

# RELAZIONE DI IMPATTO DI SOCIETÀ BENEFIT

## FONDA s.r.l. società benefit

Redatta ai sensi ex art. 1 c.382 L. 208/2015  
Schemi di bilancio e nota integrativa Esercizio  
dal 01/01/2023 al 31/12/2023

FONDA S.R.L.  
Corso Andrea Podestà 1,  
16128 Genova GE  
Partita IVA: IT02087650996  
Codice Fiscale: IT0208765099

Signori/e Soci/e,

è con orgoglio che Vi informiamo che FONDA s.r.l. è diventata Società Benefit nel corso del 2023 e siamo lieti di condividere con Voi i progetti nei quali si crede e verso i quali si è programmato di impegnarsi, con la conseguente stima degli impatti sociali e ambientali nella comunità e per l'utenza.

La scelta di trasformarsi in una Società Benefit rispecchia l'intento di aderire ad un nuovo modello sociale ed economico, condiviso con altre imprese non solo in Italia, ma anche nel resto del mondo, per esprimere con trasparenza e con determinazione la volontà di contribuire al benessere delle persone con vista fragile e dei loro familiari.

Attraverso una modifica statutaria tutto ciò può risultare certificato e maggiormente trasparente, attraverso un modello di impresa che per legge contribuisce a creare nuove opportunità di benessere per le persone, tiene in alta considerazione le risorse limitate del pianeta e si preoccupa dell'equilibrio tra codeste realtà. Trattasi sostanzialmente della visione della nostra Società. Infatti FONDA nel corso della propria esperienza, ha spesso posto in atto scelte atte a generare benefici per la collettività.

Nel proseguo della presente relazione sono meglio spiegati i progetti e i loro effetti, con una stima dei loro impatti nel lungo periodo.

Il Responsabile dell'Impatto

Iurilli Michele

# INDICE

1. LETTERA DEL PRESIDENTE .....	4
2. INTRODUZIONE.....	5
Le Società Benefit e un nuovo modo di essere e di fare impresa .....	5
3. FONDA s.r.l.....	6
Il nuovo Statuto .....	6
Corporate Governance .....	7
4. OBIETTIVI SPECIFICI; MODALITÀ DI ATTUAZIONE; INIZIATIVE E AZIONI .....	8
Obiettivi di impatto e finalità.....	8
Modalità di attuazione .....	9
1. VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO .....	10
Lo standard di valutazione esterno (all. 4 L. 218/2015).....	10
Le aree di valutazione (all. 5 L. 218/2015). .....	13
2. Gli obiettivi che la Società intende perseguire nell'esercizio successivo .....	14
3. CONCLUSIONI.....	15

## 1. LETTERA DEL PRESIDENTE

Applicando la cosiddetta *Theory of change*, o *Teoria del cambiamento*, abbiamo impostato una gestione volta a lasciare un'impronta nella società civile, in modo da migliorare sempre più il contesto nel quale viviamo. "Qualcosa è cambiato", recitava un noto film del cinema moderno. E -in quest'ottica- la nostra Società, forte di un impegno sociale che già perseguiva da diversi anni, ha inteso manifestare formale evidenza del percorso attraverso la trasformazione in Società Benefit. La scelta di operare questa trasformazione è stata infatti più che naturale, per una società la cui mission si riassume nel migliorare il benessere quotidiano delle persone che vi si rivolgono, credendo che la collaborazione interdisciplinare tra i professionisti della visione sia fondamentale.

Crediamo fortemente nell'inserimento dell'impegno sociale tra le grandi sfide del nostro tempo, dove è richiesto a ciascuno un impegno notevole. Il piano di azione e le attività impostate e condotte, infatti, costituiscono un esempio autopoietico, con l'intento proattivo del fare, oltre a quello di permettere di aiutare altre persone a generare ulteriori progetti sociali e buone azioni, con un effetto e un impatto intenzionale deciso a priori, addizionale, stimabile.

In Fonda, peraltro, ci impegniamo ogni giorno a far sì che l'ecosistema sociale nel quale operiamo tragga beneficio dalla nostra presenza; ciò affinché le persone con vista fragile, i loro caregiver possano sperare in un futuro sempre migliore, con una più etica e maggiormente appropriata tecnologia, in coerenza con lo sviluppo di percorsi che mantengano e migliorino il benessere.

Va specificato, peraltro, che il percorso intrapreso risulta all'inizio. Trattasi, per quanto attiene al presente documento, della prima Relazione di Impatto, nella quale si desidera esprimere anche l'impegno sociale e le potenzialità, in termini di Impatto Sociale, che la nostra azienda potrà sviluppare nel corso dei prossimi anni.

Il Presidente,  
Michele Jurilli

## 2. INTRODUZIONE

### Le Società Benefit e un nuovo modo di essere e di fare impresa

Le società benefit (SB) rappresentano un nuovo modo di essere e di fare impresa, mediante il quale viene posta in alta considerazione una strategia orientata al bene comune di tutti gli stakeholder interni e esterni, ivi compresi la collettività e l'ambiente.

Le SB perseguono il profitto, impegnandosi contestualmente a produrre valore condiviso, duraturo e che si auto rigeneri nel tempo.

Le attività di una SB, quindi, oltre a essere remunerative devono avere anche un impatto positivo (o ridurre un impatto negativo) su singoli individui, gruppi e territori. La SB è quindi una società profit, ma con ulteriori obiettivi e vincoli cogenti auto imposti, nel framework di una norma nazionale, che conducono il management e i collaboratori a perseguire obiettivi sociali e a rendicontarli secondo standard condivisi.

Anche la nostra Società Benefit si caratterizza per:

- Perseguimento del lucro e della divisione degli utili;
- Ricerca di un beneficio comune inserito in un percorso di generazione di effetti, esternalità e impatti positivi in relazione alla società civile, all'ambiente naturale e al benessere delle persone;
- Rendicontazione trasparente del lavoro effettuato.

Tenendo conto delle norme in materia di società benefit, si riporta di seguito il concetto di beneficio comune incluso nell'art. 1 co. 378 lett. A, della L. 208/2015), ossia il perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica, di uno o più effetti positivi, (o la riduzione degli effetti negativi) su singoli individui, gruppi e territori. I benefici comuni generati devono risultare reali e tangibili, rispondenti ai bisogni della comunità nella quale l'azienda si colloca. La norma è entrata in vigore 2016, anno in cui l'Italia -tra i primi al mondo- si è dotata di una legge che prevede la possibilità per le aziende di trasformarsi o di costituirsi quali Società Benefit. La medesima disciplina richiede l'identificazione di una persona responsabile d'impatto, figura di riferimento in merito alle attività che riguardano il raggiungimento degli obiettivi sociali e di sostenibilità. Nel caso di specie è stato nella persona di Lurilli Michele.

La valutazione degli impatti generati con il perseguimento delle finalità di beneficio comune risulta prevista dalla legge; infatti la nostra Società Benefit ha predisposto la presente relazione annuale di impatto relativa al perseguimento del beneficio comune, allegato del bilancio civilistico da depositare presso il Registro delle Imprese competente.

### 3. FONDA s.r.l.

#### Il nuovo Statuto

A partire dal mese di novembre 2023, FONDA si è trasformata in Società Benefit, inserendo all'Art. 3bis del proprio Statuto alcune specifiche Finalità di beneficio comune che l'Azienda intende perseguire nell'esercizio della propria attività economica di impresa.

Si riportano di seguito i passaggi salienti:

Ai sensi dei commi da 376 a 384 dell'articolo 1 della legge 208/2015, nonché degli allegati 4/5 alla medesima, la società, oltre allo scopo di dividere gli utili dell'attività, opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse, e persegue le seguenti finalità di beneficio comune:

1. Contribuire ad una migliore qualità della vita per le persone con Vista Fragile, che porti benessere e soddisfazione sia alle persone stesse sia alle rispettive cerchie sociali. (QUALITA' DELLA VITA DEGLI UTENTI)

1.1. Permettere alle persone affette da patologie della vista di conservare indipendenza, socialità e piccole soddisfazioni quotidiane, mantenendone le abilità più a lungo nel tempo. (INDIPENDENZA, SOCIALITA' E SELF-CONFIDENCE)

1.2. Ridurre impegno e fatiche della cura quotidiana del caregiver e favorire una migliore relazione con la persona accudita. (BENESSERE CAREGIVER)

2. Diffondere una cultura della "funzione visiva", sia per stimolare ciascuno a comprendere e prendersi cura della propria funzione visiva, ovvero delle abilità determinate da essa, oltre che del proprio occhio; sia per educare i professionisti al concetto della vista fragile, avvalendosi del ruolo di intermediario svolto da Fonda nel settore. (CULTURA DELLA FUNZIONE VISIVA)

2.1. Promuovere nei professionisti della vista (oculisti e ottici) la cultura della "vista fragile" (VISTA FRAGILE)

2.2. Educare/stimolare ciascuno a prendersi cura della propria funzione visiva, intercettare eventuali problemi e prevenire il peggioramento o perdita delle abilità visive, ovvero quelle abilità legate alla funzione visiva, ritenute importanti dall'individuo, per condurre una vita quotidiana autonoma e soddisfacente. (PREVENZIONE FUNZIONALE)

2.3. Fornire competenze e tecniche per intervenire sul mantenimento della funzione visiva e supportare le abilità visive (vs ottici e oculisti) (COMPETENZE TECNICHE)

2.4. Favorire la piena consapevolezza del paziente e dei caregiver sulle conseguenze della patologia e opportunità di intervento, quale premessa per l'accettazione dei limiti che ne derivano e per un'efficace ricerca e gestione delle soluzioni. (CONSAPEVOLEZZA)

3. Sviluppare e portare sul mercato soluzioni sempre più innovative e rispondenti ai bisogni degli utenti, investendo costantemente in Ricerca e Sviluppo (RICERCA E TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLE PERSONE)

- 3.1. Offrire ai pazienti soluzioni sempre più performanti e innovative, in grado di rispondere meglio ai loro bisogni reali (SOLUZIONI INNOVATIVE ED EFFICACI)
- 3.2. Contribuire a far progredire la ricerca di strumenti, protocolli, tecnologie per la vista fragile, offrendo risultati e stimoli sia per i ricercatori sia per il settore (PROGRESSO DEL SETTORE)
- 3.3. Potenziare e valorizzare il ruolo attivo dei professionisti (ottici e oculisti) nell'offerta di servizi per la vista, favorendo la creazione di sinergie tra classe medica e ottici (SOSTEGNO ALL'INDOTTO).

La società è amministrata in modo da bilanciare l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi delle categorie sopra indicate e di tutti coloro sui quali l'attività sociale possa avere un impatto.

L'organo amministrativo nomina, scegliendolo anche fra soggetti esterni alla Società, il Responsabile Benefit, attribuendo al medesimo compiti volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune.

La Società adempie a tutti gli obblighi di legge previsti, e segnatamente a quelli previsti dai commi 382/383 della legge citata; ai fini della corretta interpretazione del presente articolo, si fa rinvio alle definizioni dettate dal comma 378.

## Corporate Governance

L'amministrazione e lo sviluppo di FONDA sono affidati a un consiglio di amministrazione composto da persone particolarmente sensibili alle tematiche individuate tra le finalità di beneficio comune. Per tale ragione molti di loro sono direttamente coinvolti come responsabili diretti delle azioni da implementare.

## 4. OBIETTIVI SPECIFICI; MODALITÀ DI ATTUAZIONE; INIZIATIVE E AZIONI

### Obiettivi di impatto e finalità

Guidata da una visione sistemica, la società intende realizzare finalità di Beneficio Comune perseguendo un triplice scopo:

- 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;
- offrire alle persone occasioni di lavoro e di realizzazione professionale;
- produrre ricchezza che ricada direttamente o indirettamente sul contesto.

L'attività della Società Fonda si propone di generare diversi obiettivi per la comunità; *in primis*:

- Contribuire ad una migliore qualità della vita per le persone con Vista Fragile, che porti benessere e soddisfazione sia alle persone stesse sia alle rispettive cerchie sociali, attraverso interventi di supporto e di assistenza.
- Diffondere una cultura della "funzione visiva", sia per stimolare ciascuno a comprendere e prendersi cura della propria vista, oltre che del proprio occhio; sia per educare i professionisti al concetto della vista fragile, avvalendosi del ruolo di intermediario svolto da Fonda nel settore.
- Sviluppare e portare sul mercato soluzioni sempre più innovative e rispondenti ai bisogni degli utenti, investendo costantemente in Ricerca e Sviluppo.

Le finalità hanno riguardato in primo luogo l'aiuto di persone portatrici di fragilità e la loro autonomizzazione, grazie all'utilizzo di soluzioni brevettate per la vista fragile. Questo aspetto ha ricadute rilevanti anche sui caregiver e sul carico di fatica fisica e psicologica derivante dal prendersi cura dei pazienti fragili.

Non vanno inoltre trascurate le finalità rivolte ai professionisti della visione in termini di acquisizione di conoscenze e competenze circa la cultura della Vista Fragile, ma anche la comunità intesa in senso più ampio, sensibilizzando la società sull'importanza dell'educazione visiva inclusiva e fornendo formazione agli operatori educativi e agli insegnanti su metodi e risorse per l'inclusione.

Il delinarsi di questa Società come Società Benefit, e la definizione delle diverse aree rispetto alle quali la società intende dare il proprio contributo in maniera significativa, ha portato alla declinazione degli obiettivi in azioni, che verranno monitorate da indicatori. Questo è l'impegno per una valutazione quantitativa e precisa del proprio impatto, che la società intende perseguire nel prossimo esercizio. Questi aspetti verranno successivamente dettagliati in un paragrafo apposito.

## Modalità di attuazione

La declinazione di obiettivi in azioni ha previsto la definizione di diversi indicatori, atti a rilevare il raggiungimento di specifici obiettivi, afferenti alle tre aree precedentemente descritte, come di seguito dettagliato.

Come da norma, è stata nominata la persona referente dell'impatto, al quale sono state affidate le funzioni e i compiti volti al perseguimento delle finalità sociali, è divenuta responsabile dell'impatto dell'azienda intera, con l'impegno alla rendicontazione trasparente e completa delle attività attraverso la presente relazione annuale di impatto, che descrive le principali azioni svolte e gli impegni per il futuro.

## 1. VALUTAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO

### Lo standard di valutazione esterno (all. 4 L. 218/2015)

Per la rendicontazione e valutazione dell'impatto sociale e ambientale generato verrà applicato il metodo internazionale del social ROI o S-ROI (acronimo di Social Return on Investment).

La metodologia relativa al Social impact e l'indicatore SROI, attiene alla valutazione del ritorno sociale degli investimenti, grazie alla sua capacità di attribuire evidenze quantitative a fattori intangibili, quali gli effetti psicologici, sociali o culturali, educativi e attinenti a stili di vita e salute.

- ✓ **L'analisi di impatto sociale** restituisce un valore in euro dei benefici sociali e ambientali prodotti. Si distingue tra effetti (*outcomes*) e impatti. Gli effetti vengono generati a favore del territorio (indotto, ecc.) e costituiscono benefici monetari e intangibili a favore di stakeholder. Gli impatti costituiscono un fattore addizionale, generato in base agli obiettivi che la società si è inizialmente posta.
- ✓ **L'analisi S-ROI** costituisce un indicatore che rapporta l'*input* (costi sostenuti) all'*outcome* (benefici e effetti prodotti).

Ad esempio,  $SROI = 3$ , significa che, per ogni euro speso, ne ho generati 3, a favore della comunità locale, scientifica, dell'indotto, del turismo, della formazione, della cultura e, in ogni caso, a favore della comunità locale, utenti e altri *stakeholder*

Più in dettaglio, la metodologia S-ROI prevede sostanzialmente **5 fasi fondamentali**:

- **1. DEFINIZIONE DEL CAMPO DI ANALISI, INDIVIDUAZIONE E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDERS:** Gli stakeholder per il calcolo del S-ROI si possono definire come tutti i soggetti che vivono il cambiamento o che influenzano l'attività sia positivamente che negativamente. Il S-ROI serve a capire se possiamo creare o distruggere valore, e verso chi.
- **2. COSTRUZIONE DI UNA MAPPA DELL'IMPATTO:** Una fotografia del percorso viene delineata attraverso il coinvolgimento dei soggetti interessati, interni e più marginali rispetto al progetto (ossia gli "stakeholders"). Essa descrive come le attività che intendiamo analizzare impiegano determinate risorse (costi o input) per produrre delle attività (output) le quali, a loro volta, risulteranno un effetto e, più in dettaglio, un outcome per gli stakeholder stessi.
- **3. EVIDENZIAMENTO DEGLI OUTCOME ED ASSEGNAZIONE DI UN VALORE:** Gli stakeholder sono fondamentali in questo passaggio perché sono coloro che hanno subito o prodotto un cambiamento; è in questa fase che gli stakeholder vengono anche "ascoltati" attraverso approcci di tipo qualitativo come "interviste" o "focus group", oltre alla raccolta dati quantitativa. L'obiettivo dell'attribuzione del valore

agli outcome passa attraverso l'identificazione di valori finanziari adeguati che servono per presentare ad uno stakeholder l'importanza dei cambiamenti della propria sfera esperienziale. Questa fase prevede dunque la definizione di proxy di tipo economico di attività che spesso non hanno un valore di mercato. Inoltre, bisogna tener conto del fatto che per alcuni beni non esiste un costo oggettivo, ma esso è frutto della percezione dei vari soggetti che ne fanno o meno uso. In questo senso vengono utilizzati i metodi della Contingent Valuation.

- 4. **CALCOLO DELLE ESTERNALITÀ POSITIVE E NEGATIVE:** Questa fase risulta particolarmente importante in quanto, con appropriati indicatori, si riesce a ridurre il rischio di sottostimare e, soprattutto, di sovra-stimare l'analisi svolta, riportando dunque il valore dell'impatto ad una misura realistica e cautelativa. In particolare, il calcolo passa attraverso quattro ulteriori passaggi:
  - 1. La stima di **deadweight / spiazzamento**: il deadweight è definito come la misura della quantità di outcome che sarebbe avvenuta anche nel caso in cui l'attività non avesse avuto luogo. Viene calcolato in %. Per calcolarlo si fa riferimento a gruppi di comparazione. Il rapporto tra deadweight e outcome è inverso: all'aumentare del deadweight, l'outcome diminuisce.
  - 2. L'**attribuzione**: è la valutazione di quanta parte dell'outcome provenga dal contributo di altre organizzazioni o persone. Viene calcolata anch'essa in %.
  - 3. Il **displacement**: rappresenta la percentuale attribuita per ogni cambiamento alle esternalità negative generate e non previste.
  - 4. Il **drop off**: la stima della diminuzione dell'effetto o impatto con il passare del tempo. Questo diminuisce anche il valore dell'outcome.
  
- 5. **CALCOLO DEL S-ROI:** La fase finale consiste nel determinare un impatto quantitativo finale, derivante a sua volta dalla somma degli effetti quantificati mediante proxy, ossia le variabili equivalenti, che esprimono il valore di effetti e fenomeni analoghi a quelli indagati, in assenza di un valore puntuale dei medesimi. Ad esempio, una proxy che esprime il valore orario del tempo risparmiato, consiste nel determinare quanto si pagherebbe una persona per un'ora di tempo, affinché questa eseguisse determinate attività della nostra vita quotidiana al posto nostro. In questo caso, si suole assegnare quantomeno un valore pari a 10 euro per ciascuna ora risparmiata. Questa fase prevede altre tre sotto-fasi; in particolare:
  - 1. Viene stimato il valore dell'outcome nel futuro
  - 2. Viene calcolato il VAN (Valore Attuale Netto) del progetto, che consiste nell'attualizzare - ad un certo tasso di sconto (r)- la somma dei costi e benefici presenti e futuri (in caso di durata pluriennale).
  - 3. Infine, viene calcolato il "S-ROI ratio", ossia = VALORE ATTUALE DEGLI OUTCOME / VALORE DEGLI INPUT.

Lo standard di valutazione esterno utilizzato dalla nostra società benefit risulta dunque, sulla base di quanto sopra descritto, in conformità dell'allegato 4 della legge n. 218 del 2015, vale a dire è:

1. esauriente e articolato nel valutare l'impatto della società e delle sue azioni nel perseguire la finalità di beneficio comune nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse;
2. è stato sviluppato da un ente che non è controllato dalla nostra società benefit nè collegato con la stessa;
3. risulta credibile, in quanto applicato da consulenti che:
  - a) hanno accesso alle competenze necessarie per valutare l'impatto sociale e ambientale delle attività della nostra società nel suo complesso;
  - b) utilizza un approccio scientifico e multidisciplinare.
4. Trasparente, perché le informazioni che lo riguardano sono rese pubbliche; in particolare, sono disponibili:
  - a) i criteri utilizzati per la misurazione dell'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso;
  - b) le ponderazioni utilizzate per i diversi criteri previsti per la misurazione;
  - c) i riferimenti dell'organo dell'ente che ha sviluppato e che gestisce lo standard di valutazione;
  - d) il processo attraverso il quale vengono effettuate modifiche e aggiornamenti allo standard;
  - e) un resoconto delle entrate e delle fonti di sostegno finanziario dell'ente per escludere eventuali conflitti di interesse.

Per qualsiasi ulteriore approfondimento ci si può rifare al sito ufficiale <https://socialvalueuk.org/sat-launch/>.

## Le aree di valutazione (all. 5 L. 218/2015).

La valutazione dell'impatto comprende le seguenti aree di analisi:

1. Governo d'impresa, per valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società;
2. Lavoratori, per valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro.
3. Altri portatori d'interesse, per valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura;
4. Ambiente, per valutare gli impatti della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.

## 2. Gli obiettivi che la Società intende perseguire nell'esercizio successivo

In dettaglio, l'impegno della Società per l'anno 2024 riguarda diversi obiettivi, monitorati da specifici indicatori, come di seguito descritto.

Prima area:

- Permettere alle persone affette da patologie della vista di conservare indipendenza, socialità e piccole soddisfazioni quotidiane, mantenendone le abilità più a lungo nel tempo.
- Ridurre impegno e fatiche della cura quotidiana del caregiver e favorire una migliore relazione con la persona accudita.

In riferimento a questi primi obiettivi, gli indicatori si differenziano in quelli che possono essere riscontrati direttamente dagli utenti, come la % di utenti che affermano di aver migliorato la propria funzione visiva grazie ai presidi, che affermano una migliore qualità della vita grazie ai presidi, che riscontrano un maggiore livello di autonomia nelle loro vite da quando utilizzano il presidio e il grado di soddisfazione generale per la propria vita e nello specifico per il proprio stato di salute. Inoltre si può ottenere un riscontro quantitativo anche dato dagli ottici, in particolare la % di utenti che migliora la propria vista grazie ai presidi e la % di utenti che riscontra un punteggio superiore a X nel grado di autonomia dopo l'utilizzo dei presidi. Questo avviene mediante la somministrazione di specifici test prima e dopo l'utilizzo degli ausili.

Viene inoltre considerato il risvolto positivo sulla popolazione di caregiver, considerando la % di questi ultimi che dichiara una riduzione del tempo di cura dedicato all'utente da quando ha iniziato ad utilizzare il presidio, la riduzione delle ore dedicate all'accudimento e cura della persona con patologia, la % di caregiver che riscontra un miglioramento nella relazione con l'accudito dopo l'acquisto del presidio e il miglioramento del grado di benessere del caregiver.

Seconda area:

- Promuovere nei professionisti della vista (oculisti e ottici) la cultura della "Vista Fragile".
- Educare/stimolare ciascuno a prendersi cura della propria funzione visiva, intercettare eventuali problemi e prevenire il peggioramento della vista.
- Fornire competenze e tecniche per intervenire sul mantenimento della funzione visiva (vs ottici e oculisti).
- Favorire la piena consapevolezza del paziente e dei caregiver sulle conseguenze delle patologie e opportunità di intervento, quale premessa per l'accettazione dei limiti che ne derivano e per un'efficace ricerca e gestione delle soluzioni.

In riferimento a questi aspetti, si riportano gli indicatori individuati al fine della misurazione, in primis la % di professionisti e di altri interlocutori che afferma di conoscere la tematica. Vanno inoltre considerati, anche se su un piano di raccolta dati maggiormente qualitativo, l'effettivo grado di conoscenza della tematica nei professionisti del settore, la

diffusione della cultura della vista fragile anche in altri ambiti legati al settore e il grado di relazione creata tra le diverse figure professionali. Fonda infatti lavora per migliorare la relazione tra ottici, oculisti e ortottisti.

Si considererà inoltre il numero di persone coinvolte nelle attività di clinica mobile, la % di caregiver che effettua un esame della vista, la % di specialisti che partecipano alle formazioni che dichiara un aumento delle loro competenze e che supera brillantemente i test. Infine, risulterà anche importante tenere in considerazione il numero di prescrizioni annuali dei presidi Fonda, la % di utenti e caregiver che affermano di essere consapevoli delle conseguenze delle patologie, delle opportunità di intervento e delle aspettative reali ad esse legate e l'effettivo grado di conoscenza della propria patologia o di quella dell'accudito; in questo caso si andranno ad indagare le percezioni soggettive.

Terza area:

- Offrire ai pazienti soluzioni sempre più performanti e innovative, in grado di rispondere meglio ai loro bisogni reali.
- Contribuire a far progredire la ricerca di strumenti, protocolli, tecnologie per la vista fragile, offrendo risultati e stimoli sia per i ricercatori sia per il settore.
- Potenziare e valorizzare il ruolo attivo dei professionisti (ottici e oculisti) nell'offerta di servizi per la vista, favorendo la creazione di sinergie tra classe medica e ottici.

In merito a quest'ultimo insieme di obiettivi specifici, gli indicatori individuati sono il numero di nuove tecnologie e presidi portati sul mercato, il numero riconoscimenti esterni e di nuovi brevetti, il numero di pubblicazioni scientifiche o convegni sul tema e il numero di follower o realtà che svolgono attività simili, anche solo in ambito divulgativo.

Si terrà conto, infine, anche del fatturato portato ai clienti B2B e del grado di soddisfazione espressa dai professionisti nell'essere parte del progetto.

### 3. CONCLUSIONI

La trasformazione di FONDA in Società Benefit segna l'inizio di un percorso che vuole sottolineare l'impegno costante e duraturo della Società per la promozione del benessere a favore non solo di un'utenza specifica, ma dell'intera comunità.

Vogliamo, con questa prima relazione di impatto, divulgare, esprimere e sottolineare la volontà di dare il nostro contributo ad un cambio di paradigma sociale ed economico ineluttabile, oltre che al raggiungimento dei traguardi prefissati, al fine di avere un impatto significativo sulla nostra comunità, generando benefici tangibili. Continueremo a impegnarci per promuovere il benessere delle persone e per contribuire a costruire un futuro sostenibile e inclusivo per tutti.

Siamo certi che questa sia la direzione giusta da intraprendere, in un mondo in profonda e rapidissima trasformazione. Le Società Benefit rappresentano infatti una valida e scalabile risposta per le esigenze del nostro tempo e dimostrano come possiamo diventare aziende eccellenti nel futuro.

Il Presidente

