



## **Relazione di Impatto per l'anno 2024 della società GMD di Gilioli e C. Stp Snc Sb**

# Indice

<b>Lettera agli stakeholder</b> .....	3
<b>0. Executive Summary</b> .....	5
<b>1. Identità della Società</b> .....	8
• 1.1 Chi siamo	
• 1.2 Missione e visione	
• 1.3 Finalità di beneficio comune	
• 1.4 I nostri valori	
• 1.5 I nostri stakeholder	
<b>2. Modello di Governance della Sostenibilità</b> .....	10
• 2.1 Organizzazione e responsabilità	
• 2.2 Referente per l'impatto	
• 2.3 Processi decisionali e formalizzazione	
• 2.4 Coinvolgimento degli stakeholder	
<b>3. Metodologia di valutazione dell'impatto</b> .....	13
• 3.1 Modello adottato	
• 3.2 Indicatori e fonti	
• 3.3 Limiti e validazione	
<b>4. Valutazione dell'Impatto – Risultati SABI 2024</b> .....	14
• 4.1 Esiti per area di valutazione	
• 4.2 Confronto con il 2023	
• 4.3 Interpretazione dei risultati e prospettive di miglioramento	
<b>5. Attività e Risultati 2024 (Rendicontazione degli obiettivi prefissati)</b> .....	17
• 5.1 Essere sostenibili	
• 5.2 Diffondere la sostenibilità	
• 5.3 Innovare per la sostenibilità	
<b>6. Contributo agli SDGs</b> .....	20
• 6.1 SDGs rilevanti	
• 6.2 Allineamento delle attività	
• 6.3 Azioni di miglioramento	
<b>7. Piano d'Azione e Obiettivi 2025</b> .....	21
<b>8. Allegati</b> .....	24

# Lettera agli Stakeholder

Gentili Stakeholder,

il 2024 è stato per GMD Commercialisti un anno di **consolidamento e crescita nel nostro percorso come Società Benefit**, animato dalla convinzione che l'impatto positivo possa – e debba – partire dal nostro modo di lavorare, dalle persone che collaborano con noi ogni giorno e dai clienti che ci scelgono.

Abbiamo perseguito con determinazione un **continuo miglioramento interno**, focalizzandoci su due dimensioni fondamentali: da un lato, la **riduzione del nostro impatto ambientale**, attraverso pratiche sempre più digitali e sostenibili; dall'altro, il **rafforzamento del rapporto con i nostri collaboratori**, promuovendo benessere, ascolto e crescita condivisa.

Nel corso dell'anno abbiamo anche **continuato a diffondere la cultura della sostenibilità**, contribuendo con costanza a iniziative formative, eventi pubblici e attività divulgative rivolte al mondo delle imprese, dei professionisti e delle istituzioni locali.

Abbiamo avviato dialoghi e progettualità con enti e realtà del territorio per sviluppare **progetti di impatto condiviso**, che tuttavia – pur rappresentando preziosi semi piantati – non si sono ancora tradotti in azioni concrete. Ma il nostro impegno in tal senso rimane saldo.

Elemento fondante di questa traiettoria è la nostra scelta strategica e operativa di puntare sulla **digitalizzazione** come leva trasversale di sostenibilità. La digitalizzazione è per noi lo strumento che abilita efficienza, tracciabilità, accessibilità e innovazione – valori che vogliamo mettere al servizio di tutta la nostra comunità professionale.

Il 2024 è stato anche un anno cruciale sul piano normativo: l'introduzione della Direttiva CSRD e dei nuovi standard ESRS rappresentano un cambio di paradigma per le imprese europee. In Italia, l'adozione del **D.Lgs. 125/2024** ha reso questi principi parte integrante del nostro ordinamento, aprendo un orizzonte di trasparenza, accountability e comparabilità che guiderà anche il nostro lavoro nei prossimi anni.

Questa Relazione d'Impatto testimonia dunque **un cammino fatto di azioni concrete, ma anche di intenzioni forti e visioni a lungo termine**. Siamo consapevoli che l'impatto è un processo, non un traguardo. E per questo continuiamo a lavorare ogni giorno, con passione e responsabilità, per rendere la sostenibilità parte integrante del nostro modo di essere professionisti.

Con stima,

**Il Team di GMD Commercialisti**

*Società Benefit*



# FABBRICARE SOCIETÀ

3° FORUM DELLE SOCIETÀ BENEFIT

PORDENONE • GORIZIA

REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA

Agenzia Lavoro & Sviluppo Impresa

Lavoro Impresa

/B sociobenefit

L@B

"Ti voglio benefit"

FABBRICARE SOCIETÀ

FABBRICARE SOCIETÀ

## 0. Executive Summary

GMD Commercialisti è una Società Benefit costituita nel 2023 dall'aggregazione di due studi professionali con oltre trent'anni di esperienza. Operiamo su tre province (Reggio Emilia, Udine, Gorizia) con un modello organizzativo distribuito, che integra **digitalizzazione, sostenibilità e benessere organizzativo**.

### Finalità di beneficio comune

Le nostre tre finalità statutarie sono:

- **Essere sostenibili**, migliorando il nostro impatto interno ambientale, relazionale e organizzativo;
- **Diffondere la sostenibilità**, attraverso attività divulgative e formazione rivolta a clienti e colleghi;
- **Innovare per la sostenibilità**, sviluppando progetti, servizi e collaborazioni a valore condiviso.

### Stakeholder coinvolti

Nel 2024 abbiamo rafforzato il coinvolgimento dei nostri stakeholder – clienti, collaboratori, soci, associazioni di categoria, banche e partner professionali – anche tramite questionari di valutazione.

### Valutazione dell'impatto

La misurazione è avvenuta tramite lo strumento **SABI** (Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa), con circa 30 rispondenti. I risultati hanno evidenziato:

- **Solidità dell'impatto economico e relazionale**, in crescita rispetto al 2023;
- **Eccellente qualità percepita dai clienti**;
- **Punti di attenzione su governance, comunicazione interna e Diversity & Inclusion**, che saranno oggetto di miglioramento nel 2025.

### Attività 2024

Nonostante un incremento dell'attività ordinaria, GMD ha portato avanti azioni coerenti con il proprio scopo benefit, tra cui:

- Prosecuzione del progetto ambientale con **3Bee**, per la compensazione delle emissioni;

- Introduzione di **buoni pasto** e supporti al benessere;
- Attività formativa con **Unobravo** su soft skills e coaching;
- Partecipazione a eventi di settore (Euroconference, UNGDCEC);
- Collaborazioni con reti benefit come **ProBenefit, Assobenefit e Animaimpresa.**

## Contributo agli SDGs

Le attività 2024 hanno contribuito a 7 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, tra cui SDG 3 (Salute), SDG 4 (Educazione), SDG 8 (Lavoro dignitoso), SDG 9 (Innovazione) e SDG 11 (Comunità sostenibili).

## Obiettivi 2025

Il piano d'azione per il prossimo anno include:

- **Formalizzazione del Referente d'Impatto** e introduzione di strumenti di raccolta KPI;
- **Percorsi strutturati su Diversity & Inclusion;**
- **Redazione del primo report di sostenibilità** secondo lo standard VSME;
- Sviluppo di **nuovi servizi a impatto ESG;**
- Mappatura completa degli stakeholder e rafforzamento del **sistema di governance dell'impatto.**

Con questa Relazione, GMD intende rafforzare la propria accountability e la coerenza tra visione benefit e operatività, continuando a costruire un modello professionale centrato su **valore condiviso, trasparenza e innovazione sostenibile.**



# L'OASI DELLA BIODIVERSITÀ

**GMD BENEFIT**

ha aderito al progetto di rigenerazione "Oasi della Biodiversità" promosso da 3Bee. L'obiettivo comune è monitorare e rigenerare terreni e creare aree verdi. Per un mondo con le api



# 1. Identità della Società

## 1.1 Chi siamo

GMD Commercialisti è una **Società tra Professionisti costituita nel 2023**, con sedi operative a Grado (GO), Montecchio Emilia (RE) e Palmanova (UD). Nasce dall'unione di esperienze e competenze maturate nel tempo da professionisti che hanno scelto di condividere un progetto comune: **costruire uno studio che sia non solo luogo di consulenza, ma anche motore di cambiamento positivo** per i propri clienti, i collaboratori e la comunità.

La forma giuridica di **Società Benefit** riflette questa volontà: quella di integrare nella propria attività economica finalità di beneficio comune, traducendo valori come sostenibilità, innovazione ed equità in azioni concrete e misurabili.

Oggi GMD si configura come un punto di riferimento per le imprese che vogliono crescere con consapevolezza, innovare con metodo e generare valore condiviso nel tempo.

## 1.2 Missione e visione

**La nostra missione** è offrire servizi di alta qualità grazie alla commistione di esperienza, competenze specializzate, formazione continua e innovazione, con l'obiettivo di creare valore sostenibile per i clienti e la comunità.

**La nostra visione** è diventare un punto di riferimento nel supportare le imprese nel loro percorso verso la sostenibilità, integrando la dimensione umana con quella digitale e mantenendo al centro valori come la relazione, l'etica e la responsabilità.

## 1.3 Finalità di beneficio comune

La vocazione benefit di GMD si esprime attraverso tre finalità statutarie che guidano le scelte strategiche e operative dello studio. Questi obiettivi rappresentano il nostro modo di intendere la sostenibilità: non come esito formale, ma come percorso concreto e misurabile.

### 1. Essere realmente sostenibili

Vogliamo fare della sostenibilità un tratto distintivo del nostro modo di lavorare. Ci impegniamo a promuovere pratiche virtuose all'interno dello studio, in particolare sul piano ambientale, digitale e relazionale.

Nel 2024 abbiamo continuato a investire in iniziative rivolte al benessere dei collaboratori, al miglioramento degli impatti ambientali, alla digitalizzazione dei processi e alla trasparenza nei rapporti con i clienti.

## 2. Diffondere la sostenibilità

Intendiamo essere promotori attivi di una cultura della sostenibilità che vada oltre lo studio, contribuendo a generare consapevolezza nel tessuto economico e professionale.

Lo facciamo attraverso la formazione, la partecipazione a eventi, la produzione di contenuti divulgativi e l'accompagnamento dei nostri clienti nel proprio percorso evolutivo.

## 3. Innovare per la sostenibilità

Crediamo che solo attraverso l'innovazione condivisa si possano affrontare le sfide del futuro. Per questo cerchiamo costantemente occasioni di collaborazione con altri professionisti, enti pubblici, organizzazioni del terzo settore e aziende del territorio.

Nel 2024 abbiamo avviato il dialogo per la costruzione di progetti a impatto collettivo che, pur non essendo ancora giunti a piena maturazione, costituiscono la base per una rete di relazioni orientata all'innovazione sostenibile.



### 1.4 I nostri valori

GMD fonda il proprio agire su valori solidi, che ispirano le decisioni strategiche e le scelte quotidiane:

- **Sostenibilità**
- **Innovazione**
- **Etica**
- **Collaborazione**
- **Formazione continua**

## 1.5 I nostri stakeholder

Nel 2024 abbiamo aggiornato la nostra **mappa degli stakeholder**, includendo tutte le categorie che, a vario titolo, interagiscono con la nostra realtà e ne influenzano o subiscono gli impatti:

- Clienti
- Collaboratori
- Professionisti e studi collegati
- Banche e intermediari finanziari
- Associazioni di categoria e ordini professionali
- Partner di progetto
- Comunità locali

Nel corso dell'anno abbiamo somministrato **questionari dedicati a soci, dipendenti e clienti**, con l'obiettivo di raccogliere feedback strutturati e identificare aree di miglioramento su cui lavorare. I risultati di queste analisi hanno contribuito all'aggiornamento delle nostre strategie e degli obiettivi di beneficio comune.

## 2. Modello di Governance della Sostenibilità

La governance della sostenibilità in GMD riflette la natura **snella e integrata** del nostro studio, costituito come **società di persone** in forma di **Società Benefit tra Professionisti**. In questo contesto, la gestione delle finalità di beneficio comune è affidata direttamente ai **soci**, che condividono sia le decisioni strategiche che l'attuazione operativa degli impegni assunti.

### 2.1 Organizzazione e responsabilità

In quanto **microimpresa**, GMD non dispone di organi societari separati dall'assetto dei soci: le decisioni vengono assunte in modo collegiale e informale, senza tenuta di libri verbali o strutture complesse.

Tale impostazione consente una **maggiore immediatezza e reattività**, ma richiede anche un livello elevato di consapevolezza e allineamento tra i soci rispetto agli obiettivi di sostenibilità.

## 2.2 Referente per l'impatto

La responsabilità dell'impatto è affidata al **socio Fabrizio Marasi**, che ricopre il ruolo di **referente per il perseguimento delle finalità di beneficio comune**. La sua funzione si esercita in modo trasversale rispetto alle attività dello studio, con compiti di **coordinamento, monitoraggio e rendicontazione** delle azioni di sostenibilità, in coerenza con quanto previsto dalla normativa sulle Società Benefit.

Data la natura di **società di persone** e la conseguente assenza di libri deliberativi obbligatori, GMD ha scelto di rafforzare la trasparenza cercando di **formalizzare questa nomina presso il Registro delle Imprese**, richiedendo l'iscrizione del responsabile d'impatto nella visura camerale.

Tuttavia, nonostante la disponibilità della funzione sia dichiarata pubblicamente nella presente relazione, **il Registro delle Imprese non ha al momento consentito il perfezionamento dell'operazione**, evidenziando l'assenza di un riferimento normativo specifico per tale iscrizione nel caso delle società di persone.

Lo studio continuerà a cercare modalità alternative per garantire **riconoscibilità e tracciabilità formale** di questo ruolo, in coerenza con i principi di accountability propri delle Società Benefit.

## 2.3 Processi decisionali e formalizzazione

Ad oggi, le politiche in materia di sostenibilità sono formalizzate all'interno della **Relazione d'Impatto**, che rappresenta il principale strumento di trasparenza e impegno pubblico.

Tuttavia, lo studio è consapevole della necessità di evolvere verso un sistema di governance più codificato: per questo, tra gli **obiettivi per il 2025** è prevista l'adozione di strumenti e procedure che garantiscano un **monitoraggio più sistematico**, una **maggiore tracciabilità delle decisioni** e la definizione di **KPI interni** in ambito benefit.

## 2.4 Coinvolgimento degli stakeholder

Nel corso del 2024, GMD ha avviato un primo percorso strutturato di coinvolgimento degli stakeholder, attraverso la **somministrazione di questionari** rivolti a clienti, collaboratori e soci.

I risultati sono stati utilizzati per **valutare il livello di consapevolezza, soddisfazione e interesse verso i temi della sostenibilità** e hanno contribuito a definire priorità e azioni da riportare in questa relazione e nel piano d'azione futuro.

In linea con la nostra crescita, intendiamo ampliare nel tempo gli strumenti di ascolto e co-progettazione, affinché la governance dell'impatto si nutra anche del punto di vista della comunità che ci circonda.



## 3. Metodologia di valutazione dell'impatto

### 3.1 Modello adottato

Anche per l'anno 2024, GMD ha scelto di adottare il modello **SABI – Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa** come riferimento principale per la misurazione del proprio impatto.

Questa decisione riflette la volontà di garantire **continuità metodologica** nel percorso di rendicontazione e al tempo stesso di permettere una **comparabilità tra annualità**, utile a comprendere la traiettoria evolutiva dello studio.

La griglia di analisi è rimasta invariata rispetto al 2023: **stesse aree di valutazione e stessi indicatori**, ma con risultati aggiornati sulla base delle attività realizzate e dei progressi compiuti nel corso dell'anno.

Tale coerenza consente di **misurare non solo l'impatto generato**, ma anche il grado di maturazione interna nei confronti dei temi ESG e benefit.

### 3.2 Indicatori e fonti

La valutazione dell'impatto è stata effettuata attraverso l'osservazione e la raccolta di **KPI quantitativi e qualitativi**, già presentati come obiettivi nella Relazione d'Impatto 2023. Tali indicatori includono, a titolo esemplificativo:

- Ore e tipologie di formazione interna svolte
- Numero e tipologia di eventi e attività divulgative
- Iniziative per la digitalizzazione dei processi
- Progetti di sostenibilità avviati o esplorati
- Grado di coinvolgimento degli stakeholder

A supporto dell'analisi sono stati utilizzati anche gli **strumenti di rilevazione qualitativa** messi a disposizione dal modello SABI, in particolare i **questionari somministrati a collaboratori, clienti e soci** nel corso dell'anno.

Le fonti dei dati includono:

- **Registri interni** di attività e formazione
- **Questionari SABI** compilati dai principali stakeholder
- **Raccolte dati manuali** strutturate ad hoc in fogli di lavoro

### 3.3 Limiti e validazione

La raccolta dati è stata effettuata **completamente all'interno dello studio**, senza validazioni esterne.

Essendo una microimpresa, GMD **non dispone ancora di un sistema di misurazione formalizzato** o di strumenti digitali automatizzati per il monitoraggio continuo. Questo comporta alcuni **limiti di tracciabilità e sistematicità**, che lo studio è pienamente consapevole di dover affrontare.

Proprio per questo motivo, uno degli **obiettivi strategici per il 2025** sarà quello di **rafforzare il sistema di raccolta, gestione e validazione dei dati d'impatto**, introducendo strumenti più strutturati e metodologie di controllo più solide.

## 4. Valutazione dell'Impatto – Risultati SABI 2024

Nel 2024, GMD Commercialisti ha riconfermato l'utilizzo del modello SABI – Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa come strumento di riferimento per valutare l'impatto generato dalla propria attività. L'autovalutazione interna è stata integrata con il contributo di circa trenta stakeholder (collaboratori, clienti, soci), mantenendo una partecipazione stabile rispetto al 2023.

I risultati sono organizzati in tre macroaree di creazione di valore, coerenti con le dimensioni individuate nel 2023:

- Valore economico
- Valore con il lavoro
- Valore con il prodotto e i clienti

A queste si aggiunge l'analisi trasversale relativa a Governance, Sostenibilità delle operations e Rischi.

### 4.1 Esiti per area di valutazione

#### ◆ 1. Creazione di valore economico

La dimensione economica si conferma solida e in crescita. L'autovalutazione dell'impresa resta alta, con valori tra 4 e 5 per redditività, fatturato, condivisione e politiche di prezzo.

Interessante il gap positivo rilevato dagli stakeholder sulla filantropia (+2) e sul sostegno all'indotto (+2), che mostra come l'impatto indiretto dello studio venga percepito in modo crescente rispetto all'anno precedente.

SDGs associati: SDG 8 (Lavoro dignitoso e crescita economica), SDG 10 (Ridurre le disuguaglianze), SDG 11 (Comunità sostenibili)

## ◆ 2. Creazione di valore con il lavoro

Questa area presenta valutazioni coerenti ma meno omogenee. I punteggi sono generalmente compresi tra 3.5 e 4.5, con apprezzamenti sullo sviluppo professionale e sul welfare, ma anche alcune discrepanze nei temi di relazioni, riconoscimento e chiarezza organizzativa.

Rispetto al 2023 si nota un leggero calo nella percezione di alcune dimensioni relazionali, che evidenzia la necessità di ripensare strumenti di comunicazione e feedback interni.

SDGs associati: SDG 3 (Salute e benessere), SDG 4 (Istruzione di qualità), SDG 8 (Lavoro dignitoso), SDG 5/10 (Inclusione e parità)

## ◆ 3. Creazione di valore con il prodotto e i clienti

La qualità percepita dell'offerta si mantiene elevata, con punteggi molto positivi sia in autovalutazione sia da parte dei clienti. La qualità della relazione con i clienti e l'innovazione di prodotto superano il 4.5, segno di un'identità forte e riconosciuta.

L'unica area con scostamento negativo riguarda il "contributo al benessere delle persone", dove i clienti assegnano un punteggio superiore all'autovalutazione, evidenziando opportunità non ancora pienamente valorizzate.

SDGs associati: SDG 9 (Innovazione), SDG 11 (Comunità), SDG 12 (Consumo responsabile)

## ◆ 4. Governance

L'autovalutazione rispetto alla governance mostra buoni livelli di orientamento e coerenza, ma punteggi inferiori su:

- strumenti di sostenibilità
- processi etici
- condivisione con gli stakeholder

Rispetto al 2023, queste aree si confermano tra le più critiche e vengono quindi inserite tra le priorità strategiche 2025, con azioni volte a formalizzare processi, ruoli e strumenti di monitoraggio.

## ◆ 5. Sostenibilità delle operations e rischi

La valutazione mostra un presidio solido dei requisiti minimi, con un'unica area "in via di definizione": il monitoraggio Diversity & Inclusion. Questo elemento – già rilevato nel 2023 – conferma l'urgenza di attivare strumenti sistematici su questo fronte.

Il punteggio di 5/6 sulla sicurezza e la copertura trasversale dei temi ESG (diritti, ambiente, fiscalità, comunicazione) indicano maturità operativa, ma anche necessità di validazione esterna.

SDGs associati: SDG 3, SDG 10, SDG 12, SDG 13

### 4.2 Confronto con il 2023

Area	Andamento rispetto al 2023	Osservazioni principali
Valore economico	+ miglioramento	Valori consolidati, miglior percezione stakeholder
Valore con il lavoro	- lieve calo	Gap relazionali, da rafforzare comunicazione interna
Valore con il prodotto	➡ stabile	Clients molto soddisfatti, ottimo risultato su qualità
Governance	- invariata su criticità	Necessità di formalizzazione e strumenti
Operations e requisiti minimi	➡ presidi consolidati	D&I ancora in via di definizione

### 4.3 Interpretazione e prospettive di miglioramento

La valutazione 2024 mostra un percorso evolutivo coerente, in cui GMD sta progressivamente strutturando la propria identità di Società Benefit. I risultati confermano:

- la solidità del core business e la sua capacità di generare valore condiviso;
- la presenza di spazi di miglioramento nella governance e nel benessere relazionale interno;
- l'esigenza di sistematizzare la raccolta dati e introdurre strumenti più oggettivi di misurazione dell'impatto.

Per il 2025, le priorità emerse da questa analisi sono:

- Formalizzare strumenti e ruoli nella governance dell'impatto;
- Rafforzare il sistema di relazioni e comunicazione interna;
- Introdurre azioni concrete e misurabili sulla diversity e sull'inclusione;
- Valutare l'introduzione di una validazione esterna o affiancamento da parte di un ente terzo.

## 5. Attività e Risultati 2024

Nel corso del 2024, GMD ha continuato a perseguire con determinazione le proprie finalità di beneficio comune, sulla base degli obiettivi delineati nella Relazione d’Impatto 2023. L’anno si è caratterizzato per un **contesto operativo complesso**, che ha visto un significativo incremento delle attività ordinarie legate al core business dello studio. Questo ha inevitabilmente inciso sulla capacità di destinare tempo e risorse a tutte le azioni pianificate in ambito benefit.

Nonostante queste difficoltà, il bilancio complessivo restituisce **un quadro positivo**: molte delle iniziative programmate sono state portate a termine, mentre altre – pur parzialmente realizzate – hanno comunque prodotto effetti significativi. In parallelo, sono **emersi progetti non previsti**, nati dalla sensibilità e dall’attenzione spontanea dello studio verso i propri collaboratori e il contesto esterno.

### 5.1 – Essere sostenibili

Azione	KPI	Progresso
Aderire a una causa meritevole (progetto 3Bee)	Numero iniziative	✅ 100% (Obiettivo: 1 – Risultato: 1)
Formazione interna su pratiche sostenibili	Numero sessioni	⚠️ 17% (Obiettivo: 6 – Risultato: 1)
ISID – Incontri digitali >51%	% incontri online	✅ 100% (Obiettivo: 100 – Risultato: 100)
Riduzione consumo carta	% riduzione	✅ 100% (Obiettivo: -20% – Risultato: -20%)

Le azioni previste per promuovere la sostenibilità all’interno dello studio hanno avuto un andamento misto. Alcuni obiettivi, come quello di **aderire a una causa meritevole**, sono stati pienamente raggiunti: GMD ha infatti proseguito la collaborazione con **3Bee**, contribuendo alla crescita dell’oasi di biodiversità adottata e alla **compensazione di parte delle emissioni generate**. Questo impegno si inserisce in un percorso già avviato nel 2023, e conferma la coerenza tra obiettivi dichiarati e impatti generati.

In ambito ambientale, gli indicatori relativi alla **digitalizzazione dei processi** e alla **riduzione del consumo di carta** hanno raggiunto i target fissati, dimostrando un’efficace integrazione della sostenibilità nella gestione operativa quotidiana. Anche l’**Indice di Sostenibilità degli Incontri Digitali (ISID)** – che prevedeva di mantenere almeno il 51% degli incontri in modalità online – ha registrato un risultato pieno (100%).

Più critico, invece, l’andamento delle azioni di **formazione interna su pratiche sostenibili**. L’obiettivo fissato di sei sessioni non è stato raggiunto, a causa del già citato sovraccarico di lavoro.

Tuttavia, il valore attribuito alla crescita delle persone si è espresso attraverso azioni **non pianificate ma ad alto impatto**, come:

- l'**introduzione dei buoni pasto** per i dipendenti, a supporto del reddito e del benessere;
- l'**adozione di energia 100% green** nelle sedi di Grado e Montecchio Emilia;
- l'avvio, sempre a Grado, di un **programma di formazione e coaching sulle soft skills** in collaborazione con **Unobravo**, con un focus su benessere, comunicazione e sviluppo professionale.

## 5.2 – Diffondere la sostenibilità

Azione	KPI	Progresso
Eventi formativi gratuiti	Numero eventi	⚠️ 10% (Obiettivo: 10 – Risultato: 3)
Partecipazione alla Commissione di Studio (Ordine)	Sensibilizzazione colleghi	⚠️ 33% (Obiettivo: 100 – Risultato: 33)

La promozione della cultura della sostenibilità all'esterno è proseguita con costanza, anche se non sempre con i volumi attesi. Sono stati realizzati **3 eventi formativi gratuiti**, tra webinar, incontri e seminari, su un obiettivo iniziale di dieci. Le occasioni organizzate hanno comunque permesso di consolidare il ruolo dello studio come **punto di riferimento nel panorama professionale benefit**, generando valore e consapevolezza tra clienti e stakeholder.

Inoltre, GMD ha **rafforzato la propria visibilità e autorevolezza nel mondo professionale**, grazie alla partecipazione in qualità di relatore ai convegni di **Euroconference** e all'intervento a un evento dell'**UNGDCEC**, in cui è stata condivisa l'esperienza concreta dello studio come Società Benefit. Si è trattato di momenti ad alto valore divulgativo, in cui il racconto delle azioni reali ha ispirato altri professionisti a riflettere sul proprio impatto.

La partecipazione alla Commissione di Studio dell'Ordine professionale ha registrato un tasso di coinvolgimento minore rispetto a quanto inizialmente previsto (33% rispetto all'obiettivo di sensibilizzazione), ma ha comunque contribuito a mantenere attivo un **presidio strategico di confronto e diffusione culturale**.

## 5.3 – Innovare per la sostenibilità

Azione	KPI	Progresso
Progetti pilota con clienti	Numero progetti	⚠️ Incompleto (Progetto avviato ma non concluso)
Partecipazione a reti benefit	Numero reti	✅ 67% (Obiettivo: 3 – Risultato: 2)



## 6. Contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)

Nel 2024, le attività di GMD Commercialisti hanno contribuito in modo concreto a diversi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), coerentemente con la visione benefit dello studio e con le finalità statutarie.

La mappatura è avvenuta attraverso l'analisi dei progetti realizzati e la valutazione SABI, che ha evidenziato l'impatto positivo dello studio su sette SDGs prioritari.

### 6.1 SDGs rilevanti

I seguenti SDGs risultano essere quelli maggiormente impattati dalle attività svolte:

SDG	Obiettivo	Contributo GMD
SDG 8	Lavoro dignitoso e crescita economica	Core business etico, benessere e sicurezza collaboratori, buoni pasto, digitalizzazione
SDG 10	Ridurre le disuguaglianze	Azioni di welfare, politiche interne inclusive
SDG 3	Salute e benessere	Collaborazione con Unobravo, energia rinnovabile, smart working
SDG 4	Istruzione di qualità	Formazione interna, eventi divulgativi, partecipazione a convegni
SDG 9	Imprese, innovazione e infrastrutture	Progetti pilota, digitalizzazione, partecipazione a reti
SDG 2	Sconfiggere la fame	Azioni per garantire condizioni di dignità lavorativa
SDG 11	Città e comunità sostenibili	Attività a favore delle comunità locali, adesione a progetti collettivi

### 6.2 Allineamento delle attività per finalità

Finalità Benefit	SDGs associati	Azioni correlate
Essere sostenibili	SDG 8, 10, 3	Benessere lavoratori, welfare, riduzione carta, digitalizzazione
Diffondere la sostenibilità	SDG 4, 11	Formazione, convegni, collaborazione con Ordini
Innovare per la sostenibilità	SDG 9, 8	Progetti pilota, alleanze, partecipazione a reti benefit

Questa corrispondenza evidenzia un **forte allineamento tra il modello operativo di GMD e le priorità dell'Agenda 2030**, in particolare negli ambiti del lavoro equo, dell'educazione continua, dell'innovazione responsabile e dell'inclusione.

## 6.3 Azioni di miglioramento previste

Per rafforzare ulteriormente il contributo agli SDGs, lo studio si impegna nel 2025 a:

- Migliorare la **sistematicità della raccolta dati** e della rendicontazione rispetto agli SDGs;
- Sviluppare **indicatori interni coerenti** con i target dell'Agenda 2030;
- Approfondire l'impatto sui **temi ambientali** (es. SDG 12 e SDG 13) oggi meno sviluppati, a partire dall'analisi dei consumi, della mobilità e degli impatti indiretti;
- Integrare gli SDGs anche nella **valutazione dei progetti di consulenza** verso i clienti.

## 7. Piano d'Azione e Obiettivi 2025

Nel 2025, GMD Commercialisti intende rafforzare il proprio posizionamento come Società Benefit, con un piano d'azione orientato a **maggior strutturazione interna, più efficacia nella raccolta dati**, e una **valorizzazione strategica della propria identità benefit**.

Gli obiettivi sono stati definiti secondo le tre finalità statutarie, e sono accompagnati da alcuni impegni trasversali che mirano a consolidare la governance dell'impatto e l'allineamento agli standard europei emergenti.

### 7.1 – Essere sostenibili

Nel 2025 sarà dato impulso alla strutturazione interna delle responsabilità ESG e al rafforzamento del benessere organizzativo. La finalità è rendere la sostenibilità parte integrante della cultura e dell'operatività quotidiana dello studio.

Azione	KPI	Obiettivo 2025
Formalizzare la governance dell'impatto	Nomina e processo attivo	Nomina operativa del referente d'impatto con tracciabilità delle attività
Potenziare la formazione interna su sostenibilità e soft skills	Ore/uomo di formazione	12 ore/uomo annue
Migliorare la raccolta e tracciabilità dei dati d'impatto	Strumenti operativi introdotti	1 template o dashboard operativo attivato
Proseguire il sostegno all'Oasi 3Bee	Crescita dell'oasi	Aumento superficie adottata e pubblicazione del report di impatto
Estendere le misure di welfare per i collaboratori	Nuove misure attivate	Introduzione di almeno 1 misura aggiuntiva (es. supporto psicologico, mobilità sostenibile)

## 7.2 – Diffondere la sostenibilità

L'attività divulgativa verrà potenziata sia in ambito professionale sia nei confronti dei clienti, con l'obiettivo di ispirare e accompagnare il cambiamento verso modelli più responsabili.

Azione	KPI	Obiettivo 2025
Organizzare eventi formativi gratuiti su temi ESG	Numero eventi	8 eventi realizzati
Consolidare la presenza nei circuiti divulgativi professionali	Partecipazioni / pubblicazioni	3 interventi pubblici o articoli in riviste/portali
Proporre percorsi ESG personalizzati ai clienti	Clienti coinvolti	5 clienti accompagnati in un check-up o roadmap ESG
Produrre contenuti online su sostenibilità e impatto	Numero pubblicazioni	6 articoli o post tematici

## 7.3 – Innovare per la sostenibilità

Lo studio intende sviluppare nuovi strumenti e progetti per generare valore condiviso, in coerenza con le transizioni normative e culturali in atto a livello europeo.

Azione	KPI	Obiettivo 2025
Sviluppare e concludere un progetto pilota ESG con un cliente	Progetto completato	1 progetto ESG documentato e concluso
Partecipare attivamente a reti benefit (ProBenefit, Assobenefit, ecc.)	Reti o progetti attivi	2 reti o progetti associativi a cui contribuire
Introdurre un servizio consulenziale a impatto sostenibile	Nuovo servizio sviluppato	1 servizio a impatto lanciato o testato
Mappare stakeholder e impatti indiretti	Documento strategico interno	1 mappatura stakeholder completata e validata
Redigere un report di sostenibilità secondo lo standard VSME	Report pubblicato	1 report VSME redatto e diffuso

## 7.4 – Obiettivi trasversali

Oltre alle tre finalità, GMD si pone obiettivi trasversali che rafforzano l'efficacia dell'intero sistema di impatto.

Azione	KPI	Obiettivo 2025
Integrazione sistematica degli SDGs nella misurazione e reporting	Indicatori allineati agli SDGs	Inserimento riferimenti SDGs nei principali KPI
Analisi di fattibilità per validazione esterna della Relazione	Studio di fattibilità completato	1 analisi entro l'anno con eventuale attuazione nel 2026
Redazione di una policy benefit interna	Policy formalizzata	1 documento condiviso che definisca obiettivi, stakeholder e processi

Con questi obiettivi, GMD intende proseguire nel proprio percorso evolutivo, mantenendo salda la coerenza tra missione benefit, operatività quotidiana e prospettiva strategica. L'anno 2025 sarà dedicato alla **maturazione del sistema di impatto**, con strumenti più solidi, relazioni più forti e obiettivi sempre più misurabili e trasparenti.



## 8. Allegati

La presente sezione raccoglie i documenti e le evidenze a supporto delle analisi, valutazioni e rendicontazioni contenute nella Relazione d'Impatto 2024. Essa è finalizzata a garantire **trasparenza**, **tracciabilità** e **verificabilità** delle informazioni rese, secondo i principi di responsabilità e condivisione propri delle Società Benefit.

### Semaforo degli Impatti

Valutazione Degli Impatti		
<p>Di seguito, vengono presentati gli impatti materiali per la vostra azienda, con una valutazione (verde, giallo, rosso) dell'impatto generato dall'attività della azienda, in base all'autovalutazione espressa sui singoli elementi del modello.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Rosso --&gt; PUNTO CRITICO: se anche solo un Requisito Minimo pertinente risulta "non verificato" o "in via di definizione"</li><li>-Giallo--&gt; ATTENZIONE: se anche solo uno degli elementi che generano tale impatto ha una valutazione critica (1 o 2)</li><li>-Verde --&gt; MOLTO BENE: se la media degli elementi che generano tale impatto è superiore a 3,8</li><li>-Neutro: negli altri casi</li></ul> <p>Sono inoltre ricapitolati per ogni impatto gli elementi che vi incidono. Sono le leve su cui lavorare per migliorare ulteriormente il proprio impatto positivo.</p> <p>Gli impatti sono presentati in ordine di importanza per l'azienda: a partire da quelli legati ai Core Business fino a quelli giudicati abbastanza rilevanti. Gli impatti valutati come trascurabili non sono rappresentati.</p>		
CORE BUSINESS		
Sviluppo economico ①	✓	8 AZIENDA DIGITALE E CRESITA ECONOMICA
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Disuguaglianze economiche e sociali ①	✓	10 SICUREZZE SOCIOECONOMICHE
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Salute e sicurezza dei lavoratori ①	✓	8 AZIENDA DIGITALE E CRESITA ECONOMICA
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Diritti Umani ①	✓	2 CONSUMARE LA TERRA
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Progresso della società e innovazione ①	✓	9 IMPRESA INNOVATIVA E SOSTENIBILE
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Educazione, informazione e cultura ①	✓	4 QUALITÀ
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori ①	✓	8 AZIENDA DIGITALE E CRESITA ECONOMICA
IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Benessere degli individui ①	✓	3 SALUTE E BENESSERE
IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Comunità Locali ①	✓	11 CITTÀ E COMUNITÀ SICURE

## Valutazione Dei Rischi

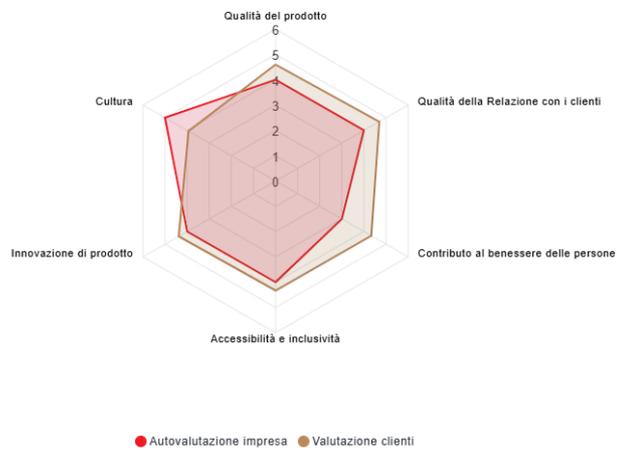
Di seguito, vengono riproposti tutti i **requisiti minimi** richiesti nelle diverse sezioni della autovalutazione, con la risposta assegnata dall'impresa. In **rosso** i requisiti minimi non soddisfatti. In **giallo**, in requisiti minimi "in via di definizione".

La visione di insieme può essere utile per individuare i rischi non ancora presidiati o poco gestiti: condizioni importanti da prendere in carico per rispettare l'impegno al "first, do no significant harm".

Minimum requirement	Autovalutazione
Salario dignitoso	✓
Disparità salariali	✓
Salario dignitoso nella filiera	✓
Monitoraggio Diversity & Inclusion	⚠
Accessibilità	✓
Parità di genere	✓
Salute e sicurezza dei collaboratori	✓
Salute e sicurezza dei clienti	✓
Rispetto dei diritti umani	✓
Comunità Locali	✓
Monitoraggio e riduzione delle emissioni GhG	✓
Monitoraggio e riduzione dei consumi di risorse	✓
Fisco e tasse	✓
Rispetto degli impegni economici	✓
Anticorruzione e Conflitto d'Interessi	✓
Comunicazione e Trasparenza	✓
Monitoraggio e riduzione inquinamento	✓
Monitoraggio e riduzione scarichi idrici	✓
Monitoraggio e riduzione dell'impatto sulla biodiversità	✓

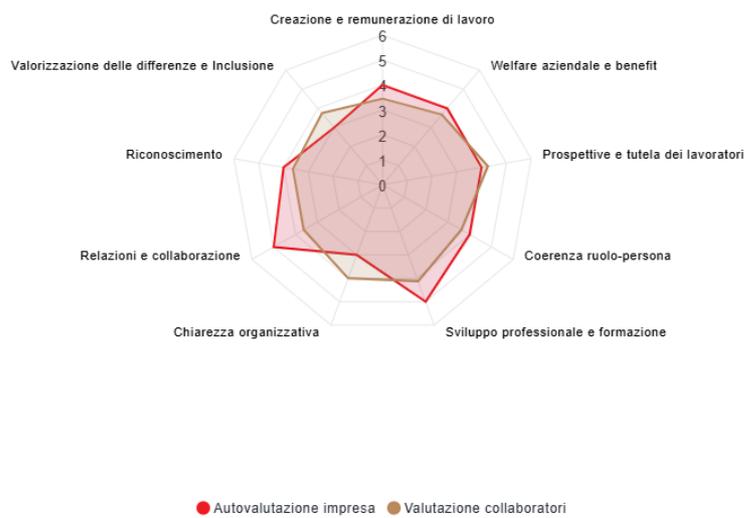
## Risultati analitici

La creazione di valore con il Prodotto



Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Qualità del prodotto	4	4.6	Sviluppo economico
Qualità della Relazione con i clienti	4	4.69	Sviluppo economico
Contributo al benessere delle persone	3	4.33	Sviluppo economico
Accessibilità e inclusività	4	4.33	Disuguaglianze economiche e sociali Benessere degli individui Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Comunità Locali
Innovazione di prodotto	4	4.38	Sviluppo economico
Cultura	5	3.94	Sviluppo economico

## La creazione di valore con il lavoro

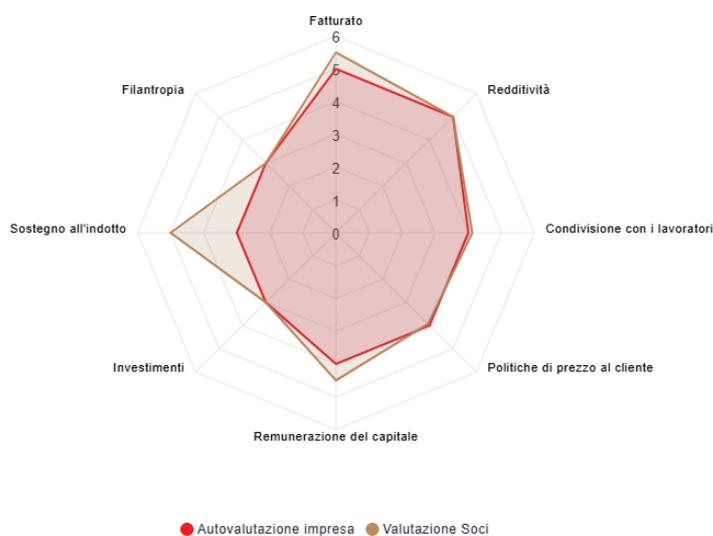


## La creazione di valore con il lavoro



Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Creazione e remunerazione di lavoro	4	3.45	Disuguaglianze economiche e sociali, Progresso della società e innovazione, Sviluppo economico, Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Welfare aziendale e benefit	4	3.67	Disuguaglianze economiche e sociali, Salute e sicurezza dei lavoratori, Benessere degli individui, Sviluppo economico, Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Prospettive e tutela dei lavoratori	4	4.25	Disuguaglianze economiche e sociali, Benessere degli individui, Diritti Umani, Progresso della società e innovazione, Sviluppo economico, Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Coerenza ruolo-persona	4	3.62	Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Sviluppo professionale e formazione	5	4.12	Disuguaglianze economiche e sociali, Progresso della società e innovazione, Educazione, informazione e cultura, Sviluppo economico, Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Chiarezza organizzativa	3	4	Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Relazioni e collaborazione	5	3.62	Benessere degli individui, Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Riconoscimento	4	3.62	Benessere degli individui, Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Valorizzazione delle differenze e Inclusion	3	3.75	Disuguaglianze economiche e sociali, Diritti Umani, Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori

## La Creazione di valore economico



## La Creazione di valore economico

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Fatturato	5	5.5	Sviluppo economico
Redditività	5	5	Sviluppo economico
Condivisione con i lavoratori	4	4.12	Disuguaglianze economiche e sociali, Sviluppo economico, Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori, Comunità Locali
Politiche di prezzo al cliente	4	3.93	Disuguaglianze economiche e sociali, Sviluppo economico
Remunerazione del capitale	4	4.5	Sviluppo economico
Investimenti	3	3	Progresso della società e innovazione, Sviluppo economico
Sostegno all'indotto	3	5	Disuguaglianze economiche e sociali, Sviluppo economico, Comunità Locali
Filantropia	3	3	Disuguaglianze economiche e sociali, Sviluppo economico, Comunità Locali

## Autovalutazione della Sostenibilità delle Operations

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

### Processi di produzione

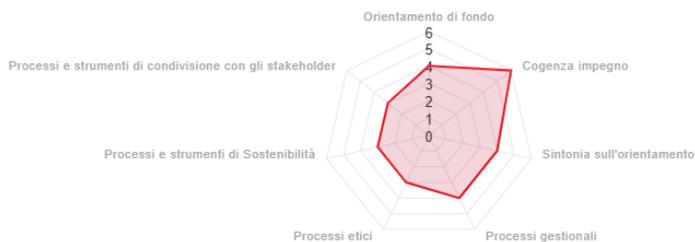


## Sostenibilità delle Operations

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Impatti generati
Sicurezza sul posto di lavoro	5	Salute e sicurezza dei lavoratori, Benessere degli individui, Diritti Umani, Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori

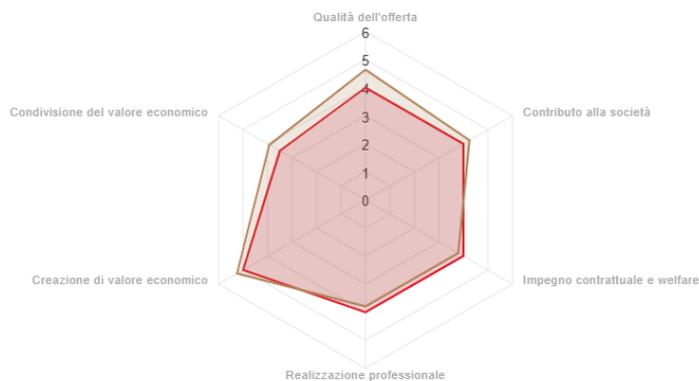
## Risultati di sintesi

### Autovalutazione rispetto alla Governance



### Sintesi Della Creazione Di Valore

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



● Autovalutazione impresa ● Valutazione Stakeholder

## La continuità nel tempo della Creazione di valore



Questo grafico intende restituire uno sguardo d'insieme rispetto ad un elemento caratterizzante dell'osservazione del modello della Buona Impresa, ovvero la **capacità di continuare a generare valore per la società nel lungo periodo**.

Sono rappresentate le "terze dimensioni" relative a Prodotto, Lavoro e Valore economico (rispettivamente: **continuità dell'offerta**, **continuità organizzativa**, **continuità economica**). In particolare: per l'impresa viene espressa la valutazione rispetto alla fidelizzazione di clienti, lavoratori e soci; la valutazione degli stakeholder invece è la media delle risposte date alle domande rispetto all'intenzione di consigliare ad altri l'impresa (consigli per gli acquisti, da parte dei clienti; consigli come datore di lavoro, per i lavoratori; consigli di investimento, per i soci).

L'ultimo vertice, infine, rappresenta la valutazione di sintesi rispetto alla **sostenibilità delle operations**, interpretata come un fattore determinante per garantire il successo nel tempo dell'attività di impresa. Anche in questo caso: per l'impresa viene espressa la valutazione rispetto alla solidità della relazione con fornitori e partner commerciali; non è invece previsto in questo punto il riscontro degli stakeholder.

