

dati 2025

**mediamo**  
creativi affidabili sorprendenti



**Report**

di sostenibilità  
e relazione d'impatto

2026



# Indice

**Lettera agli stakeholder**  
Pag. 3

**1** **Chi siamo**  
Pag. 7

**2** **Gli impatti ambientali**  
Pag. 27

**3** **Gli impatti economici**  
Pag. 37

**4** **La Governance**  
Pag. 43

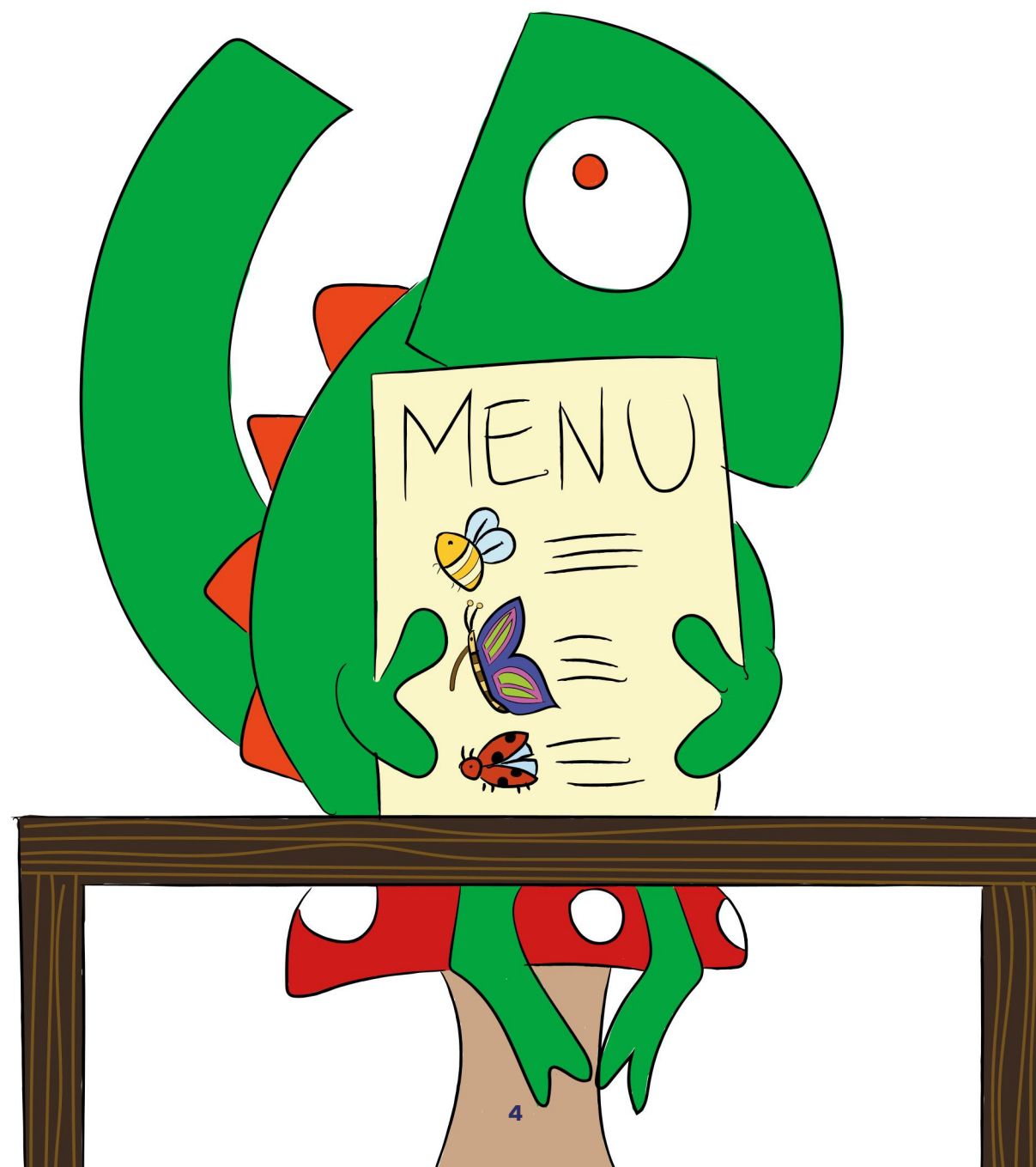


**5** **Relazione d'impatto**  
Pag. 49

**6** **Nota metodologica**  
Pag. 69

**7** **Gli obiettivi**  
Pag. 73

**GRI Content index**  
Pag. 76



# Lettera agli stakeholder

Il 2025 è stato un anno importante per Mediamo. Per **festeggiare** (le “nozze d’argento”, i 25 anni dalla fondazione, con la festa di gennaio e una “missione” a Siviglia sulle orme di una delle tante avventure per fare squadra e stare bene insieme), per **ringraziare** (guardandosi indietro e ricordando le persone che sono passate per l’agenzia e i tanti clienti, fornitori e amici che sono passati in un periodo così lungo), per **ricordare** (dagli inizi con il fax e le ultime macchine da scrivere, all’intelligenza artificiale l’ambito della comunicazione è cambiato come quasi nessun altro), per **rilanciare** (nuovi clienti e una stabilizzazione molto significativa delle persone che lavorano per l’agenzia). Festeggiare, ringraziare, ricordare e rilanciare, sono questi i verbi che hanno accompagnato le scelte fondamentali per il 2025 e che, in qualche modo, sono anche i verbi che continueranno ad accompagnare Mediamo in questi anni che la **traghetteranno** verso il trentennale. Soprattutto rilanciare è importante, non solo, e non tanto, perché è giusto e doveroso farlo, ma proprio perché per guardare l’orizzonte e cercare di scorgere nuove strade, è necessario avere lo spirito giusto, che non è quello di chi, a 25 anni dalla fondazione, pensa di essere arrivato, ma quello di chi **inizia un’avventura**. Con la curiosità e la voglia di vedere come andrà e con una sempre maggiore attenzione a lavorare bene, a vantaggio dei clienti ma anche, e forse soprattutto, a vantaggio di chi a Mediamo ci lavora e spende professionalità, energie e passione.

Il 2025 è stato un anno importante, quelli che verranno lo saranno ancora di più.

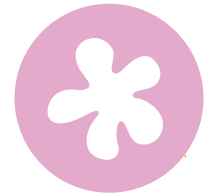
p.s. A suo modo anche questo Bilancio di Sostenibilità è un po’ storico: è il decimo e dal primo, risalente al 2012 (all’inizio lo facevamo ogni due anni), molto è cambiato anche nella qualità di questo documento. Un esempio del miglioramento che cerchiamo di rendere possibile ogni giorno.

Paolo Seghedoni & Andrea Cavallini

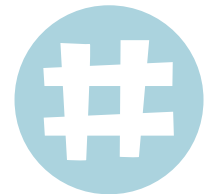
# Overview



**16** *Persone*



**39** *Clienti*



**26** *Anni di esperienza*



**327** *ore di formazione*



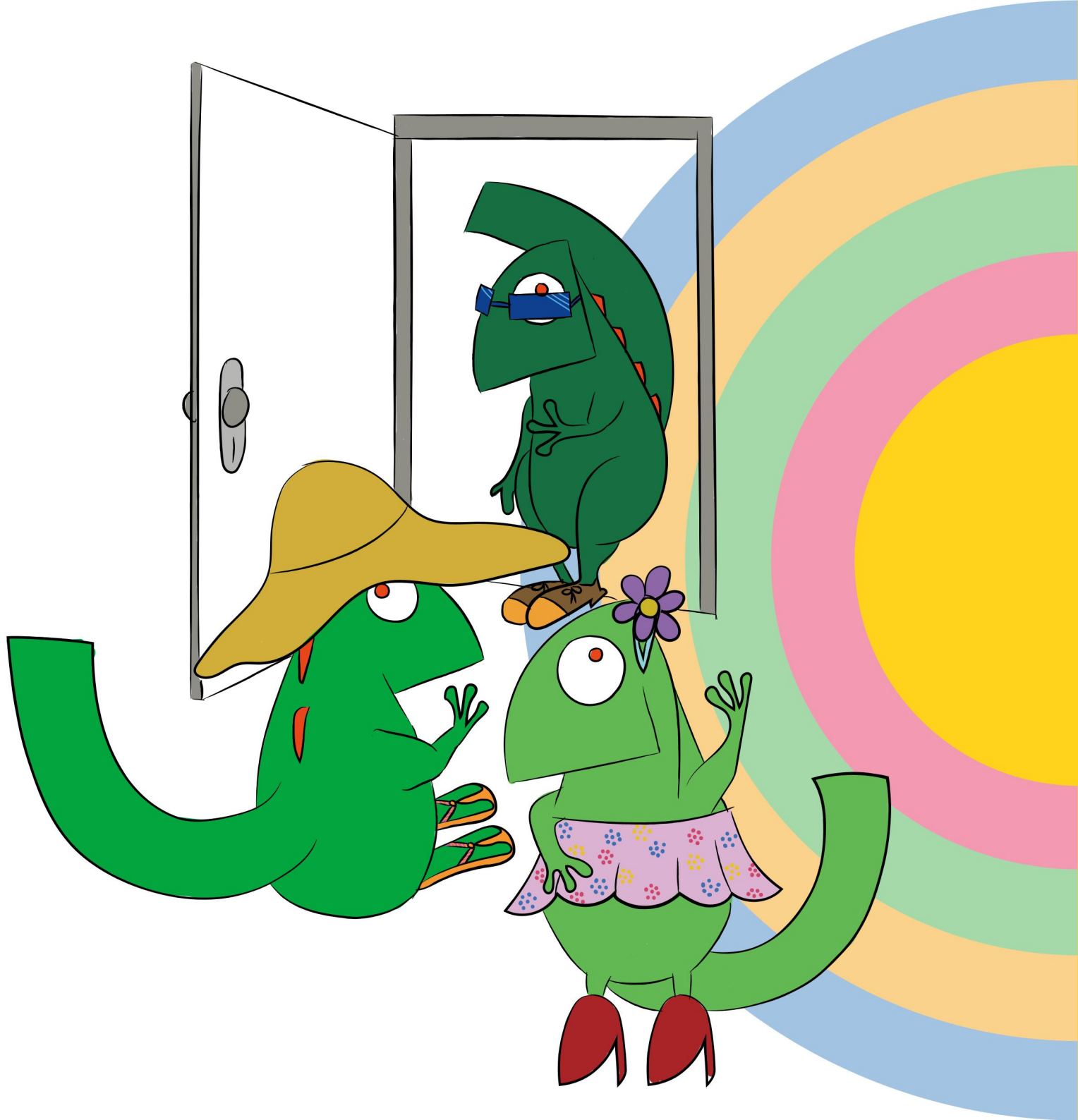
**99** *ore lavorate  
pro bono*



**1,6%** *del fatturato  
destinato a progetti sociali*



**459.099 €**  
*di fatturato*



# Chi siamo

Mediamo è un'agenzia di comunicazione con sede a Modena che da oltre 25 anni affianca imprese, enti e organizzazioni nella progettazione di strategie e strumenti di comunicazione efficaci e creativi.

Ci piace definirci un'agenzia di comunicazione sartoriale: ogni cliente ha esigenze, obiettivi e caratteristiche uniche e il nostro compito è ascoltarle, comprenderle e trasformarle in progetti di comunicazione capaci di valorizzarne l'identità e massimizzare i risultati degli investimenti.

Il simbolo che ci accompagna fin dalla nascita è il camaleonte, emblema della nostra capacità di adattarci ai contesti, interpretare linguaggi differenti e costruire soluzioni personalizzate senza mai perdere coerenza e qualità. Grazie a un team multidisciplinare siamo in grado di offrire un servizio completo che integra consulenza strategica, grafica, ufficio stampa, digital communication, organizzazione di eventi, produzione di contenuti e formazione. Un unico interlocutore, capace di seguire ogni fase del progetto con competenza, esperienza e attenzione ai dettagli.

# La nostra storia

**1999**

*Quando tutto ebbe inizio*



Come ogni bella storia che si rispetti anche la nostra comincia da un sogno e da un momento insospettabile. Il progetto di Mediamo, infatti, non prende forma in un ufficio attorno a un tavolo, ma nasce su un divano, durante le tante sere passate dai nostri fondatori, Andrea e Paolo, a guardare la Coppa America di vela tifando per Luna Rossa nel mare della Nuova Zelanda. Del resto tutte le grandi imprese hanno un aneddoto da raccontare, chi siamo per non raccontarvi il nostro!

**2000**

*Nasce Mediamo*



Sembrava solo un'idea e invece eccoci qua: il 10 gennaio del 2000, agli albori del nuovo millennio, siamo pronti a partire con questa nuova avventura. Mediamo nasce così, con la voglia dei nostri fondatori di stare al passo coi tempi, innovarsi e offrire un servizio completo e di qualità che sappia farsi strada nella nuova frontiera della comunicazione.

**2001**

*La multipla*



Il 2001 è stato un anno di grandi corse, letteralmente! Con la nostra fidata Fiat Multipla, Andrea e Paolo sfrecciano su e giù per l'Appennino che diventa così il nostro ufficio itinerante! È un periodo intenso, pieno di trasferte, incontri e nuove opportunità. A bordo con loro c'è Valentino, un nuovo socio che, con la sua energia e il suo entusiasmo, accompagna Mediamo per un paio d'anni, lasciando il segno in questa avventura.

**2003**

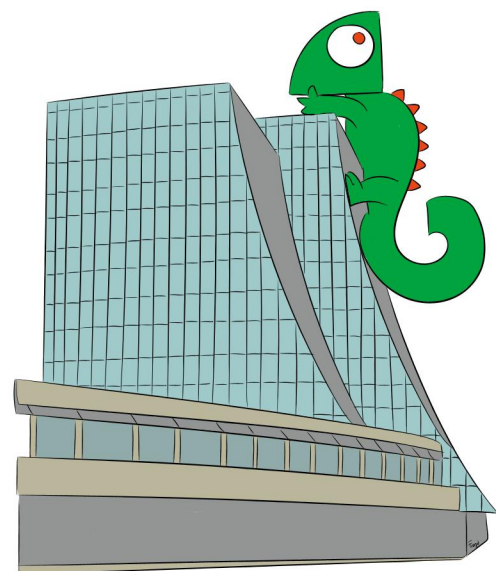
*La sede in garage*



Tutti i migliori cominciano lavorando in una stanzina o, ancora meglio, in garage. Ne riportiamo giusto qualche esempio emblematico: Bill Gates e Paul Allen durante i primi giorni di vita di Microsoft, Steve Jobs mentre progettava il futuro della Apple e poi, ovviamente Andrea e Paolo che, insieme a qualche collaboratore, stavano mettendo le fondamenta per la nostra agenzia.

## 2008

*La svolta*



Il 2008 segna un anno di svolta per noi! Acquistiamo infatti la prima sede in via Direzionale 70 e assumiamo ufficialmente i nostri primi dipendenti. Andrea e Paolo, mettono insieme diverse professionalità in un unico team trasversale ed eterogeneo capace di accompagnare i clienti in ogni esigenza. Cosa hanno in comune queste persone? Tanta passione e flessibilità, creatività e una costante voglia di imparare e aggiornarsi.

## 2011

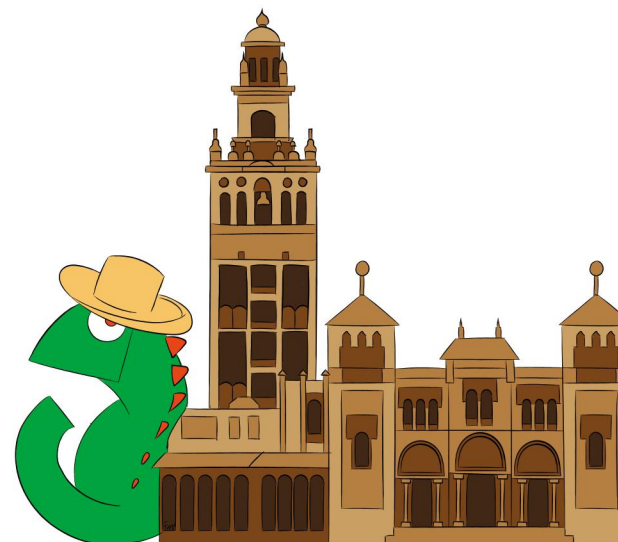
*Pionieri della Sostenibilità*



Parlare di sostenibilità oggi è facile, ma nel 2011, chi ci avrebbe mai scommesso? Noi! Proprio in quell'anno, insieme ad altre aziende del modenese fondiamo l'Associazione per la Responsabilità Sociale d'Impresa e l'anno successivo redigiamo il primo report di sostenibilità di Mediamo. Non tardano ad arrivare clienti che con lungimiranza intravedono il potenziale di questo strumento e così, nello stesso anno, cominciamo redigendo il primo report per Bper.

## 2015

*Mediamo alla conquista della Spagna!*



Forse non lo sapevate, ma Andrea e Paolo provano un amore immenso per la Spagna e in particolare per Siviglia. Non sappiamo dire quante volte ci siano andati, ma per quanto la amano hanno voluto portare Mediamo anche lì! In Spagna hanno organizzato diverse iniziative di comunicazione e intrecciato relazioni commerciali con gli amici andalusi. Il legame con la Spagna, sempre più forte, ci porta ad aprire una sede di rappresentanza proprio a Siviglia!

## 2016

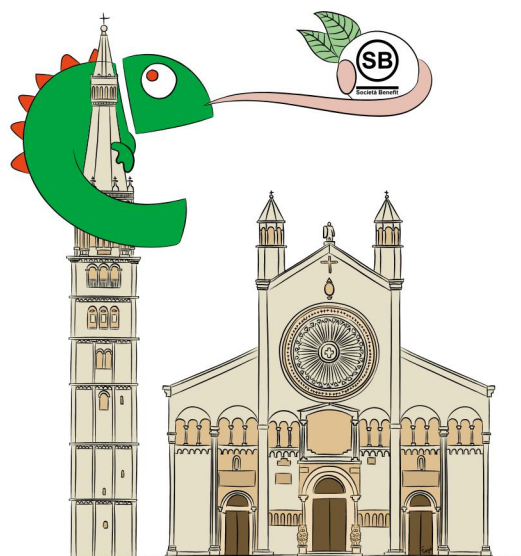
*Arrivano i Festival!*



Non ci poniamo mai limiti e siamo sempre pronti a cimentarci in nuove sfide, ce lo abbiamo nel DNA! È per questo che quando ci viene chiesto di collaborare alla prima edizione del Festival della Migrazione non ci tiriamo indietro! È il primo di una lunga serie di eventi che organizzeremo tra cui spicca il Festival dello Sviluppo Sostenibile. Si tratta della più grande iniziativa sul tema della sostenibilità diffusa in tutto il Paese e quindi ci siamo detti: perché non portarla anche a Modena?

## 2020

*Diventiamo Società Benefit*



Per i nostri vent'anni ci siamo fatti un grande regalo: diventiamo ufficialmente Società Benefit. Per noi questa qualifica conta davvero tanto perchè attesta come il nostro operato non miri solo al raggiungimento del profitto, ma anche ad avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente, riconoscendo così il prezioso valore che ha il lavoro di questi primi 20 anni.

## 2022

*Nasce MAS*



Il nostro impegno nell'ambito della sostenibilità ci ha accompagnato fin dai primi anni di attività e ha raggiunto pieno compimento nel 2022 con la nascita di MAS (Mediamo Area Sostenibilità), uno spin-off di Mediamo che si occupa esclusivamente e approfonditamente del tema più centrale del momento.

## 2023

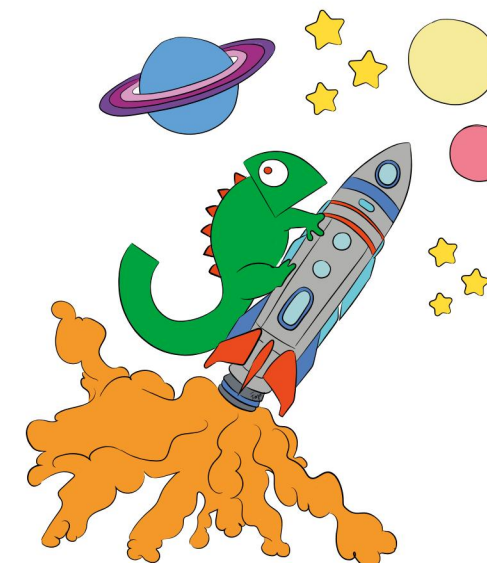
*Nuova sede*  
**Nuova sede**



Abbiamo cambiato ufficio! Ci siamo ingranditi perchè avevamo bisogno di più spazio per tutte queste attività! L'ufficio è nuovo, moderno, con tanta luce e tante piantine, ma sono rimaste le vecchie abitudini, infatti usiamo ancora utensili lavabili e riutilizzabili, abbiamo un erogatore d'acqua e per ultimo, ma non meno importante, facciamo la raccolta differenziata, anche molto bene! Un ufficio accogliente con tanti spazi comuni, anche per le nostre pause caffè e le nostre chiacchiere.

## 2025

*Il meglio deve ancora venire*



E così, passo dopo passo, siamo arrivati fino a qui. Venticinque anni di storia, idee, sfide e tanti traguardi raggiunti, ma se pensate che sia tutto, vi sbagliate di grosso! Perché questa è solo la prima parte del nostro viaggio. Abbiamo ancora tanta voglia di crescere, migliorarci e sbizzarrirci con nuovi progetti! Il meglio deve ancora venire e non vediamo l'ora di scrivere insieme i prossimi capitoli della nostra avventura.

# 25 anni Mediamo

## *Un traguardo che guarda al futuro*

Il 2025 ha segnato un traguardo importante per Mediamo: **venticinque anni di attività**. Un anniversario che rappresenta molto più di una ricorrenza, perché racconta la capacità dell'agenzia di crescere, evolversi e adattarsi ai profondi cambiamenti che hanno interessato il mondo della comunicazione negli ultimi decenni. In questi venticinque anni sono cambiati gli strumenti, i linguaggi, i canali e le esigenze dei clienti, ma è rimasto immutato il nostro modo di lavorare: **ascoltare, costruire relazioni di fiducia e sviluppare progetti di comunicazione su misura**. Raggiungere questo traguardo significa aver costruito un'impresa solida, capace di rinnovarsi senza perdere la propria identità e i valori che ne hanno accompagnato la crescita.

Per celebrare questo importante anniversario, il **26 settembre 2025 abbiamo organizzato un evento presso il Laboratorio Aperto di Modena**, invitando clienti, partner, collaboratori e amici che hanno condiviso con noi una parte di questo percorso. Abbiamo scelto di trasformare la festa in un momento di incontro e riflessione, inserendo all'interno del programma un appuntamento dedicato all'**economia civile con Sabrina Bonomi**, socia fondatrice di SEC – Scuola di Economia Civile. Per noi è stato un modo per condividere con la nostra comunità non solo un traguardo aziendale, ma anche i **valori che orientano il nostro essere Società Benefit**.

La serata è stata inoltre arricchita da momenti di partecipazione dedicati ai ricordi, agli aneddoti e alle esperienze vissute insieme nel corso degli anni, confermando come **la storia di Mediamo sia il risultato delle relazioni costruite** con le tante persone che hanno incrociato il nostro cammino. Coerentemente con questa visione, abbiamo scelto di omaggiare tutti gli ospiti con i "Chicchi Generosi" di Porta Aperta, trasformando anche il momento celebrativo in un'occasione di sostegno concreto a un progetto sociale del territorio.



*Rivivi questo  
momento speciale*

Le celebrazioni si sono concluse nel mese di novembre con un **viaggio di tre giorni a Siviglia**, città che occupa un posto speciale nella storia di Mediamo e nella quale, per alcuni anni, l'agenzia ha avuto anche una sede di rappresentanza. La scelta della destinazione non è stata casuale, ma ha voluto richiamare una parte importante del nostro percorso imprenditoriale. Il viaggio ha rappresentato un'occasione per rafforzare ulteriormente il gruppo di lavoro attraverso momenti di formazione, attività di team building e occasioni di condivisione più informali. È stato, soprattutto, il nostro modo per **ringraziare tutte le persone che ogni giorno contribuiscono alla crescita dell'agenzia** e che hanno reso possibile il raggiungimento di questo importante traguardo.



# Le persone

Le persone rappresentano una **risorsa fondamentale per Mediamo**. Con il loro lavoro quotidiano contribuiscono in modo concreto alla crescita dell'impresa, alla qualità dei servizi offerti e alla capacità dell'organizzazione di affrontare nuove sfide. Ciascuna porta con sé competenze, esperienze, sensibilità e punti di vista differenti che, integrandosi tra loro, alimentano il dinamismo e l'innovazione dell'agenzia. Il capitale umano non è soltanto un elemento produttivo, ma l'espressione dei valori che guidano il nostro operato: **collaborazione, responsabilità condivisa e attenzione alle relazioni**.

Per questo motivo investiamo nella costruzione di rapporti di lavoro stabili e duraturi, nella valorizzazione delle professionalità e nella creazione di un ambiente che favorisca fiducia, partecipazione e crescita. Al termine del 2025, il team di Mediamo è composto da **2 soci, 9 dipendenti e 5 collaboratori**. Tra i dipendenti, sei sono donne e tre uomini; considerando anche i soci, il team interno raggiunge un totale di 11 persone, di cui 6 donne e 5 uomini. **Tre componenti del team interno hanno meno di 30 anni**, a testimonianza dell'attenzione verso il ricambio generazionale e l'inserimento di nuove professionalità. La composizione del gruppo riflette l'attenzione dell'agenzia alla valorizzazione delle diversità e all'equilibrio tra competenze, esperienze e sensibilità differenti.

**Otto dipendenti sono assunti con contratto a tempo indeterminato**, con riferimento al CCNL Grafica Editoria e a quello dei Giornalisti, mentre una dipendente è assunta con contratto a tempo determinato e uno dei dipendenti è attualmente in distacco sindacale. Nel corso del 2025 **non si sono registrate cessazioni di rapporti di lavoro dipendenti**. Il dato più significativo dell'anno riguarda invece l'ingresso nel personale dipendente di tre professionisti che già collaboravano stabilmente con l'agenzia e che, all'inizio del 2025, sono stati assunti. Questa scelta rappresenta un importante segnale di solidità e sviluppo dell'impresa: da un lato testimonia la capacità di Mediamo di investire sulle persone e sulle competenze costruite nel tempo, dall'altro contribuisce a rafforzare ulteriormente la struttura organizzativa e la continuità dei servizi offerti.

Parallelamente, si conferma **il ruolo centrale dei collaboratori esterni**, di cui 3 donne e 2 uomini, con i quali prosegue una collaborazione continuativa e consolidata. Si tratta di professionisti che da anni condividono con l'agenzia obiettivi, metodi di lavoro e valori, contribuendo in modo integrato alle attività e ai progetti. La stabilità di queste relazioni professionali rappresenta un patrimonio importante per Mediamo e un elemento di continuità che rafforza **il senso di appartenenza a un'unica squadra**.

Ad arricchire ulteriormente il nostro team, anche nel 2025 sono state accolte **quattro persone in formazione attraverso percorsi di stage e tirocinio**. L'attenzione verso i giovani che si affacciano al mondo del lavoro continua a rappresentare un impegno concreto dell'agenzia e uno degli obiettivi di beneficio comune che caratterizzano Mediamo come Società Benefit. I dettagli quantitativi e qualitativi relativi a questa attività sono approfonditi nella Relazione di Impatto 2025, consultabile in coda a questo bilancio.

2 soci



**Paolo Seghedoni**  
*Co-founder & Ceo*



**Andrea Cavallini**  
*Co-founder & Ceo*



**Ilenia Vecchi**  
*Amministrazione*



**Luca Beltrami**  
*Giornalista & Addetto stampa*



**Ludovica Mangiapanelli**  
*Social media strategist  
& Event manager*

9 dipendenti



**Federica Montaruli**  
*Art Director*



**Elena Prandini**  
*Senior Graphic Designer*



**Francesca Arnone**  
*Graphic & Digital designer*



**Patrizia Palladino**  
*Giornalista & Addetta stampa*



**Pierluigi Saraceni**  
*Social media manager*



**Giacomo Gullo**  
*In distacco sindacale*

## 5 collaboratori



**Silvia Mantovani**

*Web designer*



**Silvia Pignatti**

*Social media strategist  
& Digital communication*



**Giacomo Barbieri**

*Fotografo & videomaker*



**Diego Camola**

*Fotografo*



**Lucia Tancredi**

*Fundraiser*

# L'ambiente di lavoro

Per Mediamo, prendersi cura dell'ambiente di lavoro significa **creare le condizioni affinché le persone possano esprimersi al meglio, sentirsi a proprio agio e lavorare in modo efficace e sereno**. L'agenzia mette a disposizione una zona cucina attrezzata con frigorifero, forno a microonde e macchina del caffè, oltre a fornire gratuitamente acqua, caffè, snack e altre bevande, per rendere più piacevoli le pause e favorire un clima disteso e collaborativo. Tra i benefit offerti rientrano anche una **piccola biblioteca aziendale** liberamente accessibile a dipendenti e collaboratori e una selezione di abbonamenti a riviste e quotidiani, strumenti pensati per stimolare la formazione professionale e la crescita personale. L'azienda fornisce inoltre a ciascun dipendente **la strumentazione necessaria allo svolgimento del proprio lavoro**, con disponibilità a valutare richieste di miglioramento o aggiornamento, nell'ottica di garantire sempre le migliori condizioni operative. Gli ambienti di lavoro continuano a essere arricchiti dalla presenza di piante e spazi condivisi pensati per favorire il benessere delle persone e la qualità della permanenza in ufficio.

Alla qualità degli spazi si affianca **l'attenzione alle relazioni**. Mediamo promuove durante tutto l'anno occasioni di incontro, confronto e condivisione che contribuiscono a rafforzare il senso di appartenenza e la coesione del gruppo.

Nel corso del 2025 abbiamo inoltre **rafforzato gli strumenti di comunicazione interna**, introducendo momenti periodici di confronto con tutto il team. Questi incontri rappresentano un'occasione per condividere l'andamento dell'agenzia, aggiornare le persone sui progetti in corso, affrontare eventuali criticità e favorire un dialogo aperto tra le diverse professionalità presenti in azienda. L'obiettivo è rendere la comunicazione interna sempre più trasparente, partecipata e orientata alla collaborazione.

A partire dagli ultimi mesi dell'anno è stato inoltre avviato un percorso di **miglioramento dell'organizzazione del lavoro attraverso un utilizzo più strutturato degli strumenti di Microsoft 365**. Dopo una formazione dedicata, sono stati introdotti un calendario condiviso e un gestionale delle attività, con l'obiettivo di migliorare il coordinamento

dei progetti, la pianificazione del lavoro e la condivisione delle informazioni tra i membri del team. Si tratta di un primo passo verso un'organizzazione sempre più efficiente, capace di supportare la crescita dell'agenzia e facilitare il lavoro quotidiano delle persone.

Non sono poi mancati gli abituali **momenti di condivisione e convivialità**. Nel giugno 2025 si è svolta la tradizionale festa di inizio estate, un momento conviviale che ha coinvolto dipendenti, collaboratori e soci prima della pausa estiva. A ottobre, anche quest'anno, il team ha messo alla prova la propria capacità di collaborazione e problem solving con un'Escape room, esperienza che riscuote sempre molto successo ed entusiasmo.

Nel mese di novembre Mediamo ha promosso due iniziative coerenti con il proprio impegno come Società Benefit: **un'attività di volontariato aziendale e la seconda edizione del Ref(r)ashion Day**, la giornata di scambio di abiti usati tra colleghi dedicata alla promozione del consumo responsabile e dell'economia circolare. Entrambe le iniziative sono descritte e valutate nella Relazione di Impatto 2025, alla quale si rimanda per un approfondimento sugli obiettivi perseguiti, le modalità di realizzazione e i risultati ottenuti.

A dicembre si è svolto il **tradizionale incontro di fine anno**, occasione dedicata al confronto aperto sull'andamento dell'agenzia, alla raccolta di feedback e alla condivisione dei risultati raggiunti durante l'anno. Il momento si è concluso con un aperitivo e con il consueto Secret Santa, iniziativa che negli anni è diventata un appuntamento atteso e apprezzato da tutto il team.

Anche il benessere individuale viene supportato attraverso **modalità di lavoro flessibili**. Quando richiesto, la proprietà offre ai propri dipendenti la possibilità di lavorare in smart working utilizzando il NAS aziendale e gli strumenti digitali condivisi. Riteniamo infatti che il lavoro a distanza, oltre a rappresentare in alcuni casi una necessità organizzativa, possa contribuire alla riduzione degli spostamenti, al contenimento dell'impatto ambientale e a una migliore conciliazione tra vita professionale e personale.

Nel corso del 2025, in continuità con gli anni precedenti, **non si sono verificati infortuni sul lavoro o malattie professionali**. Tutti gli obblighi previsti in materia di salute e sicurezza sono stati regolarmente assolti, confermando l'attenzione costante alla tutela delle persone.

La salute e la sicurezza dei lavoratori sono garantite attraverso **l'osservanza del Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)** e la presenza di una figura dedicata alla vigilanza in materia, individuata nel **Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza Territoriale (RLST)**. Per le aziende con meno di dieci dipendenti, infatti, questa figura è prevista esternamente.



# Formazione

La **formazione continua** rappresenta per Mediamo uno strumento fondamentale per accrescere le competenze, sostenere l'aggiornamento professionale e accompagnare l'evoluzione dell'organizzazione. Investire nella crescita delle persone significa infatti migliorare la qualità dei servizi offerti, favorire l'innovazione e creare un ambiente di lavoro capace di adattarsi ai cambiamenti e alle nuove esigenze del mercato.

Nel corso del 2025 sono state svolte complessivamente **327 ore di formazione non obbligatoria**, registrando un ulteriore incremento rispetto alle 252 ore del 2024. Il dato conferma la volontà dell'azienda di investire in maniera continuativa nello sviluppo delle competenze del proprio team.

La maggior parte delle ore è stata dedicata all'**aggiornamento professionale dei giornalisti** e alla **formazione sull'utilizzo degli strumenti di Microsoft 365**, introdotti per migliorare l'organizzazione del lavoro, la gestione dei progetti e la comunicazione interna. L'azienda ha infatti accompagnato l'adozione del nuovo sistema gestionale con un percorso formativo dedicato, affinché tutte le persone coinvolte potessero acquisire le competenze necessarie per utilizzarne al meglio le funzionalità.

Accanto alla formazione volontaria, tutti i dipendenti interessati hanno regolarmente partecipato ai **corsi obbligatori previsti dalla normativa in materia di salute e sicurezza sul lavoro**, conseguendo i relativi attestati di aggiornamento. Inoltre, il dipendente assunto con contratto di apprendistato ha svolto le 80 ore di formazione previste dal proprio percorso formativo.

Anche nel 2025 Mediamo ha continuato a sostenere la crescita professionale individuale delle proprie persone. Una dipendente ha infatti intrapreso un Master in Project Management, che l'azienda ha supportato attraverso una gestione flessibile dell'orario di lavoro e la concessione di specifiche giornate dedicate alla frequenza del percorso formativo, senza ricorrere all'utilizzo di ferie o permessi. Una scelta che riflette la convinzione **che investire nello sviluppo delle competenze delle persone rappresenti un investimento per la crescita dell'intera organizzazione**.

| ore di formazione | uomini | donne | totale |
|-------------------|--------|-------|--------|
| soci              | 58     | /     | 58     |
| dipendenti        | 75     | 194   | 269    |
| totale            | 133    | 194   | 327    |



*Numero medio di ore di formazione per dipendente nel 2025: 30*



# Gli impatti ambientali

Mediamo è consapevole che, per la natura della propria attività di fornitura di servizi, gli impatti ambientali diretti non risultano particolarmente significativi. Tuttavia, la tutela dell'ambiente rappresenta un tema centrale, da coltivare sia nelle scelte organizzative e strutturali, sia nei comportamenti quotidiani.

Per l'azienda, la consapevolezza e la sensibilizzazione ambientale sono valori condivisi, che crescono attraverso il contributo di tutte le persone che fanno parte dell'organizzazione. Dipendenti e collaboratori sono, infatti, coinvolti nell'adozione delle pratiche ecologiche e nella proposta di nuove idee e azioni orientate al miglioramento continuo.

# Materiali e gestione dei rifiuti

Mediamo, vista la natura delle proprie attività, non utilizza materie prime legate a processi produttivi, ma ricorre principalmente a risorse strumentali necessarie allo svolgimento del lavoro quotidiano. I principali materiali e beni utilizzati riguardano, infatti, **dispositivi e accessori digitali**, come computer portatili, schermi, tastiere, macchine fotografiche, microfoni e altri strumenti per la comunicazione, utilizzati per realizzare interviste, video, webinar e contenuti digitali.

L'acquisto di questi strumenti avviene solo in presenza di **effettive necessità operative**, privilegiando un utilizzo responsabile delle attrezzature e limitando il più possibile sostituzioni non indispensabili.

Per quanto riguarda le attività d'ufficio, Mediamo promuove la **progressiva digitalizzazione dei processi interni**, con l'obiettivo di ridurre al minimo il ricorso alla stampa e il consumo di carta. Quando l'utilizzo della carta risulta necessario, l'azienda privilegia **carta riciclata oppure certificata Ecolabel o FSC**, a garanzia di una gestione più responsabile dei materiali utilizzati.

In materia di gestione dei rifiuti, la società opera secondo una **logica di prevenzione e responsabilità**, con un focus principale legato alla riduzione della quantità di rifiuti prodotti. Per questo motivo, negli spazi aziendali sono adottate diverse soluzioni orientate al contenimento degli impatti ambientali, tra cui:

- l'utilizzo di stoviglie riutilizzabili nelle aree ristoro;
- la presenza di asciugamani in tessuto lavabile nei servizi igienici;
- l'impiego di una macchina del caffè a basso impatto ambientale, che genera esclusivamente rifiuti compostabili.

La raccolta dei rifiuti avviene in **conformità alla normativa comunale vigente**, attraverso il conferimento a soggetti terzi autorizzati. L'ufficio è dotato di contenitori dedicati alla raccolta differenziata, che riguarda plastica, carta, organico, vetro e lattine. Anche specifiche tipologie di rifiuto, come cartucce, pile e materiale informatico, sono raccolte separatamente e gestite secondo modalità di smaltimento appropriate, nel rispetto delle disposizioni applicabili.

# Consumi di energia

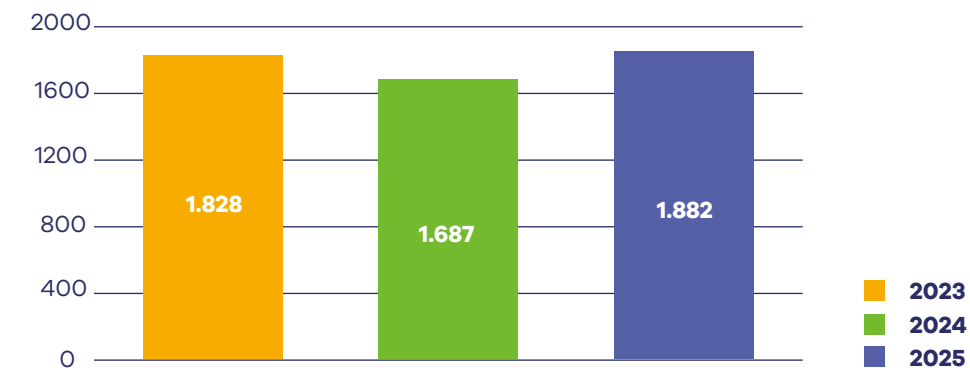
I consumi energetici di Mediamo derivano principalmente **dall'energia elettrica utilizzata per il riscaldamento, il raffrescamento e il funzionamento della sede operativa**, oltre che dal gas naturale impiegato per gli impianti centralizzati condominiali.

La **promozione e la sensibilizzazione su comportamenti responsabili** all'interno dell'organizzazione rappresenta un aspetto rilevante per l'organizzazione che incoraggia i propri dipendenti ad adottare buone pratiche quotidiane, come spegnere prese multiple, dispositivi elettronici e altre apparecchiature al termine della giornata lavorativa o nei periodi di non utilizzo.

Nel 2025 il consumo di energia elettrica dell'azienda è risultato pari a **1.882,5 kWh**<sup>1</sup>. Il dato evidenzia un aumento rispetto all'anno precedente di circa l'11,6%, probabilmente giustificato da un maggiore utilizzo degli impianti di riscaldamento e raffrescamento, in relazione al più frequente verificarsi di temperature estreme.

Mediamo acquista il **100% dell'energia elettrica da fonti rinnovabili**, certificata tramite **Garanzie d'Origine**, attraverso la cooperativa energetica *ènostra*: la prima cooperativa energetica italiana che produce e fornisce energia 100% rinnovabile secondo un modello partecipativo.

## Energia elettrica

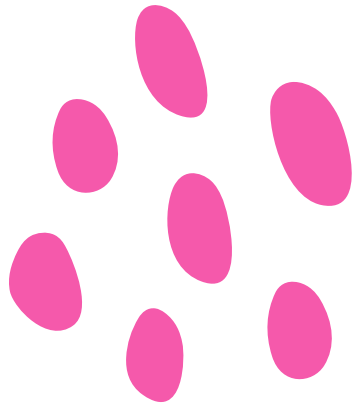
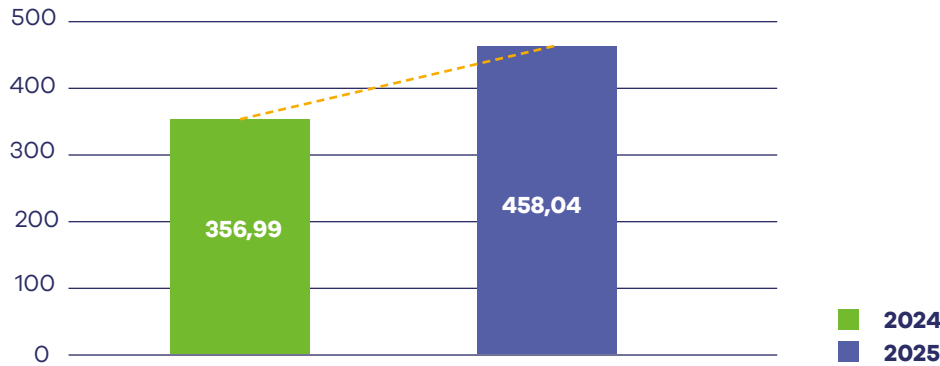


<sup>1</sup> Il perimetro di rendicontazione relativo all'energia elettrica comprende la sede operativa attualmente in uso, situata in via E. Rainusso 144, Modena, e la sede legale in via P. Giardini 456/C, Modena.

In continuità con il metodo adottato nell'anno precedente, il **consumo di gas naturale** è stato rendicontato utilizzando una stima basata sul costo medio del combustibile nel corso dell'anno. Il gas naturale, infatti, non è utilizzato direttamente dall'organizzazione, ma è relativo agli impianti centralizzati condominiali, considerando la quota attribuibile a Mediamo sulla base delle ripartizioni condominiali.

Nel 2025 si stima un consumo di **458,04 Smc** di gas naturale, pari a 4,87 MWh.

Gas naturale (Smc)



## Intensità energetica

L'**intensità energetica** è un indicatore utile a misurare l'efficienza energetica aziendale. Il parametro scelto rappresenta i MWh consumati ogni 1000€ di ricavi. Considerando i 6,75 MWh derivanti da energia acquistata e da gas per il riscaldamento e i 459.099,68 € di fatturato, l'intensità energetica del 2025 di Mediamo risulta pari a **0,015 MWh/1000€**.

Intensità energetica (MWh/1000€)



# Emissioni di Gas ad effetto serra

Il primo passo per comprendere il proprio impatto climatico è rendicontare le proprie emissioni di gas climalteranti. Mediamo, infatti, adotta le linee guida del GHG Protocol per calcolare le proprie emissioni di gas effetto serra (GHG) a livello di organizzazione.

## Emissioni di Scope 1

Le **emissioni di Scope 1** sono generate da fonti di proprietà dell'azienda o sotto il suo diretto controllo. Per Mediamo si riferiscono esclusivamente al consumo di gas naturale (combustione stazionaria) e ammontano a **0,94 tCO<sub>2</sub>e**, con un aumento di circa il 28,8% rispetto all'anno precedente.

| Scope 1 [tCO <sub>2</sub> e] |                                              | 2024 <sup>2</sup> | 2025 |
|------------------------------|----------------------------------------------|-------------------|------|
| Combustione stazionaria      | Gas naturale utilizzato per il riscaldamento | 0,73              | 0,94 |
| TOTALE tCO <sub>2</sub> e    |                                              | 0,73              | 0,94 |

Fonte fattore di emissione Scope 1: DEFRA 2024

## Emissioni di Scope 2

Le **emissioni di Scope 2** fanno invece riferimento alle emissioni generate dall'acquisto di energia elettrica. Mediamo, per entrambe le sedi di proprietà, si approvvigiona esclusivamente con energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili. Questa scelta consente all'azienda di **azzerare le emissioni di Scope 2** secondo l'approccio market-based, che tiene conto delle opzioni contrattuali adottate dall'organizzazione e applica il fattore di conversione relativo al mix energetico del fornitore.

<sup>2</sup> Il fattore di emissione per il calcolo dello Scope 1 dell'anno 2024 è stato aggiornato utilizzando DEFRA 2024.

*Scope 2 market based = 0 tCO<sub>2</sub>e*

Secondo l'approccio location based, che considera il fattore di conversione relativo al mix energetico nazionale, le emissioni Scope 2 risultano pari a **0,41 tCO<sub>2</sub>e**.

## Emissioni di Scope 3

Nel 2025 Mediamo ha deciso di estendere il perimetro di monitoraggio dei propri impatti ambientali, includendo nella rendicontazione anche la **categoria 7 dello Scope 3** ritenuta rilevante in relazione alla propria organizzazione e ottimo punto di partenza per le strategie aziendali.

Il calcolo è stato effettuato includendo i 9 dipendenti dell'intero organico aziendale, tenendo conto anche delle variazioni intervenute nel corso dell'anno di rendicontazione e considerando anche la persona in distacco sindacale.

Ai fini della stima sono state considerate le distanze percorse dai dipendenti tra il domicilio e la rispettiva sede di lavoro, includendo anche i casi in cui la sede operativa fosse diversa dalla sede principale di Mediamo. La metodologia adottata è di tipo **distance-based**, basata quindi sulla distanza percorsa, sul mezzo di trasporto utilizzato e sui relativi fattori di emissione.

Le emissioni complessive attribuibili alla Categoria 7 ammontano a **6,70 tCO<sub>2</sub>e<sup>3</sup>**. La principale modalità di pendolarismo rilevata è rappresentata dall'auto a benzina; mentre la percorrenza casa-lavoro più elevata è associata all'utilizzo del treno come mezzo di trasporto.

<sup>3</sup> Fonte fattori di emissione: DEFRA 2024

# Intensità emissiva

Mediamo ha calcolato la propria **intensità emissiva**, un indicatore utile a misurare l'efficienza ambientale dell'azienda rapportando le emissioni di gas serra al fatturato generato. L'indicatore adottato esprime il totale delle tonnellate di CO<sub>2</sub>e emesse ogni 1.000 € di fatturato.

*Scope 1 + Scope 2 mb + Scope 3 Cat. 7 = 7,64 tCO<sub>2</sub>e*

*Scope 1 + Scope 2 lb + Scope 3 Cat. 7 = 8,05 tCO<sub>2</sub>e*

Considerando il totale delle emissioni calcolate nel 2025 e i 459.099,68 € di fatturato, l'intensità emissiva del 2025 risulta pari a **0,017 tCO<sub>2</sub>e/1000€** secondo il metodo market based e pari a **0,018 tCO<sub>2</sub>e/1000€** utilizzando il metodo location based.

Intensità emissiva (tCO<sub>2</sub>e/1000€)



<sup>4</sup> L'intensità emissiva 2024 considera esclusivamente Scope 1 e Scope 2

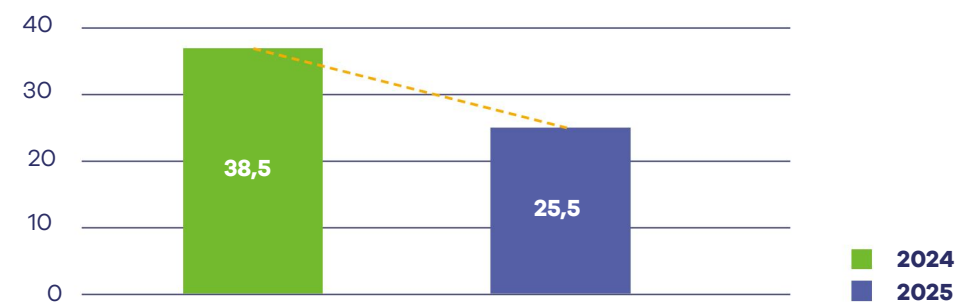
# La risorsa acqua

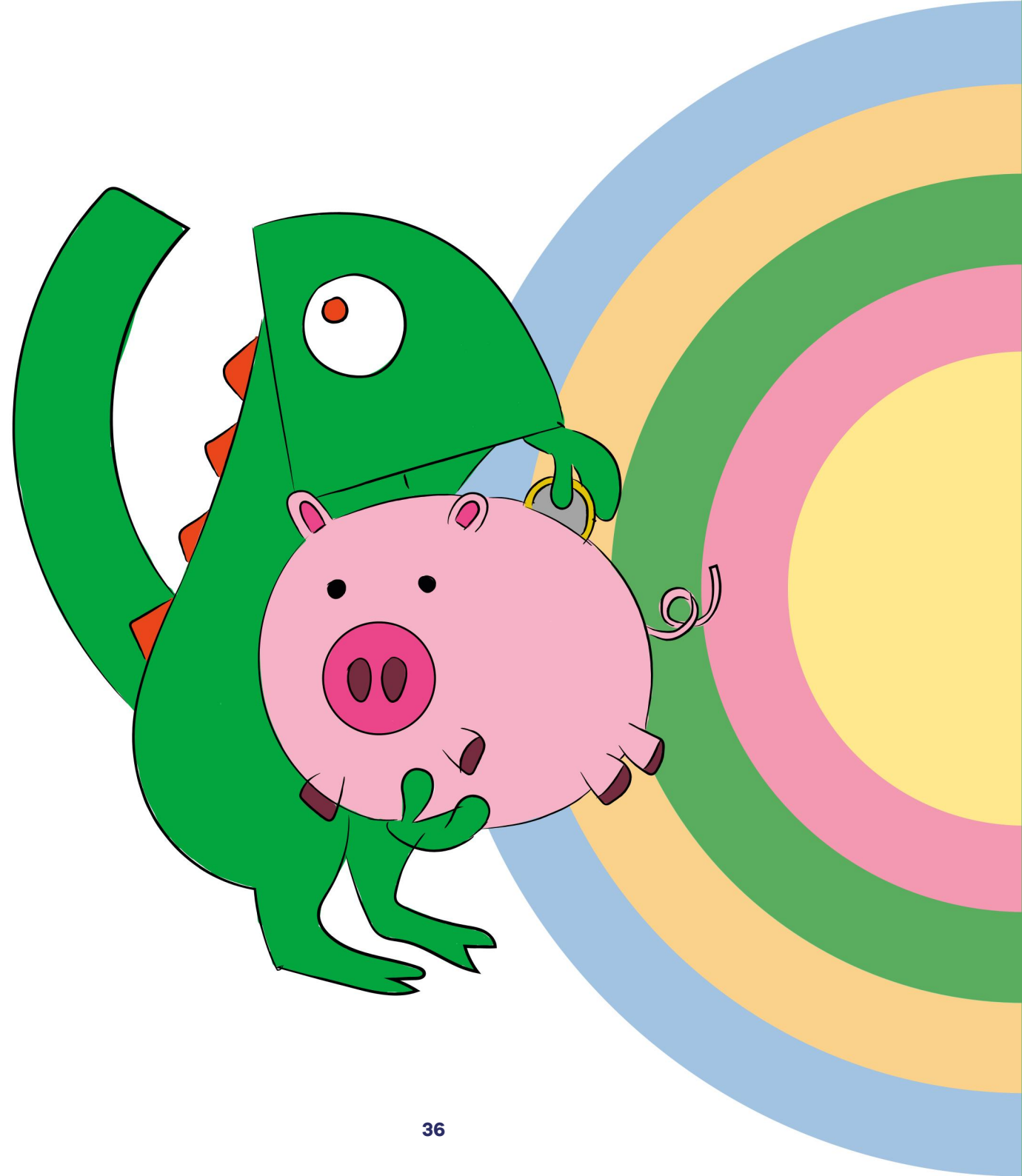
Mediamo promuove un **utilizzo il più possibile attento e responsabile delle risorse naturali**, includendo anche l'acqua tra gli ambiti ambientali rendicontati. Considerata la natura delle attività svolte, i consumi idrici risultano contenuti e legati **esclusivamente a usi potabili e igienico-sanitari**.

Nel 2025 il prelievo idrico, gestito centralmente dal condominio e sostanzialmente coincidente con lo scarico idrico, è stato pari a **25,5 mc**, registrando una **riduzione di circa il 34% rispetto al 2024**.

L'ufficio è dotato di un **erogatore che filtra l'acqua di rete**, mettendo a disposizione dei dipendenti acqua di ottima qualità.

Prelievo di acqua (mc)





# Gli impatti economici

L'analisi dei dati economici rappresenta un passaggio fondamentale per comprendere l'andamento dell'azienda e disporre degli elementi necessari a orientare le scelte future. In questa sezione vengono presentati i principali indicatori relativi all'esercizio 2025, con particolare riferimento al fatturato, alla composizione del portafoglio clienti e alla distribuzione della clientela per tipologia.

La lettura di questi dati consente di osservare l'evoluzione dell'attività nel corso dell'anno, evidenziando la struttura della clientela, il grado di diversificazione del mercato di riferimento e l'equilibrio tra rapporti consolidati e nuove collaborazioni.

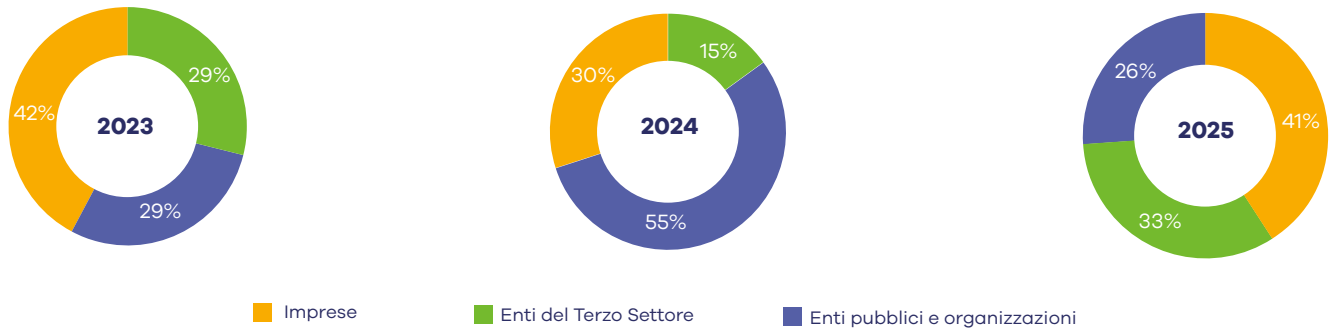
Per Mediamo i dati economici non rappresentano soltanto una misura dei risultati raggiunti, ma anche uno strumento di analisi e di pianificazione. Monitorarne l'andamento permette infatti di assumere decisioni consapevoli, valutare gli effetti delle strategie adottate e costruire le condizioni per uno sviluppo equilibrato e duraturo dell'impresa.

# Profilo clienti

Nel 2025 Mediamo ha collaborato con **39 clienti**, un dato sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente e indicativo della continuità delle relazioni costruite nel tempo. La composizione del portafoglio clienti conferma la vocazione dell'agenzia a operare in contesti differenti, affiancando imprese, enti pubblici e organizzazioni del Terzo Settore attraverso servizi di comunicazione personalizzati e coerenti con le specifiche esigenze di ciascuna realtà. Dal punto di vista numerico, **il 41% dei clienti appartiene al settore privato, il 33% è rappresentato da Enti del Terzo Settore e il restante 26% da enti pubblici.** La distribuzione evidenzia un portafoglio equilibrato e diversificato, capace di ridurre la dipendenza da un'unica tipologia di committenza e di valorizzare esperienze maturate in ambiti molto differenti tra loro.

Analizzando invece la composizione del fatturato, il settore privato continua a rappresentare la quota principale, con il **45,11%** dei ricavi complessivi. Seguono gli Enti del Terzo Settore, che incidono per il **30,02%**, e gli enti pubblici, con il **24,87%**.

Rispetto al 2024 emerge **una crescita significativa del contributo economico del Terzo Settore**, che rafforza il proprio peso all'interno del portafoglio clienti. Si tratta di un risultato coerente con il posizionamento di Mediamo e con la crescente specializzazione maturata nel supporto a organizzazioni impegnate nella generazione di valore sociale. Allo stesso tempo, la presenza equilibrata dei tre comparti conferma la capacità dell'agenzia di mantenere un **portafoglio clienti diversificato**, condizione importante per garantire stabilità e continuità allo sviluppo dell'impresa.

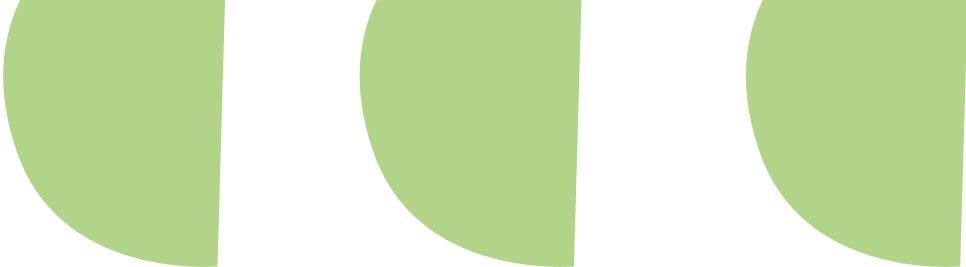


## Bilancio 2025

| Valore economico direttamente generato (euro)                           | 2023       | 2024       | 2025       |
|-------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|
| Ricavi                                                                  | 376.334,00 | 438.998,41 | 459.099,68 |
| Valore economico direttamente distribuito (euro)                        |            |            |            |
| Costi operativi                                                         | 276.030,38 | 315.830,30 | 219.072,98 |
| Retribuzioni                                                            | 70.948,00  | 106.626,58 | 226.561,06 |
| Pagamenti fornitori di capitale                                         | 6.424,00   | 9.549,01   | 9.247,35   |
| Imposte e tasse                                                         | 5.304,00   | 2.785,00   | 758,00     |
| Investimenti nella comunità                                             | 12.099,90  | 8.748,00   | 7.469,65   |
| Totale                                                                  | 370.806,28 | 443.538,89 | 463.109,04 |
| Valore economico trattenuto (euro)                                      |            |            |            |
| Differenza tra valore economico generato e valore economico distribuito | 5.527,72   | -4.540,48  | -4.009,36  |

Anche il bilancio economico del 2025 registra, come nell'anno precedente, una piccola perdita. Il motivo, questa volta, è legato a **una riorganizzazione interna, con l'assunzione di tre persone**, due delle quali erano prima collaboratrici. L'obiettivo è stato quello di stabilizzare i rapporti di lavoro, attraverso la scelta, coraggiosa ma premiante, di assumere a tempo indeterminato le persone maggiormente coinvolte nel processo creativo, nella produzione di contenuti e nelle attività di consulenza a favore dei clienti. **Una scelta in linea con l'essere società benefit e con i valori di fondo di Mediamo srl**, che ha continuato a erogare ore di lavoro e liberalità anche in questi anni non semplici, proprio per non venire meno alla propria visione.

Tuttavia nel corso del 2026 saranno implementate una serie di accorgimenti per rendere i processi più sostenibili economicamente, per riuscire a **chiudere il bilancio 2026 con un utile**, come accaduto per 22 dei 25 anni di storia dell'agenzia.



# Fornitori

Nel 2025 Mediamo ha collaborato con **89 fornitori**, registrando un lieve incremento rispetto all'anno precedente. L'ampliamento della rete di approvvigionamento riflette l'evoluzione delle attività dell'agenzia e la volontà di individuare, quando necessario, partner specializzati in grado di rispondere alle esigenze dei diversi progetti, mantenendo elevati standard di qualità e affidabilità.

Rimane centrale la preferenza per **fornitori localizzati nel territorio limitrofo alla sede operativa**, con l'obiettivo di contenere gli impatti logistici e ambientali, promuovendo al tempo stesso un'economia di prossimità. I principali fornitori di Mediamo operano nei settori della stampa, della produzione grafica e dei servizi di comunicazione, con sede prevalentemente in **Emilia-Romagna e Trentino-Alto Adige**, e risultano in regola con le normative nazionali in materia di lavoro e tutela dei dipendenti.

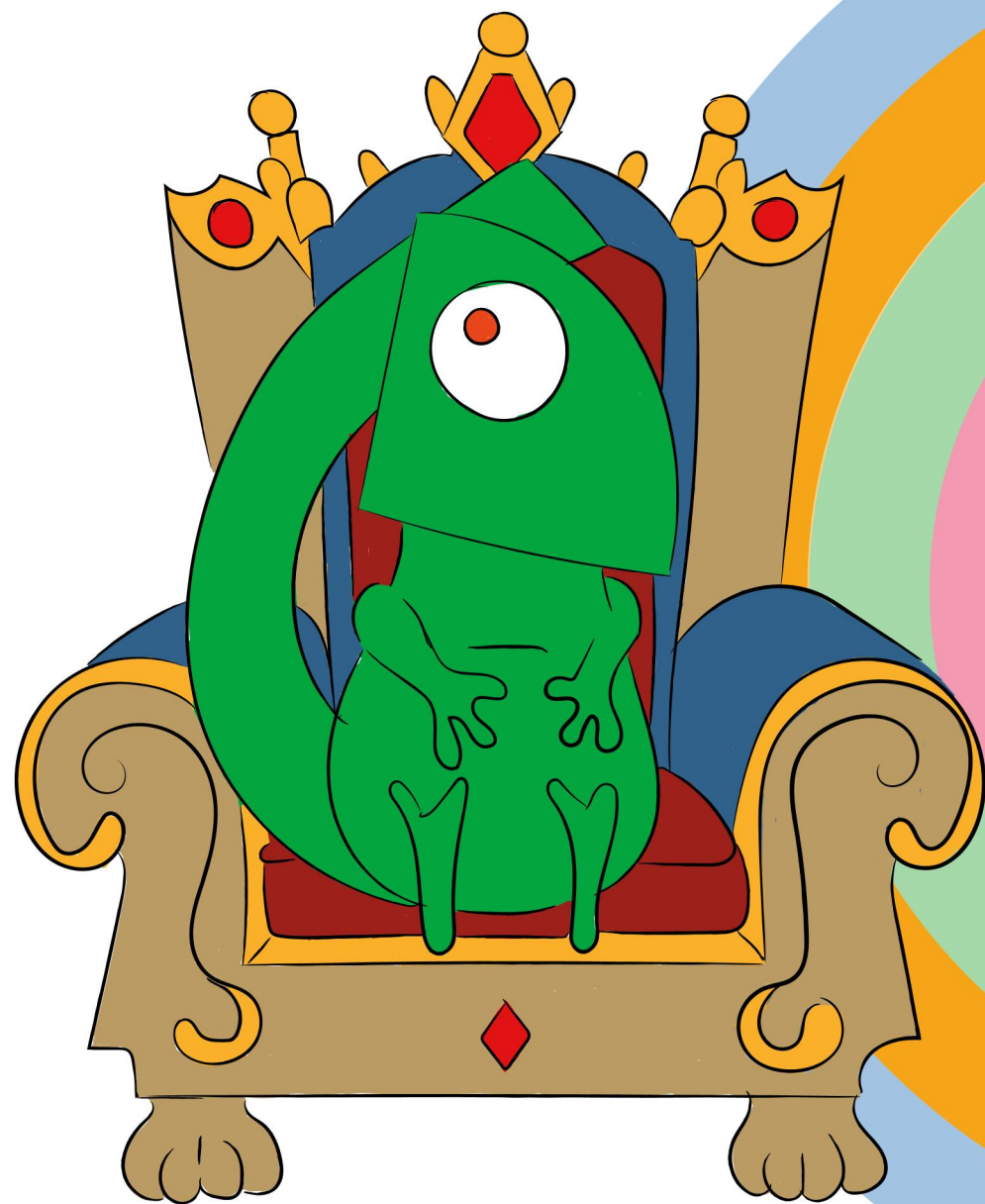
Tutti i fornitori sono informati sul **Codice Etico aziendale**, che rappresenta un riferimento condiviso per orientare i rapporti di collaborazione secondo principi di correttezza, trasparenza e responsabilità. L'azienda promuove una gestione della catena di fornitura attenta anche agli aspetti legati alla qualità dei servizi, alla sicurezza, alla protezione dei dati e alla corretta etichettatura dei prodotti.

La relazione con i fornitori rappresenta un **elemento strategico del sistema di qualità di Mediamo**. Per questo motivo l'azienda privilegia collaborazioni improntate alla fiducia reciproca, alla continuità e alla condivisione di valori comuni, nella convinzione che anche la rete dei partner contribuisca alla creazione di valore per clienti, territorio e comunità.



# Liberalità

Nel corso del 2025 Mediamo ha destinato parte delle proprie risorse economiche al **sostegno di iniziative sociali, culturali e ambientali, attraverso donazioni e sponsorizzazioni**. Queste voci rientrano a pieno titolo tra le uscite aziendali e testimoniano l'impegno dell'impresa nel sostenere realtà coerenti con i propri valori. Per la descrizione dettagliata degli importi, dei beneficiari e della percentuale di incidenza sul fatturato, si rimanda alla Relazione di Impatto 2025, riportata nelle pagine successive.



# La Governance

Dal punto di vista giuridico, Mediamo è una Società Benefit a responsabilità limitata, fondata e amministrata in forma paritaria dai due soci. La forma giuridica adottata riflette una scelta consapevole di coniugare l'attività economica con finalità di beneficio comune, integrando responsabilità economiche, sociali e ambientali all'interno della visione strategica dell'impresa.

La governance dell'azienda si basa su un modello partecipativo e condiviso, che riconosce e valorizza il contributo attivo di dipendenti e collaboratori non solo nella gestione operativa, ma anche nella definizione degli obiettivi di breve termine e delle direttrici di sviluppo. A tal fine, vengono organizzati incontri periodici dedicati alla pianificazione strategica, al monitoraggio delle attività e alla condivisione delle priorità aziendali. Questi momenti di confronto rappresentano un'occasione concreta per allineare le diverse funzioni aziendali, raccogliere proposte e costruire una visione collettiva degli obiettivi da raggiungere.

Questo approccio favorisce il consolidamento di un clima organizzativo positivo e collaborativo, basato sulla corresponsabilità, sulla fiducia e sulla trasparenza. Il coinvolgimento diffuso contribuisce a rafforzare il senso di appartenenza e a promuovere una cultura del lavoro orientata alla cooperazione, alla proattività e al miglioramento continuo.

In questo capitolo vengono illustrati i principali strumenti che definiscono e regolano la struttura valoriale e organizzativa dell'impresa: il Codice Etico, il Modello organizzativo 231 adottato dall'azienda, e il significato dell'essere una Società Benefit, con gli adempimenti specifici che ne derivano in termini di governance, trasparenza e rendicontazione.

# Modello 231

Mediamo segue il **Modello organizzativo 231**, uno strumento per il miglioramento della governance societaria che, grazie alla sua struttura, permette di effettuare una revisione accurata dei propri processi, adottando delle politiche interne mirate a gestire gli aspetti legati alla conformità normativa, al fine di prevenire eventuali pene accessorie incidenti sull'attività lavorativa.

Come previsto da questo modello organizzativo, ci siamo dotati di un **Codice Etico che guida le attività e le scelte quotidiane**, esprimendo quei valori fondamentali e per noi imprescindibili nei nostri rapporti con collaboratori, fornitori e clienti.

## Codice Etico

### Correttezza, trasparenza e fiducia

Ogni scelta e proposta che facciamo si basa **sulla correttezza e sulla trasparenza** che si traducono poi in **fiducia**: siamo consapevoli che questo approccio è impegnativo e richiede una verifica costante, ma anche che i rapporti di lavoro debbano essere fondati su questi valori. La fiducia, nei confronti dei dipendenti oltre che di clienti e fornitori, permette di creare un'atmosfera positiva, collaborativa e rispettosa delle esigenze personali, basandosi su un alto livello di professionalità e nel rispetto dei tempi lavorativi.

### Attenzione alla persona

Il nostro approccio è basato sull'**attenzione alla persona**: da un punto di vista lavorativo con lo stimolo continuo alla formazione professionale, dal punto di vista umano attraverso il rispetto delle esigenze individuali e la sensibilità nei confronti del miglioramento delle relazioni interpersonali tra i componenti del team.

### Flessibilità

La **flessibilità** è un valore aggiunto di Mediamo. Attuandola nei confronti dei clienti, permette di concentrarsi esclusivamente sulle loro esigenze, senza farsi distrarre da fattori terzi; verso i collaboratori contribuisce a costruire una rete che riesca efficacemente a rispondere ai bisogni dell'azienda; infine, consente ai dipendenti di creare un'atmosfera di collaborazione e organizzazione interna che rispetti bisogni e richieste personali senza dimenticare i tempi e la professionalità indispensabili in un sistema di questo tipo.

Cerchiamo di sviluppare costantemente un ambiente in cui tutti abbiano la libertà di esprimersi e di fornire il proprio contributo all'attività lavorativa, intesa anche come realizzazione personale delle proprie capacità. Nel nostro lavoro, la **collaborazione** è fondamentale per poter realizzare quello che spesso è un lavoro di gruppo che necessita di una buona armonia tra tutte le persone coinvolte.

### Collaborazione

### Confronto e condivisione

**Confronto e condivisione** sono alla base del nostro agire, perché scambiarsi informazioni, anche che non riguardano strettamente il proprio ambito lavorativo, permette di avere una visione più ampia del progetto di lavoro. Condivisione, poi, significa mettere insieme esperienze lavorative e umane, difficoltà ma anche il raggiungimento di piccoli e grandi traguardi.

Oggi non è possibile restare fermi, ma occorre un aggiornamento costante. La nostra azienda lo fa in modo continuativo percorrendo due strade: corsi e seminari di alto livello; scambio di informazioni e momenti di confronto tra colleghi, sia in modo spontaneo ed estemporaneo, sia attraverso riunioni e incontri pre stabiliti per un confronto costruttivo.

### Professionalità

### Formazione e cultura

L'aggiornamento è indispensabile. La nostra società consente corsi sia di alto livello - tramite istituzioni prestigiose e accreditate a livello italiano e internazionale con cui vengono sviluppate anche sinergie (Altis - Università Cattolica, Ernst & Young, Scuola di Economia Civile, Asvis) - sia attraverso percorsi obbligatori per i lavoratori iscritti a ordini professionali, in particolare a quello dei giornalisti. La promozione della cultura è garantita sia da eventi e attività realizzati ad hoc che attraverso l'acquisto e la messa a disposizione di libri e corsi.

# Società Benefit

Mediamo è **un'agenzia di consulenza e comunicazione attiva dal 2000**, diventata Società Benefit nel settembre 2020. Una trasformazione coerente con l'identità dell'azienda, da sempre ispirata ai principi dell'Economia Civile, che affianca alla ricerca del profitto l'impegno per il bene comune.

La **Società Benefit** è una forma giuridica prevista dalla Legge di Stabilità 2016, che consente alle imprese di integrare nel proprio statuto obiettivi di beneficio comune, oltre a quelli economici. Questo comporta l'obbligo di identificare un responsabile dell'impatto, bilanciare l'interesse dei soci con quello degli stakeholder e redigere ogni anno una Relazione di Impatto.

Mediamo ha individuato **cinque obiettivi di beneficio comune**, formalizzati nello statuto, che guidano l'azione dell'azienda e vengono integrati nella strategia annuale dai due soci fondatori, Paolo Seghedoni e Andrea Cavallini, responsabili dell'impatto.

Nelle pagine seguenti è presentata la **Relazione di Impatto 2025**, che rendiconta nel dettaglio le azioni messe in campo per il raggiungimento di tali obiettivi.





# Relazione d'Impatto

La presente Relazione di Impatto è redatta da Mediamo in qualità di Società Benefit, ai sensi della Legge 28 dicembre 2015, n. 208, che ha introdotto in Italia questa forma societaria a partire dal 1° gennaio 2016.

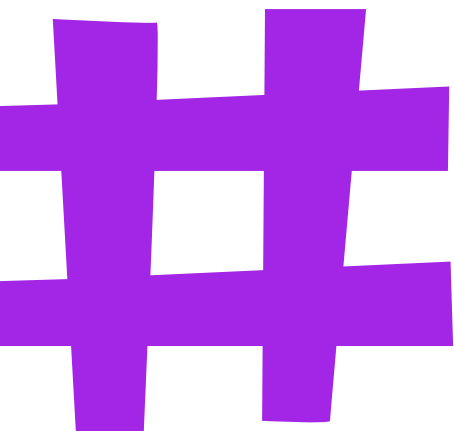
Per Mediamo essere Società Benefit significa assumere un impegno volontario, che ad oggi non comporta benefici fiscali, ma richiede di affiancare alla normale attività d'impresa il perseguimento di finalità di beneficio comune. Questo impegno si traduce nella volontà di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente verso persone, comunità, territori, ambiente e verso tutti i portatori di interesse coinvolti, direttamente o indirettamente, dalle attività della società.

Il beneficio comune consiste nel generare effetti positivi, o nel contribuire a ridurre effetti negativi, nei confronti di una o più categorie di stakeholder. La Relazione di Impatto racconta quindi come Mediamo ha perseguito tali finalità nel corso dell'esercizio, descrivendo gli obiettivi individuati, le azioni realizzate, le modalità adottate, gli eventuali elementi che ne hanno rallentato il raggiungimento e i nuovi obiettivi previsti per l'esercizio successivo. Ciascun obiettivo di beneficio comune è inoltre collegato ai Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite, gli obiettivi globali a cui anche le imprese sono chiamate a contribuire. In questo modo Mediamo mette in relazione le proprie azioni con il percorso delineato dall'Agenda 2030, valorizzando il contributo concreto che può generare attraverso il proprio operato.

Per valutare il proprio impatto, Mediamo ha scelto di fare riferimento agli **standard GRI**, utilizzati come guida per raccogliere, organizzare e presentare le informazioni relative al governo d'impresa, ai lavoratori, all'ambiente e agli altri portatori di interesse, rispondendo così alla richiesta della normativa. Tali informazioni sono presentate nel **Bilancio di Sostenibilità** redatto dall'azienda e reperibile sul sito della stessa. Accanto agli indicatori GRI sono stati individuati anche indicatori specifici, utili a rendicontare il livello di avanzamento di alcune azioni e il contributo al raggiungimento degli obiettivi di beneficio comune.

Le informazioni contenute nella Relazione di **Impatto** sono state raccolte attraverso l'analisi della documentazione interna, il confronto con le funzioni aziendali coinvolte e la verifica delle attività realizzate durante l'esercizio. Sono inoltre stati raccolti dati qualitativi attraverso l'erogazione di questionari.

La presente **Relazione di Impatto**, redatta con la supervisione di MAS, Mediamo Area Sostenibilità, è allegata al bilancio societario ed è pubblicata sul sito internet della società, in coerenza con i principi di trasparenza previsti dalla normativa.



# Gli obiettivi di beneficio comune

Per Mediamo, questa relazione è un esercizio di consapevolezza e coerenza. Raccontare ciò che abbiamo fatto per contribuire al bene comune, misurarlo, dividerlo e riflettere su cosa possiamo migliorare, ci permette di rendere più autentico e solido il nostro percorso come Società Benefit. La nostra visione d'impresa si fonda sull'idea che il valore generato non debba limitarsi ai risultati finanziari, ma debba estendersi alle comunità, all'ambiente, alla cultura e al benessere delle persone.

Abbiamo individuato cinque obiettivi di beneficio comune, che orientano in modo strategico le attività:

1. **Sviluppare** nella comunità **una cultura della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa**, anche in rete con altre realtà imprenditoriali.
2. **Realizzare o sviluppare progetti sociali e ambientali**, ispirandoci ai principi dell'economia civile e sostenendo iniziative di CSR.
3. **Trasferire gratuitamente conoscenze e competenze al Terzo Settore**, mettendo il nostro know-how a servizio di enti e associazioni del territorio.
4. **Favorire l'introduzione al mondo del lavoro**, accogliendo studenti e studentesse per stage, tirocini e percorsi di orientamento.
5. **Istituire e far crescere un Comitato per la Sostenibilità**, per accompagnare l'impresa nel monitoraggio degli obiettivi e nella definizione di nuove traiettorie di sviluppo.

Redigere questa relazione è anche un'occasione per dare valore a ogni gesto, ogni alleanza, ogni progetto, e per proiettarci con più chiarezza e determinazione verso il futuro.



# Obiettivo 1.

*Sviluppare nella comunità una cultura della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa, anche in rete con altre attività imprenditoriali*

| sdgs                                                                              | indicatore                                                            | dati 2025                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Numero e tipologie di associazioni a cui aderiamo                     | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Associazione per RSI</li><li>2. Assobenifit</li><li>3. Lapam Confartigianato</li></ol>                |
|  | Progetti di sensibilizzazione sul tema supportati                     | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Festival dello Sviluppo Sostenibile</li></ol>                                                         |
|  | Progetti di divulgazione della cultura della sostenibilità realizzati | <ol style="list-style-type: none"><li>2. Formazione sull'economia civile</li><li>3. Refrashion day</li><li>4. Volontariato aziendale</li></ol> |

Anche nel 2025 Mediamo ha proseguito il proprio impegno nello **sviluppo di una cultura della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa** all'interno della comunità e del tessuto imprenditoriale locale. Continuiamo a credere che la transizione verso **modelli economici più sostenibili** richieda il contributo di una pluralità di attori e che il confronto tra imprese, organizzazioni e cittadini rappresenti uno strumento fondamentale per generare cambiamento. Per questo motivo abbiamo mantenuto una partecipazione attiva alle associazioni e alle reti che promuovono la sostenibilità, la responsabilità sociale d'impresa e l'economia civile, condividendo esperienze, buone pratiche e opportunità di crescita comune. Allo stesso tempo abbiamo continuato a sostenere iniziative di rilievo per il territorio, tra cui il **Festival dello Sviluppo Sostenibile**, contribuendo alla diffusione di contenuti e occasioni di confronto sui temi ESG.

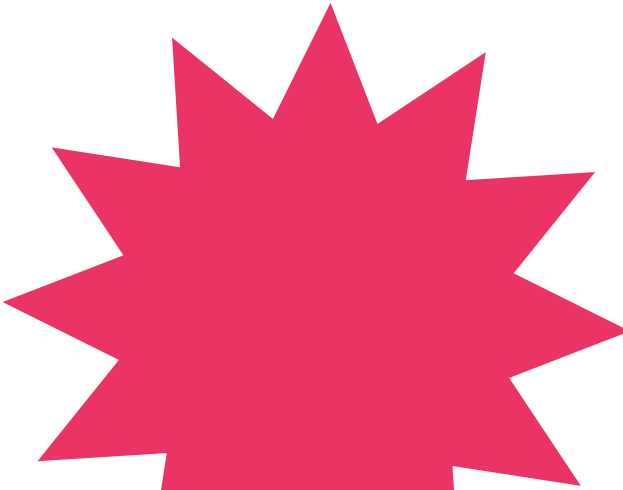
Nel corso del 2025 abbiamo compiuto un passo avanti significativo rispetto all'obiettivo di divulgazione della cultura della sostenibilità, agendo sia all'esterno sia all'interno dell'organizzazione. Sul fronte esterno, in occasione del venticinquesimo anniversario di Mediamo, abbiamo scelto di trasformare un momento celebrativo in un'opportunità di **riflessione e formazione condivisa**. Clienti, partner e stakeholder sono stati invitati a partecipare a un

incontro dedicato ai **temi dell'economia civile**, che ha visto la partecipazione di Sabrina Bonomi, socia fondatrice di SEC - Scuola di Economia Civile. L'iniziativa ha rappresentato un'occasione per rendere accessibili contenuti spesso percepiti come specialistici e per condividere con la nostra comunità i valori che guidano da sempre l'attività dell'agenzia.

Anche all'interno dell'organizzazione sono state promosse iniziative orientate alla diffusione di comportamenti più consapevoli e sostenibili. È proseguita, ad esempio, l'esperienza del **Ref(r)ashion Day**, diventata ormai un appuntamento ricorrente. La giornata prevede lo scambio di abiti usati tra colleghe e colleghi, con l'obiettivo di promuovere il riutilizzo dei capi e sensibilizzare sui temi del consumo responsabile e degli impatti ambientali e sociali del fast fashion. Gli indumenti che non trovano una nuova destinazione vengono donati all'associazione Porta Aperta, generando un ulteriore beneficio per la comunità locale.

Sempre nel 2025 l'azienda ha inoltre proposto ai propri dipendenti di partecipare, su base volontaria e durante l'orario di lavoro, a **un'esperienza di volontariato aziendale** realizzata in collaborazione con Porta Aperta. I partecipanti sono stati suddivisi in tre gruppi e coinvolti in diverse attività a supporto dell'associazione: un gruppo ha collaborato alla riqualificazione e pittura di alcune panchine insieme agli ospiti del centro di accoglienza di via Milano; un secondo gruppo ha prestato servizio presso la mensa sociale; il terzo ha supportato il mercatino del riuso nelle attività di selezione, smistamento e riordino degli abiti donati. L'iniziativa ha rappresentato un'importante occasione di incontro con le realtà sociali del territorio e di sensibilizzazione sui temi dell'inclusione, della solidarietà e dell'economia circolare.

Attraverso queste attività Mediamo conferma la volontà di contribuire alla diffusione di una cultura della sostenibilità che non si limiti agli aspetti ambientali, ma coinvolga anche le dimensioni sociali, relazionali ed economiche del vivere e del fare impresa.



# Valutazione qualitativa dell'attività di volontariato aziendale

Per valutare l'efficacia dell'iniziativa di volontariato aziendale e raccogliere il punto di vista dei partecipanti, al termine dell'esperienza è stato somministrato **un questionario ai dipendenti coinvolti**. All'attività hanno partecipato **8 dipendenti**, per un totale di **32 ore di volontariato** svolte a favore della comunità e dell'ente ospitante. I risultati evidenziano un **livello di soddisfazione complessivamente elevato**. L'esperienza ha ottenuto un punteggio medio di gradimento pari a **4,1 su 5**, mentre il coinvolgimento percepito rispetto alla comunità e alle realtà supportate ha raggiunto una valutazione media di **4,2 su 5**. Positivo anche il giudizio sulla collaborazione con l'ente ospitante, che ha ottenuto un punteggio medio di **4 su 5**. Le risposte aperte confermano come il valore dell'iniziativa sia andato oltre il semplice contributo operativo prestato durante la giornata.

Tra gli aspetti maggiormente apprezzati emergono infatti la **possibilità di sentirsi utili alla comunità, l'opportunità di entrare in contatto con realtà sociali, persone e culture diverse** dalla propria e il confronto con altri volontari impegnati nelle attività dell'associazione. Molti partecipanti hanno inoltre evidenziato il valore della **condivisione dell'esperienza con i colleghi**, riconoscendo nell'attività un'occasione significativa di crescita personale e di rafforzamento delle relazioni all'interno del gruppo di lavoro. I risultati raccolti confermano quindi la capacità del volontariato aziendale di generare un duplice impatto positivo: da un lato un beneficio concreto per la comunità e per gli enti coinvolti, dall'altro un'opportunità di sensibilizzazione, apprendimento e coesione per le persone che lavorano in Mediamo.



## Impegni per il 2026

Nel 2026 Mediamo intende proseguire e consolidare le attività avviate negli anni precedenti con l'obiettivo di continuare a partecipare attivamente alle reti e alle iniziative territoriali dedicate ai temi della sostenibilità, mantenendo il supporto ai progetti che contribuiscono alla diffusione di conoscenze, buone pratiche e occasioni di confronto tra imprese, cittadini e organizzazioni.

Particolare attenzione sarà dedicata al rafforzamento delle attività di divulgazione e formazione. Mediamo si impegna infatti a creare nuove occasioni di approfondimento rivolte sia ai propri collaboratori sia agli stakeholder esterni, con l'obiettivo di rendere sempre più accessibili i temi della sostenibilità, dell'economia civile e della responsabilità sociale d'impresa e di favorire una maggiore consapevolezza rispetto alle sfide ambientali e sociali contemporanee.



# Obiettivo 2.

Realizzare o sviluppare progetti sociali e ambientali nell’ottica dell’economia civile attraverso il supporto a progetti di CSR/RSI della responsabilità sociale d’impresa, anche in rete con altre attività imprenditoriali

| sdgs                                                                              | indicatore                                                                  | dati 2025                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
|  | Elenco donazioni liberali e suddivisione per progetto/soggetto destinatario | 1. Altro Mercato (1243,65€)<br>2. Porta Aperta (850€)<br>3. Panathlon Club (740€) |
|  | Progetti sponsorizzati                                                      | 1. In viva voce (366€)<br>2. Fondazione Teatro Comunale di Modena (4270€)         |
|  | Totale donazioni e sponsorizzazioni e percentuale di fatturato              | 5 donazioni per un totale di 7469,65 (1,6% del fatturato)                         |

Nel corso del 2025 abbiamo continuato a sostenere progetti e organizzazioni che operano a favore della comunità, destinando complessivamente **7.469,65 euro**, pari all’**1,6% del fatturato aziendale**, a iniziative di carattere sociale, culturale e solidale. Attraverso queste scelte intendiamo contribuire concretamente allo sviluppo di un’economia civile, capace di generare valore non solo economico ma anche sociale e relazionale.

Anche quest’anno abbiamo confermato il nostro sostegno al **Panathlon Club Modena**, realtà che promuove i valori educativi, inclusivi e sociali dello sport e che rappresenta da anni un importante punto di riferimento per il territorio. Abbiamo inoltre scelto di orientare alcune spese aziendali verso organizzazioni che generano impatto sociale positivo. In occasione delle festività natalizie abbiamo scelto come dono per i nostri clienti 35 ceste regalo acquistate da **Altro Mercato** e realizzate con prodotti del commercio equo e solidale. Una scelta che ha permesso di trasformare un gesto di relazione in un sostegno concreto a filiere produttive più giuste e sostenibili.

La stessa logica ha guidato la collaborazione con **Porta Aperta**: in occasione delle celebrazioni per il venticinquesimo anniversario di Mediamo, abbiamo scelto di omaggiare gli ospiti con il riso del progetto Chicchi generosi,

sostenendo così un’iniziativa che coniuga solidarietà, inclusione e raccolta fondi per le attività dell’ente. In ambito culturale e di sensibilizzazione sociale abbiamo continuato a supportare il progetto **In Viva Voce**, contribuendo alla realizzazione e alla stampa di 1.000 libretti di sala destinati al pubblico. L’iniziativa, dedicata al confronto su temi di rilevanza sociale attraverso il coinvolgimento delle giovani generazioni, rappresenta un’importante occasione di partecipazione e crescita per la comunità locale.

Nel corso dell’anno abbiamo inoltre scelto di sostenere la **Fondazione Teatro Comunale di Modena**, contribuendo alle attività di un’istituzione culturale che svolge un ruolo fondamentale nella diffusione della cultura, nell’accessibilità all’arte e nella valorizzazione del patrimonio culturale del territorio. Un modo ulteriore per sostenere concretamente lo sviluppo non solo economico, ma culturale e sociale della città dove Mediamo è nata e continua a operare.

Attraverso queste iniziative Mediamo conferma la volontà di utilizzare le proprie risorse economiche in modo coerente con i valori che guidano la propria attività come Società Benefit, sostenendo organizzazioni e progetti capaci di generare impatti positivi e duraturi per la comunità.

# Valutazione qualitativa degli impatti generati

Per valutare l’effettivo impatto delle iniziative sostenute nel corso del 2025, abbiamo raccolto la testimonianza di una delle organizzazioni con cui collaboriamo da più tempo. La relazione con Porta Aperta rappresenta infatti un esempio particolarmente significativo del nostro approccio all’economia civile, perché combina sostegno economico, valorizzazione dei prodotti solidali e coinvolgimento diretto delle persone attraverso attività di volontariato aziendale.

lore generato da questa collaborazione dal punto di vista dell'organizzazione beneficiaria.

Di seguito riportiamo la testimonianza ricevuta dal Team Area Dono di Porta Aperta, che racconta il valore generato da questa collaborazione dal punto di vista dell’organizzazione beneficiaria.

*Il sostegno ricevuto nel 2025 dall'azienda Mediamo ha assunto una forma straordinariamente completa, capace di unire il valore della donazione economica a quello, impagabile, del capitale umano.*

*L'impatto di questa partnership si è declinato su due fronti fondamentali:*

- **Il sostegno economico e i prodotti solidali:** Le donazioni complessive erogate da Mediamo hanno raggiunto la cifra di **850 euro**, un contributo che si è tradotto immediatamente in un impatto concreto e misurabile per il nostro territorio: grazie a questa somma, infatti, **sono stati donati ben 170 pasti alla mensa di Porta Aperta**.

*Questo importante sostegno è stato realizzato anche attraverso la scelta di valorizzare i nostri prodotti solidali in un momento chiave della vita aziendale. In occasione della festa per i suoi **25 anni**, Mediamo ha infatti scelto di distribuire ai partecipanti i nostri "Chicchi Generosi", le confezioni di riso Carnaroli che racchiudono e raccontano le ricette storiche delle cucine della nostra associazione.*

- **Il Volontariato Aziendale e il coinvolgimento del team:** Convinti che l'impatto più profondo nasca dalla partecipazione attiva delle persone, Mediamo ha coperto ben **32 ore di volontariato d'impresa**, un percorso virtuoso inoltre sostenuto dall'azienda con una donazione di **350 euro**.

*I dipendenti sono scesi in campo a fianco degli operatori e dei volontari di Porta Aperta, sperimentando in prima persona diverse attività fondamentali per la nostra struttura. Questa esperienza sul campo ha permesso alle persone di Mediamo non solo di offrire un aiuto pratico e prezioso, ma di generare un reale valore sociale, sviluppando al contempo una maggiore coesione interna, empatia e consapevolezza verso la fragilità del territorio modenese.*

*Grazie a questo approccio integrato, **Mediamo** non ha semplicemente finanziato la mensa di Porta Aperta, ma ha scelto di abitare attivamente il territorio, dimostrando come il mondo profit e non profit possono cooperare per il bene comune.*

*A nome di tutta la nostra comunità e delle persone che ogni giorno accogliamo: **grazie per aver fatto la differenza insieme a noi**. La sostenibilità sociale non si misura solo in cifre, ma nella capacità di generare relazioni umane, dignità e inclusione. La collaborazione pluriennale con l'azienda Mediamo, ne è la prova tangibile.*

**Il team Area dono di Porta Aperta**



## Impegni per il 2026

Nel 2026 Mediamo intende proseguire il percorso intrapreso, continuando a destinare parte delle proprie risorse economiche al sostegno di iniziative, progetti e organizzazioni che generano valore sociale, culturale e ambientale per il territorio.

L'obiettivo è consolidare le collaborazioni già avviate e continuare a orientare, ove possibile, anche le normali scelte aziendali verso realtà capaci di produrre un impatto positivo per la comunità. Parallelamente, intendiamo rafforzare la capacità di misurare in modo più puntuale gli effetti generati da queste donazioni, proseguendo nel percorso avviato nel 2025 con Porta Aperta, così da rendere sempre più evidente e concreto il valore sociale prodotto dalle nostre scelte.

Obiettivo 3.

Trasferire e fornire gratuitamente conoscenze e competenze a soggetti del Terzo Settore non profit

| sdgs                                                                              | indicatore                                                                                                                | dati 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Elenco dei soggetti/progetti destinatari, delle competenze loro trasferite gratuitamente e delle rispettive ore di lavoro | <ul style="list-style-type: none"><li>• Associazione per l'RSI: consulenza (15 ore)</li><li>• Caritas Asp: media relation (20 ore)</li><li>• Emporio sociale Portobello: grafica (20 ore)</li><li>• Associazione Casa Aperta: media relation (10 ore)</li><li>• In viva voce: grafica (10 ore)</li><li>• Lapam: consulenza (24 ore)</li></ul> |
|  | Lavoratori coinvolti                                                                                                      | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|  | Totale ore lavorate pro bono e rispettiva valorizzazione economica                                                        | 99 ore lavorate pro bono per un corrispettivo di 2970€                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

Anche nel 2025 Mediamo ha continuato a mettere a disposizione competenze professionali e tempo a favore di organizzazioni impegnate in ambito sociale, culturale e comunitario. Crediamo infatti che la comunicazione possa rappresentare uno strumento concreto per rafforzare la capacità di azione e di coinvolgimento di enti che generano valore per il territorio.

Nel corso dell'anno abbiamo dedicato complessivamente **99 ore di attività pro bono**, mettendo gratuitamente a disposizione competenze di comunicazione, relazioni con i media, progettazione grafica e supporto organizzativo. Considerando il valore professionale delle attività svolte, il contributo erogato corrisponde a un valore economico stimato, per difetto, in circa **2.970 euro**.

Le collaborazioni hanno riguardato organizzazioni attive in diversi ambiti di interesse pubblico, dall'inclusione sociale alla promozione culturale, dalla responsabilità sociale d'impresa al sostegno delle persone in situazione di fragilità. In tutti i casi, il nostro contributo è stato finalizzato a **migliorare la capacità di comunicare iniziative, progetti e attività**, mettendo a disposizione competenze che rappresentano il cuore del nostro lavoro quotidiano. La continuità di molte di queste collaborazioni, attive ormai da diversi anni, conferma la volontà di Mediamo di costruire relazioni durature con le realtà del territorio e di contribuire, attraverso il proprio know-how professionale, alla generazione di valore condiviso per la comunità.

Valutazione

qualitativa

Per valutare l'impatto delle attività pro bono realizzate nel corso dell'anno, abbiamo raccolto il punto di vista di una delle organizzazioni supportate. Di seguito riportiamo la testimonianza del **direttore della Gazzetta di Modena** in merito al contributo offerto da Mediamo al **progetto Invivavoce**, iniziativa dedicata ai giovani e alla valorizzazione della loro capacità di esprimersi e confrontarsi su temi di rilevanza sociale.

*«Anche nel 2025 Gazzetta di Modena ha potuto realizzare il progetto Invivavoce, giunto al secondo anno. E se lo ha fatto è anche grazie a contributi come quello di Mediamo, che permette di dare voce ai ragazzi. Il percorso, che si anima nelle scuole superiori, è stato creato su intuizione degli stessi studenti che hanno chiesto uno spazio nel quale trovare voce, appunto, per spiegare in prima persona il loro punto di vista su ciò che più li unisce. Così è stato scelto il teatro, un palco per tratteggiare il pensiero dei giovani attraverso tutte le arti: la recitazione, la musica, la danza. E i temi sono stati scelti dai ragazzi: violenza di genere, ansia, nell'edizione 2025 per un progetto che prosegue. Gazzetta di Modena ha colto la sfida ma senza l'aiuto e il sostegno dei partner, concretamente al fianco dei ragazzi, percorsi come questo non si potrebbero realizzare».*

**Davide Berti, Direttore Gazzetta di Modena**

Il nostro impegno

per il 2026

Nel 2026 Mediamo intende proseguire e rafforzare il proprio impegno nel mettere competenze professionali e tempo a disposizione di organizzazioni che operano a favore della comunità. L'obiettivo è innanzitutto consolidare le collaborazioni già attive, continuando a sostenere enti e associazioni attraverso attività pro bono coerenti con le nostre competenze distintive.

Particolare attenzione sarà dedicata al coinvolgimento di un numero crescente di persone del team, affinché le attività di supporto alla comunità possano diventare sempre più un'esperienza condivisa e partecipata all'interno dell'azienda. Accanto agli interventi puntuali che caratterizzano molte delle collaborazioni attuali, intendiamo inoltre sviluppare almeno un progetto di comunicazione più strutturato a favore di un'organizzazione del Terzo Settore. L'obiettivo è mettere a disposizione non solo singole prestazioni professionali, ma una progettualità più ampia e capace di rafforzare in modo significativo la capacità comunicativa dell'ente beneficiario e di generare un impatto.

Attraverso questo percorso vogliamo contribuire in maniera sempre più concreta alla crescita delle organizzazioni che operano sul territorio, mettendo le nostre competenze al servizio di iniziative che generano valore sociale per la comunità.

Obiettivo 4.

Dare ampia disponibilità agli enti di formazione, università e istituti scolastici per effettuare stage, tirocini, alternanza scuola lavoro e altre forme di introduzione al mondo del lavoro

| sdgs                                                                                                                                                                 | indicatore                                           | dati 2025                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div><div>4</div><div>ISTRUZIONE DI QUALITÀ</div><div></div></div>                  | Numero di tirocinanti accolti                        | 4                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <div><div>8</div><div>LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA</div><div></div></div>  | Ore di tirocinio svolte presso Mediamo               | 1110                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <div><div>10</div><div>RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE</div><div></div></div>             | Enti di provenienza                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>Alma Mater Studiorum, Università di Bologna</li><li>Università degli studi di Modena e Reggio Emilia</li><li>Istituto istruzione superiore A. Venturi</li><li>Fondazione ITS Academy Adriano Olivetti</li></ul> |
| <div><div>3</div><div>SALUTE E BENESSERE</div><div></div></div>                     | Analisi qualitativa degli impatti generati           | Effettuata                                                                                                                                                                                                                                            |
| <div><div>9</div><div>IMPRESA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE</div><div></div></div> | Altre iniziative di introduzione al mondo del lavoro | Manifatture aperte                                                                                                                                                                                                                                    |

Nel 2025 abbiamo continuato a mettere a disposizione spazi, competenze e tempo per **favorire l’ingresso dei giovani nel mondo del lavoro**, contribuendo a rafforzare il dialogo tra sistema formativo e mondo delle imprese. Crediamo infatti che l’esperienza diretta all’interno di un contesto professionale rappresenti un’opportunità preziosa per accompagnare studenti e studentesse nella scoperta delle proprie attitudini e nella costruzione delle competenze necessarie per il futuro.

Nel corso dell’anno abbiamo accolto **quattro tirocinanti** provenienti da diversi percorsi formativi, per un totale di **1.110 ore di stage** svolte presso la nostra sede. Le esperienze hanno coinvolto studentesse provenienti dall’Università di Bologna, dall’Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, dall’Istituto di Istruzione Superiore A. Venturi e dalla Fondazione ITS Academy Adriano Olivetti. Ogni percorso è stato costruito con l’obiettivo di offrire un’espe-

rienza concreta e formativa, consentendo ai partecipanti di confrontarsi con attività reali e con le dinamiche quotidiane di un’agenzia di comunicazione.

Accanto ai percorsi di tirocinio, anche nel 2025 abbiamo aderito a **Manifatture Aperte**, iniziativa che promuove l’incontro tra imprese e nuove generazioni. Attraverso l’apertura dei nostri spazi e il confronto diretto con studenti e studentesse, abbiamo avuto l’opportunità di raccontare il nostro lavoro, il modello di impresa benefit e le competenze richieste dal settore della comunicazione, contribuendo a rendere più consapevole e accessibile il passaggio dal percorso formativo al mondo professionale.

Riteniamo che queste attività rappresentino non solo un’opportunità di crescita per i giovani coinvolti, ma anche un’importante occasione di scambio per la nostra organizzazione, che può confrontarsi con nuove idee, linguaggi e prospettive.

Valutazione qualitativa degli impatti generati

Dal 2024 Mediamo ha introdotto un sistema **strutturato di valutazione dei percorsi di tirocinio**, attraverso la somministrazione di un questionario finale a tutte le tirocinanti accolte. L’obiettivo è raccogliere in modo sistematico il punto di vista delle partecipanti, misurare il valore formativo dell’esperienza e individuare eventuali aree di miglioramento.

I risultati raccolti nel 2025 confermano l’efficacia del percorso proposto. Alla domanda relativa **al grado di professionalizzazione dell’esperienza** e a quella relativa alla **valutazione complessiva del tirocinio**, le partecipanti hanno espresso un punteggio medio pari a **4,75 su 5**, evidenziando un livello di soddisfazione molto elevato.

Particolarmente significativo è anche il risultato ottenuto rispetto alla **capacità orientativa del tirocinio**. Alla domanda «Questa esperienza mi è servita per capire meglio verso quale settore indirizzare la mia attività professionale», il punteggio medio registrato è stato pari a **4,5 su 5**, a conferma del ruolo che queste esperienze possono svolgere nell’accompagnare le giovani nella costruzione del proprio percorso lavorativo.

Positivi anche gli indicatori relativi all’accoglienza e **all’integrazione all’interno dell’organizzazione**. La disponibilità della tutor ha ottenuto una valutazione media di **4 su 5**, mentre il grado di integrazione percepito all’interno del team ha raggiunto un punteggio medio di **4,5 su 5**.

Le risposte aperte confermano e arricchiscono questi risultati. Oltre a fornire spunti utili per migliorare ulteriormente alcuni aspetti organizzativi e formativi dei percorsi futuri, le tirocinanti hanno evidenziato la varietà delle attività proposte, il coinvolgimento diretto nei progetti e il clima relazionale dell'agenzia. Una delle testimonianze raccolte sintetizza efficacemente il valore dell'esperienza:

*"Mi sono sempre state proposte attività nuove e stimolanti facendomi sentire parte attiva dei progetti e dell'organizzazione degli eventi. Team affiatato, disponibile, con il quale lavorare e stringere un rapporto umano è stato un piacere. La tutor mi ha seguita in ogni passo, si è sempre mostrata disponibile a rispondere alle mie domande e mi ha fatta sentire parte integrante del team."*

## Impegni per il 2026

Nel 2026 Mediamo intende proseguire il proprio impegno nell'accoglienza di tirocinanti e studenti, mantenendo la disponibilità a collaborare con università, enti di formazione e istituti scolastici del territorio. Particolare attenzione sarà dedicata alla valorizzazione dei suggerimenti raccolti attraverso i questionari di valutazione, con l'obiettivo di migliorare ulteriormente la qualità dell'esperienza formativa offerta e renderla sempre più efficace per le persone coinvolte.



# Obiettivo 5.

Istituire un Comitato per la Sostenibilità, che aiuti la società a verificare e sviluppare questi obiettivi

| sdgs                                                                              | indicatore                       | dati 2025      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------|
|  | Numero di incontri               | 1              |
|                                                                                   | Proposte di miglioramento emerse | Ancora nessuna |

## Risultati raggiunti nel 2025

Il **Comitato per la sostenibilità**, istituito nel 2024 per supportare Mediamo nel monitoraggio e nello sviluppo dei propri obiettivi di beneficio comune, ha proseguito la propria attività anche nel corso del 2025.

L’11 aprile 2025 si è svolto presso la sede di Mediamo un incontro con **Sabrina Bonomi**, socia fondatrice di SEC – Scuola di Economia Civile e membro del Comitato, finalizzato a definire le basi di un progetto di divulgazione dedicato al significato e al valore dell’essere Società Benefit.

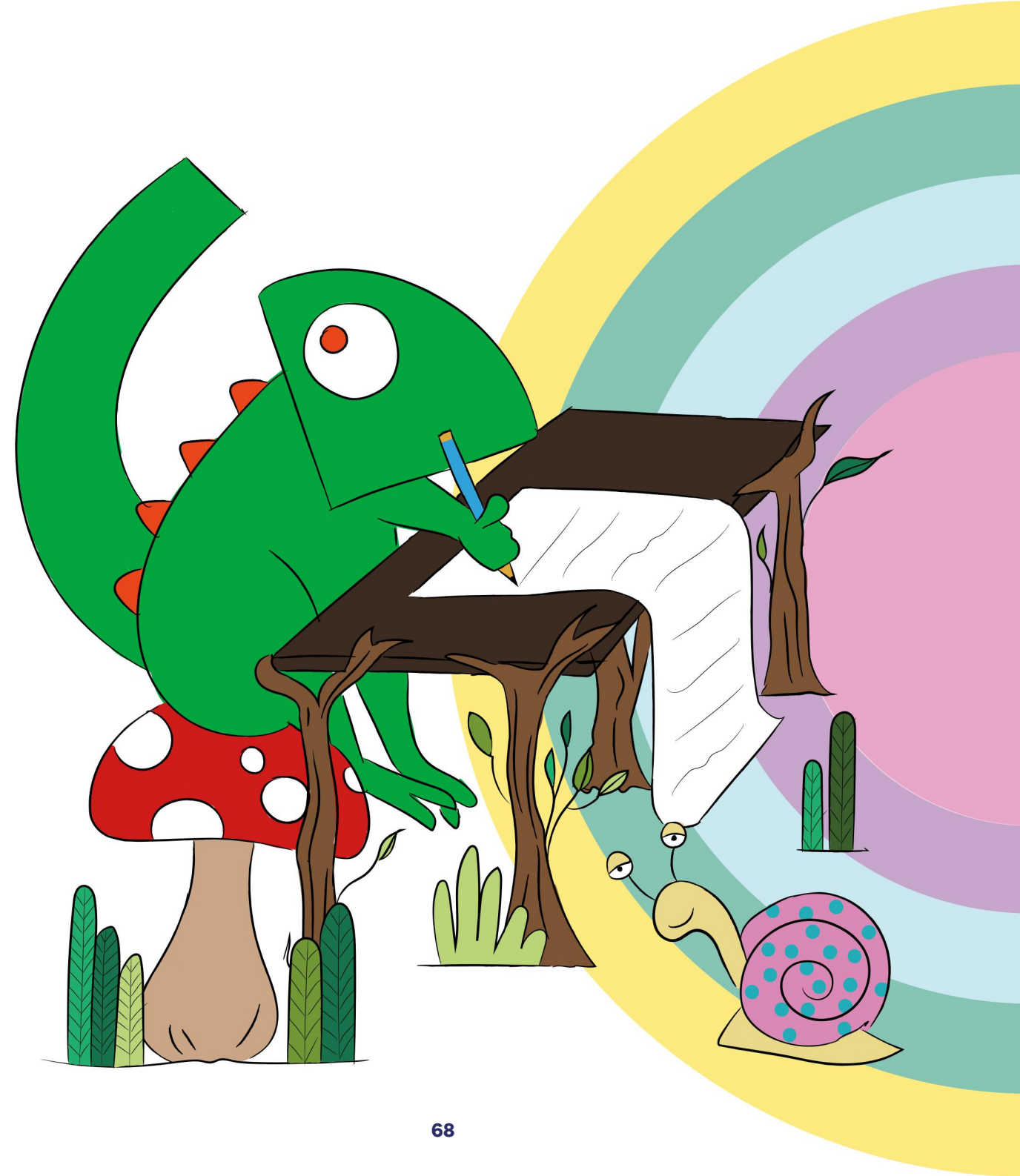


## Impegni per il 2026

Nel 2026 Mediamo intende valorizzare ulteriormente il ruolo del Comitato per la sostenibilità come strumento di confronto e miglioramento continuo. In particolare, verrà organizzato un momento di analisi e valutazione del Bilancio di sostenibilità e della Relazione di impatto, al fine di riflettere sui risultati raggiunti, individuare eventuali aree di miglioramento e definire nuove priorità di intervento.

Il Comitato continuerà inoltre a supportare l’ideazione e lo sviluppo di progetti di sensibilizzazione e divulgazione sui temi della sostenibilità, contribuendo a rafforzare il ruolo di Mediamo come Società Benefit e promotrice di una cultura orientata al bene comune.





# Nota metodologica

Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato realizzato con la consulenza di Mediamo Area Sostenibilità Società Benefit e rendiconta il percorso di Mediamo S.r.l. SB dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025. Anche quest'anno il documento nasce con l'obiettivo di offrire una rappresentazione chiara, trasparente e coerente delle attività svolte, dei risultati raggiunti e degli impegni assunti dall'organizzazione in ambito ambientale, sociale e di governance.

La rendicontazione è stata predisposta mantenendo continuità con le precedenti edizioni e facendo riferimento agli Standard GRI 2021. Il percorso metodologico tiene inoltre conto dei principi introdotti dalla Corporate Sustainability Reporting Directive, con particolare attenzione all'individuazione delle questioni rilevanti per Mediamo e per i suoi stakeholder, valutate in funzione della gravità e della probabilità degli impatti.

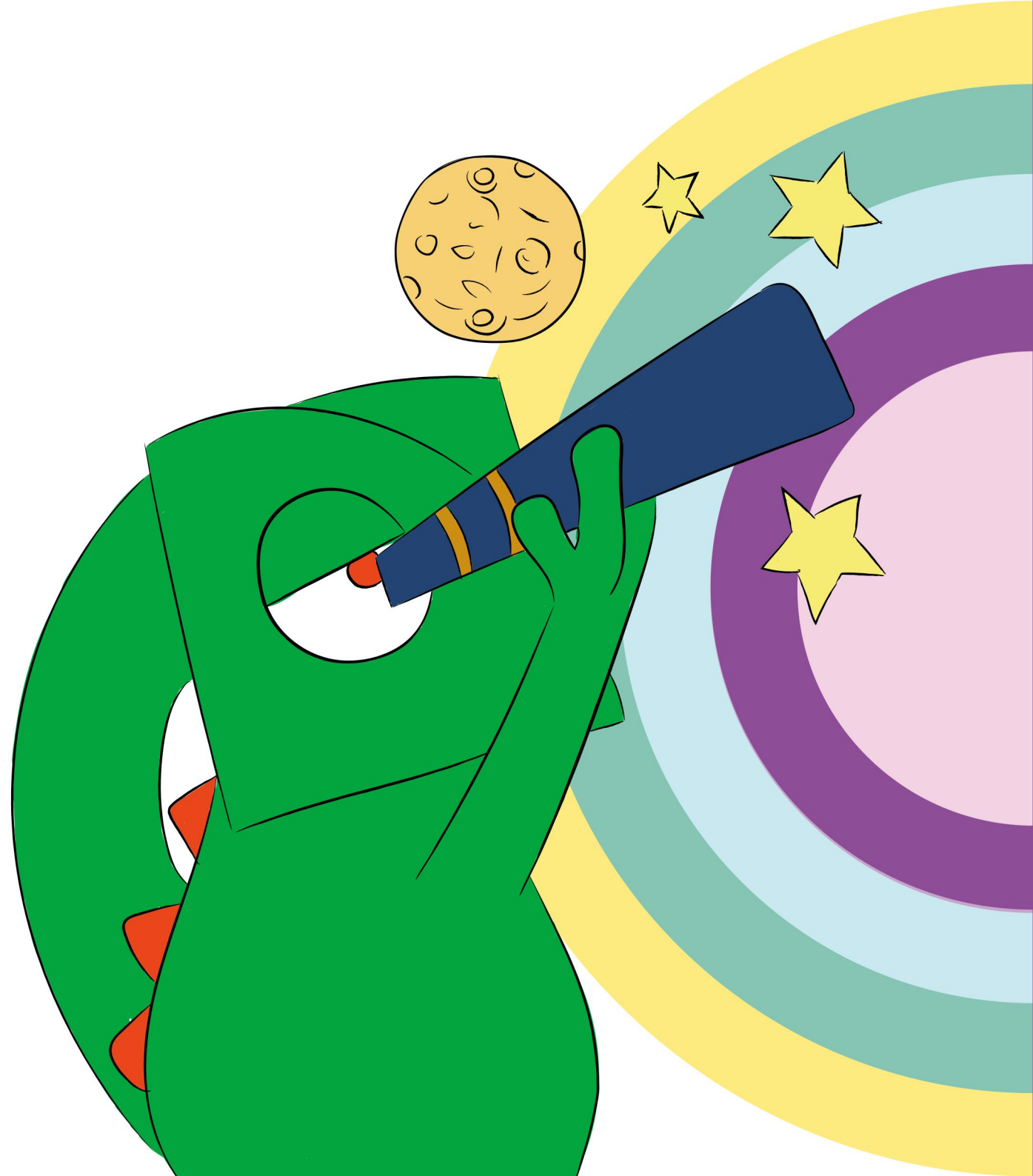
Il processo è partito dall'analisi del contesto in cui Mediamo opera, considerando le principali tendenze ESG, i rischi sistemici, l'evoluzione del quadro normativo e le caratteristiche specifiche dell'organizzazione, tra cui modello di business, filiera e relazioni con gli stakeholder. Questa fase ha permesso di confermare le aree di attenzione più significative per l'azienda e di verificare l'attualità dei temi già emersi nel precedente percorso di rendicontazione. Nel corso del 2025 l'analisi di materialità è stata revisionata e aggiornata attraverso un incontro interno dedicato, che ha coinvolto la proprietà e i referenti aziendali.

L'aggiornamento svolto ha confermato, nella sostanza, le conclusioni dell'analisi precedente: i temi materiali già identificati restano coerenti con il profilo, le attività e gli impatti di Mediamo. La revisione ha quindi rappresentato un momento di verifica e consolidamento, utile a confermare la direzione intrapresa e a rafforzare la qualità del processo di rendicontazione.

Il Bilancio restituisce così una fotografia fedele dell'impegno quotidiano di Mediamo e del percorso condiviso con cui l'organizzazione monitora, valuta e racconta le proprie responsabilità e il proprio contributo allo sviluppo sostenibile.

| Tematiche rilevanti                                                      | Tipo             | Impatto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cambiamento climatico mitigazione e adattamento ai cambiamenti climatici | Negativo attuale | Produzione di emissioni di GHG dirette e indirette legate alle attività dell'impresa, ai viaggi di lavoro e commuting dei dipendenti.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Forza lavoro propria condizioni di lavoro                                | Positivo attuale | L'azienda garantisce occupazione sicura con orari di lavoro non superiori a quelli previsti dal CCNL e dalla legislazione nazionale. Garantisce la libertà di associazione e il dialogo sociale. Gestione accurata di tutti gli obblighi normativi e formativi legati alla salute e alla sicurezza sul lavoro. Mediammo offre orario flessibile in entrata e in uscita. Sono inoltre organizzati eventi, pranzi e feste aziendali per favorire il clima interno.                                                                                                              |
| Forza lavoro propria Formazione e sviluppo delle competenze              | Positivo attuale | L'azienda analizza su base annuale le esigenze specifiche dei lavoratori al fine di garantire l'erogazione delle attività formative più adatte a loro e alle necessità operative e utili per rimanere aggiornati sulle novità del momento. Il dipendente può richiedere direttamente corsi a cui desidera partecipare.                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Forza lavoro propria Parità di trattamento e di opportunità per tutti    | Positivo attuale | L'azienda non discrimina nessuno e non tollera che avvengano discriminazioni all'interno del team di lavoro, come espresso nel Codice etico aziendale. Anche nella retribuzione non ci sono differenze tra uomo e donna di pari livello.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Comunità interessate diritti delle comunità                              | Positivo attuale | L'azienda supporta realtà del territorio e, in rete con altre aziende ed enti, organizza numerosi eventi e sostiene progetti per migliorare le comunità in cui è inserita.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Consumatori e utilizzatori finali Comunicazione responsabile             | Positivo attuale | Mediammo crea campagne di comunicazione che promuovono scelte responsabili, informate e inclusive (es. prodotti sostenibili, consumo etico, riduzione dello spreco) ed educa indirettamente i consumatori tramite il tono, i contenuti e i valori veicolati. La comunicazione è sempre chiara, non ingannevole e favorisce un accesso equo all'informazione. La scelta, inoltre, di non usare stereotipi, di rispettare la diversità e di dare visibilità a persone sottorappresentate può avere un impatto sociale positivo, migliorando la rappresentazione e l'inclusione. |
| Condotta delle imprese Cultura di impresa                                | Positivo attuale | Mediammo da sempre è attenta a tutto quello che attiene a etica, integrità del business e diffusione dei propri valori. L'azienda crede fortemente nella condivisione delle idee di tutto il personale presente e crea un ambiente di lavoro positivo in cui ognuno si senta libero di esprimere il proprio essere. Molto radicata nel territorio è riconosciuta come una azienda attiva nella comunità con iniziative legate alla sostenibilità e progetti benefici.                                                                                                         |





# Gli obiettivi di sostenibilità

Definire obiettivi e monitorarne periodicamente il raggiungimento rappresenta un passaggio fondamentale della strategia aziendale di sostenibilità di Mediamo. Misurare i risultati ottenuti consente infatti non solo di verificare l'efficacia delle azioni intraprese, ma anche di individuare eventuali criticità, cogliere nuove opportunità e orientare in modo più consapevole le scelte future.

A partire dal 2025 abbiamo scelto di adottare un sistema di pianificazione biennale, individuando obiettivi con un orizzonte temporale più ampio rispetto al passato. Questa scelta nasce dalla consapevolezza che molti dei cambiamenti legati alla sostenibilità richiedono tempo, continuità e una programmazione di medio periodo per poter generare risultati concreti e duraturi.

In questo capitolo presentiamo quindi una valutazione intermedia del percorso avviato lo scorso anno. L'analisi dello stato di avanzamento dei diversi obiettivi ci permette di comprendere i risultati già raggiunti, evidenziare le attività ancora in corso e individuare le priorità su cui concentrare gli sforzi durante il 2026. Questo momento di verifica rappresenta uno stimolo per proseguire il percorso intrapreso con maggiore consapevolezza e per pianificare le azioni necessarie a conseguire tutti gli obiettivi prefissati.

# Rendicontazione obiettivi 2025-2026



## Realizzare un progetto di divulgazione sulla sostenibilità

Dare vita a un'iniziativa originale di sensibilizzazione su sostenibilità, responsabilità o comunicazione civile, con impatto sul territorio e coinvolgimento degli stakeholder.

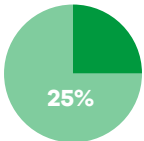
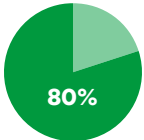
## Strutturare un programma di volontariato d'impresa

Dare continuità alle esperienze pro bono attivando un piano annuale di volontariato, integrato nella vita aziendale e collegato agli obiettivi di beneficio comune.

## Introdurre una policy interna sul benessere organizzativo e la formazione continua

Formalizzare principi, pratiche e strumenti dedicati alla qualità del lavoro, alla cura delle persone e allo sviluppo professionale, promuovendo un ambiente che favorisca il benessere e l'apprendimento.

Percentuale di raggiungimento nel 2025



## Potenziare la misurazione dell'impatto generato

Rafforzare gli strumenti di valutazione delle attività benefit, introducendo indicatori qualitativi e coinvolgendo attivamente i beneficiari.

## Consolidare l'equilibrio tra entrate e uscite

Monitorare in modo continuativo la gestione economica per mantenere un bilancio in equilibrio, anche in presenza di attività non profit o a basso margine.

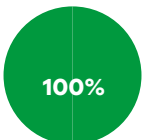
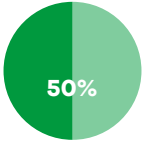
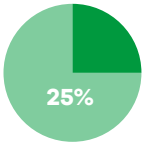
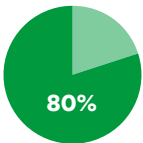
## Pianificare momenti strutturati di verifica strategica

Introdurre incontri periodici con tutto il team per valutare l'avanzamento degli obiettivi, allineare visioni e aggiornare le priorità.

## Introdurre un software gestionale per l'organizzazione del lavoro

Adottare uno strumento digitale condiviso per pianificare attività, assegnare task e monitorare l'avanzamento dei progetti in modo trasparente ed efficace.

Percentuale di raggiungimento nel 2025



# GRI content index

|                                     |                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dichiarazione di utilizzo           | Mediamo Srl SB ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo [01.01.25-31.12.25] in conformità con gli Standard GRI. |
| GRI 1 utilizzati                    | GRI 1: Principi di rendicontazione 2021                                                                                                                         |
| Standard gri settoriali applicabili | N/A                                                                                                                                                             |

| GRI Sustainability Reporting Standard |                                                                           | Pag. e note  |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 2                                     | INFORMATIVA GENERALE                                                      |              |
|                                       | L'ORGANIZZAZIONE E LE SUE PRASSI DI RENDICONTAZIONE                       |              |
| 2-1                                   | Dettagli sull'organizzazione                                              | 7,43,46,69   |
| 2-2                                   | Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione | 69           |
| 2-3                                   | Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto                 | 69           |
| 2-4                                   | Restatement delle informazioni                                            | 31           |
| 2-5                                   | Assurance esterna                                                         | Non prevista |
|                                       | ATTIVITÀ E LAVORATORI                                                     |              |
| 2-6                                   | Attività, catena del valore e altri rapporti di business                  | 7-18,38-40   |
| 2-7                                   | Dipendenti                                                                | 17-19        |
| 2-8                                   | Lavoratori non dipendenti                                                 | 17,20        |
|                                       | GOVERNANCE                                                                |              |
| 2-9                                   | Struttura e composizione della governance                                 | 43-49        |
| 2-10                                  | Nomina e selezione del massimo organo di governo                          | 43           |

|      |                                                                                     |                              |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 2-11 | Presidente del massimo organo di governo                                            | 43                           |
| 2-12 | Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti | 43-46,66-67                  |
| 2-13 | Delega di responsabilità per la gestione degli impatti                              | 43-46,66-67                  |
| 2-14 | Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità          | 43                           |
| 2-15 | Conflitti d'interesse                                                               | 43                           |
| 2-16 | Comunicazione delle criticità                                                       | 21-22,43                     |
| 2-17 | Competenze collettive del massimo organo di governo                                 | 24, 45                       |
| 2-18 | Valutazione della performance del massimo organo di governo                         | Non prevista                 |
| 2-19 | Politiche retributive                                                               | 17                           |
| 2-20 | Processo di determinazione della retribuzione                                       | 17                           |
| 2-21 | Rapporto sulla retribuzione totale annuale                                          | Informazione non disponibile |
|      | STRATEGIA, POLITICHE E PRASSI                                                       |                              |
| 2-22 | Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile                               | 3,46, 49-51                  |
| 2-23 | Impegni in termini di policy                                                        | 43-46                        |
| 2-24 | Integrazione degli impegni in termini di policy                                     | 40, 43-46, 49-66             |
| 2-25 | Processi volti a rimediare agli impatti negativi                                    | 44-45                        |
| 2-26 | Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare criticità                         | 21-22, 43-45                 |
| 2-27 | Conformità a leggi e regolamenti                                                    | 44                           |
| 2-28 | Adesione ad associazioni                                                            | 52                           |
|      | COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER                                                    |                              |
| 2-29 | Approccio al coinvolgimento degli stakeholder                                       | 21-22,49-66                  |
| 2-30 | Accordi di contrattazione collettiva                                                | 17                           |
| 3    | TEMI MATERIALI                                                                      |                              |
|      | INFORMATIVE SU TEMI MATERIALI                                                       |                              |
| 3-1  | Processo per determinare i temi materiali                                           | 69-70                        |

|       |                                                                    |                              |
|-------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 3-2   | Elenco di temi materiali                                           | 70                           |
| 3-3   | Gestione dei temi materiali                                        | 69-70                        |
| 101   | BIODIVERSITÀ                                                       |                              |
| 101-1 | Policy per arrestare e invertire la perdita di biodiversità        | Informazione non disponibile |
| 101-2 | Gestione degli impatti della biodiversità                          | Informazione non disponibile |
| 101-3 | Accesso e condivisione dei benefici                                | Informazione non disponibile |
| 101-4 | Identificazione degli impatti sulla biodiversità                   | Informazione non disponibile |
| 101-5 | Ubicazioni con impatti sulla biodiversità                          | Informazione non disponibile |
| 101-6 | Fattori diretti della perdita di biodiversità                      | Informazione non disponibile |
| 101-7 | Cambiamenti dello stato di biodiversità                            | Informazione non disponibile |
| 101-8 | Servizi ecosistemici                                               | Informazione non disponibile |
| 102   | CAMBIAMENTO CLIMATICO                                              |                              |
| 102-1 | Piano di transizione per il cambiamento climatico                  | Informazione non disponibile |
| 102-2 | Piano di adattamento ai cambiamenti climatici                      | Informazione non disponibile |
| 102-3 | Transizione equa                                                   | Informazione non disponibile |
| 102-4 | Obiettivi e progressi nella riduzione delle emissioni di gas serra | Informazione non disponibile |
| 102-5 | Emissioni di gas serra di Scope 1                                  | 31                           |
| 102-6 | Emissioni di gas serra di Scope 2                                  | 31                           |
| 102-7 | Emissioni di gas serra di Scope 3                                  | 32                           |

|        |                                                                                         |                              |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 102-8  | Intensità delle emissioni di gas serra                                                  | 33                           |
| 102-9  | Rimozione dei gas serra nella catena del valore                                         | Informazione non disponibile |
| 102-10 | Crediti di carbonio                                                                     | Informazione non disponibile |
| 103    | ENERGIA                                                                                 |                              |
| 103-1  | Politiche e impegni in materia di energia                                               | 29                           |
| 103-2  | Consumo energetico e autoproduzione all'interno dell'organizzazione                     | 29-30                        |
| 103-3  | Consumo energetico a monte e a valle                                                    | Informazione non disponibile |
| 103-4  | Intensità energetica                                                                    | 30                           |
| 103-5  | Riduzione del consumo energetico                                                        | 29-30                        |
| 200    | TEMI ECONOMICI                                                                          |                              |
| 201    | PERFORMANCE ECONOMICHE                                                                  |                              |
| 201-1  | Valore economico direttamente generato e distribuito                                    | 39                           |
| 201-3  | Piani pensionistici a benefici definiti e altri piani di pensionamento                  | Informazione non disponibile |
| 201-4  | Assistenza finanziaria ricevuta dal governo                                             | Nessuna                      |
| 202    | PRESENZA SUL MERCATO                                                                    |                              |
| 202-1  | Rapporti tra il salario standard di un neoassunto per genere e il salario minimo locale | Come da CCNL                 |
| 202-2  | Proporzione di alta dirigenza assunta dalla comunità locale                             | 100%                         |
| 203    | IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI                                                             |                              |
| 203-1  | Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati                                      | 49-66                        |
| 203-2  | Impatti economici indiretti significativi                                               | 49-66                        |
| 204    | PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO                                                          |                              |
| 204-1  | Proporzione di spesa verso fornitori locali                                             | 40                           |
| 205    | ANTICORRUZIONE                                                                          |                              |

|       |                                                                                       |                              |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 205-1 | Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione                               | 44                           |
| 205-2 | Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione         | 44                           |
| 205-3 | Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese                                   | Non si sono verificati       |
| 206   | COMPORTAMENTO ANTICONCORRENZIALE                                                      |                              |
| 206-1 | Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e prassi monopolistiche | Non si sono verificati       |
| 207   | IMPOSTE                                                                               |                              |
| 207-1 | Approccio alla fiscalità                                                              | 39                           |
| 207-2 | Governance fiscale, controllo e gestione del rischio                                  | Informazione non disponibile |
| 207-3 | Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale   | Informazione non disponibile |
| 207-4 | Rendicontazione Paese per Paese                                                       | N/A                          |
| 300   | TEMI AMBIENTALI                                                                       |                              |
| 301   | MATERIALI                                                                             |                              |
| 301-1 | Materiali utilizzati per peso o volume                                                | 28                           |
| 301-2 | Materiali utilizzati che provengono da riciclo                                        | 28                           |
| 301-3 | Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio                  | 28                           |
| 303   | ACQUA E SCARICHI IDRICI                                                               |                              |
| 303-1 | Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa                                        | 34                           |
| 303-2 | Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua                                | 34                           |
| 303-3 | Prelievo idrico                                                                       | 34                           |
| 303-4 | Scarico di acqua                                                                      | 34                           |
| 303-5 | Consumo di acqua                                                                      | 34                           |
| 305   | BIODIVERSITÀ                                                                          |                              |
| 305-6 | Emissioni di sostanze dannose per ozono (ODS, "ozonedepleting substances")            | N/A                          |
| 305-7 | Ossidi di azoto (NOX), ossidi di zolfo (SOX) e altre emissioni significative          | N/A                          |

|       |                                                                                                                             |                              |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 306   | RIFIUTI                                                                                                                     |                              |
| 306-1 | Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti                                                           | 28                           |
| 306-2 | Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti                                                                    | 28                           |
| 306-3 | Rifiuti prodotti                                                                                                            | 28                           |
| 306-4 | Rifiuti non destinati a smaltimento                                                                                         | 28                           |
| 306-5 | Rifiuti destinati allo smaltimento                                                                                          | 28                           |
| 308   | VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI                                                                                        |                              |
| 308-1 | Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali                                                      | 40                           |
| 308-2 | Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese                                                   | 40                           |
| 400   | TEMI SOCIALI                                                                                                                |                              |
| 401   | OCCUPAZIONE                                                                                                                 |                              |
| 401-1 | Nuove assunzioni e turnover                                                                                                 | 17                           |
| 401-2 | Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato      | 17,21-22                     |
| 401-3 | Congedo parentale                                                                                                           | Non si sono verificati       |
| 402   | RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT                                                                                       |                              |
| 402-1 | Periodi minimi di preavviso in merito ai cambiamenti operativi                                                              | 17                           |
| 403   | SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO - 2018                                                                                        |                              |
| 403-1 | Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro                                                                     | 22                           |
| 403-2 | Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti                                             | 22                           |
| 403-3 | Servizi di medicina sul lavoro                                                                                              | Informazione non disponibile |
| 403-4 | Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro                   | 22,43                        |
| 403-5 | Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro                                                       | 24                           |
| 403-6 | Promozione della salute dei lavoratori                                                                                      | 21-22                        |
| 403-7 | Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali | 40                           |

|        |                                                                                                                   |                              |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 403-8  | Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro                                  | 22                           |
| 403-9  | Infortuni sul lavoro                                                                                              | 22                           |
| 403-10 | Malattie professionali                                                                                            | 22                           |
| 404    | FORMAZIONE E ISTRUZIONE                                                                                           |                              |
| 404-1  | Ore medie di formazione annua per dipendente                                                                      | 24                           |
| 404-2  | Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza alla transizione                       | 21,24,45                     |
| 404-3  | Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale | Informazione non disponibile |
| 405    | DIVERSIÀ E PARI OPPORTUNITÀ                                                                                       |                              |
| 405-1  | Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti                                                              | 17-19                        |
| 405-2  | Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini                                     | 70                           |
| 406    | POLITICA ANTIDISCRIMINATORIA                                                                                      |                              |
| 406-1  | Episodi di discriminazione e misure correttive adottate                                                           | Non si sono verificati       |
| 407    | LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA                                                               |                              |
| 407-1  | Attività e fornitori il cui diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio | 40,70                        |
| 408    | LAVORO MINORILE                                                                                                   |                              |
| 408-1  | Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile                                        | 40                           |
| 409    | LAVORO FORZATO E OBBLIGATORIO                                                                                     |                              |
| 409-1  | Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio                          | 40                           |
| 410    | PRATICHE DI SICUREZZA                                                                                             |                              |
| 410-1  | Personale addetto alla sicurezza formato sulle politiche o procedure e riguardanti i diritti umani                | N/A                          |
| 411    | DIRITTI DEI POPOLI INDIGENI                                                                                       |                              |
| 411-1  | Episodi di violazione dei diritti delle popolazioni indigene                                                      | Non si sono verificati       |
| 413    | COMUNITÀ LOCALI                                                                                                   |                              |

|       |                                                                                                                     |                        |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 413-1 | Operazioni che prevedono il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo | 49-66                  |
| 413-2 | Operazioni con rilevanti impatti effettivi e potenziali sulle comunità locali                                       | 49-66,70               |
| 414   | VALUTAZIONE SOCIALE DEL FORNITORE                                                                                   |                        |
| 414-1 | Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo criteri sociali                       | Nessuno                |
| 414-2 | Impatti sociali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese                                              | Non si sono verificati |
| 415   | POLITICA PUBBLICA                                                                                                   |                        |
| 415-1 | Contributi politici                                                                                                 | N/A                    |
| 416   | SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI                                                                                      |                        |
| 416-1 | Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotti e servizi                        | 40                     |
| 416-2 | Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi                  | Non si sono verificati |
| 417   | MARKETING ED ETICHETTATURA                                                                                          |                        |
| 417-1 | Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi                                         | 40,70                  |
| 417-2 | Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi                         | Non si sono verificati |
| 417-3 | Episodi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing                                                    | 70                     |
| 418   | PRIVACY DEL CLIENTE                                                                                                 |                        |
| 418-1 | Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti                | 40                     |



**mediamo**

**Sede operativa**

Via Elia Rainusso 144  
41124 Modena

**Sede legale**

Via Pietro Giardini 456  
41124 Modena

**059 350269**

**[www.mediamo.net](http://www.mediamo.net)**



Stampato su carta riciclata LENZA TOP RECYCLING PURE