

RELAZIONE DI IMPATTO

Secondo anno – 2024

DIGITAL SOLUTIONS S.R.L.
SOCIETÀ BENEFIT



**DIGITAL
SOLUTIONS**
B E N E F I T



DIGITAL SOLUTIONS S.R.L. SOCIETÀ BENEFIT

Via Strada 4 – Palazzo Q5

20089 Rozzano (MI)

www.dsit.it

Indice

1. Introduzione	4
2. Le società <i>Benefit</i>	6
3. La società – <i>corporate governance</i>	8
4. Responsabile dell'impatto	12
5. Scopo della presente relazione di impatto	12
6. Il nuovo statuto di DS e le finalità di beneficio comune	14
7. Obiettivi 2024: evoluzione e confronto	16
8. Progetti e iniziative svolti nel 2024	20
9. Valutazione d'Impatto	26
9.1 Aree di valutazione	28
9.2 Esito della valutazione e confronto con l'anno precedente	30
10. Obiettivi anno 2025	32
11. Conclusioni	34

Nell'era attuale, le società *benefit* rappresentano un modello di *business* innovativo, capace di combinare gli obiettivi tradizionali di profitto con un forte impegno verso il bene comune.

A distanza di un anno dalla trasformazione in Società *Benefit*, Digital Solutions S.r.l. Società *Benefit* (di seguito, “**DS**” e/o la “**Società**”) può affermare con orgoglio che questa decisione ha rafforzato i propri valori aziendali e il proprio impegno per il benessere sociale e ambientale, portando benefici concreti non solo all'azienda, ma a tutti i suoi *stakeholder*.

Il 2024 ha rappresentato per DS il primo anno completo come società *benefit*, permettendoci di strutturare in modo più efficace e integrato le nostre iniziative di beneficio comune, consolidando i percorsi avviati nel 2023 e sviluppando nuove progettualità in linea con la nostra missione.

Crediamo fermamente che il successo aziendale debba essere allineato con il benessere sociale e ambientale. I risultati raggiunti in questo secondo anno ci confermano che stiamo percorrendo la strada giusta per tradurre questa visione in azioni concrete e misurabili.

Nel nostro ordinamento le società benefit sono state introdotte dalla legge 28 dicembre 2015, n. 208, commi 376-384 (c.d. legge di stabilità 2016 – di seguito, la “**Legge**”).

Sono qualificate come società benefit le società che *“nell’esercizio di un’attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interessi”*.

Con “beneficio comune” si intende “il perseguimento, nell’esercizio dell’attività

economica, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, nei confronti di una o più categorie di cui al comma 376” dell’articolo 1 della Legge, ossia quelle ricomprese tra: persone, comunità, territori, ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.

Da quanto sopra, si denota, quindi, che le società benefit rappresentano un’evoluzione delle società tradizionali, dal momento che queste ultime integrano lo scopo di lucro con l’obiettivo di perseguire specifiche finalità di beneficio comune volti alla realizzazione *“di uno o più effetti positivi o la riduzione degli effetti negativi”* nei confronti dei portatori di interesse.



DS è una società di servizi e comunicazione attiva dal 1999, che svolge, in particolare, attività di *marketing*, ivi compresa l'editoria medica e le pubblicazioni tecnico-scientifiche con un particolare focus sull'innovazione, attraverso l'utilizzo di tecnologie informatiche rivolte alla promozione della cura della salute e della sicurezza delle persone.

Infatti, l'attività di *business* si concretizza nello sviluppo di progetti di comunicazione e promozione *tailor made* per clienti appartenenti al settore dell'industria farmaceutica, specializzata nell'ideare soluzioni digitali e tradizionali per raggiungere efficacemente farmacisti, medici, pazienti e *shopper*.

DS, oltre all'attività di agenzia di comunicazione

digitale, è specializzata nella gestione degli spazi pubblicitari in farmacia, leader nel settore, con una presenza predominante sul territorio italiano sin dal 2009. La Società ha, inoltre, sviluppato una rete di rapporti contrattuali con circa 12.000 farmacie, che gestisce a livello nazionale, grazie alla quale è in grado di cogliere nuove necessità e opportunità del settore farmaceutico per offrire soluzioni specifiche e all'avanguardia.

Dall'ottobre del 2023, la Società ha deciso di assumere la qualifica di società *benefit* e in tal senso intende perseguire diverse finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.



DS è amministrata da un consiglio di amministrazione composto da:



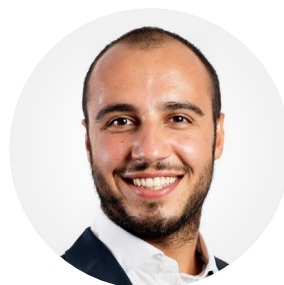
Claudio Maiocchi

Presidente del Consiglio di Amministrazione



Andrea Dario Jarach

Consigliere



Pietro Maiocchi

Consigliere



Francesco Maiocchi

Consigliere



Giovanni Leo

Consigliere

DS ha nominato una società di revisione esterna per la revisione legale dei conti.

La Società è caratterizzata da una struttura organizzativa funzionale, ove le diverse unità funzionali sono: (i) gestite da un responsabile, il quale a sua volta riporta direttamente al Consiglio di amministrazione; (ii) suddivise in vari dipartimenti.

DS opera in Italia con base operativa in Milano ed è una società certificata ISO/IEC 9001:2015 (*"Sistemi di Gestione per la Qualità – IEC"*) e, dal 2025, UNI/PdR 125:2022 (*"Certificazione Parità di Genere"*).

Oltre a quanto sopra, la Società ha adottato un proprio codice etico e un proprio modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231 e successive modifiche e integrazioni.

Il raggiungimento degli obiettivi di DS è perseguito con lealtà, serietà, onestà, competenza e trasparenza, nell'assoluto rispetto delle leggi e delle normative vigenti. In particolare, DS considera la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori, il rispetto dell'ambiente, la salubrità dei propri luoghi di lavoro e la qualità dei propri processi come fattori fondamentali e determinanti nello svolgimento del proprio *business*.

A tal riguardo, in un'ottica di ricerca dell'eccellenza, DS è sempre rivolta all'applicazione delle tecnologie più aggiornate e delle *best practice* in materia.

In ottemperanza a quanto disposto dalla Legge, DS ha confermato quale “*responsabile dell'impatto*” la dottoressa Donatella Bella, la quale definisce, unitamente ai responsabili

delle varie funzioni aziendali, gli obiettivi da perseguire in conformità alle finalità di beneficio comune, valutando allo stesso tempo i risultati raggiunti.

La Legge impone alle società *benefit* di redigere annualmente la relazione concernente il perseguimento del beneficio comune (c.d. “relazione di impatto”), da allegare al bilancio della società e pubblicare sul sito *internet* della stessa, ovvero, così come anche da statuto, in ogni altra forma che il responsabile dell'impatto dovesse ritenere utile ai fini della massimizzazione della trasparenza.

Il presente documento rappresenta la seconda relazione d'impatto di DS (di seguito, la “**Relazione d'Impatto**”), redatta in ottemperanza e in conformità alla Legge, la quale ha lo scopo di rendicontare in modo trasparente, chiaro ed esaustivo le varie attività poste in essere da DS nel 2024 rispetto alle finalità di beneficio comune specificate nello statuto, illustrare la valutazione di impatto generato e, infine, descrivere la pianificazione dei nuovi obiettivi per l'anno successivo.

La Relazione d'Impatto di quest'anno assume un valore particolare poiché rappresenta il primo confronto anno su anno, permettendo di

valutare i progressi compiuti rispetto agli obiettivi prefissati nel 2023 e di tracciare l'evoluzione del nostro impatto nelle diverse aree di intervento.

Infatti, tale Relazione di Impatto include, tra l'altro, quanto segue:

- a. una descrizione delle finalità di beneficio comune perseguite da DS, così come previste nello statuto;
- b. una descrizione, rispetto ad ognuna delle finalità di beneficio comune, degli obiettivi specifici, delle modalità e delle attività svolte, dei risultati raggiunti, delle aree di impatto, e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;
- c. la valutazione d'impatto generato sulla base di uno *standard* di valutazione esterno scelto da DS e che ricomprende le seguenti 5 aree di analisi: *governance*, lavoratori, ambiente, comunità e clienti;
- d. una descrizione dei nuovi obiettivi che la Società intende perseguire per il successivo esercizio.

Nella realizzazione del proprio oggetto sociale DS persegue, oltre gli obiettivi economici propri di un'attività imprenditoriale, diverse finalità di beneficio comune – concretizzantesi nel perseguimento di uno o più effetti positivi o, diversamente, nella riduzione degli effetti negativi su una o più categorie di portatori di interesse – e opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

Tali obiettivi verranno concretamente realizzati mediante:

- I. la promozione e realizzazione di progetti sociali e ambientali basati sul coinvolgimento e il dialogo collaborativo con gli investitori e la trasparenza nella *governance*;
- II. l'organizzazione di *workshop*, corsi di formazione e campagne di comunicazione per i dipendenti volti a diffondere la cultura della sostenibilità promuovendo, a tale scopo, modalità di lavoro in linea con la tutela dell'ambiente che valorizzino, tra gli altri, lo *smart working* e altre forme flessibili di gestione delle attività lavorative, l'eliminazione degli sprechi, la riduzione dei consumi di carta e, più in generale, l'utilizzo di risorse ecosostenibili;
- III. la promozione di modalità di lavoro che favoriscano la creazione di un ambiente

di lavoro positivo nel rispetto, tra gli altri, della parità di genere e finalizzato alla valorizzazione, alla crescita e al benessere delle persone per svilupparne competenze e potenziale, rispettando, altresì, tempi e bisogni individuali;

- IV. la collaborazione, la partecipazione e l'implementazione continua di progetti con organizzazioni non *profit*, fondazioni, enti di ricerca scientifica e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società per contribuirne allo sviluppo e amplificarne l'impatto positivo nell'operato;
- V. l'implementazione continua della piattaforma tecnologica di *marketing* rivolta a misurare e ridurre l'impatto in termini di CO₂ emessa attraverso le produzioni di materiali e servizi per il *marketing*, sensibilizzando, così, gli utenti stessi della piattaforma in fase di scelta dei prodotti.



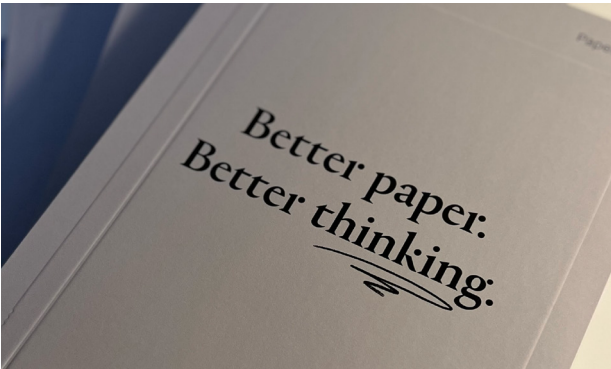
La Società ha lavorato con impegno per conseguire gli obiettivi prefissati per il 2024, monitorando costantemente i progressi e adattando le strategie in base ai risultati intermedi e alle eventuali criticità emerse.

Di seguito viene riportata una breve sintesi degli obiettivi definiti nella relazione d'impatto redatta per l'anno 2023 e i risultati conseguiti.

OBIETTIVI PREFISSATI PER IL 2024	STATO DI AVANZAMENTO	RISULTATI CONSEGUITI
Proseguire nel percorso di formazione sulle tematiche della comunicazione e dell'innovazione attraverso la conferma di <i>partnership</i> e collaborazioni con il mondo accademico e universitario.	Completato	Rafforzata la collaborazione con l'Università Bocconi. Avviata la collaborazione con il Policlinico e Università degli Studi di Milano, in particolare con il Dipartimento di Fisiopatologia Medico-chirurgica e dei Trapianti.
Proseguire il proprio impegno verso i dipendenti e i collaboratori in ottica <i>welfare</i> al fine di promuovere una crescita nel livello di benessere delle risorse, attraverso differenti strumenti.	Completato	Confermato il piano <i>welfare</i> aziendale. Esteso a 3 giorni settimanali la possibilità di <i>smart working</i> per tutti i dipendenti. Possibilità di orario flessibile per i giorni di presenza in ufficio.
Certificare il proprio impegno in tema di <i>diversity & inclusion</i> e di promozione dell'uguaglianza di genere.	In corso	Completato con successo l' <i>iter</i> preparatorio per la certificazione della Parità di Genere UNI/PdR 125:2022. Avviato un programma interno di formazione sulla D&I che ha coinvolto il 100% dei dipendenti.
Promuovere l'impegno verso le tematiche della sostenibilità ambientale attraverso iniziative che possano ridurre l'impatto della propria attività sul territorio e sul clima.	Completato	Completata la digitalizzazione del 70% dei processi interni con conseguente riduzione dell'uso di carta.



OBIETTIVI PREFISSATI PER IL 2024	STATO DI AVANZAMENTO	RISULTATI CONSEGUITI
Promuovere il proprio impegno verso associazioni ed iniziative che agiscano a livello sociale.	Completato	Avviata partnership con l'associazione "Gli Angeli del Bello", con supporto sia economico che professionale.
Aumentare l'approfondimento e identificare nuove aree di impatto relative alla sostenibilità sociale.	In corso	Realizzata un'analisi per identificare aree prioritarie di intervento per lo sviluppo di futuri progetti nell'ambito della sostenibilità sociale.
Istituire un ciclo di incontri per raccontare storie di successo aziendale al fine di stimolare la riflessione sui cambiamenti e le lezioni apprese.	Completato	Realizzati 2 incontri interni con testimonianze di imprese virtuose nel campo della sostenibilità.





Nel 2024, sulla base degli obiettivi prefissati e delle finalità di beneficio comune, la Società ha implementato diversi progetti e iniziative, che di seguito nel dettaglio si riportano, unitamente all'illustrazione dei risultati e della relativa area di impatto.

I Finalità

La promozione e realizzazione di **progetti sociali e ambientali** basati sul coinvolgimento e il dialogo collaborativo con gli investitori e la trasparenza nella *governance*.

OBIETTIVI SPECIFICI	ATTIVITÀ E MODALITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Favorire e incentivare la formazione della comunicazione e dell'innovazione, rafforzando la <i>partnership</i> con il mondo accademico.	Sviluppo di progetti di ricerca congiunti e iniziative formative con università <i>partner</i> .	Realizzazione di un questionario per l'identificazione del genere di appartenenza (al di là del genere alla nascita). Un <i>focus group</i> e analisi sociologica per la validazione delle domande. 5 incontri con i referenti dell'Università Bocconi per portare innovazione nel settore farmaceutico.	Lavoratori Clienti Comunità
Migliorare la trasparenza nella <i>governance</i> e sensibilizzazione sui temi di sostenibilità.	Coinvolgimento del CdA sui temi di sostenibilità.	Riunione del CdA dedicata alle tematiche della sostenibilità.	<i>Governance</i> Lavoratori

II FINALITÀ

L’organizzazione di *workshop*, corsi di formazione e campagne di comunicazione per i dipendenti volti a diffondere la cultura della **sostenibilità**, promuovendo, a tale scopo, modalità di lavoro in linea con la tutela dell’ambiente che valorizzino, tra gli altri, lo *smart working* e altre forme flessibili di gestione delle attività lavorative, l’eliminazione degli **sprechi**, **la riduzione dei consumi di carta e, più in generale, l’utilizzo di risorse ecosostenibili**.

OBIETTIVI SPECIFICI	ATTIVITÀ E MODALITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Potenziare lo <i>smart working</i> e le forme flessibili di lavoro.	Ampliamento delle giornate di <i>smart working</i> e introduzione di ulteriori strumenti di flessibilità oraria.	Aumento da 2 a 3 giorni di <i>smart working</i> settimanali. Adozione di un sistema di orario flessibile per i dipendenti. Riduzione del 20% delle emissioni legate agli spostamenti casa-lavoro.	Lavoratori Ambiente
Implementare un programma di sensibilizzazione verso l’arte e la cultura.	Realizzazione di un percorso formativo strutturato sui temi di arte e cultura.	Visita al museo Vinciano. Omaggio per tutti i dipendenti della tessera FAI. Team building a tema.	Lavoratori
Ridurre l’impatto ambientale delle attività d’ufficio.	Digitalizzazione dei processi e sensibilizzazione sui comportamenti virtuosi.	Riduzione del 70% dell’uso di carta. Riduzione del 15% dei consumi energetici. Implementazione della raccolta differenziata in ufficio con un tasso di recupero dell’85%.	Ambiente
Rafforzare il piano <i>welfare</i> .	Ampliamento delle iniziative di <i>welfare</i> aziendale.	Aumento del <i>budget welfare</i> pro-capite. Introduzione di un nuovo servizio nel pacchetto <i>welfare</i> .	Lavoratori
Promuovere la sostenibilità e la condivisione.	Evento: “L’armadio dei colleghi” per scambiare abiti usati.	Incontro mensile di aggregazione al fine di stimolare il riciclo e la condivisione.	Lavoratori

III FINALITÀ

La promozione di modalità di lavoro che favoriscano la creazione di **un ambiente di lavoro positivo** nel rispetto, tra gli altri, della **parità di genere** e finalizzato alla valorizzazione, **alla crescita e al benessere delle persone** per svilupparne competenze e potenziale, rispettando, altresì, tempi e bisogni individuali.

OBIETTIVI SPECIFICI	ATTIVITÀ E MODALITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Ottenere la certificazione per la "Parità di Genere".	Completamento dell'iter preparatorio per la certificazione secondo lo standard UNI/PdR 125:2022.	Implementazione della documentazione per l'ottenimento della certificazione. Implementazione di una policy aziendale sulla parità di genere. Creazione di un sistema di monitoraggio delle metriche di genere.	Governance Lavoratori
Promuovere il benessere psicofisico.	Implementazione di attività legate al benessere.	Attivazione di percorsi di <i>coaching</i> individuali. <i>HR Cofee</i> : momento di condivisione informale. Partecipazione dell'80% dei dipendenti ad almeno una iniziativa.	Lavoratori.
Sostenere la genitorialità e il <i>work-life balance</i> .	Sviluppo di <i>policy</i> specifiche a supporto dei genitori.	Implementazione di un programma di reinserimento <i>post-maternità</i> .	Lavoratori
Valorizzare le competenze e il potenziale.	Sviluppo di percorsi formativi personalizzati	Creazione di piani di sviluppo individuali per il 90% dei dipendenti. Media di 25 ore di formazione tecnica pro-capite. Avvio di un programma di mentorship interno.	Lavoratori
Valorizzare la <i>performance</i> di <i>team</i> .	<i>Team building</i> interni.	Organizzato un gioco di ruolo con l'obiettivo di stimolare il pensiero laterale.	Lavoratori

IV FINALITÀ

La collaborazione, **la partecipazione e l'implementazione continua di progetti con organizzazioni no profit, fondazioni, enti di ricerca scientifica e simili** il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società per contribuirne allo sviluppo e amplificarne l'impatto positivo nell'operato.

OBIETTIVI SPECIFICI	ATTIVITÀ E MODALITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Rafforzare le <i>partnership</i> con organizzazioni <i>no profit</i> .	Avvio di collaborazioni strutturate con associazioni selezionate.	Collaborazione avviata con l'Associazione " <i>Angeli del Bello</i> ". Donazioni per un valore complessivo di Euro 5.000,00.	Comunità
Sviluppare progetti di comunicazione per il terzo settore.	Messa a disposizione delle competenze aziendali per progetti di comunicazione sociale	Supporto per la comunicazione all'Associazione AIMPS per le malattie rare, MPS e affini. Realizzazione di una campagna rivolta alle donne, pazienti, operatrici sanitarie e <i>caregiver</i> per l'Associazione " <i>Respiriamo Insieme</i> " per pazienti affetti da BPCO. Ricerca <i>sponsor pro bono</i> per finanziare le attività dell'Associazione " <i>Respiriamo Insieme</i> " e per AIMPS.	Comunità Clienti
Promuovere l' <i>engagement</i> dei dipendenti verso cause sociali.	Adesione a un programma di volontariato.	Organizzazione di giornate di volontariato ad adesione libera per i dipendenti.	Lavoratori Comunità

V FINALITÀ

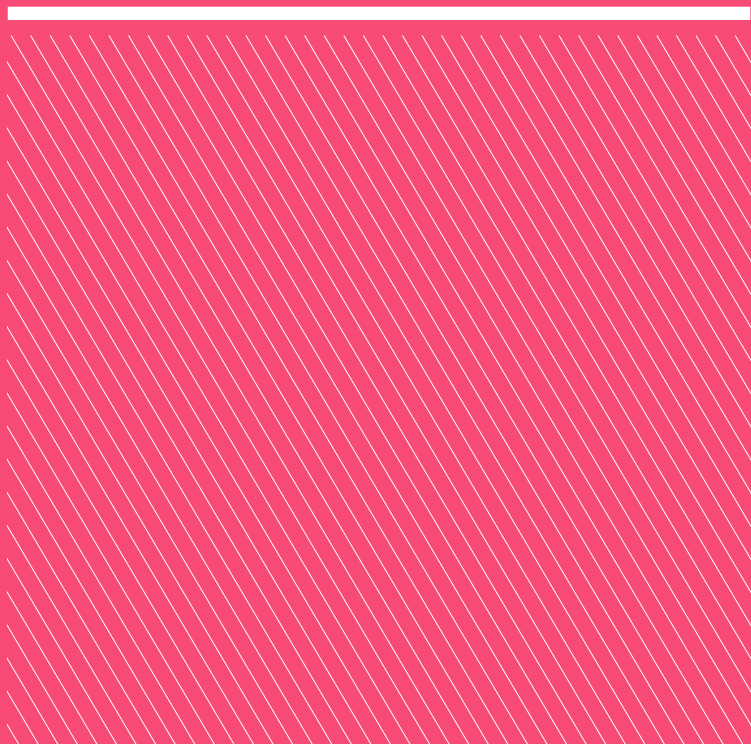
L’implementazione continua della piattaforma tecnologica di marketing rivolta a **misurare e ridurre l’impatto in termini di CO₂** emessa attraverso le produzioni di materiali e servizi per il marketing sensibilizzando, così, gli utenti stessi della piattaforma in fase di scelta dei prodotti.

OBIETTIVI SPECIFICI	ATTIVITÀ E MODALITÀ	RISULTATI	AREA DI IMPATTO
Sensibilizzare clienti e utenti sulle scelte a basso impatto.	Sviluppo di materiali informativi e formativi.	Creazione di una guida alle scelte sostenibili nel <i>marketing</i> farmaceutico.	Clienti Comunità



09.

Valutazione d'impatto



Per ottemperare agli obblighi previsti dalla Legge ed effettuare la misurazione d'impatto, DS ha confermato la scelta dello *standard* di valutazione esterno internazionale *B Impact Assessment* (BIA), una piattaforma di misura rilasciata gratuitamente dall'ente *no profit* B Lab (prima organizzazione mondiale di settore).

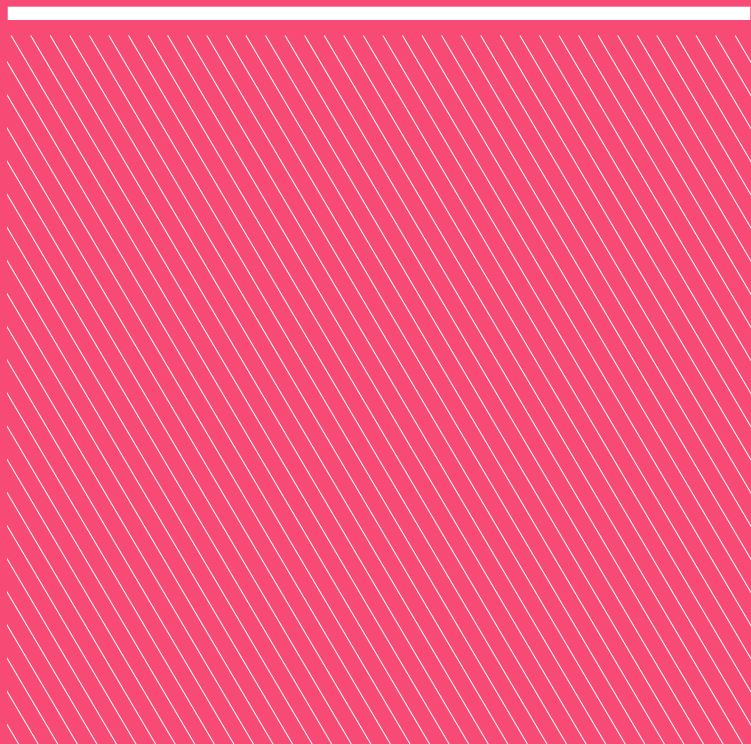
Tale strumento di misurazione consente di misurare in modo esauriente, articolato, completo e trasparente se un'azienda è rigenerativa, ovvero se crea più valore di quanto ne distrugge, valutando a 360° tutti gli impatti economici, sociali e ambientali.

Le aziende che superano la soglia di 80 punti su 200 al BIA possono richiedere la qualifica di *B Corp*® certificata.

La valutazione d'impatto generata effettuata permette a DS di essere consapevole dei propri mezzi e degli obiettivi raggiunti, al fine di decidere quale direzione strategica seguire per raggiungere il beneficio comune e pianificare gli obiettivi futuri.

9.1

Aree di valutazione



La valutazione d'impatto ha riguardato le seguenti aree di misurazione:

Governance



Per valutare il grado di trasparenza e responsabilità della Società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione alla missione aziendale, all'etica, al livello di coinvolgimento dei portatori di interesse e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società.

Lavoratori



Per valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e *benefit*, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, soddisfazione, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro.

Comunità



Per valutare l'impegno civico della società, con particolare riferimento alle relazioni dell'azienda con i propri fornitori, al territorio e alle comunità locali in cui opera, alle azioni di volontariato, alle donazioni, alle attività culturali e sociali, alla gestione della diversità e dell'inclusione, alla creazione di posti di lavoro e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura.

Ambiente



Per valutare gli impatti e la gestione ambientale complessiva della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, smaltimento di rifiuti, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.

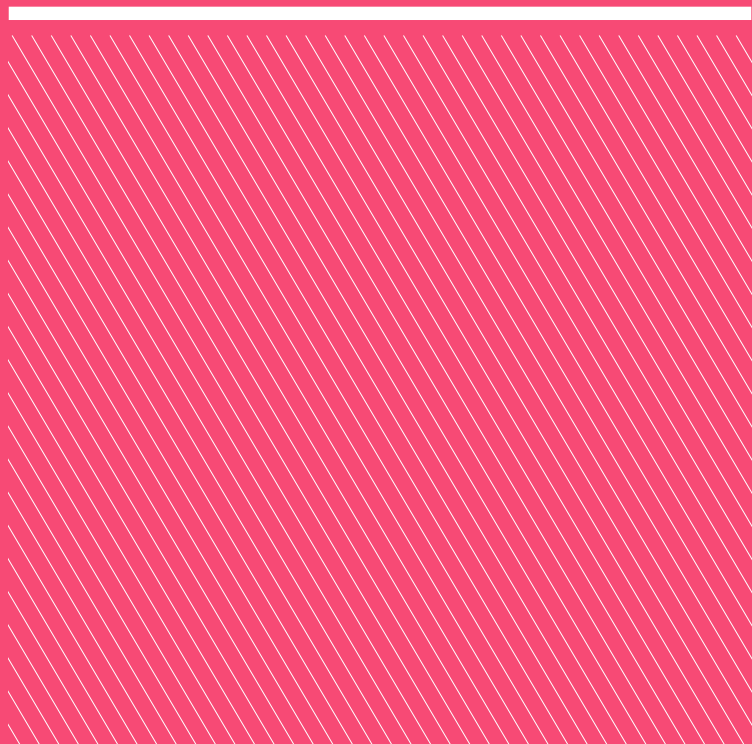
Clienti



Per valutare la gestione dei propri clienti diretti e i consumatori in termini di garanzia e assicurazione della qualità di prodotti e servizi, *marketing* etico e positivo, *privacy* dei dati e sicurezza dei dati.

9.2

Esito della
valutazione
e confronto
con l'anno
precedente



Per l'anno 2024 DS ha ottenuto, attraverso l'utilizzo dello standard BIA, un punteggio complessivo di 86,3, con un incremento di 15,7 punti rispetto al punteggio di 70,6 ottenuto nell'anno 2023.

Di seguito si riporta una sintesi dei risultati conseguiti in base alle 5 aree di impatto esaminate, con un confronto rispetto all'anno precedente:

AREA DI IMPATTO	PUNTEGGIO 2023	PUNTEGGIO 2024	VARIAZIONE
Governance	21,8	22,7	+0,9
Lavoratori	26,4	35,7	+9,3
Comunità	11,5	15,8	+4,3
Ambiente	6,0	7,1	+1,1
Clienti	4,7	4,7	+0,0
TOTALE	70,6	86,3	+15,7

L'incremento più significativo si è registrato nell'area "*Lavoratori*" (+9,3 punti), grazie alle numerose iniziative implementate per migliorare il benessere, la formazione e l'inclusione del personale, tra cui la preparazione di tutta la documentazione per la certificazione per la "*Parità di Genere*", l'ampliamento dello *smart working* e il potenziamento del piano *welfare*.

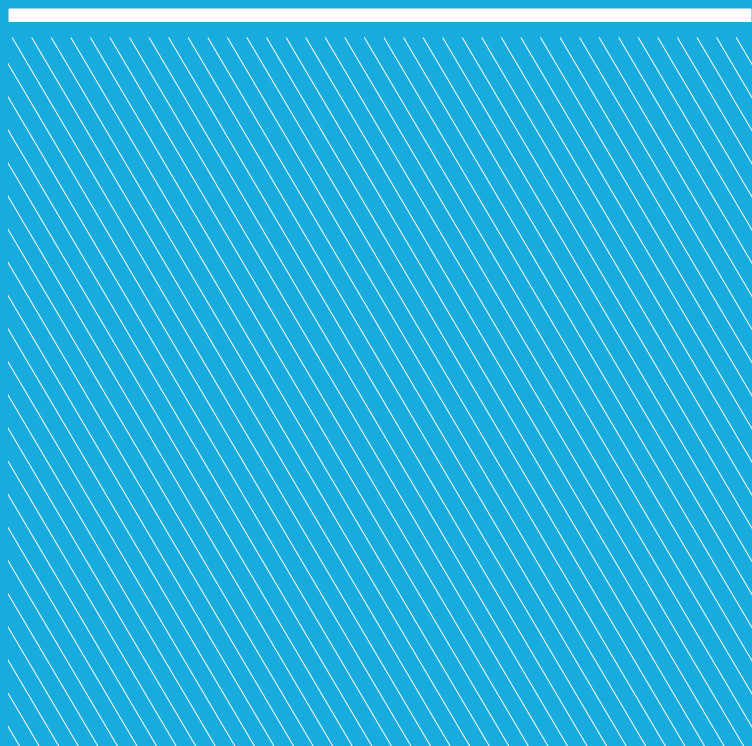
Segue l'area "*Comunità*", con un incremento di 4,3 punti, grazie all'avvio di *partnership* strutturate con organizzazioni *no profit*.

Notevole anche il miglioramento nell'area "*Ambiente*" (+1,1 punti), frutto delle iniziative di digitalizzazione e della riduzione dei consumi.

L'area "*Clienti*" non ha registrato un miglioramento, indicando la necessità di un maggiore impegno in questo ambito per il prossimo anno.

Il punteggio complessivo di 86,3 pone DS nella possibilità di poter richiedere la certificazione *B Corp*®.

10. Obiettivi anno 2025



L'impegno di DS, al fine di consolidare e valutare le attività svolte in ottica di società benefit, passa attraverso obiettivi che la società annualmente intende porsi da conseguire nell'arco dei dodici mesi.

Per l'anno 2025, oltre che perseguire e completare gli obiettivi prefissati nel 2024 e ancora in corso, DS intende continuare le sue attività di beneficio comune e porsi i seguenti nuovi obiettivi:



- I. consolidare e ampliare le *partnership* con il mondo accademico, attivando nuove collaborazioni con istituti di ricerca e università, con l'obiettivo di sviluppare progetti innovativi nel campo della comunicazione sanitaria sostenibile.



- IV. Realizzare un programma di volontariato aziendale che consenta ai dipendenti di dedicare fino a 3 giorni lavorativi all'anno a progetti sociali, con particolare focus sul supporto a iniziative legate all'alfabetizzazione digitale e all'accesso alle informazioni sanitarie per le categorie fragili.



- II. Implementare un sistema strutturato di misurazione del benessere organizzativo con indicatori specifici, per monitorare l'efficacia delle iniziative di *welfare* aziendale e identificare nuove aree di intervento.

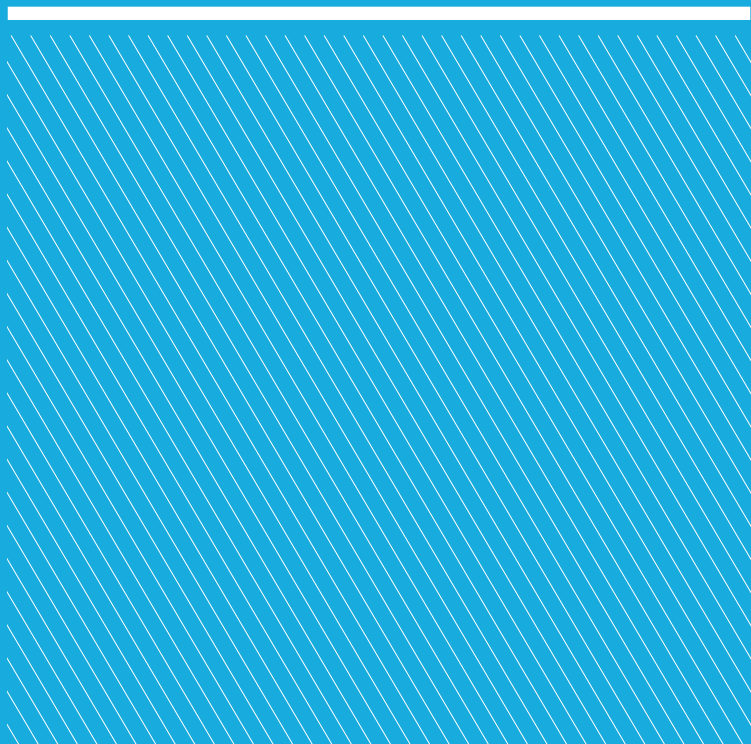


- V. Progettare e implementare una strategia di comunicazione integrata sulle attività *benefit* della Società, con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza tra gli *stakeholder* e promuovere una cultura della sostenibilità all'interno del settore.



- III. Sviluppare un programma di formazione continua sulla *leadership* inclusiva per tutti i *manager* e i responsabili di *team*, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente le competenze in materia di gestione della diversità.

10. Conclusioni



Il secondo anno di attività come società *benefit* ha rappresentato per DS un'importante fase di consolidamento e sviluppo delle iniziative avviate nel 2023. I risultati conseguiti, descritti nella presente Relazione di Impatto, dimostrano l'impegno concreto della Società nel perseguire il beneficio comune parallelamente agli obiettivi di *business*.

L'incremento del punteggio ottenuto nella valutazione BIA (+15,7 punti rispetto al 2023) è un indicatore tangibile dei progressi compiuti, soprattutto nell'area della gestione delle risorse umane.

Le sfide affrontate nel corso del 2024 hanno rafforzato la consapevolezza che il percorso verso la sostenibilità richiede un impegno costante e strutturato, oltre alla capacità di adattarsi e innovare continuamente.

Gli obiettivi definiti per il 2025 rappresentano un ulteriore passo avanti in questo percorso, con un'attenzione particolare all'ampliamento dell'impatto positivo della Società sul territorio, sulla comunità e sull'ambiente.



Digital Solutions S.r.l. Società Benefit

Claudio Maiocchi
(legale rappresentante)



DIGITAL SOLUTIONS S.R.L. SOCIETÀ BENEFIT

Via Strada 4 – Palazzo Q5 | 20089 Rozzano (MI) | www.dsit.it

Capitale sociale Euro 300.000,00 i.v.; Iscritta al Registro delle Imprese di Milano Monza–Brianza Lodi;
Numero di iscrizione, codice fiscale e partita IVA n. 12985480156; Numero REA MI-1606714; Società a socio unico