



RELAZIONE D'IMPATTO 2024

PAPARUSSO COMMUNICATION SRL SB

PAPARUSSO COMMUNICATION SRL SB

LA VISIONE DI PAPARUSSO COMMUNICATION SRL SB

Gentili Stakeholders,

siamo soddisfatti del percorso intrapreso in questoprimo di anno di attività della nostra società.

Abbiamo condiviso sin dalla nostracostituzione come Società Benefit che sempre più aziende stanno superando la classica visione orientata al puro scopo di lucro ispirandosi ad un approccio sistemico alla sostenibilità di lungo periodo.

Proseguiamo quindi ad orientare i nostri servizi alla salvaguardia del lavoro ed alla produzione di valore economico, nel rispetto dell'ambiente e della società che ci circonda.

Questa è la nostra prima relazione di impatto che evolverà nei prossimi esercizi insieme con la crescita della nostra attività e con la possibilità di essere sempre più presenti nel lasciare un segno positivo del nostro operato, una traccia di attenzione alle persone anche nello svolgimento della nostra attività.

Il Responsabile d'Impatto

Axel Mario Paparusso

Indice

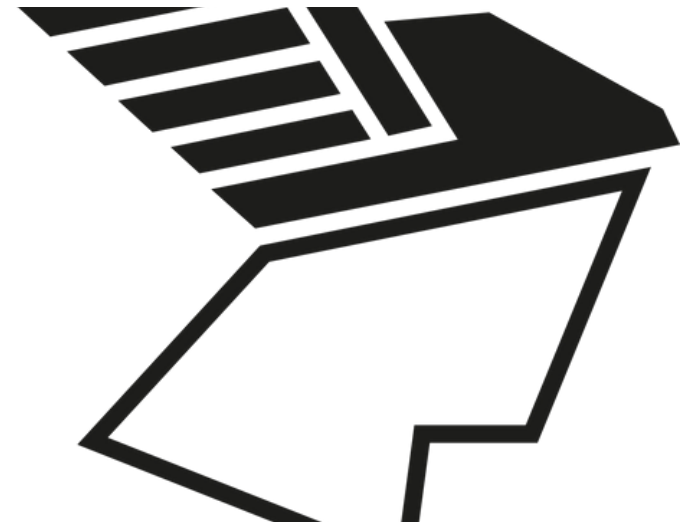
- 01** La visione di Paparusso Communication SRL SB
- 02** La nostra Realtà
- 03** Il modello di Riferimento
- 04** Le finalità del bene comune
- 05** La Stakeholder Map

PAPARUSSO COMMUNICATION SRL SB

LA NOSTRA REALTÀ

Paprusso Communication è stata costituita nel 2024 per svolgere le seguenti attività:

- ufficio stampa e pubbliche relazioni sia in Italia che all'estero
- la produzione e/o realizzazione di spettacoli dal musicale al radiofonico, al televisivo, al cinematografico, al teatrale
- la realizzazione di grandi eventi anche legati a sponsorizzazioni e/o promozioni e/o pubblicità
- lo sfruttamento commerciale dell'immagine di personaggi pubblici del mondo dello spettacolo, della moda e dello sport previo accordo con gli stessi.



La Buona Impresa

IL MODELLO DI RIFERIMENTO

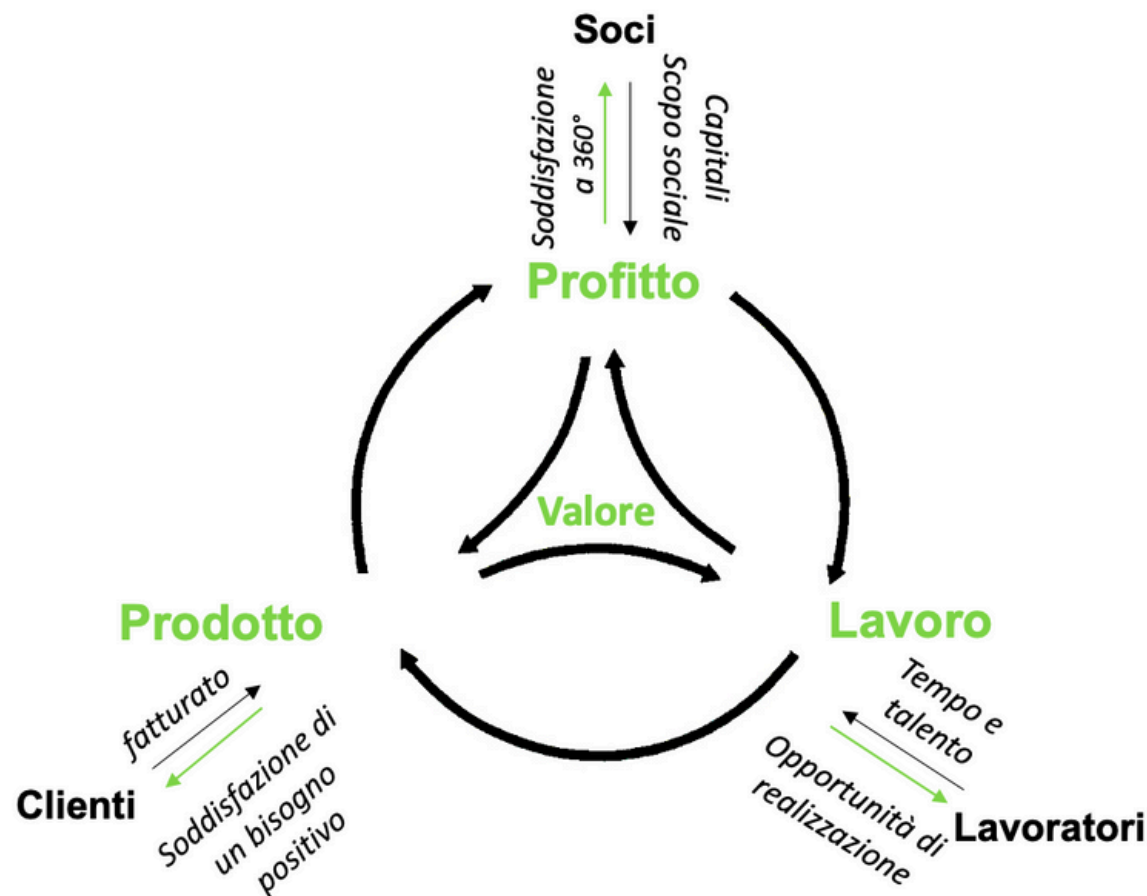
La Buona Impresa, guidata da una visione sistemica, supera il puro scopo di lucro perseguendo al tempo stesso il proprio bene e il bene del contesto attraverso un triplice scopo: portare sul mercato un buon prodotto o servizio, che risponde ai bisogni della società, spingendola in una direzione positiva; creare e organizzare il lavoro, offrendo occasione di realizzazione professionale alle persone; produrre ricchezza che ricade, direttamente o indirettamente sul contesto.

La Buona Impresa si impegna inoltre, coerentemente con le sue caratteristiche e le sue dimensioni, a gestire in modo responsabile e sostenibile tutte le ricadute che il suo fare impresa ha sulla comunità e sull'ambiente. Infine, essa si impegna a comunicare con trasparenza il senso del proprio agire, per favorire la partecipazione al proprio interno e il riconoscimento e la fiducia da parte del contesto.

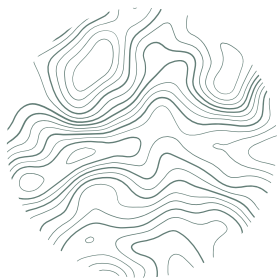
I risultati su ciascuno di questi pilastri sono descritti separatamente e poi osservati in modo sistemico, dando evidenza alle relazioni, ai condizionamenti reciproci e alle eventuali difformità.

L'ultimo capitolo del rapporto riguarda la valutazione degli impatti rispetto agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) definiti dall'ONU nell'ambito dell'Agenda 2030, definiti in base agli impatti specifici delle diverse dimensioni di valutazione sui singoli SDGs, la rilevanza di tali impatti e la valutazione di performance assegnata dall'azienda.

Lo Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa rappresenta una "guida" alla valutazione e al reporting, il cui esito resta interamente in capo all'azienda; lo Strumento non ha l'obiettivo di dare un rating oggettivo né rappresenta una certificazione terza rispetto ai contenuti riportati, ma offre criteri e indicazioni utili all'impresa che voglia "guardarsi dall'esterno" e raccontarsi attraverso questa lente ai propri stakeholder.



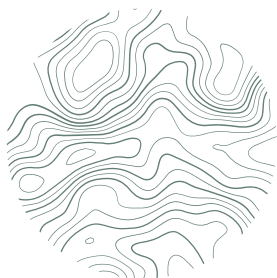
I 5 pilastri fondamentali: la visione di fondo del report



La Governance

La Governance **(1)**

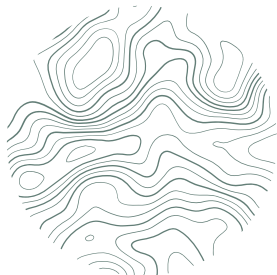
che osserva la definizione dell'impegno dell'impresa, l'adozione di processi strategici coerenti, la modalità di gestione e valutazione dei risultati.



La creazione di Valore

La Creazione di Valore attraverso

Prodotto **(2)**, Lavoro **(3)** e Valore Economico **(4)**, che osserva la capacità di produrre un impatto attraverso i principali pilastri dell'attività di qualsiasi impresa. Ciascuno di questi pilastri è osservato in 3 dimensioni: la capacità di creare valore; il fatto che lo crei in modo soddisfacente per gli stakeholder; la capacità di continuare a crearlo nel lungo periodo.



La Sostenibilità

La Sostenibilità Sociale e Ambientale **(5)**,

che guarda tutte le dimensioni sociali e ambientali rilevanti per l'attività d'impresa, valutando la capacità di gestirle in base al principio "Do no relevant harm".

LE FINALITÀ DEL BENE COMUNE

In qualità di Società Benefit la società intende perseguire una o più finalità di beneficio comune. Guidata da una visione sistemica La società intende realizzare finalità di beneficio comune perseguendo un triplice scopo: i) portare sul mercato un buon prodotto o servizio che risponda ai bisogni della società civile e che favorisca la diffusione di condotte positive e responsabili; ii) offrire alle persone occasioni di lavoro e di realizzazione professionale; iii) produrre ricchezza che ricada direttamente o indirettamente sul contesto.

La società si impegna inoltre ad operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di tutte le persone , comunità ed ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti ed associazioni ed altri portatori di interessi.

Dalle attività di beneficio comune previsto dal nostro statuto ci piace sottolineare che la società, tra l'altro, si impegna a:

- operare per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica salvaguardia dei sistemi naturali e sociali nel proprio settore di riferimento.
 - collaborare e creare sinergie con organizzazioni, enti, società, società benefit e B-Corp, non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quella della società per contribuire al loro sviluppo, e amplificare l'impatto positivo del loro operato.
-

PAPARUSSO COMMUNICATION SRL SB

L'IMPEGNO

Nel corso del 2024, primo anno di attività, la nostra attività si è concentrata nel sostenere l'**African Fashion Gate**, rinomata associazione di promozione sociale iscritta al RUNTS e al registro UNAR della Presidenza del Consiglio dei Ministri e che organizza ogni anno presso il Parlamento Europeo il Premio la Moda veste la Pace _

Il supporto è fornito in termini di prestazione d'opera professionale. Paparusso Communication cura la comunicazione, ufficio stampa e accounts social dell'associazione.

Valuteremo nel corso del 2025 di effettuare anche una donazione per sostenere i loro costi amministrativi.



LA STAKEHOLDER MAP

Comprendere il ruolo degli stakeholder in un'azienda è fondamentale per soddisfare le loro aspettative condivise.

Gli stakeholder vanno distinti dagli azionisti e possono comprendere chiunque abbia un interesse sostanziale nel successo del prodotto/servizio.

Nel corso del 2025 implementeremo la raccolta dati per valutare il nostro operato e mappare i nostri Stakeholders.

Avremo così modo di misurare il nostro impatto in riferimento ai temi ESG come indicati nel nostro statuto secondo lo standard ESRS.

