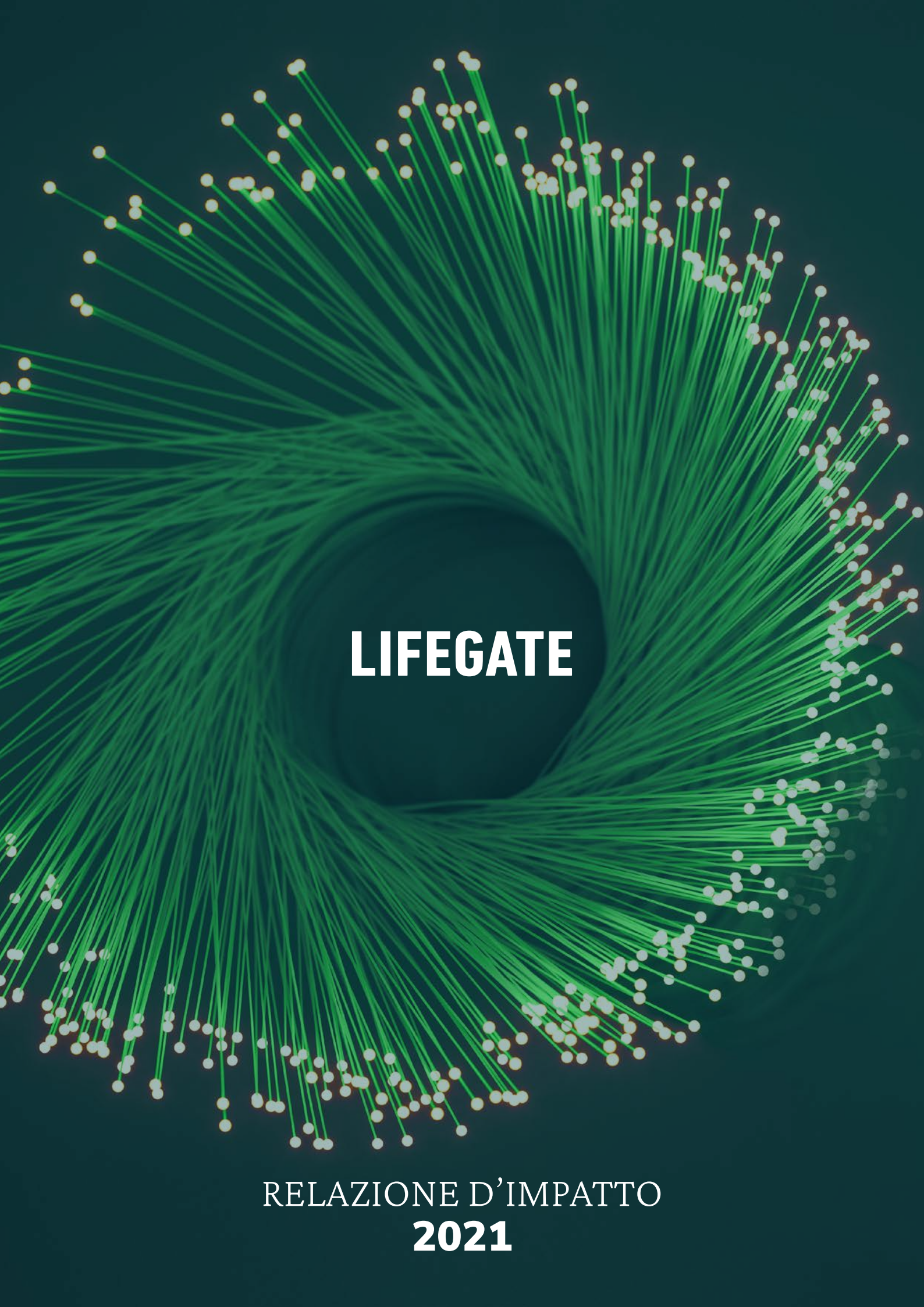


LIFEGATE

RELAZIONE D'IMPATTO

2021

LIFEGATE

RELAZIONE D'IMPATTO 2021 - LIFEGATE spa - Società Benefit
Sede Legale: via Cesare Battisti, 7/F – 22036 Erba (CO) - Sede Operativa: Via Gerolamo Morone 6, 20121 Milano
tel +39 02 45374850 - C.F. e P.IVA 02524630130 - capitale sociale € 7.587.959,06 i.v. (al 23-12-2021)
www.lifegate.it - info@lifegate.it

Indice

Lettera agli stakeholder	4
Il nostro Manifesto di Sostenibilità	6
Introduzione: cosa sono le Società Benefit	8
Chi siamo	10
Beneficio comune	22
Valutazione d’impatto	50
Conclusioni	54

Amministratore Delegato del Gruppo LifeGate

Enea Roveda

LETTERA AGLI **STAKEHOLDER**

“Chi, come noi, crede in un mondo migliore, ha una fiducia incrollabile nello sviluppo sostenibile come elemento imprescindibile per costruire il futuro e consegnare alle nuove generazioni un modello economico e sociale completamente rinnovato.”

LIFEGATE

“Diecimila difficoltà non fanno un solo dubbio”. Questa frase di Henry Newman esprime bene come LifeGate stia vivendo questi tempi difficili, caratterizzati dal perdurare della pandemia da Covid-19 e dalla preoccupazione per la guerra in Ucraina. Eventi drammatici, certo, ma che non incrinano la nostra grande certezza: la sostenibilità è l’unico faro per la crescita a lungo termine.

Chi, come noi, crede in un mondo migliore, ha una **fiducia incrollabile nello sviluppo sostenibile** come elemento imprescindibile per costruire il futuro e consegnare alle nuove generazioni un **modello economico e sociale completamente rinnovato**. E anche tante aziende vogliono essere parte attiva di questo cambiamento. La crescita che abbiamo registrato nel 2021 (**+31%** rispetto al 2020, con un **fatturato consolidato** di **18,9 milioni di euro**) è la prova che, nonostante le difficoltà di questo periodo, sempre più imprese si affidano a noi per fare della sostenibilità la loro **carta vincente**.

E non è il solo motivo di orgoglio che voglio ricordare: una tappa importantissima della storia di LifeGate è la **campagna di equity crowdfunding** che abbiamo lanciato nel 2020 per diventare una public company. Abbiamo voluto dare a tante persone che credono nel nostro progetto l’opportunità di unirsi alla nostra sfida, diventando soci.

La bontà delle idee che portiamo avanti e la consistenza della mission di LifeGate, incarnata nella nostra natura di Società Benefit, non potevano che essere premiate: ad aprile 2021 la raccolta fondi ha superato i **2 milioni di euro**, con l’ingresso di oltre **1.500 nuovi azionisti**.

Il successo di una partecipazione così ampia ci ha entusiasmato e ci ha permesso di finanziare le nuove aree di business del Gruppo: **LifeGate Way**, che accompagna le startup sustainable native nel loro percorso di crescita e nel 2021 è diventata una controllata; **LifeGate Education**, la piattaforma innovativa di e-learning per creare professionalità esperte di sostenibilità, che ha reso disponibili i primi corsi; **LifeGate Tech**, un insieme di servizi, tecnologie e innovazioni da portare in abitazioni ed edifici, che ha iniziato a offrire la sua consulenza a privati e aziende.

Attraverso questa Relazione d’Impatto, vogliamo quindi rendervi partecipi di quanto è stato possibile realizzare grazie anche al supporto di tanti di voi, e mostrarvi i nostri impegni per continuare a creare valore oggi e negli anni a venire.

Abbiamo intrapreso un viaggio entusiasmante e sono certo che la nostra strada sarà ricca di sorprese: ancora una volta, percorriamola insieme.

IL NOSTRO MANIFESTO **DI SOSTENIBILITÀ**

Per tanti la sostenibilità sta diventando una necessità impellente, per altri è soprattutto un obbligo. Spesso diventa un accessorio da sfoggiare, a volte un lasciapassare, altre un mero attestato sociale.

Per noi, la sostenibilità ambientale e umana rappresenta un autentico stile di vita, definisce il nostro modo di stare al mondo e nel mondo, un atteggiamento incentrato sulla civiltà della consapevolezza e sulla concretezza del fare.

Da 20 anni, operiamo per essere i catalizzatori del cambiamento sociale, per risvegliare e alimentare una nuova coscienza ecologica, per ispirare e diffondere nuovi modelli di business e nuovi modelli di consumo per le persone e le aziende.

Siamo il luogo dove l'educazione diventa determinazione, il sentimento diventa azione, lo scopo diventa soluzione e risultato. Siamo per chi sceglie di farsi guidare dai valori dell'etica, nel completo rispetto dell'ecosistema e di tutte le forme viventi in esso presenti. Siamo per chi decide di vivere con sentimento e dare uno scopo alla propria vita, agendo per rendere il mondo un posto migliore.

20ANNI
SOSTENIBILITÀ
CAMBIAMENTI GLOBALI
AMBIENTE
OBIETTIVI
SVILUPPO
CRESCITA
INNOVAZIONE
CIVILTÀ DELLA CONSAPEVOLEZZA
STILE DI VITA
VALORI
ETICA
CERTEZZA DEL FARE
PERSONE
COSCIENZA
ECOLOGIA
STARE AL MONDO
MODELLI DI BUSINESS
NUOVI
MODELLI DI CONSUMO
SENTIMENTO
VITA
AZIONE
SOLUZIONE
RISULTATO
SCOPO
RISPETTO
EDUCAZIONE
ECOSISTEMA

COSA SONO
LE SOCIETÀ BENEFIT

Le Società Benefit sono società a scopo di lucro che, oltre a perseguire un beneficio per i propri azionisti, includono nel proprio obiettivo aziendale la creazione di valore - di tipo sociale e/o ambientale - per tutti gli stakeholder.

L'ordinamento giuridico italiano è il primo in Europa ad aver introdotto le **Società Benefit, con la legge n. 208/2015** *(Legge di Stabilità) all'art. 1, commi da 376 a 384.*

Le Società Benefit "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 ed attività culturali e sociali, enti ed associazioni e altri portatori di interesse."

Il modello italiano nasce sulla spinta del movimento globale delle Certified B Corp® (originato nel 2006 negli Stati Uniti e oggi diffuso in tutto il mondo), il cui motto è "using business as a force for good".

Il movimento riunisce un'alleanza di imprenditori caratterizzati da una mentalità lungimirante e innovatrice, che decidono di perseguire volontariamente una duplice finalità, profitto e impatto sugli stakeholder per creare un benessere comune e durevole, su ispirazione delle teorie di Porter e Kramer, gli economisti che hanno diffuso l'espressione 'valore condiviso'*.

*Michael E. Porter, Mark R. Kramer "Creating Shared Value", Harvard Business Review, 2011

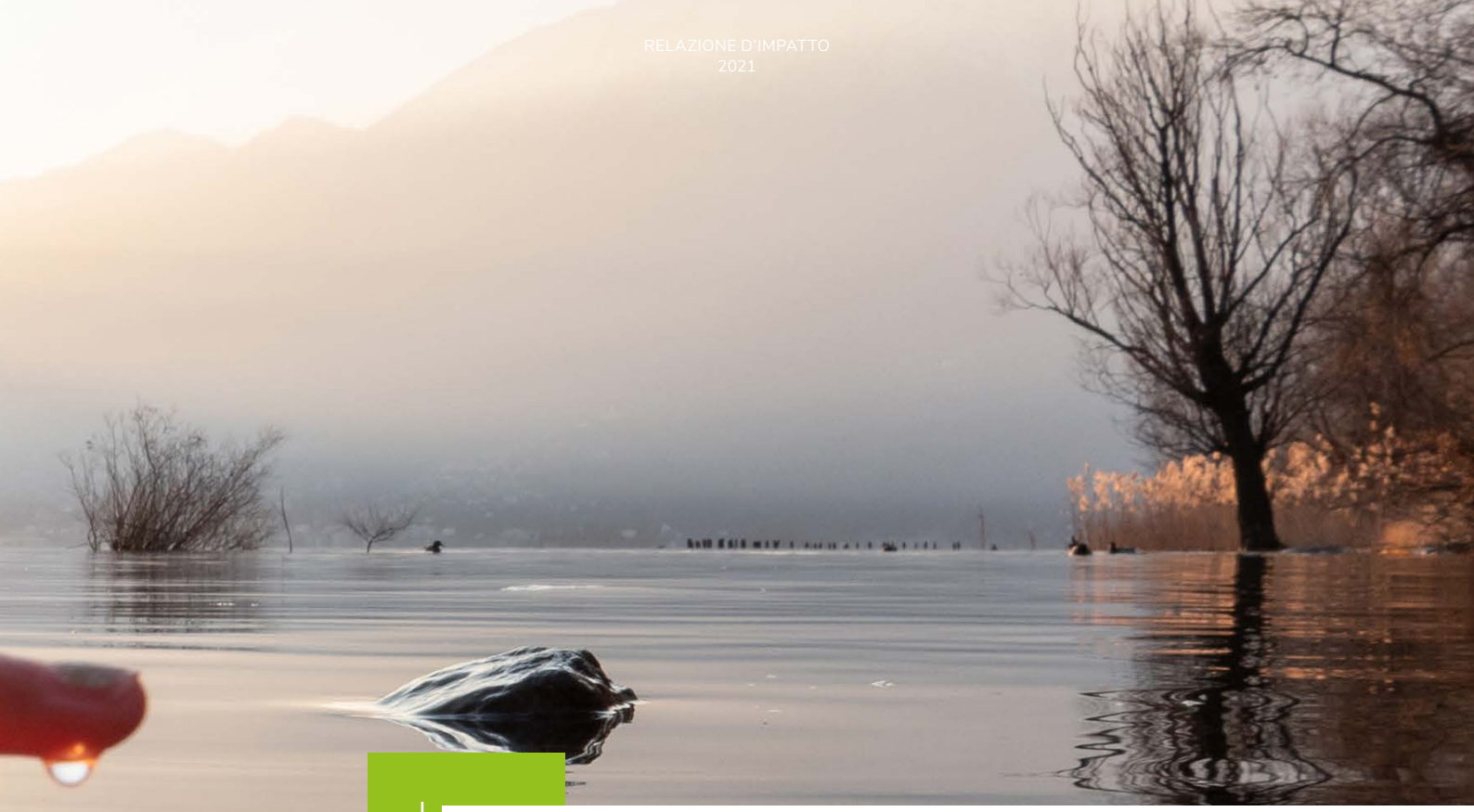
Caratteristiche delle Società Benefit

Bilanciamento all'interno dello statuto dell'interesse degli azionisti con quello degli altri stakeholder, esplicitato nello scopo per il quale l'azienda esiste

Misurazione dei propri impatti e comunicazione dei relativi risultati in modo trasparente attraverso una Relazione d'Impatto

Presenza di una governance che guidi l'azienda nel perseguimento dell'obiettivo di beneficio comune

Chi SIAMO



LifeGate nasce nel 2000 dall'esperienza della famiglia Roveda maturata negli anni Ottanta con Fattoria Scaldasole, la prima azienda a entrare nella grande distribuzione con un prodotto biologico.

L'obiettivo, fin da allora, è stato **promuovere un mondo giusto e sostenibile** che pone alla base della relazione tra le persone, le imprese e il pianeta un modello di circolarità, in grado non solo di prendere, ma anche di restituire.

Dalla legacy di Fattoria Scaldasole ha preso vita LifeGate, con la volontà di costruire uno stile di vita sostenibile che abbracci ogni ambito della vita quotidiana di ciascun individuo. Vogliamo diffondere un approccio consapevole in grado di ridefinire il progresso, tenendo conto degli indicatori ambientali, sociali ed economici.

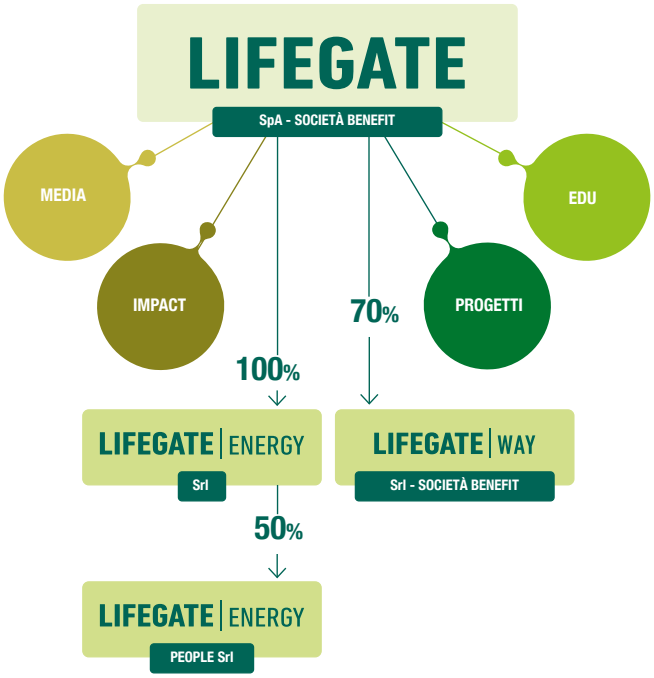
LifeGate oggi è una Società Benefit, considerata il punto di riferimento della sostenibilità in Italia, e conta su una community di oltre 5 milioni di persone interessate e appassionate ai temi di sostenibilità. Ogni giorno, lavoriamo con **passione** e **determinazione** per offrire **informazioni**, **progetti e servizi**, coinvolgendo una rete sempre più ampia di **persone, imprese, ONG e istituzioni** che vogliono **impegnarsi attivamente nel cambiamento per un futuro sostenibile**. Da fine 2021, siamo iscritti nel registro delle **PMI innovative**, entrando così a pieno titolo nel nucleo di imprese italiane che contribuiscono allo sviluppo innovativo del Paese.

A capo del gruppo LifeGate vi è LifeGate S.p.A. Nel corso del 2021, la controllata LifeGate Consulting and Media S.p.A. è stata fusa per incorporazione nella capogruppo. Di conseguenza, i servizi di consulenza strategica, le attività di comunicazione e i progetti ambientali fanno oggi capo alla LifeGate S.p.A.

LifeGate S.p.A. controlla **LifeGate Energy S.r.l.** e **LifeGate Way S.r.l.** Attraverso LifeGate Energy forniamo energia 100% rinnovabile, 100% italiana e a Impatto Zero® ad aziende e, tramite la società LifeGate Energy People S.r.l., ai privati. LifeGate Way, invece, è la partecipata del Gruppo che si occupa della creazione di un ecosistema di start up sustainable native in Italia.

Tra gli asset di LifeGate rientra l'ampio **network di piattaforme diretto** – web, mobile, radio e social media – attraverso cui mettiamo a disposizione di persone e aziende le informazioni necessarie a fare scelte consapevoli e diventare parte attiva di un cambiamento concreto. Tra gli strumenti, il media network include **LifeGate Radio**, con cui diamo voce alla sostenibilità accompagnata da buona musica, e la piattaforma **LifeGate.it**, entrambe testate giornalistiche registrate presso il Tribunale di Como.

LA STRUTTURA SOCIETARIA 2022



LIFEGATE

LifeGate Consulting and Media S.p.A

5.000
aziende partner con cui abbiamo lavorato dal 2000

500
milioni di prodotti resi a Impatto Zero
dal 2002

Circa **100**
progetti in media all'anno,
di cui 70-80 di medio-grandi dimensioni

LifeGate Energy S.r.l. LifeGate Energy People S.r.l.

Quasi **1.000** GWh
energia rinnovabile fornita ad aziende e privati
dal 2005, di cui 50 nel 2021

90%
energia fornita alle aziende
(10% energia fornita ai privati)

+6,3%
energia fornita a privati
nel 2021 rispetto al 2020

I NOSTRI **ASSET**

Consulting

LifeGate si pone come partner per imprese, associazioni, enti e istituzioni proponendo **un percorso di analisi, strategia e piano d'azione, branding e comunicazione**, focalizzato su ambiti e servizi specifici. Il team di consulenza di LifeGate affianca le aziende nella mappatura delle proprie azioni di sostenibilità, nel loro inserimento in un framework di valutazione, miglioramento e monitoraggio per un'efficace comunicazione a tutti gli stakeholder.

Action

Mettiamo la nostra community e le aziende partner nelle condizioni di agire, attraverso numerosi progetti ambientali e sociali virtuosi, come:
Impatto Zero,
LifeGate PlasticLess®
Bee my Future,
e l'acquisto di energia 100% rinnovabile e italiana.

Education

La nostra divisione dedicata al Corporate Training sviluppa progetti di formazione customizzati per le aziende e offre competenze avanzate ai top manager e ai dipendenti attraverso corsi di formazione e-learning, per attivare la trasformazione sostenibile nelle aziende.

Community

Dal 2000, LifeGate promuove uno stile di vita sostenibile e responsabile, rispettoso della natura e degli individui. I nostri valori di sostenibilità, etica di consumo, rispetto sociale e ambientale e benessere personale hanno convinto sempre più persone, che hanno scelto di leggere i nostri articoli, ascoltare le nostre storie, supportare i nostri progetti e iniziative, andando a formare una Community che connette oggi più di 5 milioni di LifeGaters.

LA NOSTRA UNICITÀ
NEL PANORAMA EDITORIALE

Attraverso il media network LifeGate, forniamo alle persone informazioni e strumenti concreti per poter abbracciare la sostenibilità in ogni scelta quotidiana e diventare protagonisti di una nuova società sostenibile colma di pace, solidarietà e giustizia.
I lettori apprezzano il taglio distintivo e, per molti versi, unico con cui trattiamo i principali contenuti relativi al mondo della sostenibilità, attraverso approfondimenti che spesso faticano a trovare il giusto spazio sulla stampa generalista.

I nostri mezzi, metodi e approcci sono cambiati nel tempo assieme alle necessità legate alla sostenibilità.
L'attività di LifeGate come editore inizia nel 2000 con il network d'informazione **LifeGate.it**, **LifeGate Radio** e **LifeGate Magazine**.

Successivamente, abbiamo deciso di portare online anche i contenuti di approfondimento, inizialmente previsti in edizione cartacea, e di offrire solo la versione digitale. Nel 2015 ci siamo aperti al mondo grazie al lancio di **LifeGate.com**, la versione internazionale del sito realizzata da una redazione diffusa, attiva in quattro continenti.

Negli ultimi anni è cresciuta anche l'importanza dei **social network**, che presidiamo in modo costante e distintivo per avvicinarci alle generazioni più giovani – sempre più sensibili alle tematiche legate alla sostenibilità e reali agenti del cambiamento – utilizzando il loro linguaggio. Proprio con quest'obiettivo abbiamo iniziato numerose collaborazioni con associazioni, ONG e movimenti. Da Sea Shepherd alla Sisef (Società italiana selvicoltura ed ecologia forestale) fino al movimento Fridays for Future Italia, nato nel 2018 dall'intuizione dell'attivista svedese Greta Thunberg, una giovane ragazza che ha saputo esprimere meglio di altri l'urgenza di affrontare la crisi climatica. LifeGate garantisce al movimento un'ampia copertura editoriale.
Dal 2010 interagiamo costantemente su tutti i social network per mantenere un dialogo aperto, quotidiano e diretto con la nostra community attraverso post, immagini, podcast e video. Il debutto più recente è avvenuto su TikTok.

Proprio per interagire al meglio con la community, abbiamo sviluppato una divisione interamente dedicata alla produzione di **video e documentari**. Produciamo video custom per ogni esigenza e per ogni pubblico. Dalla declinazione di fatti e notizie in video brevi, adatti a una fruizione veloce e "distratta", fino a webdoc realizzati con cura e precisione dai nostri giornalisti e operatori inviati sul campo. In questo modo, è possibile fare informazione realizzando il contenuto più adatto al canale di riferimento. Un modo per approfondire realtà, culture, mondi diversi. Il tutto supportato da long form editoriali che fungono da repository e archivio prezioso.

“I LETTORI **APPREZZANO** IL **TAGLIO DISTINTIVO** E, PER MOLTI VERSI, **UNICO** CON CUI TRATTIAMO I **PRINCIPALI CONTENUTI** RELATIVI AL **MONDO** DELLA **SOSTENIBILITÀ**, ATTRAVERSO **APPROFONDIMENTI** CHE SPESSO FATICANO A **TROVARE** IL **GIUSTO SPAZIO** SULLA STAMPA GENERALISTA.”

LA NOSTRA **COMMUNITY**

WEB SITE

500K
UU/mese
LIFEGATE.IT

78k
UU/mese
LIFEGATE.COM

NEWSLETTER

22k
PERSONE

3,7k
IMPRESE

RADIO

+400k
ASCOLTATORI
SETTIMANA FM

+260k
STREAMING

APP MOBILE

10k
USER APPLE

5k
USER ANDROID

EVENTI

+50
EVENTI/ANNO
DIGITAL
E IN PRESENZA

SOCIAL

600k
FACEBOOK

270k
INSTAGRAM

127k
TIKTOK

25k
TWITTER

21k
LINKEDIN

Il **media network** ha raggiunto nel 2021 **10 milioni di utenti** e **30 milioni di reach**, cifre che puntiamo a raddoppiare nel 2022 grazie a strumenti coinvolgenti come i reel e facendo leva su nuovi target.

Dati aggiornati al 31 dicembre 2021

LE PERSONE DI LIFEGATE

Passione, impegno e consapevolezza

Sono i princìpi che accomunano le persone che lavorano per LifeGate. Ogni giorno creiamo valore per la società e le aziende che decidono di darci fiducia e di diventare parte di un futuro migliore.

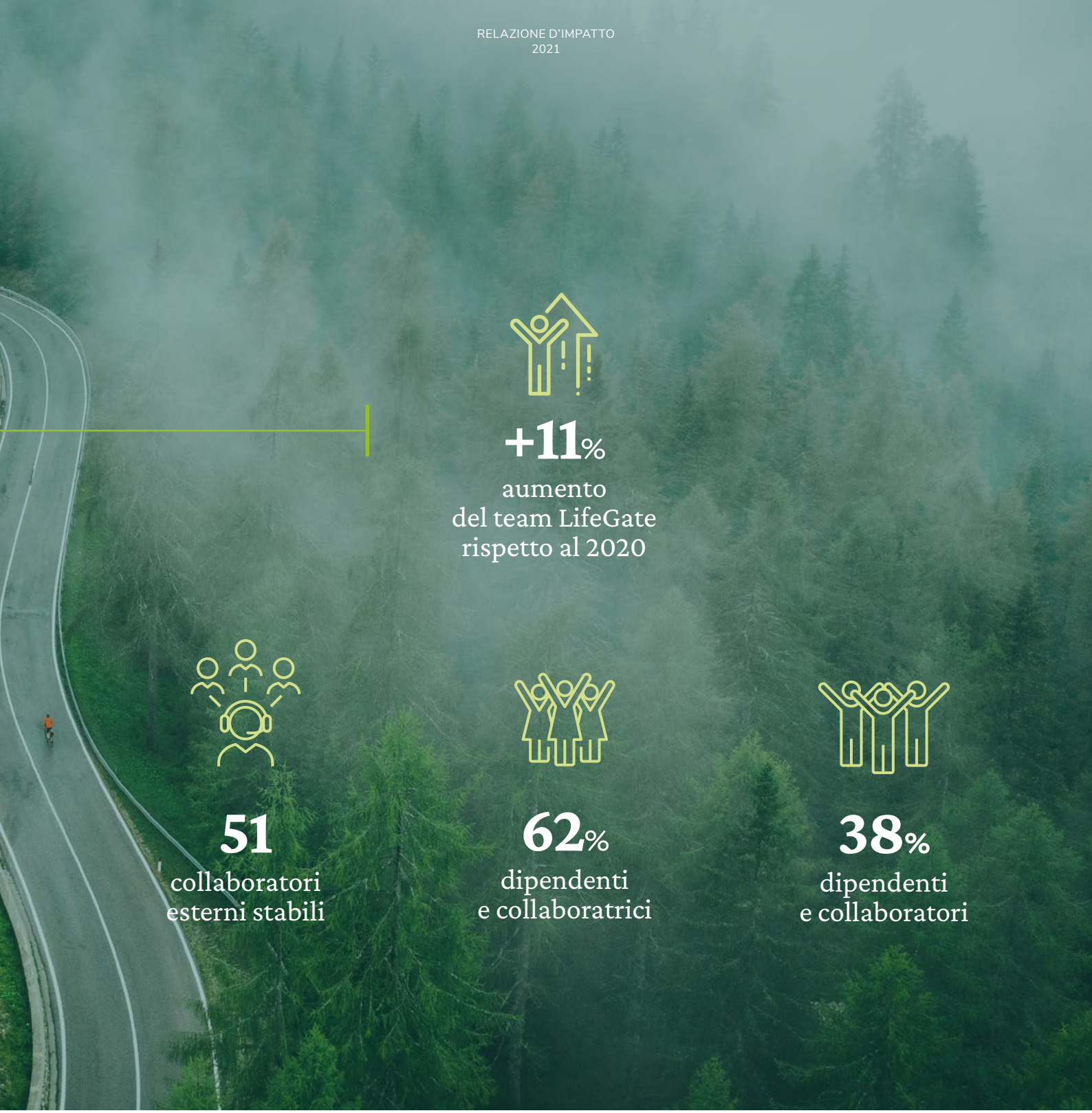
40
dipendenti LifeGate

80%
dipendenti donne

20%
dipendenti uomini

SMARTWORKING E FLESSIBILITÀ

La pandemia da Covid-19 non ci ha fermato: da marzo 2020 abbiamo continuato a perseguire i nostri obiettivi grazie allo **smartworking**. Ben prima della situazione di emergenza avevamo in piano di adottare un nuovo modello di lavoro agile: infatti, avevamo già previsto una policy di smartworking, che offriva ai dipendenti la possibilità di lavorare da remoto quattro giorni al mese. Gli eventi non hanno fatto altro che accelerare questa transizione su cui eravamo già pronti a scommettere. E i benefici sono tangibili sia per l'azienda



sia per i dipendenti. Per tutto il 2021 abbiamo lavorato in full smartworking con la possibilità di tornare in ufficio, restrizioni permettendo, su libera scelta. Questa flessibilità è stata apprezzata dal nostro personale ed è un elemento su cui continueremo a far leva anche in futuro per attrarre giovani talenti, sempre più alla ricerca di un equilibrio vita-lavoro ottimale. Lo riprova il fatto che la nostra organizzazione ha continuato a crescere in tutte le aree, registrando nel 2021 un **aumento del personale** (considerando i dipendenti e i collaboratori stabili) dell'**11%**. In particolare, abbiamo assunto **6 nuove persone** per potenziare ancora di più la nostra capacità di execution.

Beneficio COMUNE

La normativa sulle Società Benefit definisce "beneficio comune" il perseguimento di uno o più effetti positivi (o la riduzione degli effetti negativi) su persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.

Come definito nel nostro statuto, dunque, anche noi di LifeGate (accanto al conseguimento degli utili) perseguiamo finalità di beneficio comune, con azioni e progetti mirati al miglioramento dell'**impatto sociale** e **ambientale**.

A partire dalla nostra mission aziendale e considerando gli impatti positivi che possiamo generare attraverso la nostra offerta di prodotti e servizi, abbiamo definito le nostre **finalità specifiche di beneficio comune.**

Oltre ad aver individuato un Responsabile d'Impatto come previsto dalla normativa, nei primi mesi del 2022 abbiamo creato anche un **Comitato interno di sostenibilità** per assicurarci che gli obiettivi previsti per le finalità specifiche di beneficio comune siano raggiunti attraverso attività concrete.

Offrire prodotti e servizi per lo sviluppo sostenibile

COSA ABBIAMO FATTO NEL 2021

LIFEGATE IMPACT
CONSULENZA E PROGETTI AMBIENTALI

Consulenza strategica e di comunicazione

Nel corso del 2021, la divisione di consulenza strategica è cresciuta molto, dotandosi di nuove **expertise**. Grazie agli investimenti in quest'area, LifeGate ha potuto supportare numerose aziende nell'avviare o proseguire il loro percorso di sostenibilità e ha potuto allo stesso tempo approfondire sempre di più le proprie conoscenze in settori anche molto diversi tra loro.
Le aziende che hanno deciso di affidarsi a LifeGate per fare una fotografia del proprio posizionamento di sostenibilità, anche rispetto al contesto competitivo, sono numerose. In genere, hanno poi definito un piano di sostenibilità con obiettivi a breve, medio e lungo termine, individuati anche grazie all'ascolto dei principali stakeholder dell'organizzazione, coinvolti attraverso opportune attività di engagement. L'affiancamento di LifeGate si spinge fino al **Report di Sostenibilità**, strumento essenziale per raccontare i percorsi sostenibili delle aziende, che LifeGate riesce a rendere divulgativo facendo leva sulla sua expertise integrata e distintiva, basata sia su competenze tecniche sia di comunicazione.

La sfida è rendere i Report di Sostenibilità dei veri e propri **hub di comunicazione**, ai quali attingere informazioni che vanno ad alimentare tutti i touch point, facendo vivere questo strumento di rendicontazione anche su altri canali e lungo tutto l'anno. LifeGate si è quindi specializzata nella declinazione dei contenuti attraverso **sintesi, video, infografiche e contenuti social** che traducono lo strumento del bilancio in modo più divulgativo, arricchendolo con **dati di contesto** e dando un sapore più giornalistico alla trattazione. Questi contenuti risultano molto apprezzati, perché fanno trasparire **l'identità e l'approccio peculiare delle aziende alla sostenibilità**, andando oltre il dato numerico e dando spessore all'impegno intrapreso dall'azienda. Lo dimostrano i numerosi riconoscimenti che si sono succeduti negli anni. In particolare, nel 2021, il Report di Sostenibilità 2020 di **CIRFOOD**, tra le aziende leader nella ristorazione collettiva e commerciale in Italia, e di **Pastificio Lucio Garofalo**, storica azienda italiana specializzata nella produzione di pasta alimentare secca, sono risultati tra i bilanci più votati nell'Index Future Respect 2021 di Consumer Lab.

Infine, abbiamo messo a disposizione le nostre competenze scientifiche per accompagnare le aziende nella **misurazione dei propri ambientali** attraverso la misurazione della carbon footprint di organizzazione o di prodotto, a volte definendo un vero e proprio percorso di carbon neutrality nell'ambito del progetto "Impatto Zero".

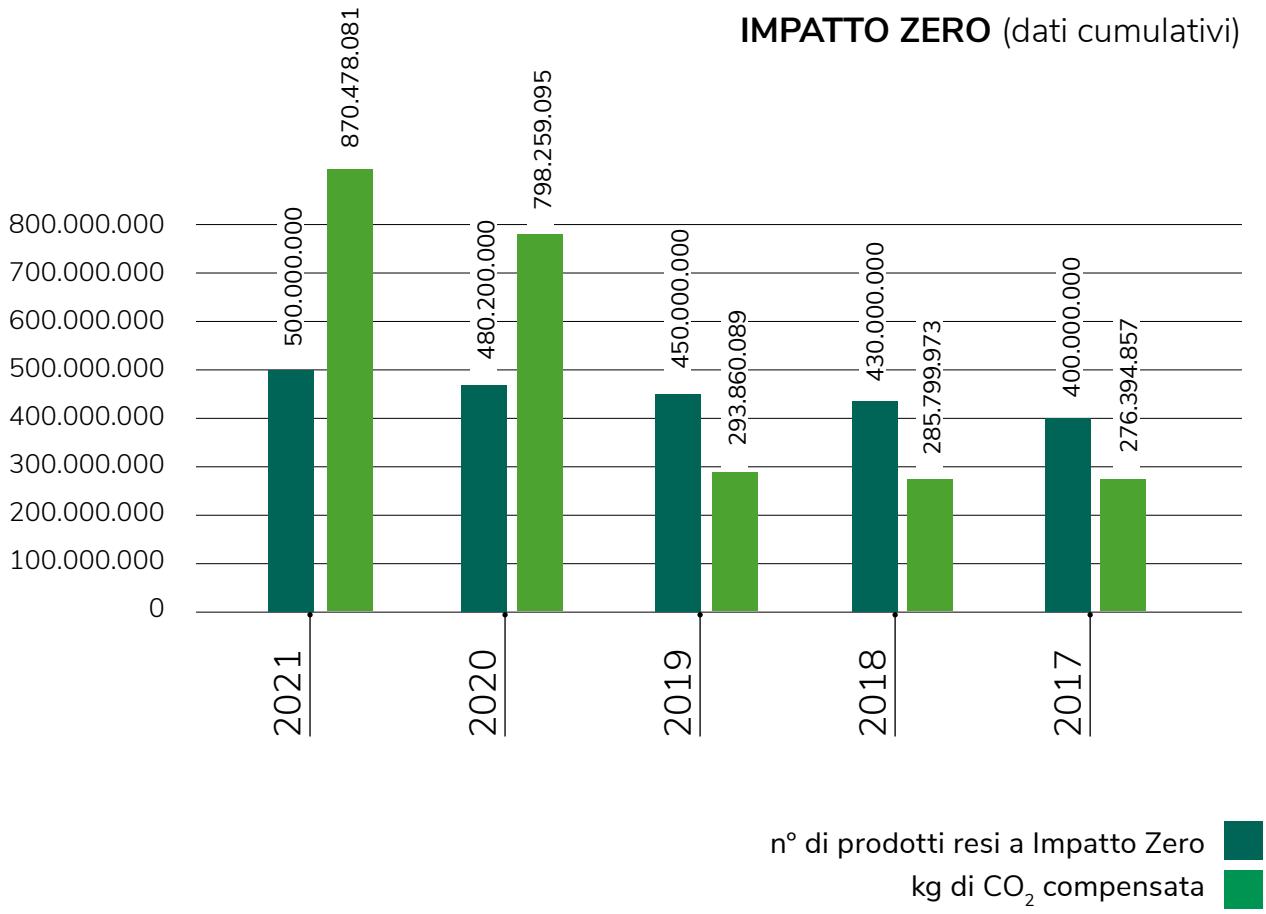
Impatto Zero

Impatto Zero è il progetto di LifeGate che **calcola**, **riduce** e **compensa le emissioni di CO_2** generate dalle attività di persone ed enti, eventi e prodotti, aziende e organizzazioni. Contribuisce alla creazione e alla tutela di foreste in crescita e sviluppa progetti di efficienza energetica e di produzione di energia rinnovabile secondo quanto previsto dal Protocollo di Kyoto.

870.478.081 kg di CO_2
compensate dal 2002 con progetti
di creazione e tutela di nuove foreste

500 milioni di prodotti resi
a Impatto Zero dal 2002

oltre **70** milioni di mq
di foresta tutelata dal 2002



NON SOLO IMPATTO AMBIENTALE

In Madagascar, un Paese che dispone di una delle diversità biologiche più elevate del pianeta, LifeGate collabora dal 2008 con le Guardie Ecologiche Volontarie, l'Associazione Alfeo Corassori "La Vita per Te" e il Ministero dell'ambiente, delle acque, delle foreste e del turismo del Madagascar.

Tutti questi enti partecipano a un ampio progetto che prevede interventi di creazione e tutela di nuove foreste in diverse zone dell'Isola. Tuttavia, il progetto non si limita solo agli impatti ambientali: nella riserva Ilena, parallelamente alla riforestazione, sono state completate le opere di ristrutturazione del villaggio del lebbrosario, della strada che porta in città e della rete elettrica, oltre alla costruzione di una scuola con mensa e di una piccola diga che porta acqua al villaggio.

Sono stati inoltre organizzati per le famiglie dei villaggi dei corsi di educazione ambientale e di formazione sulle tecniche di riforestazione e agricole. Si sono tenuti anche corsi antincendio per insegnare nuove tecniche di difesa dagli incendi del bosco.

BEST PRACTICE

IL PERCORSO DI SELLA VERSO LA CARBON NEUTRALITY

Il Gruppo Sella, aderendo al progetto “Impatto Zero”, è tra i primi gruppi bancari italiani a raggiungere la neutralità climatica attraverso un percorso triennale di riduzione della propria impronta carbonica e compensazione delle emissioni di CO_2 equivalenti. Tale percorso rispecchia perfettamente l’approccio di Impatto Zero “calcola, riduci, compensa”.

Grazie al supporto scientifico di LifeGate, il gruppo Sella ha misurato l’impronta di carbonio di sedi e succursali sia in Italia sia all’estero rispetto a Scope 1, Scope 2 e parte delle categorie dello Scope 3, considerando come baseline il 2019, prima quindi che l’emergenza sanitaria legata alla Covid-19 imponesse un ripensamento delle modalità di lavoro con il ricorso allo smartworking e alle relazioni da remoto. Tale misurazione ha quantificato in circa 13mila tonnellate di CO_2 equivalenti la produzione annuale in Italia e all’estero.

Alla misurazione della carbon footprint ha fatto seguito l’elaborazione di un piano di mitigazione, in continuità con le numerose attività già portate avanti negli anni precedenti dal Gruppo, da sempre attento ai propri impatti ambientali. Nel prossimo futuro il piano vedrà gradualmente la luce, valutando di volta le soluzioni tecnologiche a disposizione per realizzare gli obiettivi proposti.
Infine, grazie all’adesione al progetto “Impatto Zero” di LifeGate, il gruppo Sella ha compensato le sue emissioni già a partire dal 2021 attraverso l’acquisto di crediti di carbonio, andando a supportare tre specifiche iniziative in Europa, Africa e America centrale, certificate da enti internazionali.

LifeGate PlasticLess

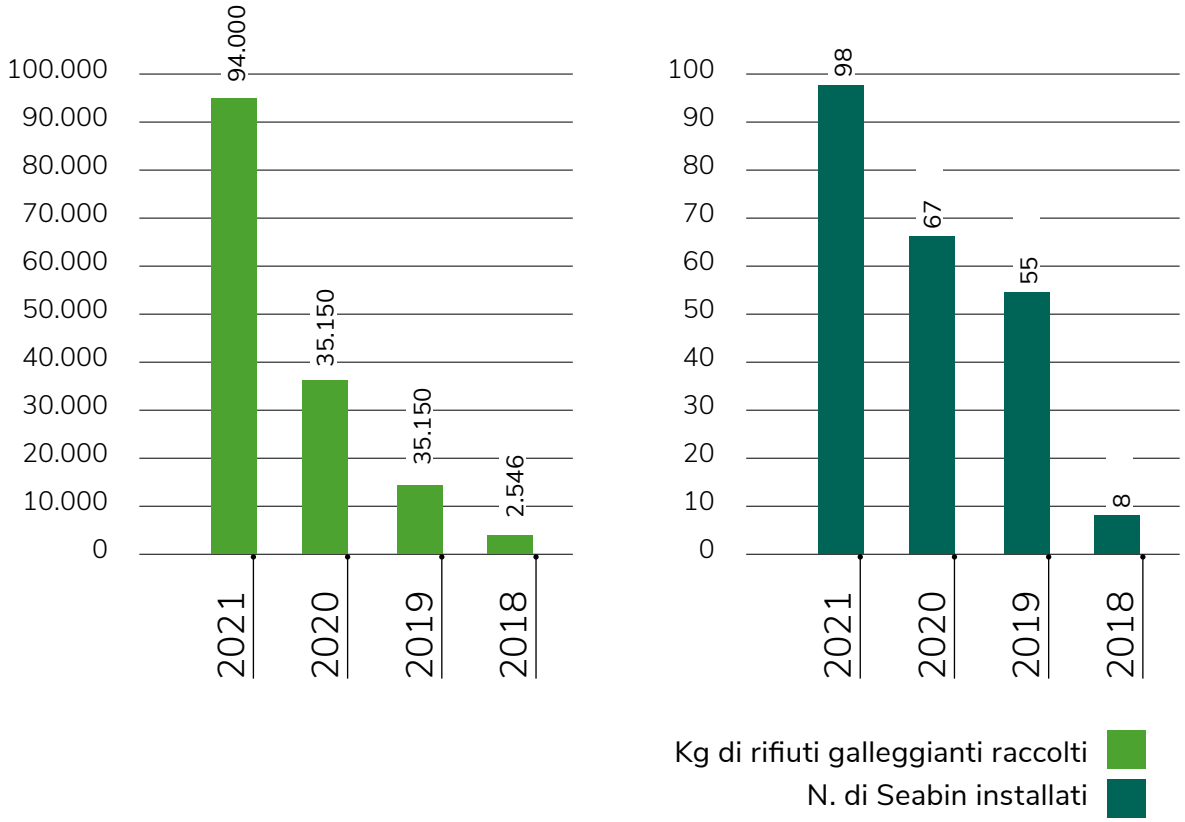
Per tutelare la salute del mare – e la nostra – è nato LifeGate PlasticLess, il progetto di LifeGate che contribuisce alla **diminuzione dell'inquinamento dei mari, laghi e fiumi italiani** attraverso la raccolta dei rifiuti plastici nelle acque dei porti e marine mediante l'installazione di appositi dispositivi che raccolgono rifiuti, denominati Seabin. Il progetto promuove un modello di economia e di consumo circolare basato su riduzione, riutilizzo e riciclo dei rifiuti, soprattutto dei più dannosi per l'ambiente, come plastiche e microplastiche. Nel 2021 il progetto ha raggiunto **17 regioni italiane**.

94.000 kg di rifiuti galleggianti raccolti dal 2018

98 Seabin installati

10.000.000 persone sensibilizzate tra attività offline e online

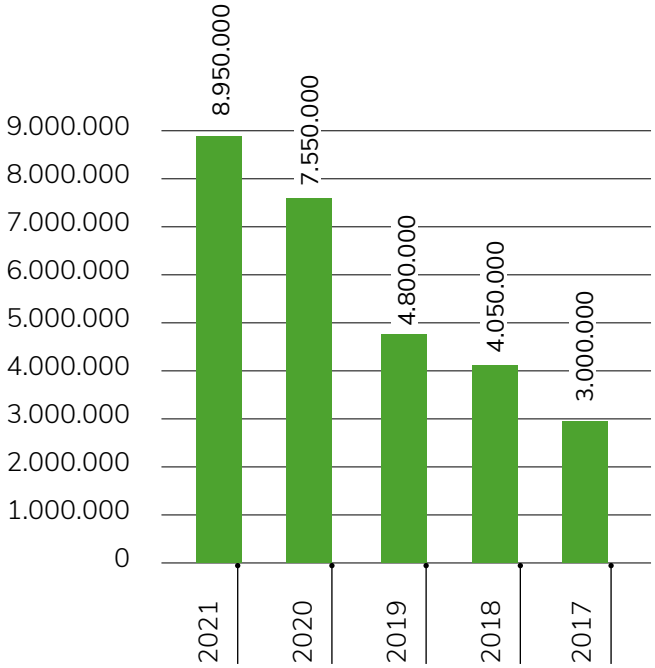
PLASTICLESS (dati cumulativi)



Bee my Future

Bee my Future sostiene l'allevamento di **29 alveari** grazie al lavoro di un apicoltore hobbista con esperienza decennale e una profonda conoscenza del mondo degli insetti. L'apicoltore - selezionato dall'Associazione partner del progetto, Apam-Associazione produttori apistici della provincia di Milano - si occupa dell'allevamento delle api e della produzione di miele in un contesto urbano, nella provincia di Milano, seguendo i principi guida del biologico.

NUMERO DI API PROTETTE (dati cumulativi)



8.950.000
api protette dal 2015

1.500.000
persone sensibilizzate tra attività offline e online

BEST PRACTICE

OGNI APE CONTA

La tutela delle api è una delle grandi sfide della nostra epoca. Una missione che Coop Italia ha deciso di assumersi da tempo, attraverso iniziative concrete e di sensibilizzazione, come la campagna Ogni ape conta. Lanciato nel 2021, il progetto permetterà di continuare a **ospitare e tutelare oltre 1 miliardo di api** e di condurre una **ricerca scientifica su larga** scala che includerà per la prima volta tutta la filiera ortofrutticola.
Agricoltori e apicoltori hanno contribuito a posizionare **100 arnie** per api da miele e **100 nidi** per api selvatiche in **36 aziende agricole fornitrici** di Coop Italia, distribuite in **7 regioni** italiane. L'analisi dei campioni di polline prelevati per la ricerca fornirà informazioni sulla salute dell'ambiente e delle api.
In prima linea nel progetto Ogni ape conta, sostenuto da LifeGate in qualità di partner scientifico e di comunicazione, ci sono le aziende agricole fornitrici di Coop, affiancate da **Conapi** (l'impresa cooperativa di apicoltori più grande d'Italia e tra le più importanti a livello europeo), e il **Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari dell'Alma Mater Studiorum – Università di Bologna**, considerato punto di riferimento in Italia sullo studio degli insetti impollinatori.

Save the Farm

Lanciato nel 2020, Save the Farm è il progetto dedicato alle aziende che intendono **sostenere i piccoli coltivatori rurali** e rafforzare il legame con i propri dipendenti e stakeholder, **adottando alberi biologici da frutto**. La frutta degli alberi adottati, freschissima e di stagione, viene poi recapitata dai campi, nell'arco di 24-48 ore dalla raccolta, direttamente negli uffici delle aziende partner, a casa dei dipendenti o presso alcuni punti vendita. L'iniziativa è promossa da LifeGate e da Biorfarm, il più grande campo digitale d'Italia.

5.217
alberi adottati

30
agricoltori coinvolti

100.000
persone sensibilizzate tra attività offline e online

Trees

Tutti i nostri progetti che tutelano gli alberi e le foreste rientrano sotto questo cappello. LifeGate propone la partecipazione a progetti ambientali per garantire alle future generazioni un pianeta ricco di natura e biodiversità.
Le iniziative sono molte: si va da progetti di formazione dedicati ai bambini, per sensibilizzare e informare i più piccoli sulla giustizia ambientale, a progetti di tutela della foresta Amazzonica in Brasile, come **Foreste in Piedi**. Le foreste sono ecosistemi insostituibili: conservano la CO_2 assorbita negli anni, proteggono le risorse idriche, sono serbatoi di biodiversità e ci consentono di usare semi, frutti, legname.
Ci occupiamo anche di progetti di riqualificazione urbana, come il **Km Verde** a Milano, finalizzati al miglioramento del tessuto cittadino attraverso il recupero di aree dismesse e la creazione di aree verdi.

FORESTE IN PIEDI

560
ettari di foresta nell'Amazzonia tutelati grazie a Foreste in Piedi

Oltre **98**
piante messe a dimora

KM VERDE

27
comunità coinvolte

GIARDINI DELLA RICONNESSIONE

Nel 2021 abbiamo studiato e lanciato un nuovo progetto, i Giardini della Riconnessione. Gli alberi e le piante non curano solo il clima, ma anche il nostro corpo e la nostra anima. Per questo motivo, in un periodo difficile come quello che stiamo vivendo, assume ancor più valore prendersi cura del proprio benessere psicofisico e instaurare una relazione equilibrata con la natura. Quest'iniziativa consente alle aziende più sensibili al tema della salute delle persone di realizzare giardini su misura, studiati insieme a medici e psichiatri per la cura delle patologie più diverse. Il progetto è promosso da LifeGate e da Mati 1909, storica azienda pistoiese guidata dal garden designer Andrea Mati insieme ai fratelli Francesco e Paolo.

I NOSTRI IMPEGNI PER IL 2022

Nel corso del 2022 punteremo ancora di più sulla consulenza strategica come strumento abilitatore del cambiamento concreto delle imprese. Per far conoscere più nel dettaglio i servizi che offriamo, lanceremo un **sito web** dedicato. Creeremo poi un sito corporate per gli stakeholder istituzionali come strumento di aggiornamento e repositori di news e documenti, in particolare per soci e media. Il sito darà inoltre la possibilità di candidarsi per posizioni aperte o per autocandidature.
Inoltre, continueremo a investire per **potenziare ulteriormente le nostre competenze scientifiche**, per supportare le aziende al meglio rispetto al tema della carbon neutrality, e **sviluppare metodi innovativi di misurazione**, soprattutto negli ambiti People, Human Capital e impatti sociali in generale.

Rispetto ai progetti ambientali, la nostra continua ricerca di tecnologie utili alla creazione di un mondo migliore ci porterà nel 2022 a lanciare la nuova gamma di dispositivi "**The Serial Cleaners**", sviluppati insieme a Poralu Marine, di cui LifeGate è partner in esclusiva in Italia nell'ambito del progetto LifeGate **PlasticLess**. L'attività di raccolta di plastica dai nostri mari sarà ancora più efficace: lanceremo infatti due nuove tecnologie, **Trash Collec'Thor** e **Pixie Drone**. La prima potrà essere installata nei punti di accumulo e sarà in grado di catturare rifiuti galleggianti, idrocarburi e microplastiche. La seconda, invece, è una tecnologia che si muoverà in piccole aree di mare o di lago per raccogliere i rifiuti plastici lontani dai punti di accumulo.

Nel 2021, grazie anche al progetto con Coop Italia, abbiamo ribadito quanto siano importanti gli insetti impollinatori, non solo le api mellifere. Per questo ci proponiamo di sviluppare ulteriori progetti di tutela della biodiversità. Inoltre, **Bee my Future** vedrà un'ulteriore espansione anche a Roma, dove abbiamo individuato un apiario che, per modalità di gestione e attività di coinvolgimento con scuole e bambini, si presta a far parte del nostro progetto.

Infine, tra le nostre aziende partner desideriamo promuovere maggiormente **progetti ambientali a tutela del patrimonio boschivo esistente** con l'obiettivo di ripristinarne gli habitat e aumentare la resilienza ai cambiamenti climatici.

Vogliamo valorizzare i benefici dell'attività di salvaguardia degli ecosistemi e della biodiversità, aspetti che in Italia sono prioritari rispetto all'attività (pur virtuosa) di nuova piantumazione.

LifeGate Education

LIFEGATE | EDU

Dal 2000 LifeGate ha realizzato **decine di progetti di formazione e sensibilizzazione** in presenza sulla sostenibilità sia per PMI sia per grandi imprese. Nel 2021 abbiamo capitalizzato quest'esperienza creando **LifeGate Education**, la piattaforma e-learning sui temi della sostenibilità. Lo sviluppo è stato possibile anche grazie ai finanziamenti della campagna di crowdfunding. La piattaforma e-learning rende disponibile la competenza di LifeGate anche online, arricchendola di strumenti interattivi e coinvolgenti per l'utente.

Il lavoro di redazione dei contenuti e la progettazione dell'architettura della piattaforma, avviato nel 2020, ha consentito nel 2021 di ultimare e rendere disponibili i primi corsi. Sono infatti online i **corsi base**, in versione italiana e inglese, dedicati ai dipendenti delle organizzazioni e pensati per creare una **cultura della sostenibilità diffusa** in azienda, e il **corso avanzato** per i professionisti di sostenibilità, incentrato su argomenti specifici, verticali e con un taglio più tecnico.

CORSO BASE

- Lo sviluppo sostenibile
- La crisi climatica
- Gli SDGs e l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite
- Portare gli SDGs in azienda
- Portare gli SDGs nella vita di tutti i giorni

CORSO AVANZATO

Ai primi quattro moduli del Corso base si aggiungono questi ulteriori 8 moduli:

- Innovazioni normative per la promozione dello sviluppo sostenibile
- Fondamenti per la definizione di una strategia di sostenibilità
- Carbon Neutrality
- Introduzione alla Circular Economy
- Stakeholder e materialità
- Report di Sostenibilità e Dichiarazione Non Finanziaria
- Fondamento di gestione sostenibile della filiera
- I nuovi green jobs di tutti i giorni.

Il 2021 è stato quindi un anno di go-live per la nostra piattaforma e in questo periodo abbiamo avuto modo di **apprezzare i feedback dei clienti** rispetto alla struttura e durata dei corsi, la qualità dei materiali a supporto e alle ulteriori occasioni di approfondimento. Il gradimento dei primi fruitori, valutato attraverso survey, risulta buono, con un punteggio medio di 3,8/5.

> “La chiarezza espositiva dei formatori, il tono coinvolgente, il montaggio video di alta qualità rendono i contenuti multimediali intuitivi e piacevoli da seguire. L’esposizione non è mai complessa, il linguaggio è chiaro e si fa seguire, mettendo i video in pausa inoltre ho potuto prendere appunti senza difficoltà.”
>
> *Corso avanzato, commento anonimo*

I NOSTRI IMPEGNI PER IL 2022

Nel 2022 prevediamo di arricchire ulteriormente la piattaforma e-learning LifeGate Education, tenendo in considerazione anche le richieste e le aspettative di quei clienti che hanno avuto la possibilità di fruire della piattaforma nel corso del 2021. Nello specifico, prevediamo di creare dei moduli integrativi e verticali su alcune tematiche di estrema attualità, come:

- mobility management,
- diversity & inclusion,
- gestione dei rischi,
- comunicazione di sostenibilità.

Inoltre, grazie ai feedback che abbiamo raccolto durante il 2021, ci impegneremo a migliorare sempre di più la piattaforma. Stiamo per esempio valutando di creare e integrare i contenuti di carattere generale con webinar più verticali sui diversi settori, in ottica di customizzazione dell’offerta formativa.

LifeGate Energy

Il 2021 ha visto la nascita di una nuova divisione all'interno di LifeGate Energy, **LifeGate Tech**, che ha l'obiettivo di ampliare l'offerta di **servizi alle aziende** grazie all'**impiego della tecnologia e dell'innovazione**, proponendo soluzioni per l'efficienza energetica, come l'illuminazione LED, l'installazione di infissi per un maggior isolamento termico e di colonnine di ricarica per le auto elettriche, facendo leva su partnership con aziende specializzate. Inoltre, grazie alla collaborazione con Spartan Tech, start up italiana tra le prime selezionate da LifeGate Way, è stata creata **LifeCredit**, la prima piattaforma italiana per la **gestione integrata** dei **crediti d'imposta** derivanti da Ecobonus, Sismabonus e Superbonus che sfrutta la tecnologia blockchain. La piattaforma è in grado di gestire tutte le fasi di generazione e gestione del credito fiscale notarizzando ogni step del processo (ovvero assicurando l'immodificabilità dei documenti) e le attività svolte dai diversi professionisti e garantendo un forte livello di tutela per gli operatori. Oltre a questo, LifeCredit può supportare la **cessione del credito fiscale** a compratori selezionati a condizioni economiche di vantaggio rispetto agli standard di mercato e migliorare l'asset documentale tramite l'utilizzo di droni e laser scanner (**digital twin**).

I NOSTRI IMPEGNI
PER IL 2022

LifeGate Tech vedrà nel 2022 un forte sviluppo soprattutto come **rete d'impresa**, con l'obiettivo di offrire servizi ad alto valore aggiunto grazie alla collaborazione con imprese del settore dell'efficientamento energetico e della digitalizzazione.

Nel 2021 è già stato possibile testare il modello nel settore hotellerie, dove ad analisi di efficientamento energetico sulle strutture alberghiere abbiamo affiancato un'analisi sulle opportunità offerte dai bandi previsti dal PNRR, in modo da poter accedere a finanziamenti utili a implementare le soluzioni individuate in fase di audit. Questo servizio integrato è stato realizzato grazie alla collaborazione tra più attori e l'implementazione concreta di questi progetti sarà possibile grazie ai contratti di rete.

LifeGate Way

LIFEGATE | WAY

Nel 2020 abbiamo lanciato **LifeGate Way**, il primo ecosistema dedicato a supportare e connettere startup che hanno l'ambizione di cambiare il mondo nel rispetto delle persone e del pianeta. Il polo di innovazione LifeGate supporta queste **startup sustainable native** con un **programma di accompagnamento** attraverso attività di sviluppo del business, commerciale, di comunicazione e supporto alla strategia di sostenibilità, oltre al **finanziamento diretto** dei migliori progetti in fase **early stage**.

Nata come divisione di LifeGate, nel 2021 LifeGate Way è stata costituita come Società Benefit ed è attualmente controllata al **38%** da LifeGate S.p.A. Il 2021 è stato un anno di sviluppo per LifeGate Way, anche grazie ai finanziamenti ottenuti tramite la campagna di crowdfunding. Il 2021 ha visto la nascita di nuove partnership e collaborazioni con il mondo delle startup, degli acceleratori e dei partner strategici per lo sviluppo del business e operativo delle startup, nonché l'intensificarsi delle attività di assessment rispetto alle potenziali realtà da includere nell'ecosistema e la messa a terra di progetti consulenziali utili a supportare le aziende nel loro percorso. In particolare, nel corso del 2021 è stato lanciato "People", il **percorso di perfezionamento e potenziamento** innovativo e unico che mette al centro i talenti, i valori e i bisogni degli startupper per il rafforzamento sia individuale che di team.

Oggi, il roster di LifeGate Way comprende Spartan Tech, Orange Fiber, Biorfarm, Sharewood, Biova e Deesup, Foorban, Mixcycling e Green Vibes.

I NOSTRI IMPEGNI
PER IL 2022

Per il 2022, vogliamo portare al 70% la partecipazione azionaria di LifeGate SpA in LifeGate Way. Rispetto ai percorsi di accompagnamento attivati con le startup, nel 2022 saranno lanciate attività di formazione e mentorship gratuite per le startup, erogate sia da LifeGate Education sia dai partner dell'ecosistema. Inoltre, un ricco palinsesto di eventi sarà l'occasione d'introduzione e intensificazione dei rapporti dei diversi stakeholder dell'ecosistema.

2 Fare la nostra parte contro il cambiamento climatico

COSA ABBIAMO FATTO NEL 2021

Anche nel 2021 abbiamo intrapreso diverse attività di sensibilizzazione e abbiamo fornito energia elettrica rinnovabile ad aziende e privati.

50GWh

energia elettrica rinnovabile complessiva fornita nel 2021

+ **6,3**%

aumento dell'energia elettrica rinnovabile fornita a privati rispetto al 2020

Gli impianti che forniscono l'energia elettrica rinnovabile di LifeGate sono situati in Italia. Oltre a garantire il rispetto dell'ambiente, quindi, l'adesione a questo progetto si traduce in **un aumento della quota di rinnovabili prodotta nei nostri confini**, dà un sostegno concreto all'economia e all'innovazione del nostro paese e aumenta l'indipendenza energetica dell'Italia dai Paesi produttori di petrolio.

La provenienza nazionale e da fonti rinnovabili è certificata dall'Autorità per l'Energia elettrica e per il Gas attraverso i GO (Garanzia d'Origine) acquisiti insieme all'energia, che ne attestano inequivocabilmente le caratteristiche, la fonte che l'ha generata e l'ubicazione degli impianti nel territorio italiano.

L'energia di LifeGate è anche a Impatto Zero. Nel 2021, con le attività di produzione e distribuzione di energia rinnovabile e gas destinati a privati e aziende, LifeGate Energy ha prodotto 8.889.790 kg CO_2. Queste emissioni sono state interamente compensate, per il 70% con crediti di carbonio provenienti da un progetto di efficienza energetica in India e per il 30% con crediti di carbonio provenienti da progetti di creazione e tutela di foreste in crescita in Madagascar (1.985.806 mq per un solo anno).

IMPATTI DIRETTI

Come azienda, siamo **attenti anche agli impatti ambientali diretti delle nostre attività**. A partire dal 2020 abbiamo sfruttato l'emergenza pandemica per rivoluzionare il nostro modo di lavorare, adottando in via prevalente lo **smartworking** e, in seguito, anche trasferendoci in una **sede** più piccola, dove recarci solo in caso di necessità, a testimonianza di un modello di lavoro ormai rivoluzionato.

Grazie allo smartworking, adottato in larga misura, si è ottenuta una **riduzione delle emissioni** legate agli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti. Occorre precisare che le nostre attività d'ufficio sono comunque da tempo a basso impatto ambientale: l'energia elettrica che utilizziamo negli uffici è naturalmente l'energia rinnovabile e compensata di LifeGate Energy, il 90% dei nostri processi sono digitalizzati per evitare il consumo di carta, siamo Plastic Free già da 10 anni e la nostra flotta aziendale è interamente ibrida. Queste attenzioni e impegni sono formalizzati anche nella nostra **Policy di Sostenibilità Ambientale** interna, che nel 2021 abbiamo aggiornato per condividere con i dipendenti delle indicazioni utili a osservare comportamenti rispettosi dell'ambiente anche lavorando da casa.

Nonostante i nostri impatti diretti siano limitati, nei primi mesi del 2022 abbiamo provveduto a compensare le emissioni generate dalle nostre attività aziendali (consumi di elettricità, server, antenne radiofoniche e materiali), dalle trasferte e dalla navigazione sui nostri siti da parte della community, per 113.159 kg di CO_2 complessivi, grazie all'acquisto di carbon credit generati in Madagascar, mantenendo quindi la **Carbon Neutrality**, raggiunta nel 2021. Questi crediti derivano dalla creazione e tutela di oltre 84.250 mq di foreste in crescita.

Crediamo fermamente nell'importanza di contribuire alla lotta al cambiamento climatico attraverso il consumo responsabile di energia. Per questo, nel 2021 ci siamo impegnati a investire nelle nostre attività di comunicazione e di sensibilizzazione sia verso le aziende sia verso i privati per far sì che una quota sempre maggiore di utenti scelga energia rinnovabile e a Impatto Zero e sia informata sugli sviluppi normativi in tema di energia. Inoltre, grazie a **LifeGate Tech**, permettiamo ai nostri clienti di adottare nuove soluzioni per il risparmio energetico.

I NOSTRI IMPEGNI
PER IL 2022

Per quanto riguarda i nostri impatti diretti, continueremo a prestare la massima attenzione nello svolgimento delle nostre attività d'ufficio, che dal 2022 torneranno a essere svolte in sede in quota marginale.
I consumi, quindi, continueranno a essere influenzati positivamente dal consolidamento della modalità di lavoro in smartworking.
Rimane per noi essenziale misurare ogni anno le emissioni legate alle nostre attività, trovare continue soluzioni di mitigazione e compensare le emissioni inevitabili, in ottica di **Carbon Neutrality**.

Infine, considerando l'importanza che la sostenibilità ambientale e sociale riveste per noi, ci impegniamo a diffondere questa cultura anche lungo la nostra catena di fornitura. Prevediamo quindi di richiedere a tutti i nostri fornitori di beni e servizi la compilazione di un breve **questionario di autovalutazione** su alcuni temi ambientali e sociali, così da identificare eventuali aspetti di rischio e suggerire ai nostri fornitori azioni di miglioramento. L'obiettivo, inizialmente fissato per il 2021, è stato posticipato per il protrarsi della pandemia nel corso del 2022.

3 Sensibilizzare un target sempre più ampio

COSA ABBIAMO FATTO NEL 2020

INFORMAZIONE

Il 2021 si è concluso con una graditissima notizia: **LifeGate è stata inserita nella classifica dei 10 siti di informazione più affidabili in Italia**, insieme a Internazionale, Open, IlSole24Ore e pochi altri. NewsGuard ha rilasciato infatti il report 2021, in cui evidenzia i 10 più influenti disinformatori in lingua italiana e i 10 più affidabili. Gli affidabili non sono moltissimi: solo il 5% circa dei siti in lingua italiana ha ottenuto un punteggio pieno nell'analisi di NewsGuard. In questo gruppo ristretto, si è ulteriormente distinta una shortlist di 10 testate, che ha ricevuto il maggior engagement sui social nel 2021. LifeGate rientra in questa decina.

Nell'arco del 2021 abbiamo accompagnato i nostri lettori attraverso gli avvenimenti più rilevanti in termini di sostenibilità. Siamo partiti con i **Giochi Olimpici** e le **Paralimpiadi di Tokyo 2020**, con approfondimenti curati da una nostra corrispondente direttamente dalla capitale giapponese. Abbiamo intervistato Bebe Vio, campionessa di scherma, al suo rientro in Italia, dopo la conquista del secondo oro paralimpico nella gara individuale di fioretto e dell'argento nella prova a squadre.

Siamo stati poi a New York con la nostra corrispondente per testimoniare il decimo **anniversario dell'11 settembre**, e infine abbiamo raccontato gli eventi che hanno portato Milano al centro del mondo a fine settembre con la **pre-Cop26** (il summit preparatorio della Cop 26 prevista a Glasgow nella prima metà di novembre), **Youth4Climate** (l'evento organizzato per dar spazio ai giovani, con 400 delegati scelti per portare le richieste di azione contro la crisi climatica) e lo **student strike**, lo sciopero per il clima degli studenti, che ha visto la partecipazione di 50mila ragazze e ragazzi guidati dalle leader internazionali del movimento Fridays for future: Martina Comparelli, Vanessa Nakate e Greta Thunberg.

Abbiamo cominciato a sperimentare la potenza dei **podcast**, documentando l'avventura di **Colapesce e Dimartino** al Festival di Sanremo e da cui è nato un audio-documentario, por poi seguire **Maurizio Carucci**, cantante, agricoltore e leader degli Ex-Otago, in un viaggio, anche interiore, in bicicletta attraverso il Paese alla scoperta del padre, scomparso anni prima.

Nel 2021 abbiamo dato ancora maggiore impulso alle newsletter. La storica **newsletter settimanale**, il contenitore delle notizie dal mondo della sostenibilità, conta un totale di circa **21.000 iscritti**. In più, abbiamo lanciato le nuove newsletter "**Pratica**" e "**Mediterranea**". Rivolta a **manager e imprenditori** e al **mondo del business**, Pratica si propone di dare risposte concrete su cosa significa e come si può integrare la sostenibilità nel proprio business, proponendo approfondimenti monotematici su argomenti rilevanti o verticali su particolari settori. Mediterranea, dedicata all'**alimentazione naturale e sostenibile**, rappresenta uno strumento in più per comprendere che nel piatto non c'è solo il gusto.

Nell'era della multicanalità, dove qualsiasi tipo di informazione è fruibile istantaneamente, si fa sempre più urgente la necessità di costruire spazi dove gli utenti possano essere sensibilizzati su temi di interesse collettivo. Per questo motivo, nel corso del 2021 abbiamo creato il nuovo format **LifeGate Original**, tramite il quale raccontare delle storie che possano intrattenere l'utente creando nuove consapevolezze e connessioni. Appassionare l'utente e renderlo consapevole di essere parte di una collettività con una responsabilità sociale è infatti una sfida ardua, ma noi siamo convinti che attraverso lo storytelling – alimentato da video emozionali, infografiche e podcast in cui anche le aziende si fanno ambasciatrici della sostenibilità - possiamo contribuire alla creazione di una maggiore consapevolezza e accelerare il cambiamento.

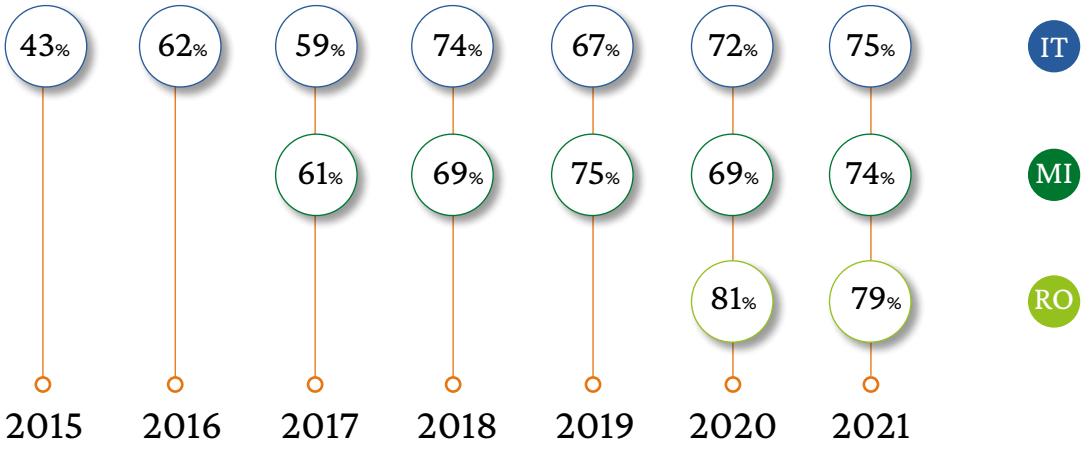
OSSERVATORIO NAZIONALE SULLO STILE DI VITA SOSTENIBILE

Nel 2015, grazie alla collaborazione con l'Istituto di ricerca Eumetra-MR, LifeGate ha presentato il primo **Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile**. Da allora, ogni anno fotografiamo l'evolversi del sentiment degli italiani rispetto ai temi di sostenibilità. Sono stati realizzati **sette osservatori nazionali, tre su Milano, uno su Roma e, nel 2021, uno su Torino**, con un trend sempre in crescita.

La settima edizione dell'Osservatorio nazionale, patrocinata da enti quali Commissione Europea, Connect4Climate e Ministero della Transizione Ecologica, ha interpellato un campione rappresentativo di 921 italiani maggiorenni, con un approfondimento sulle città di Milano e Roma e un focus sulla Generazione Z. Dall'indagine è emerso che, nonostante il clima di generale incertezza dovuto alla pandemia, **la passione per la sostenibilità non si spegne**: il 75% degli italiani si sente coinvolto in prima persona, una percentuale simile a quella di Milano (74%) e Roma (79%). Ormai alcune espressioni – come riscaldamento globale ed energie rinnovabili – sono entrate nel vocabolario quotidiano degli italiani e anche gli atteggiamenti appaiono propositivi: **circa 9 italiani su 10 chiedono di limitare il consumo di plastica e produrre oggetti o confezioni sostenibili**.

Attraverso la nostra attività di editore e di società di consulenza sui temi della sostenibilità, sentiamo di aver contribuito e di continuare a contribuire fattivamente a questo cambiamento di percezione.

IL COINVOLGIMENTO DELLA POPOLAZIONE

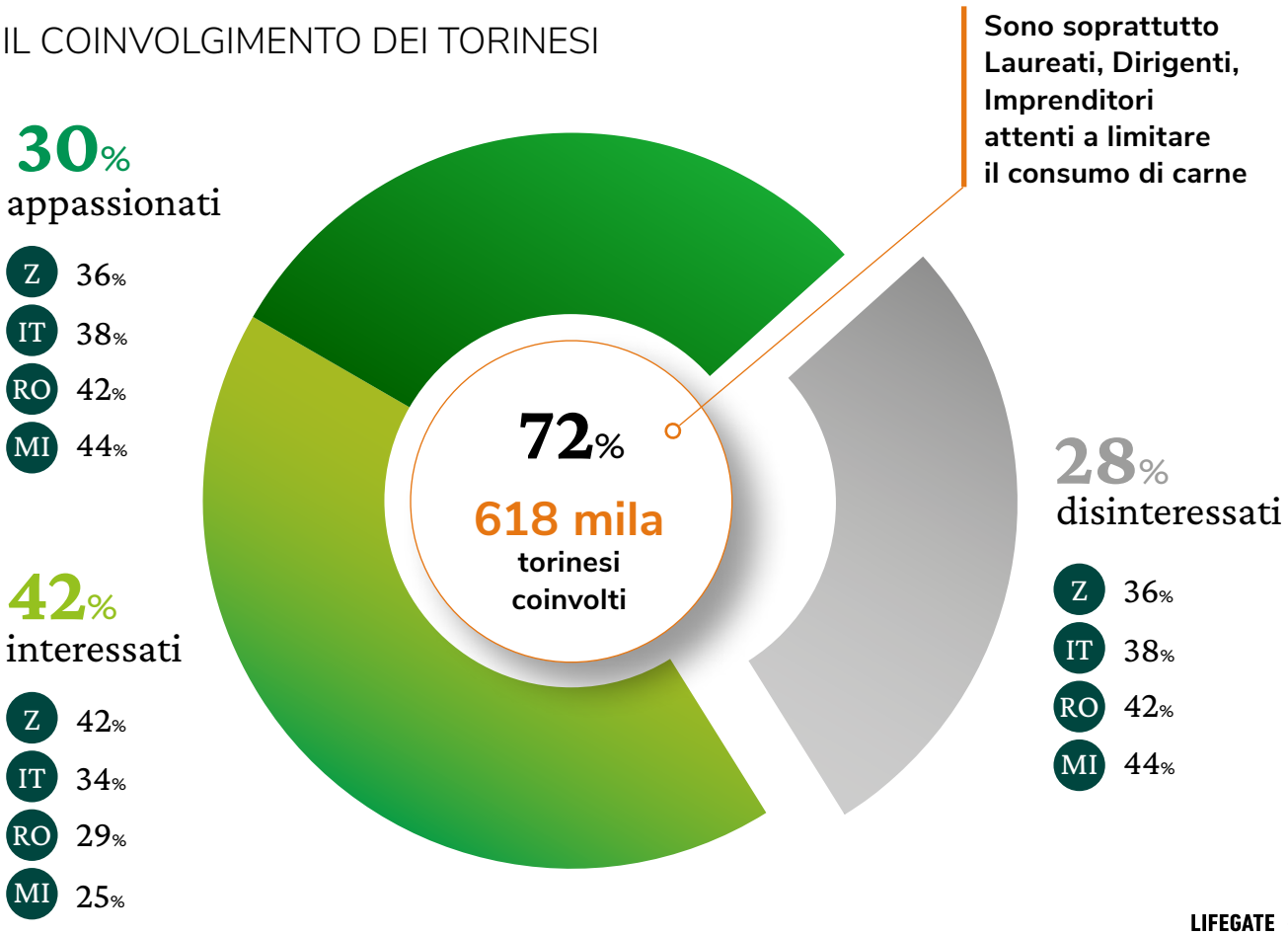


PRIMO OSSERVATORIO TORINO SOSTENIBILE

Dopo Roma e Milano, nel 2021 abbiamo esteso l'**Osservatorio sullo stile di vita sostenibile** a un'altra grande città: **Torino**. La ricerca ha approfondito lo stato di coinvolgimento della cittadinanza torinese rispetto ai temi della sostenibilità. Questa prima edizione, realizzata come di consueto con Eumetra MR, e presentata presso **GreenPea**, ha previsto un focus su diverse aree tematiche (energia, mobilità, alimentazione, arredamento e domotica, moda e lifestyle), fornendo risultati molto incoraggianti. È infatti emersa una genuina attitudine a fare il possibile per costruire una città verde, inclusiva, digitale, efficiente. Nel complesso, per il **64% dei cittadini** la sostenibilità è un tema davvero sentito e non soltanto una moda passeggera: sono infatti circa **618mila i torinesi** che si dichiarano coinvolti nei temi della sostenibilità.

L'Osservatorio è stato anche l'occasione per valutare il livello di conoscenza delle iniziative di sostenibilità promosse dal **Comune di Torino**, componente essenziale per far sì che la sensibilizzazione dia impulso alla città nel suo complesso. Inoltre, l'Osservatorio ha consentito di comprendere l'impatto del **Covid-19** sulla percezione dei cittadini verso i temi della sostenibilità. Se, infatti, l'emergenza sanitaria senza dubbio ha lasciato il segno, anche con un aggravio della povertà, potrà comunque essere l'occasione per dare una svolta più consapevole allo stile di vita dei cittadini: almeno **otto cittadini su dieci** promettono di supportare con i loro acquisti la ripresa dell'economia italiana, preferire il Made in Italy e trascorrere le vacanze nel nostro Paese.

IL COINVOLGIMENTO DEI TORINESI



GREEN PEA

Nel 2021 abbiamo iniziato a collaborare con **Green Pea**, un luogo per acquisti interamente votato al rispetto del pianeta e delle persone nato da un'idea di Oscar Farinetti (già fondatore di Eataly), in qualità di **content media partner** del progetto e **vetrina esclusiva** per i contenuti e il messaggio di cui si fa portatore. Nell'ambito del progetto trovano infatti spazio momenti di incontro, di dibattito ed eventi tematici dedicati alla sostenibilità. Lo spazio di Green Pea, un edificio su cinque livelli, ciascuno dei quali è dedicato a un ambito diverso (life, home, fashion, beauty, otium), rappresenta la location in cui veicolare la comunicazione di sostenibilità. Ma Green Pea è, più in generale, un network che vuole sensibilizzare e incentivare comportamenti d'acquisto e stili di vita sostenibili. In tal senso si sviluppa il supporto di LifeGate, che affiancherà l'intera attività di comunicazione del progetto.

I NOSTRI IMPEGNI PER IL 2022

Nel 2022 vogliamo continuare ad ampliare il nostro media network e i nostri canali di comunicazione, arricchendoli di nuovi contenuti e linguaggi.

Già nei primi mesi del 2022 è stata lanciata "**Evoluta"**, la newsletter verticale sui **diritti degli animali**, che racconta le storie più interessanti dal mondo animale e delle associazioni animaliste e fornisce alcuni consigli pratici per agire in favore del benessere animale.

Continueremo a investire nei **social network**, canali fondamentali per raggiungere soprattutto i target più giovani. In particolare, miriamo ad aumentare il tasso di engagement su Facebook e LinkedIn e a incrementare la fanbase su Instragram e TikTok. Investiremo su **Lifegate.it** per rendere il nostro sito sempre più performante rispetto alle logiche SEO (Search Engine Optimization) adottate dai motori di ricerca così da dare sempre la massima visibilità ai nostri contenuti. Contemporaneamente sono in fase di sviluppo diversi format digitali per portare le onde di LifeGate anche online.

Infine, in collaborazione con Green Pea, nel 2022 verrà lanciata "**LifeGate Torino for Green Pea**", che consentirà di espandere le frequenze di LifeGate Radio fino al capoluogo torinese.

Le nuove frequenze torinesi diventeranno espressione della mission che accomuna le due realtà, LifeGate per la diffusione di un modello economico rispettoso delle persone e del Pianeta e Green Pea che la trasforma in un piacere per tutti, "*from duty to beauty*", che si fa portavoce di una **diversa idea di consumo**: consapevole, durevole e rispettosa delle risorse.

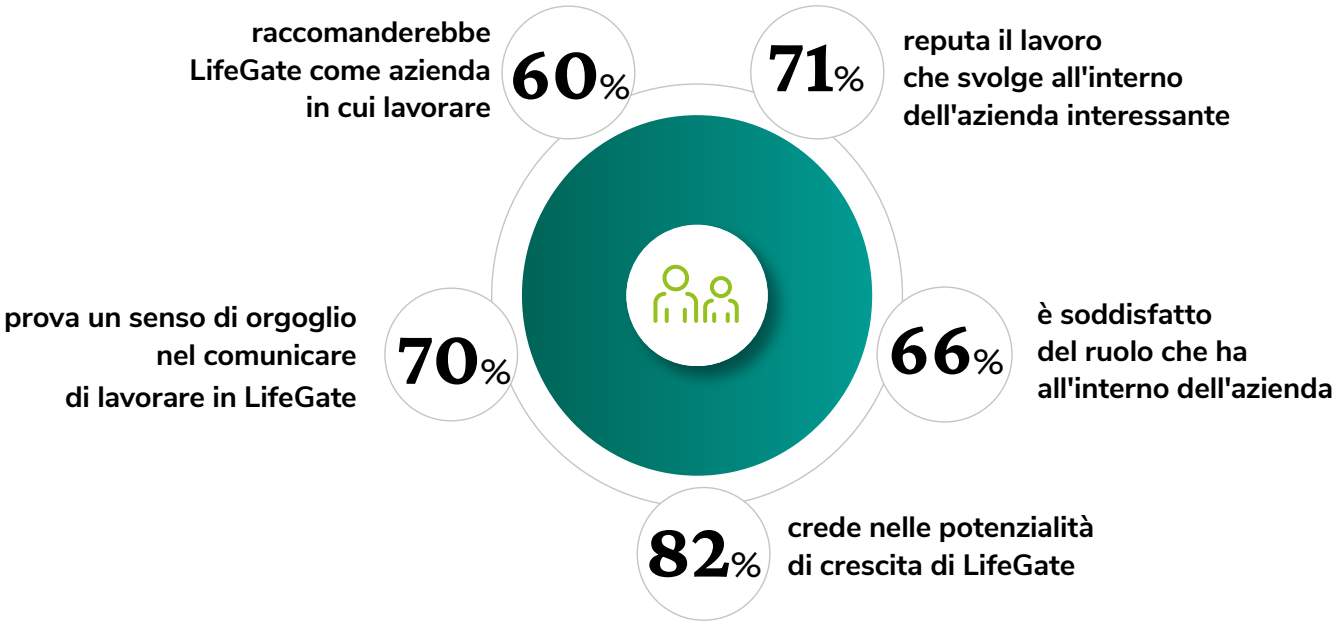
4 Valorizzare in modo costante i collaboratori

COSA ABBIAMO FATTO NEL 2021

In LifeGate ci sentiamo come una famiglia, dove tutti siamo accumunati dagli stessi valori e dal desiderio di voler fare la nostra parte per contribuire a un mondo migliore e più consapevole.

Il legame intimo tra personale e azienda è stato anche rafforzato, nel 2020, con l'assegnazione a tutti i dipendenti assunti a quel tempo e ai collaboratori strategici, di **100mila azioni** della società, equivalenti a 100mila euro.

Questo sentimento è confermato dall'**indagine di clima** realizzata a luglio 2021, i cui risultati sono stati complessivamente positivi e testimoniano il generale ottimismo verso le potenzialità di business dell'azienda. I risultati della survey dimostrano l'importanza del rispetto tra le persone, del lavoro di squadra e della familiarità dei rapporti, che permette un dialogo trasparente e aperto.



Nota: risultati sulla base di 44 risposte su un totale di 46 persone coinvolte

Dalla survey sono emerse delle aree di miglioramento, soprattutto in termini organizzativi. In particolare, vi sono aree organizzative interne non presidiate in modo strutturato, in conseguenza delle dimensioni aziendali. In particolare, è stata evidenziata la necessità di presidiare la gestione delle risorse umane con una struttura adeguata, in ragione della rapida crescita vissuta negli ultimi anni. Per tale motivo, nel 2021 è stata creata l'area "**People**", con risorse dedicate, e sono state implementate le prime attività di setup utili per disegnare i futuri processi che andranno a formalizzare le modalità di gestione del capitale umano e di sviluppo delle risorse.

Grazie a un presidio strutturato dell'area People, nell'immediato futuro sarà possibile guidare le **attività di formazione** sulla base delle necessità aziendali e rispetto al percorso professionale previsto per i vari ruoli. Ciò nonostante, nel 2021 sono state comunque realizzate attività di formazione in funzione delle esigenze delle varie divisioni. Ad esempio, alcuni dipendenti hanno seguito dei corsi in ambito di Carbon Footprint, strategie di comunicazione per i sociali network e gestione delle risorse umane.

Parallelamente, il 2021 ha visto il progredire della **digitalizzazione dei processi** informativi e organizzativi, iniziata nel 2020, attraverso l'introduzione di ulteriori nuove piattaforme, come il **nuovo CRM** (Customer Relationship Management), e l'integrazione dei sistemi tramite l'implementazione di un **sistema gestionale ERP** (Enterprise Resource Planning), accompagnata da sessioni di training per il personale.

Infine, nel 2021 è stato implementato un sistema di **welfare aziendale** per i dipendenti che godono di una remunerazione variabile, che prevede l'assegnazione di **flexible benefit** quali voucher, fringe benefit, rimborsi e altri tipi di agevolazioni in varie aree di interesse (casa e famiglia, salute e benessere, svago e tempo libero, viaggi e mobilità).

I NOSTRI IMPEGNI
PER IL 2022

Il 2022 sarà un anno di intenso lavoro interno per definire i processi necessari a una gestione ottimale delle risorse, soprattutto in chiave di valorizzazione dei tratti distintivi e delle competenze di ciascun dipendente.

Innanzitutto, lavoreremo sui nostri **valori**: da sempre ci ispiriamo ai valori della sostenibilità nonché a quelli di un agire etico e responsabile, ma vogliamo portarli meglio alla luce e condividerli con tutta l'organizzazione, affinché siano una guida costantemente presente nel nostro lavoro quotidiano.

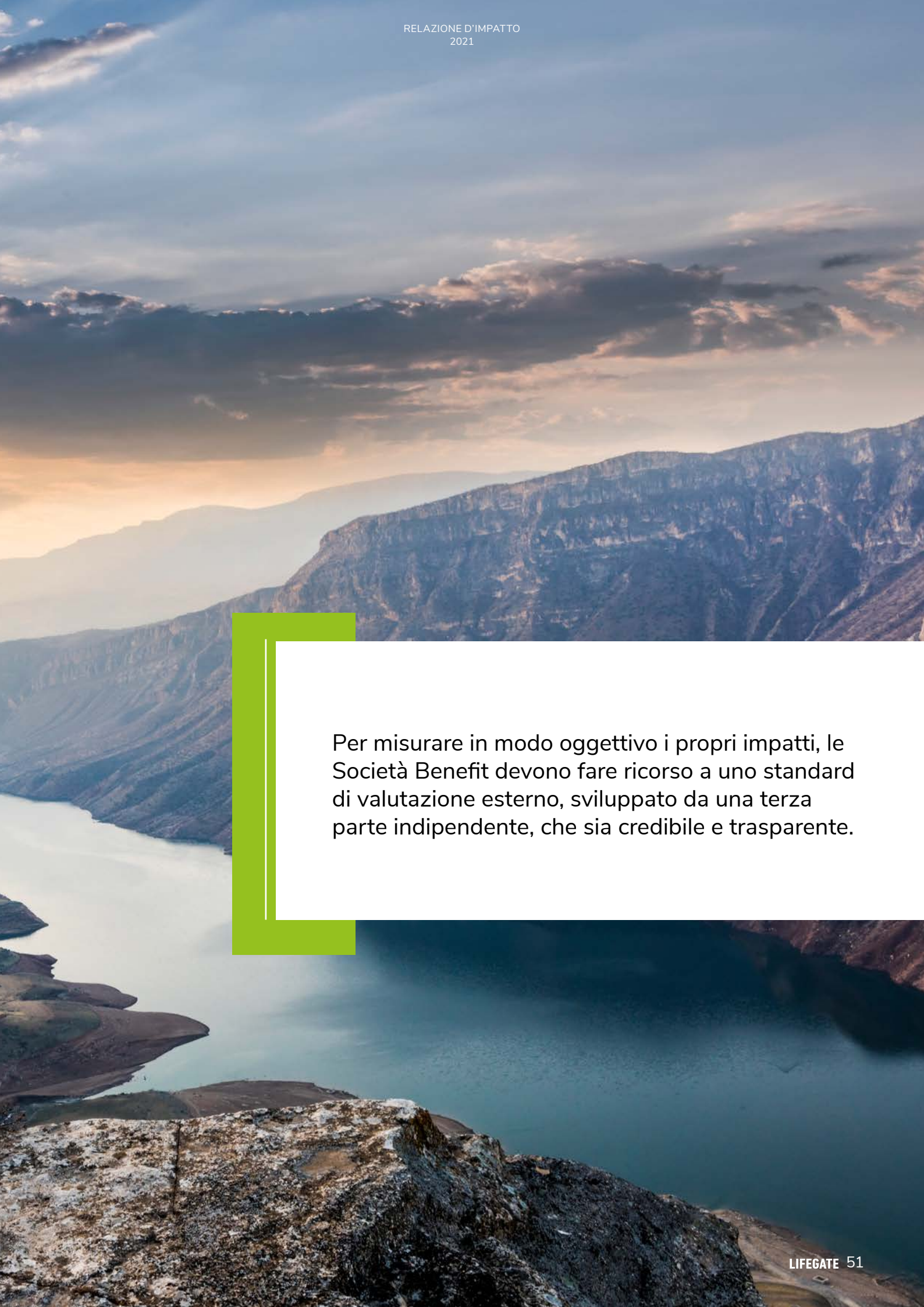
Questi valori saranno integrati anche nel **modello di valutazione delle competenze**, che diventerà lo strumento per la **valutazione periodica delle performance individuali** secondo un processo strutturato e condiviso.

Potenzieremo inoltre le **attività di training**, a partire da una condivisione interna di quelle che sono le competenze già presenti in aziende, in una logica di contaminazione.
A tal proposito, verranno organizzati degli appuntamenti periodici per permettere ad ogni divisione di raccontarsi e mettere a disposizione di tutti le proprie conoscenze. Oltre a ciò, saranno raccolti i fabbisogni formativi e valutate le relative possibilità di formazione.

Infine, per continuare a valorizzare e alimentare lo spirito di unione che ci caratterizza, rilanceremo una nuova **survey di clima** e realizzeremo delle **attività di team building**, che negli anni passati erano state rese impraticabili dalla situazione contingente.

“LAVOREREMO SUI **NOSTRI VALORI**: VOGLIAMO PORTARE MEGLIO ALLA LUCE I **PRINCIPI DELLA SOSTENIBILITÀ** E DI UN AGIRE **ETICO** E **RESPONSABILE** E **CONDIVIDERLI** CON TUTTA L’ORGANIZZAZIONE, AFFINCHÉ SIANO UNA **GUIDA COSTANTE** DEL NOSTRO **LAVORO QUOTIDIANO**.”

Valutazione d'IMPATTO



Per misurare in modo oggettivo i propri impatti, le Società Benefit devono fare ricorso a uno standard di valutazione esterno, sviluppato da una terza parte indipendente, che sia credibile e trasparente.

Per misurare in modo oggettivo i propri impatti, le Società Benefit devono fare ricorso a uno standard di valutazione esterno, sviluppato da una terza parte indipendente, che sia credibile e trasparente.
Come la maggior parte delle Società Benefit, LifeGate ha deciso di ricorrere al **B Impact Assessment (BIA)** sviluppato dalla non profit B Lab. Questo strumento, disponibile gratuitamente online in tutto il mondo, consente di comprendere quanto un'azienda sia rigenerativa e di mettersi a confronto con migliaia di altre società che lo utilizzano. Inoltre, il BIA permette di misurare il proprio impatto in cinque aree (governance, persone, comunità, ambiente, clienti), andando a coprire le aree di valutazione previste dalla normativa sulle Società Benefit.

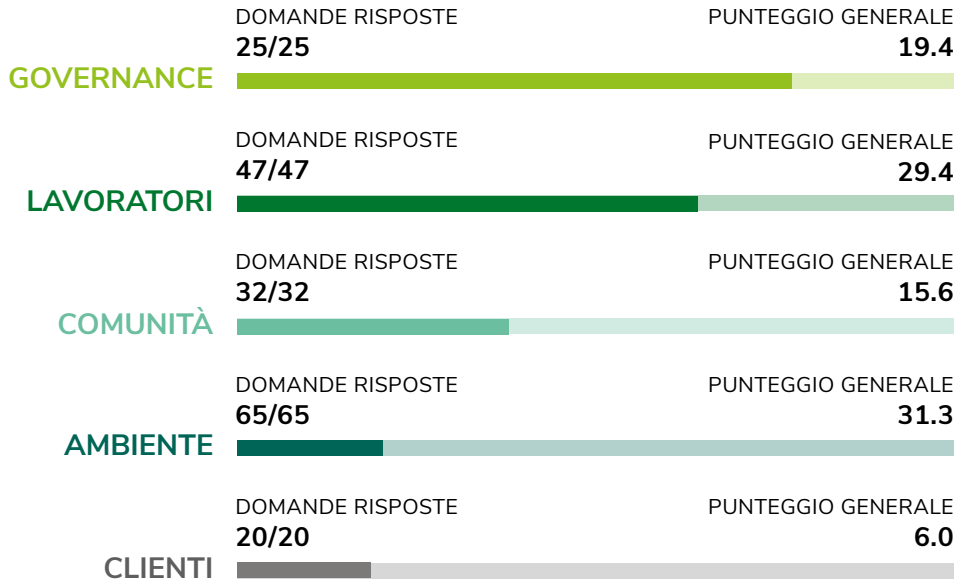
Di seguito, la sintesi dell'impatto di LifeGate S.p.A. e delle sue controllate.

Avendo ottenuto un punteggio superiore agli 80 punti, **LifeGate si è attivata per richiedere la certificazione B Corp.**

PUNTEGGIO COMPLESSIVO: **B IMPACT SCORE**

Gruppo LifeGate (2021)
Data di fine dell'anno fiscale: **31 dicembre 2021**

101.8



“LO **STRUMENTO** CHE ABBIAMO **SCELTO** CONSENTE DI **COMPRENDERE** QUANTO UN’**AZIENDA** SIA **RIGENERATIVA** IN CINQUE AREE: GOVERNANCE, PERSONE, COMUNITÀ, AMBIENTE, CLIENTI.”

CONCLUSIONI

Questa relazione d'impatto è molto importante per LifeGate: abbiamo riunito in un solo documento rivolto a tutti i nostri stakeholder i risultati del nostro modo responsabile di fare impresa, nel rispetto dell'ambiente e delle persone.

Ma vogliamo che questo percorso prosegua a lungo.

Ci impegniamo quindi a migliorare continuamente e a perseguire le finalità specifiche di beneficio comune che ci siamo prefissati. Siamo fermamente convinti che sia possibile coniugare profitto e valore condiviso, in linea con la mission che ci ha guidato sin dalla nostra fondazione, e vogliamo esserne il primo esempio concreto.

LIFEGATE

RELAZIONE D'IMPATTO 2021 - LIFEGATE spa - Società Benefit
Sede Legale: via Cesare Battisti, 7/F – 22036 Erba (CO) - Sede Operativa: Via Gerolamo Morone 6, 20121 Milano
tel +39 02 45374850 - C.F. e P.IVA 02524630130 - capitale sociale Euro 7.523.459,06 i.v. (al 21-06-2021)
www.lifegate.it - info@lifegate.it