali per effetto delle patologie derivanti da :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- squilibrio nella postura</li> <li>- mancato recupero fisico post-traumatico</li> <li>- malattie cardio-respiratorie, metaboliche, muscolo-scheletriche, tumorali e dei disturbi depressivi</li> <li>-mancanza di movimento</li> </ul> <p>Sono state valutate 250 persone delle quali 231 hanno seguito i percorsi di riabilitazioni prescritti e 211 hanno avuto dei miglioramenti significativi rilevati con gli indicatori posturali individuati e validati presenti nella nostra app.</p>		
Documentazione di supporto	Dati statistici presenti nella app		

Aspetti: 3.6. Politiche promozionali (ad esempio, rispetto codici di autodisciplina)

N/A - motivazione: ad oggi l'azienda ha promosso i propri servizi unicamente attraverso il sito internet **Errore. Riferimento a collegamento ipertestuale non valido.**e attraverso l'attività commerciale.

**Aspetti:** 3.7 Tutela della Privacy

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	<p>L'indicatore ha come obiettivo l'analisi delle azioni volta a mantenere e garantire la tutela della privacy, in riferimento a dati e comportamenti, della clientela, che vanno oltre la semplice <i>compliance</i>, ossia il rispetto della normativa vigente.</p> <p>Viene, pertanto, richiesto alla Azienda l'attivazione di procedure/strumenti atte a salvaguardare tale requisito, ed a comunicarle alla clientela (o comunque richiedere ai clienti l'autorizzazione dell'utilizzo dei dati con dettagliata descrizione delle modalità di utilizzo e scopo dei dati), anche per prodotti/servizi offerti per cui la normativa vigente non fa esplicito riferimento (ad esempio, fidelity card, ecc)</p>		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	<p>Società Benefit Posturaamente srls ha avviato tutte le procedure di allineamento al GDPR e i suoi consulenti continuano a dare costantemente indicazioni in merito, ogni qual volta vari qualche aspetto.</p> <p>Posturaamente si doterà nel corso del 2022 di software dedicato alla gestione dei dati sensibili e degli adempimenti Privacy in generale.</p>		
<b>Documentazione di supporto</b>	<p>Dati statistici presenti nella app</p>		

## Categorie 4. Fornitori

**Aspetti:** 4.1 Politiche di gestione dei fornitori

Indicatore: 4.1.1 Ripartizione dei fornitori per categoria  
 N/A - motivazione: non condividiamo questa informazione

Indicatore: 4.1.2 Selezione dei fornitori

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	<p>Scopo dell'indicatore è quello di valutare le azioni di ricerca e selezione dei fornitori anche con considerazioni su sistemi di gestione attivati ed implementati da questi sui servizi e prodotti offerti all'azienda (ad esempio, gestione sistema qualità, ambiente, sicurezza, sociale) e/o procedure e politiche sottoscritte.</p> <p>In particolare si pone maggiormente attenzione a quei fornitori che impattano in modo significativo sulle caratteristiche (qualità, ambiente, sicurezza, etico-sociale) dei prodotti/servizi offerti dall'azienda e sui processi, per cui vengono richieste alle aziende azioni di considerazione e valutazione.</p> <p>Una attenta analisi e gestione viene richiesta per i fornitori extra UE, in particolare con siti in Paesi in via di sviluppo: a tale scopo viene richiesta l'attivazione di azioni di controllo dell'esistenza ed applicazione presso i fornitori di politiche a rispetto delle convenzioni ILO ed internazionali.</p>		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	<p>La società persegue l'obiettivo di migliorare la qualità della vita delle persone di ogni età la cui condizione, patologica e non, è sensibile all'attività fisica e, in ultima analisi, di ridurre i costi che gravano la collettività e i servizi pubblici socio-assistenziali per effetto delle patologie derivanti da :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- squilibrio nella postura</li> <li>- mancato recupero fisico post-traumatico</li> <li>- malattie cardio-respiratorie, metaboliche, muscolo-scheletriche, tumorali e dei disturbi depressivi</li> <li>-mancanza di movimento</li> </ul> <p>Sono state valutate 250 persone delle quali 231 hanno seguito i percorsi di riabilitazioni prescritti e 211 hanno avuto dei miglioramenti significativi rilevati con gli indicatori posturali individuati e validati presenti nella nostra app.</p>		
<b>Documentazione di supporto</b>	NA		

## Indicatore 4.1.3. Comunicazione, sensibilizzazione ed informazione

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	<p>Con tale indicatore si pone l'attenzione alle politiche e alle azioni aziendali volte a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- comunicare ai fornitori politiche, principi e procedure adottate a tutela di principi di qualità, sostenibilità, rispetto ambientale, etico-sociale;</li> <li>- sensibilizzare i fornitore al rispetto di tali principi ed all'attivazione di procedure e politiche parallele.</li> </ul>		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	<p>Le aziende vengono considerate in base alle condizioni di vendita, alla qualità del prodotto e al prezzo di acquisto.                      I freelance vengono considerati parte integrante del team e condividono con noi: finalità, etica, orientamento agli obiettivi.                      Le startup e le aziende che erogano servizi in cloud offrono servizi standard.</p>		
<b>Documentazione di supporto</b>	NA		

## Aspetti: 4.2. Condizioni negoziali

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	<p>L'obiettivo dell'indicatore è valutare la politica dell'azienda sui pagamenti applicati ai fornitori. La valutazione potrebbe essere articolata per classi di importo delle fatture e tempi massimi correlati di pagamento. Ciò al fine di evidenziare in maniera corretta le politiche adottate e attuate dall'azienda.</p>		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	<p>Termini di pagamento applicati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acconti - entro 10 giorni dalla emissione delle fatture</li> <li>- Fatture - 30 giorni fine mese data fattura</li> </ul>		
<b>Documentazione di supporto</b>	NA		

## Categorie 5. Partner finanziari

**Aspetti:** **5.1 Rapporti con le banche**

N/A - motivazione: in questa fase ci siamo appoggiati ad uno dei più grossi gruppi bancari italiani e da una Banca Locale che ci supportato dall'inizio della nostra attività,

**Aspetti:** **5.2 Rapporti con le compagnie assicurative**

N/A - motivazione: abbiamo rapporti con compagnie assicurative quali Assitalia Assicurazioni e Zurich assicurazioni

**Aspetti:** **5.3 Rapporti con società di servizi finanziari (ad esempio, società di lea- sing)**

N/A - motivazione: non abbiamo rapporti con società di servizi finanziari

## Categorie 6. Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione

**Aspetti:** 6.1 Imposte, tributi e tasse

N/A - motivazione: non condividiamo questa informazione

**Aspetti:** 6.2 Rapporti con gli Enti locali

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore punta ad analizzare i rapporti esistenti tra l'impresa e le Istituzioni Pubbliche, evidenziando forme di coinvolgimento e/o partnership. Ad esempio, adesione ad accordi volontari o accordi di Programma su specifiche iniziative aventi valenza economica (sviluppo del territorio), ambientale o sociale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Al momento non abbiamo sottoscritto accordi con le istituzioni.		
Documentazione di supporto	NA		

**Aspetti:** 6.3. Norme e codici etici per il rispetto della legge

Indicatore: 6.3.1 Norme e codici per il rispetto della legge e sistemi di auditing interno

N/A l'azienda non è dotata di codice etico o sistemi di auditing interno

Indicatore: 6.3.2 Verifiche di conformità e controlli ispettivi

N/A - motivazione: l'azienda non ha richiesto alcuna certificazione di qualità



Aspetti: **6.4 Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati ricevuti**

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore consente di evidenziare se l'impresa ha ricevuto, secondo differenti modalità, risorse dagli attori pubblici		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La società ha percepito agevolazioni dalla Camera di Commercio di Udine e Pordenone ed un finanziamento garantito da MCC tramite Intesa San Paolo		
Documentazione di supporto	Scritture contabili		

## Categorie 7. Comunità

**Aspetti:** 7.1 Corporate giving

N/A - motivazione: non abbiamo devoluto denaro ad alcuna associazione o causa benefica

**Aspetti:** 7.2 Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento

**Indicatore:** 7.2.1 Istruzione e formazione

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel sociale attraverso investimenti ed altre attività svolte direttamente nel campo dell'istruzione (ad esempio, organizzazione di momenti di formazione nelle scuole su tematiche a valenza sociale/ambientale o promozione di corsi che siano funzionali alle esigenze di formazione di capitale umano qualificato).		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Abbiamo organizzato due corsi di formazione per i collaboratori, uno in presenza con Technogym sull'utilizzo di nuove attrezzature e uno on line con L'ACSM sui protocolli di riabilitazione del post- covid Attraverso la APP posturae mente abbiamo formato 6 persone in ambito tecnologico e digitale, per un totale di oltre 50 ore di formazione gratuita		
Documentazione di supporto	NA		

**Indicatore** 7.2.2 Cultura

N/A - motivazione: al momento non abbiamo attuato progetti di cultura

**Indicatore** 7.2.3 Cultura

N/A - motivazione: al momento non abbiamo attuato progetti di cultura

Indicatore: 7.2.4 Ricerca e innovazione

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	<p>L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel campo della ricerca e dell'innovazione.</p> <p>L'innovazione, in particolare, può riguardare i processi produttivi (operations, logistica, gestione delle informazioni, ecc.) e i prodotti. E' evidente che questo impegno ha, in primo luogo, una ricaduta positiva sulla competitività dell'impresa e, dunque, sul suo valore, ossia sul valore del suo capitale economico.</p> <p>L'innovazione, però, ha anche e soprattutto una valenza più ampia: gli sforzi condotti dall'impresa in questo campo sono finalizzati a garantire la sua sostenibilità, ovvero la sua capacità di durare nel tempo, creando valore per gli stakeholder e per la comunità in genere, contribuendo, così, allo sviluppo del sistema Paese.</p> <p>Confronto con le statistiche nazionali (ed europee) nel settore, per classi dimensionali omogenee.</p>		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	<p>Nel 2021 abbiamo investito il 25% circa del fatturato in progetti di ricerca e innovazione.</p> <p>Nei progetti di ricerca, abbiamo implementato la APP Posturaemente, per quanto concerne l'innovazione abbiamo adottato soluzioni in cloud per la gestione della fatturazione, dell'email marketing, CRM</p>		
<b>Documentazione di supporto</b>	<p>Fatture fornitori Nota integrativa</p>		

Indicatore: 7.2.5 Solidarietà sociale (anche internazionale)

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
<b>Commento esplicativo</b>	<p>L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel sociale attraverso investimenti ed altre attività svolte in campo sociale.</p>		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	<p>A causa dell'emergenza covid non sono state realizzate attività in campo sociale</p>		
<b>Documentazione di supporto</b>	<p>NA</p>		

Indicatore: 7.2.6 Altro (ad esempio, volontariato, posti asilo per la comunità) N/A - motivazione: al momento non abbiamo attuato altri progetti

Aspetti: 7.3 Comunicazione e coinvolgimento della comunità (stakeholder engagement)

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore valuta le azioni di comunicazione e di coinvolgimento degli stakeholder, in particolare dei soggetti presenti nella comunità (cittadini, ONG, media, ecc.). Esempi in questo senso possono essere iniziative come Fabbriche e Impianti Aperti, l'organizzazione di momenti di presentazione dei bilanci sociali o di sostenibilità, processi strutturati di confronto con gli stakeholder per l'individuazione di indicatori per la misurazione delle performance aziendali, ecc.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Non sono state svolte azioni di comunicazione e coinvolgimento della comunità		
Documentazione di supporto	NA		

Aspetti: 7.4 Relazioni con i mezzi di comunicazione

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore punta ad analizzare il rapporto esistente tra l'azienda e i mezzi di comunicazione (stampa, televisione, radio). L'obiettivo è valutare il grado di disclosure dell'azienda e il livello di attenzione nei confronti delle istanze dei media.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	In questa fase non sono state realizzate conferenze stampa, ne sono stati sostenuti investimenti nell'attività di relazione con i media. Abbiamo partecipato al Concorso Pantene - forti insieme per le startup innovative		
Documentazione di supporto	NA		

Aspetti: 7.5 Comunità virtuale  
 Indicatori: 7.5.1 Contatti (caratteristiche ed analisi)

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
Commento esplicativo	Alla luce dell'importanza assunta da Internet e dalle tecnologie digitali, l'indicatore si propone di esaminare numero, profilo e caratteristiche dei soggetti che contattano l'azienda attraverso l'utilizzo della rete.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Società Benefit Posturaemente srls ha attivato i seguenti canali online: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="https://www.bcorpb.fit">https://www.bcorpb.fit</a></li> <li>- <a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100070143096719">https://www.facebook.com/profile.php?id=100070143096719</a></li> <li>- <a href="https://instagram.com/societa_benefit_posturaemente?igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://instagram.com/societa_benefit_posturaemente?igshid=YmMyMTA2M2Y=</a></li> <li>- Società Benefit Posturaemente Srls</li> </ul> L'azienda ha inoltre contatto costante con gli utenti della propria APP POSTURAEMENTE		
Documentazione di supporto	Sito internet Facebook Instagram LinkedIn		

Indicatori: 7.5.2 Security

Posturaemente ha attuato il GDPR.

Indicatori: 7.5.3 Strumenti di gestione delle relazioni  
 N/A - motivazione: non abbiamo attuato forme di gestione delle relazioni con gli stakeholder realizzate attraverso il supporto specifico della rete Internet (ad esempio, forum on-line, campagne informative, servizi mirati, ecc.).

Aspetti: 7.6 Prevenzione della corruzione

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore valuta l'esistenza di politiche esplicite e di sistemi di auto-controllo interno per garantire che non si verifichino pratiche di corruzione e, più in generale, comportamenti non etici.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Adozione di codici di autodisciplina e norme interne.		
Documentazione di supporto	NA		



## Categoria 8. Ambiente

Aspetti: **8.1 Consumi di energia, materiali ed emissioni**

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi SI
Commento esplicativo	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel campo della sostenibilità ambientale in termini di riduzione, oltre i limiti stabiliti dalla normativa di riferimento, dei consumi di materie prime (input) e delle emissioni inquinanti (output, ossia emissioni in aria, scarichi in acqua, rumore, rifiuti, ecc.).		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Per ridurre l'impatto di materie prime ha eliminato la caldaia a metano per utilizzare il sistema a pompa di calore e si sta attivando per installare i pannelli fotovoltaici già nel corso del 2022.		
Documentazione di supporto	Preventivi, fatture ecc...		

Indicatore: **8.1.1 Energia**

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi SI
Commento esplicativo	L'indicatore valuta le quantità di risorse energetiche utilizzate dall'impresa per i diversi impieghi (efficienza energetica) e l'eventuale utilizzo di fonti rinnovabili. Dati degli ultimi 3 anni		
Modalità di misurazione dell'indicatore	La società utilizza unicamente pompe di calore, avendo eliminato la caldaia a metano.		
Documentazione di supporto	NA		

Indicatore: **8.1.2 Acqua**

N/A - motivazione: l'attività della società non comporta consumi idrici oltre a quelli ordinari

Indicatore: **8.1.3 Materie prime, materiali ausiliari e imballaggio**

N/A - motivazione: non produciamo beni

Indicatore: 8.1.4 Emissioni in atmosfera

N/A - motivazione: l'attività della società non comporta emissioni in atmosfera in misura superiore alla norma

Indicatore: 8.1.5 Scarichi idrici

N/A - motivazione: l'attività della società non comporta scarichi idrici atmosfera in misura superiore alla norma

Indicatore: 8.1.6 Rifiuti

N/A - motivazione: Ci avvaliamo del servizio di raccolta differenziata gestito dal Comune di Udine e non produciamo beni

**Aspetti: 8.2 Strategia ambientale e relazioni con la comunità**

N/A - motivazione: : la società non ha attuato strategie ambientali o di coinvolgimento degli stakeholders

La sede operativa è presso un locale in locazione.

## CONCLUSIONI

Questa prima definizione degli obiettivi che Postura&Mente si pone per l'esercizio 2021 rappresenta uno dei primi passi di questa giovane società verso la realizzazione di una realtà imprenditoriale che fa del proprio business una forza positiva e rigeneratrice per tutti gli stakeholder.

L'adozione del paradigma Benefit riflette l'impegno concreto e formale della società ad agire in modo responsabile, sostenibile e trasparente per fare la propria parte nel percorso verso uno sviluppo sostenibile come declinato dall'Agenda 2030.

Questa Relazione d'Impatto è destinata a tutti gli stakeholder di Postura&Mente, i quali sono invitati a sottoporre i propri commenti e feedback per far tesoro dei loro consigli nelle prossime rendicontazioni.

### POSTURAELEMENTE SOCIETA' BENEFIT

VIA CASTIONS DI STRADA, 109 33100 UDINE

TEL 0432526730 - cell +39 34887204 CF E PIVA 02975450301

[WWW.BCORP.FIT](http://WWW.BCORP.FIT)

Il Rapporto d'Impatto è scaricabile in versione digitale sul sito