



MOEBEUS

# Bilancio di Sostenibilità

# Lettera agli stakeholder

Siamo felici ed emozionati di presentare la prima relazione di impatto di Moebeus.

E' l'opportunità di "fare il punto" in occasione del nostro primo anno di attività; non si tratta soltanto di un adempimento previsto dalla norma sulle Società Benefit.

Nelle pagine a seguire cercheremo di guardare criticamente le attività svolte per impostare percorsi che ci possano portare a migliorare nel tempo ma anche ad interrogandoci sugli impatti generati e su quelli che vorremmo generare negli anni a seguire.

Nella relazione troverete la narrazione onesta di quanto siamo riusciti a fare in questo primo anno di vita. Siamo nati in piena pandemia vivendo difficoltà organizzative e di confronto con i nostri stakeholder. Abbiamo cercato di restare fedeli ai principi e ai valori su cui è nata la società.

Questa relazione rappresenta un momento di trasparenza e di condivisione anche di valutazioni non necessariamente eccellenti rispetto alle nostre performance. L'obiettivo però non vuole essere quello di fare bella figura ma di raccontare tutto l'entusiasmo che ha innescato la costituzione della nostra società. Vogliamo evidenziare tutte le potenzialità di miglioramento per i prossimi anni e prenderne coscienza grazie alla partecipazione di chi ci ha aiutato a realizzare questo documento è per noi un ottimo risultato raggiunto.

*Il più grande spreco nel mondo è la differenza tra ciò che siamo e ciò che potremmo diventare.*

(Ben Herberster)

Il team di Moebeus



MOEBIUS

# L'azienda, la governance, la sostenibilità

Cambiamo il Pianeta  
prima di cambiare  
Pianeta.

Un mondo più etico,  
equo e sostenibile

## Chi Siamo

---

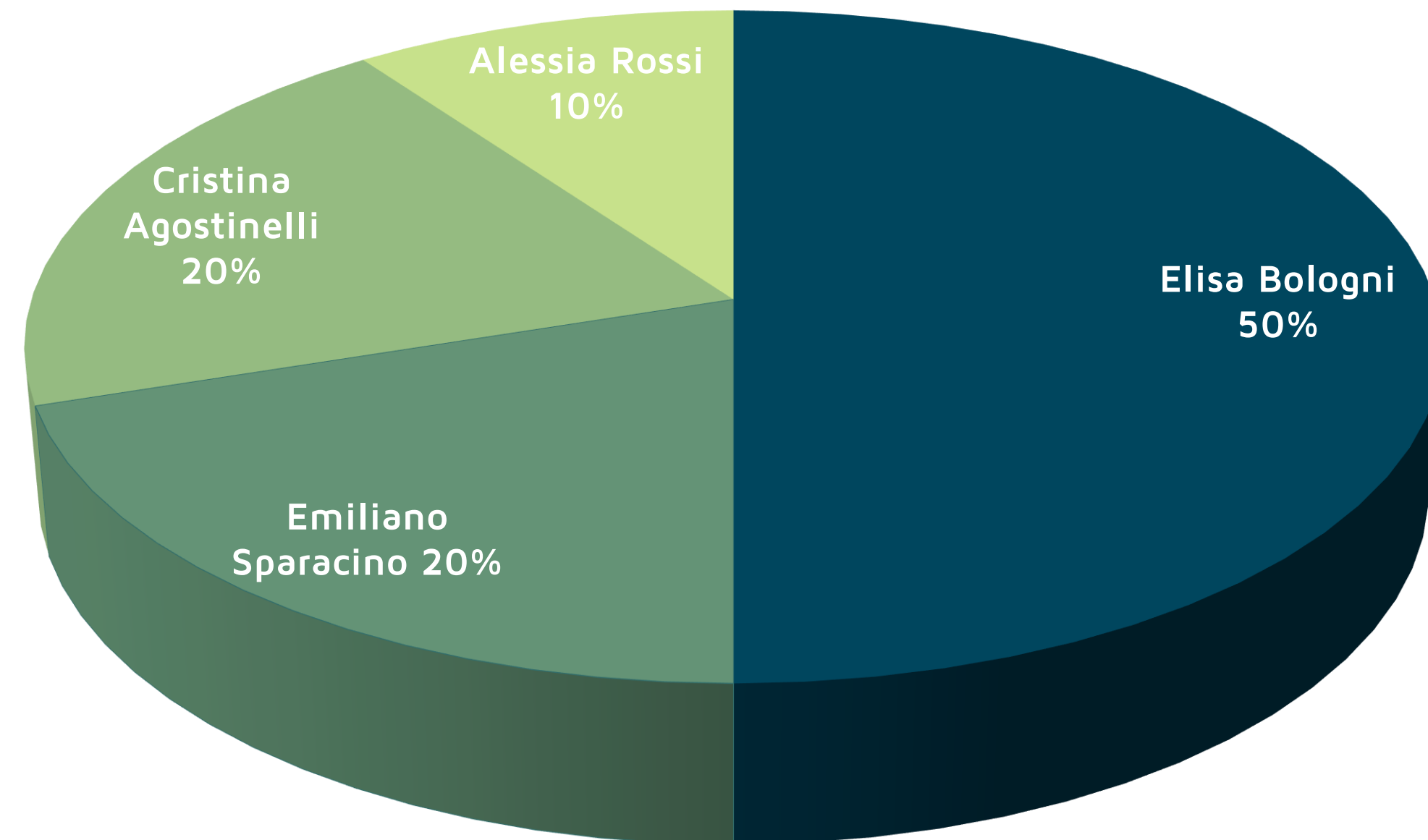
Moebeus nasce a marzo del 2021 da Elisa Bogni, Emiliano Sparacino, Cristina Agostinelli e Alessia Rossi, con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo sostenibile e l'economia circolare.

Moebeus vuole aiutare aziende, organizzazioni, imprese del Terzo settore, istituzioni, associazioni ad **acquisire una maggiore consapevolezza dei loro elementi, attuali e potenziali, di sostenibilità per impegnarsi ad avere un maggior impatto positivo.**

Per farlo abbiamo ideato un **percorso sistemico** di analisi che aiuta i nostri clienti a capire quali sono le loro caratteristiche distintive che hanno impatto su ambiente, società e governance.

*Crediamo che comprendere come migliorare il proprio impegno è il primo passo per fare la differenza.*

## Chi Siamo Compagine societaria e governance



La compagine societaria è così costituita

Elisa Bogni: CEO

Emiliano Sparacino: CTO

Cristina Agostinelli: Project Manager

Alessia Rossi: Innovation and sustainability consultant

Fin dalla sua costituzione Moebeus ha adottato il **principio della condivisione e della trasparenza** in tutte le scelte strategiche della startup, come ad esempio le decisioni relative all'utilizzo del budget, alla scelta dei fornitori e dei progetti da seguire.

Tutte le **informazioni chiave rispetto all'impatto dei progetti e delle attività svolte sono condivise anche all'esterno** (come ad esempio attraverso questo documento o i canali social).

La sostenibilità è una delle dimensioni chiave dell'identità di Moebeus e si trova al centro delle nostre scelte.

# Chi siamo: il Team



**Elisa Bogni**  
CEO

Laurea in Scienze della Comunicazione

10+ anni come HR Manager  
Ha partecipato a percorsi formativi finanziati dall'Europa, "Innomed UP" e "Stand UP", incentrati sui temi della sostenibilità e economia circolare

**Emiliano Sparacino**  
CTO

PhD in Ingegneria dell'Informazione

10+ anni come Business Analyst e Software Programm Manager.  
Precedentemente ricercatore in sistemi complessi, su tematiche di sostenibilità e gestione dei sistemi ambientali

**Cristina Agostinelli**  
PROJETC MANAGER

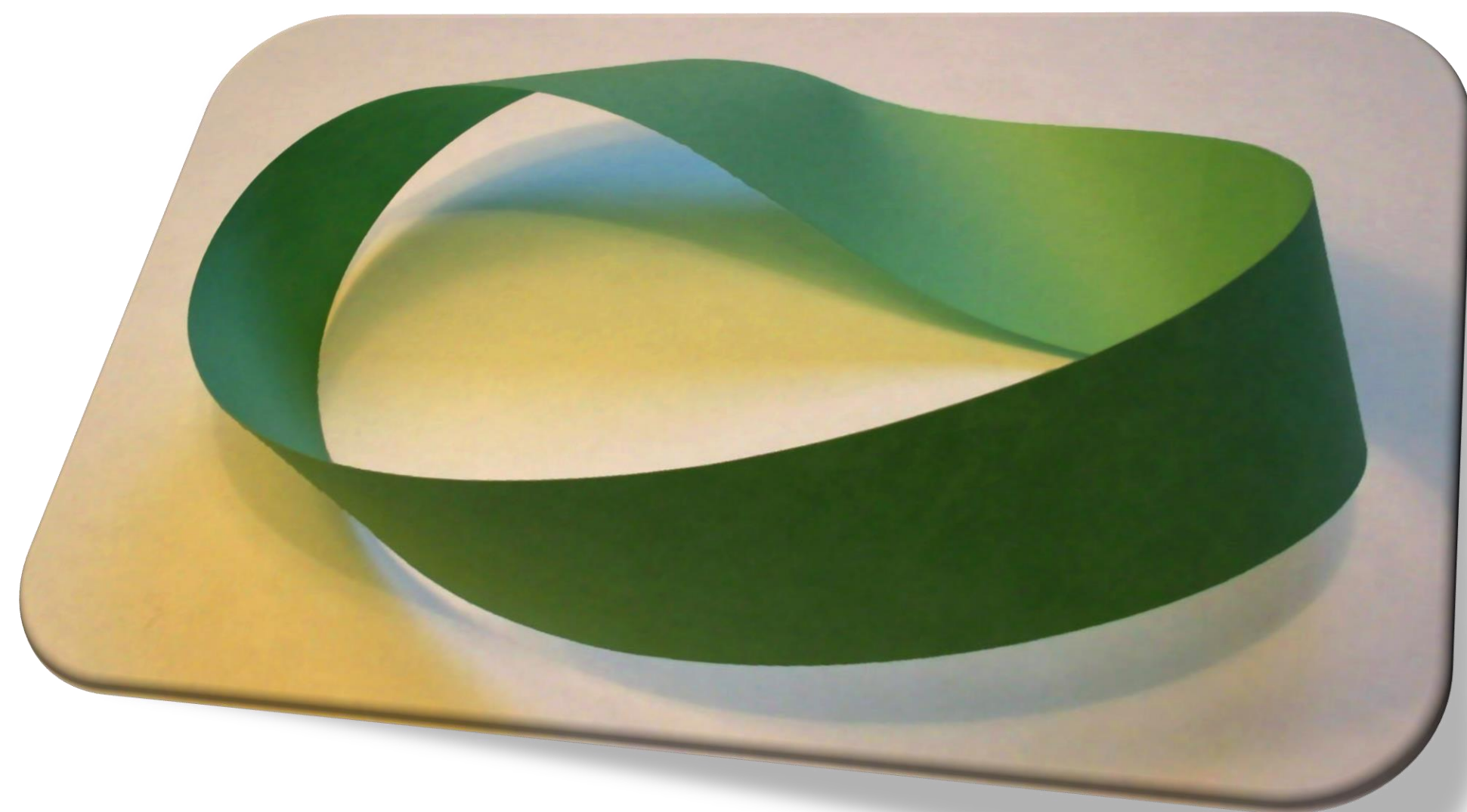
Laurea in Scienze Politiche e Processi Decisionali

10+ anni in euro-progettazione, ricerca fondi, rendicontazione e gestione di progetti sociali e di partecipazione civica

**Alessia Rossi**  
INNOVATION MANAGER

PhD in Scienze Biologiche; Master in Sustainable Blue Growth

Projects manager per il turismo sostenibile, sviluppo di catene di valore nel settore hospitality



## Chi Siamo Perchè il nome Moebeus

---

**La sostenibilità racchiude tre dimensioni: ambientale, economica e sociale (Environmental, Social, Governance).**

Non è possibile perseguire uno sviluppo sostenibile senza tenere in considerazione contemporaneamente queste tre dimensioni.

Non è possibile agire su una sola di esse senza ripercussioni sulle altre. Abbiamo trovato nella geometria particolare del nastro del matematico tedesco August Ferdinand Möbius la rappresentazione di questa visione.

A differenza di un comune nastro in cui sono presenti due facce, una interna e una esterna, nel nastro di Möbius non c'è questa distinzione. Non sai su quale faccia stai camminando, e se immaginassi di aver un pennello in mano, mentre colori una faccia colori inevitabilmente anche l'altra.

E' un nastro che si richiude su se stesso dopo una mezza torsione, così da congiungere in modo continuo una faccia con l'altra.

Il nostro logo e il nostro nome prendono ispirazione dal famoso nastro di Möbius.



## Società Benefit

Aiutiamo le aziende ad **impegnarsi per avere un maggior impatto positivo** e ad acquisire un'autentica consapevolezza del loro potenziale di sostenibilità

I valori in cui crediamo sono **conoscenza, responsabilità, condivisione, fiducia**

Vogliamo contribuire a diffondere la **cultura della circolarità** fatta di sostenibilità, **innovazione, tecnologia, creatività, partecipazione attiva, condivisione**

Ci rivolgiamo alle aziende che vogliono inserire la sostenibilità all'interno delle proprie strategie per realizzare **prodotti e servizi che facciano bene alle persone e al pianeta**

Siamo soci di Banca Etica perchè crediamo fermamente nel valore delle persone: non può esserci sostenibilità senza condizioni eque e solidali per tutti.





## Startup Innovativa

Abbiamo ideato una **innovativa metodologia System Thinking di valutazione qualitativa della sostenibilità**

Si basa su un algoritmo proprietario, **Be-Circular**, sviluppato in collaborazione con il Dipartimento di Ingegneria dell'Informazione e delle Scienze Matematiche dell'Università di Siena

**La metodologia**, pensata per le PMI, si adatta bene in contesti in cui non sono a disposizione set di dati completi e **riesce ad evidenziare, in modo pratico e concreto, le caratteristiche aziendali che più impattano su ESG e SDG**

Partner di



Presentata a



- E. Sparacino, E. Bologni, A. Rossi, C. Agostinelli, D. Madeo, C. Mocenni, (2021), "An Integrated Model For Supporting Aware Decisions Of Companies In A Circular And Sustainable Economy Transition", *Procedia Environmental Science, Engineering and Management*, 8 (3), 705-714
- M. Mocenni, (2021), *Multicriteria analysis for circular and sustainable economy transition of companies*, Tesi MS, Università di Siena



## Visione

---

Per vincere le sfide del nostro tempo, cambiamento climatico, perdita di biodiversità, scarsità di risorse, inquinamento, disuguaglianze sociale, ecc, crediamo che sia **assolutamente necessario fare un cambio di prospettiva**. Vediamo nei principi dell'economia circolare una visione rivoluzionaria. La transizione da lineare a circolare richiede **una vera e propria rivoluzione culturale**.

I principi dell'economia circolare richiedono di intervenire all'inizio del processo e non alla fine del ciclo: nella progettazione, nella scelta dei materiali, nel design. Nel modello circolare, i prodotti e i servizi sono progettati considerando le loro relazioni con le risorse e l'ambiente, in modo che il loro ciclo di vita li faccia ritornare materia ed energia. In questo modo è possibile riattivare un nuovo ciclo di vita senza utilizzare nuove risorse o spendere energia per lo smaltimento. Per realizzarsi l'economia circolare ha bisogno di conoscenza, di innovazione e di condivisione.

**Ciò che fa veramente la differenza è l'avvio di un processo** di transizione che abbia come obiettivo la realizzazione di prodotti e servizi che facciano bene al Pianeta e alle Persone.

**La ricerca della sostenibilità è un percorso, un viaggio che facciamo al fianco dei nostri clienti e stakeholder.**



MOEBIUS

# Beneficio comune



**Beneficio comune.**

**Contribuire ad una  
società più responsabile**

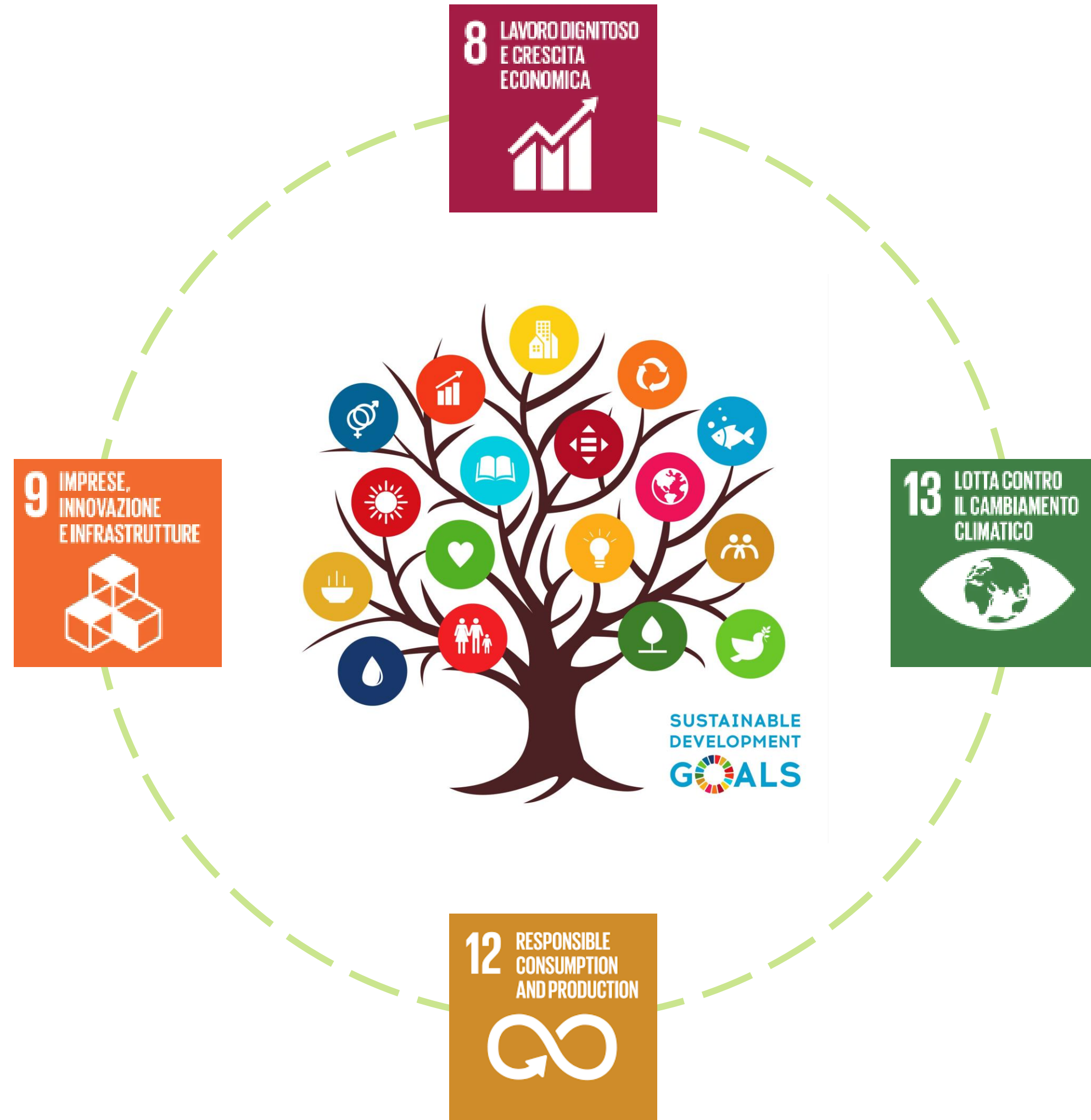
Moebeus nel suo complesso ha lo scopo di **contribuire ad un mondo più etico, equo e sostenibile**. La realizzazione di tale beneficio comune richiede il **coinvolgimento di una platea allargata di stakeholder**.

Nelle nostre attività di divulgazione e promozione del vantaggio circolare ci rivolgiamo al mondo delle **giovani generazioni** cercando di mostrare loro le possibilità e non i limiti del contesto attuale. Nelle pagine a seguire troverete indicazioni più specifiche sulle attività svolte.

Cerchiamo di coinvolgere il mondo delle **startup**, che come noi iniziano un nuovo progetto imprenditoriale, quello di **organizzazioni e aziende** con più esperienza.

In particolare mai come adesso alle imprese è riconosciuto un nuovo ruolo sociale, producono beni o servizi, creano lavoro e ricchezza economica. La differenza sta nel modo in cui lo fanno.

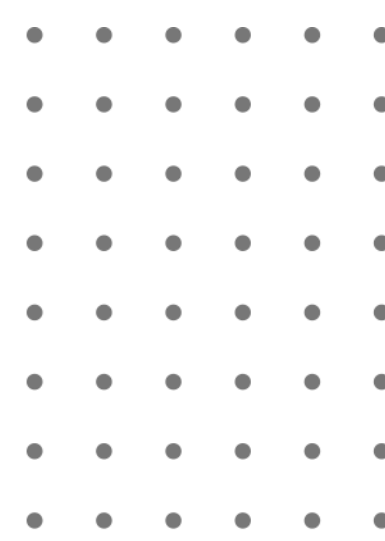
Ecco perché abbiamo deciso di **aiutarle a valorizzare il loro l'impegno e le loro scelte di sostenibilità**.



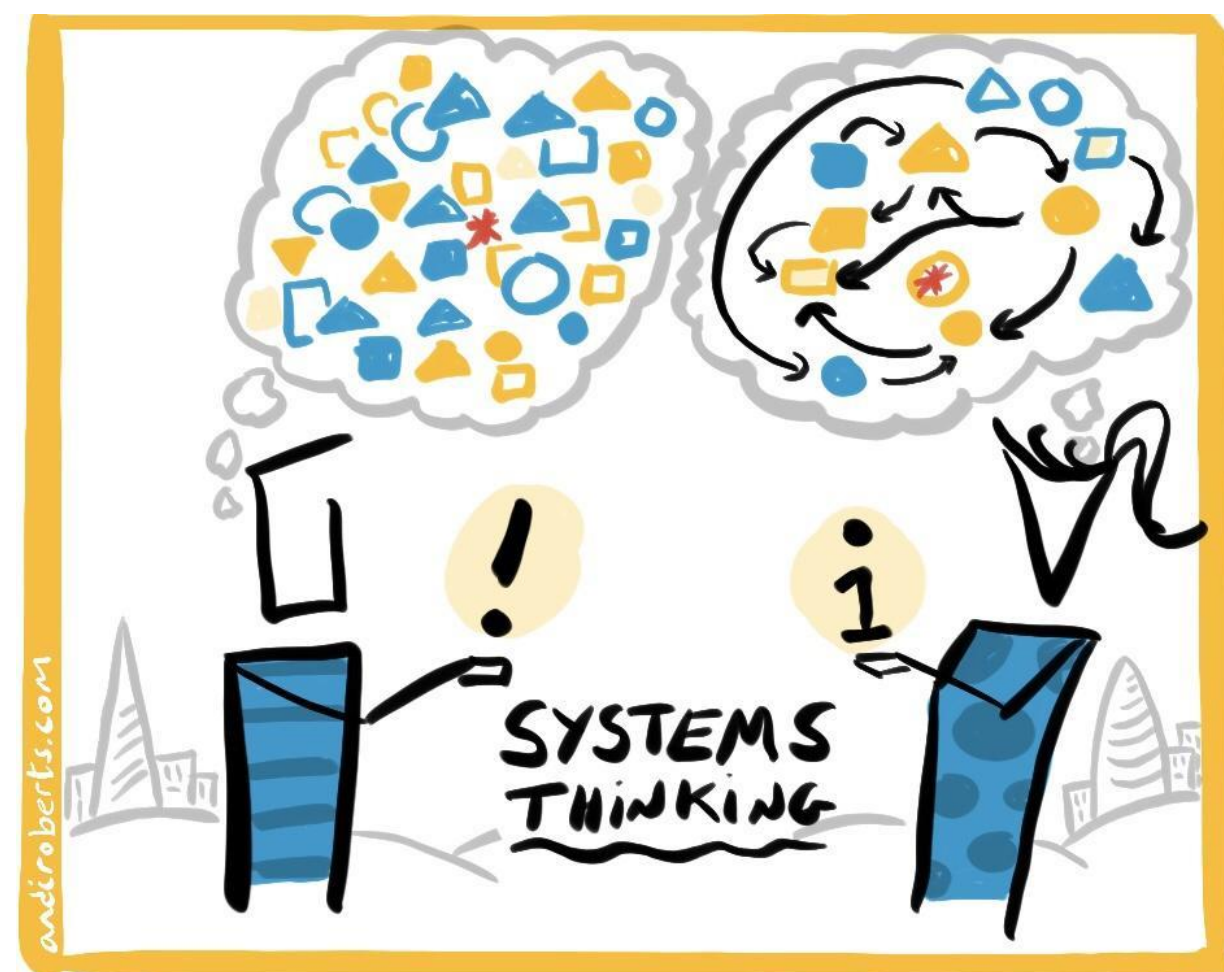
## Le finalità di beneficio comune inserite in statuto

Al momento della costituzione, ai sensi dei commi 376 e 379 della Legge n. 208 del 28 Dicembre 2015, Moebeus ha sottoscritto le **finalità di beneficio comune** che intende perseguire:

- Promuovere e dare valore all'economia circolare come forma di business positiva in grado di avere un impatto rigenerativo nel contesto in cui si inserisce
- Sviluppare un sistema di promozione di valori etico/sostenibili incentivando l'adozione di comportamenti tesi alla crescita sostenibile condividendo di un life style di valore
- Promuovere la tutela dell'ambiente e la diffusione del mercato circolare
- Promuovere pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle imprese e nelle istituzioni, per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la rigenerazione dei sistemi naturali e sociali
- Operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse



# System Thinking



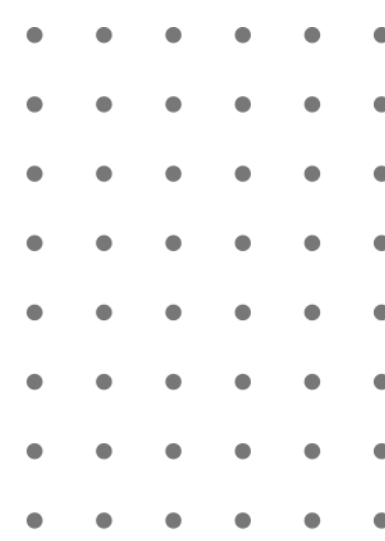
“Systems thinking is a discipline for seeing wholes. It is a framework for seeing interrelationships rather than things, for seeing ‘patterns of change’ rather than ‘static snapshots’ — (Peter Senge, 1994)

Con un approccio olistico abbiamo definito un percorso di analisi per aziende e organizzazioni che vogliono impegnarsi sulla sostenibilità per comprendere:

- Il tutto anziché le parti
- Pattern dinamici anziché snapshot statici
- Le sottili interconnessioni che danno ai sistemi il loro carattere unico

Moebeus considera l'**azienda come un sistema complesso**: risorse umane, risorse tecniche, processi produttivi e relazioni che lavorano insieme per realizzare un compito specifico.

La **sostenibilità è un sistema complesso**, occorre “armonizzare tre dimensioni”: la crescita economica, l’inclusione sociale e la tutela dell’ambiente



# Il percorso di analisi

Il percorso di analisi proposto ai nostri clienti prevede 4 fasi. Nelle prime 3 è richiesto il loro coinvolgimento diretto. L'obiettivo è quello di **rendere l'azienda più consapevole** di se stessa, dell'impatto e del contributo che le sue scelte hanno sulle dimensioni di sviluppo sostenibile **ESG** e sugli **SDG**.



Analisi  
Sistema  
Azienda



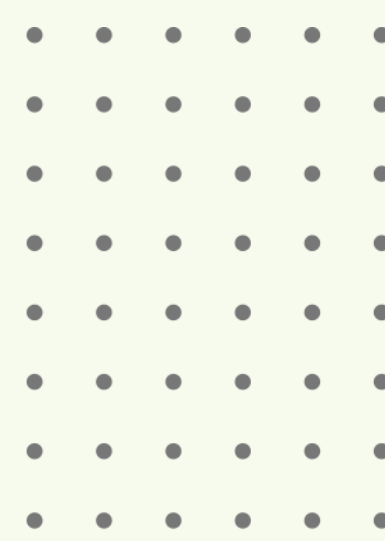
Mappatura  
Label  
Identitarie



Valutazione  
Sistemica di  
Interdipendenza



Posizionamento  
SDG, ESG, Label



# Obiettivo della valutazione

Il risultato del percorso è una **valutazione qualitativa di sostenibilità rispetto ai 17 SDG** (Obiettivi di Sviluppo Sostenibile) e agli ESG (Ambiente, Società, Governance).

Avviene utilizzando il tool proprietario, **Be-Circular**, attraverso un questionario di confronto fra categorie individuate a partire dai GRI (Global Reporting Initiative) e da indicatori dell'ONU e dell'OMS.

La tecnologia alla base del tool è stata sviluppata in collaborazione con il Dipartimento di Ingegneria dell'Informazione e delle Scienze Matematiche dell'Università di Siena.

Mediante la valutazione sistemica di interdipendenza si evidenzia **come è distribuita la sostenibilità aziendale** rispetto a ESG e SDG.

Otteniamo una **distribuzione qualitativa** delle caratteristiche sostenibili della azienda. Non si tratta di un rating di sostenibilità.





Con i dati raccolti da Be-Circular formuliamo il

# Moebeus Strategy Report

IL CLIENTE OTTIENE LA SUA MAPPATURA DEGLI ASPETTI POTENZIALI E ATTUALI DI SOSTENIBILITÀ

**1.**

Valore identitario  
sostenibile del  
business aziendale

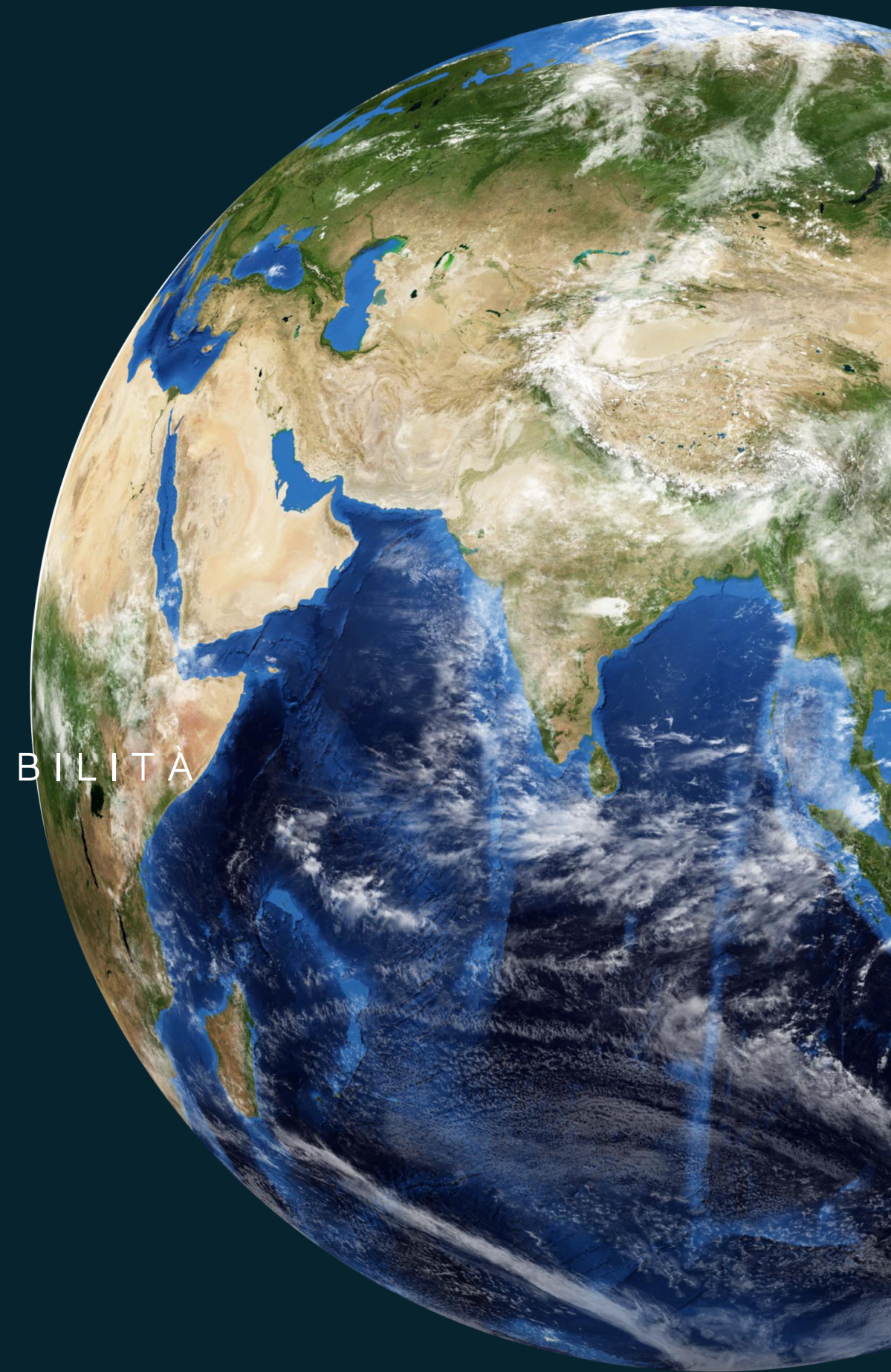
**2.**

Caratterizzazione del  
modello di economia  
circolare

**3.**

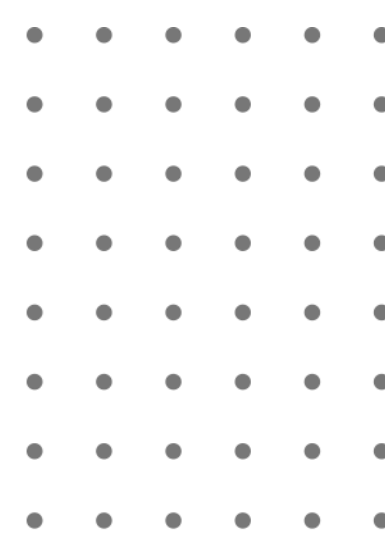
Elementi identitari  
per massimizzare  
la sostenibilità

IL REPORT E' UNO STRUMENTO A SOSTEGNO DELLA DEFINIZIONE DI UNA STRATEGIA AZIENDALE SOSTENIBILE



# Attività svolte e impatto





# Risultati raggiunti - Validazione della metodologia

## Impatto indiretto dell'attività



## Selezionati dal comitato tecnico scientifico di Ecomondo

28 Ottobre 2021. Presentazione della nostra metodologia nella conferenza

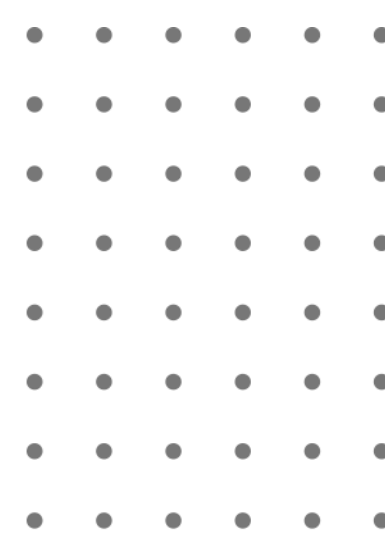
*“Nuove opzioni gestionali e strumenti di valutazione per accelerare la transizione verso l’economia circolare”*

Titolo intervento:

**An integrated model for supporting aware decisions of companies in a circular and sustainable economy transition**

Ecomondo, Green Technology Expo





# Risultati raggiunti - Validazione della metodologia

## Impatto indiretto dell'attività



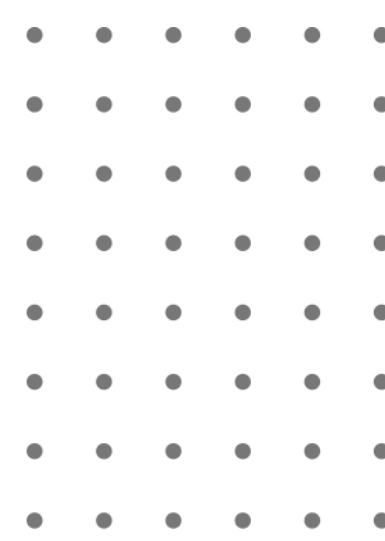
## Tesi di laurea

Margherita Mocenni, (2021), *Multicriteria analysis for circular and sustainable economy transition of companies*, Tesi MS, Università di Siena

La tesi di laurea è stata l'occasione per validare la nostra metodologia, testata su aziende prototipali e sul caso reale di Rifò.

Rifò è una startup di Prato che si occupa di moda in tessuti rigenerati con fibre riciclate. Un esempio eccellente di economia circolare Made in Italy.





# Risultati raggiunti - Validazione della metodologia

## Impatto indiretto dell'attività



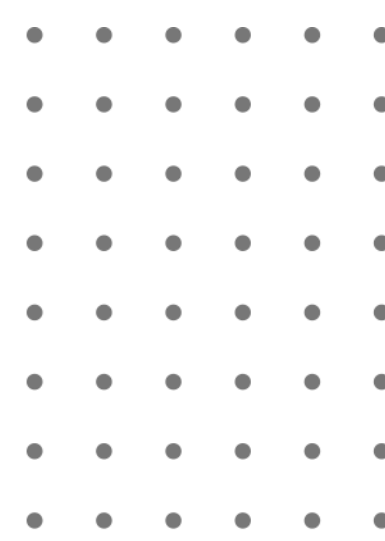
## Publicazione su rivista scientifica

A seguito della partecipazione ad Ecomondo la nostra metodologia è stata pubblicata sulla rivista *Procedia Environmental Science, Engineering and Management*.



E. Sparacino, E. Bogni, A. Rossi, C. Agostinelli, D. Madeo, C. Mocenni, (2021), "An Integrated Model For Supporting Aware Decisions Of Companies In A Circular And Sustainable Economy Transition", *Procedia Environmental Science, Engineering and Management*, 8 (3), 705-714

[http://www.procedia-esem.eu/pdf/issues/2021/no3/13\\_Sparacino\\_21.pdf](http://www.procedia-esem.eu/pdf/issues/2021/no3/13_Sparacino_21.pdf)

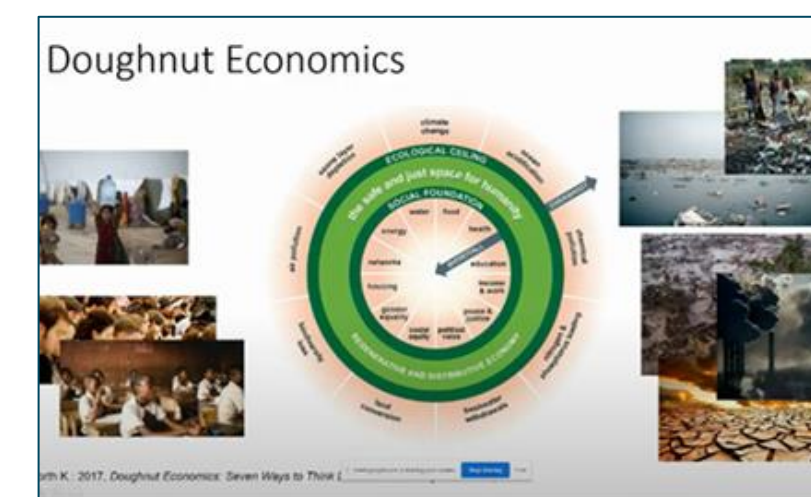


# Risultati raggiunti - Formazione

## Impatto indiretto dell'attività



Nel nostro primo anno di vita ci siamo concentrati in attività di promozione del valore dell'economia circolare abbiamo svolto le seguenti attività di formazione:

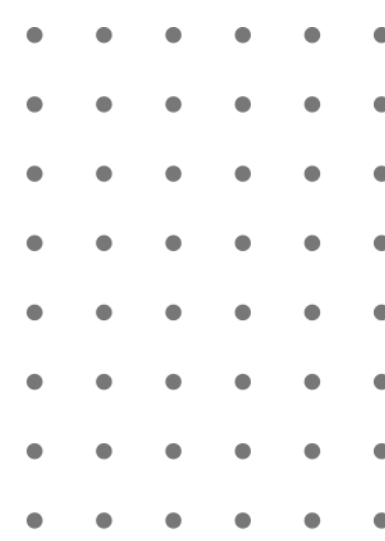


**SEMINARIO SUI SISTEMI COMPLESSI BIOFICI ED ECONOMICI**, svolto presso il Dipartimento di Ingegneria dell'Informazione e delle Scienze Matematiche dell'Università di Siena, all'interno del corso di Laurea in Ingegneria gestionale



**SOSTENIBILITÀ: LO STRUMENTO PER MIGLIORARE IL PRESENTE E CREARE IL FUTURO. Creatività e buone pratiche sostenibili.**

Settimana dello studente IIS Boccioni Fermi di Reggio Calabria



# Risultati raggiunti - Formazione

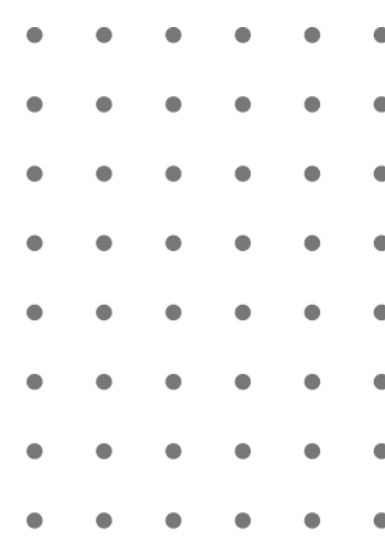
## Impatto indiretto dell'attività



Moebeus ha partecipato a "Startup Ready", iniziativa organizzata dal Comune di Mirandola, con Elisa Bogni, come testimonial della startup. L'intervento del CEO di Moebeus ha evidenziato l'importanza di considerare le tematiche di sostenibilità ESG all'interno di ogni nuovo progetto imprenditoriale.



L'obiettivo è stato quello di trasmettere agli studenti delle scuole superiori del Comune di Mirandola che avevano la possibilità di mettersi in gioco immaginando e creando una loro startup, la necessità di dover considerare le tematiche economiche, sociali e ambientali. Con esempi e buone pratiche è stata mostrata l'interconnessione delle tre dimensioni.



# Risultati raggiunti - Consulenza

## Impatto indiretto dell'attività



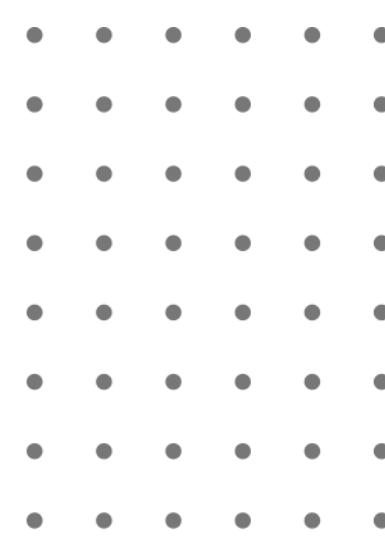
DotZer0 è una startup che ha creato luxury sneakers riciclabili da scarti del legno e della carta.  
DotZer0 ha seguito il nostro percorso di analisi.

*"...vi ringrazio per il report, è super dettagliato e come vi ho già detto fa pensare già da quando viene fatto il questionario a tutti gli aspetti che potrebbero essere migliorabili sui processi aziendali. Molto interessante e piena di spunti la parte di suggerimenti finale!"*

David Braccini, founder DotZer0







# Risultati raggiunti - Consulenza

## Impatto indiretto dell'attività



Ohoskin è una startup fondata da Adriana Santanocito. Ha creato la prima alternativa Made in Italy alla pelle di lusso, realizzata con arance e cactus.

Ohoskin ha seguito il nostro percorso di analisi.

*" Ohoskin ha avuto, grazie a Moebeus, l'opportunità di riflettere sulla propria mission e sul proprio impatto positivo osservandoli da un punto di vista diverso, scoprendo tematiche legate alla sostenibilità che non aveva mai approfondito nella propria comunicazione. In questo modo, ha aumentato la propria consapevolezza e dato una direzione diversa – e più precisa – alla propria brand identity. Inquadrando le sue attività e la sua identità negli SDG, infatti, è più semplice veicolare e contestualizzare il proprio impegno e il suo campo d'azione."*

Adriana Santanocito, Founder Ohoskin



# + Risultati in numeri

- +100 studenti coinvolti in formazione e divulgazione
- +10 ore di sessioni di formazione erogata
- +100 ore di co-progettazione con il Dipartimento Universitario
- 1 Conferenza internazionale a cui abbiamo partecipato
- 1 Pubblicazione scientifica
- 1 Tesi di laurea sulla nostra metodologia
- 3 startup coinvolte nel nostro percorso di analisi

# Obiettivi Futuri

## INNOVAZIONE

Arricchire l'ecosistema digitale di Moebeus per individuare modalità innovative per dare maggior rilievo all'etica delle imprese che hanno scelto il modello dell'economia circolare

## CULTURA

Costruire nuove partnership per una conoscenza distribuita collettiva

## CREAZIONE DI VALORE

Ridurre la distanza tra domanda e offerta dei prodotti circolari

# Valutazione d'impatto

Metodologia *Buona Impresa*

## Metodologia di valutazione



La Buona Impresa è un approccio all'osservazione, valutazione e gestione dell'impresa promosso dalla **Fondazione Buon Lavoro**. Si fonda sul principio che il bene dell'azienda e il bene della società, lungi dall'essere contrapposti, sono invece inscindibilmente legati. E' l'approccio da cui siamo partiti e con cui vogliamo continuare a lavorare e a misurarci.

Le aree di valutazione nella gestione della Buona Impresa sono:

Portare sul mercato buoni **prodotti e servizi**

Creare e organizzare un **buon lavoro**

Creare e condividere **valore economico**

**Governare** l'impresa verso le sue finalità, in modo trasparente coerente e responsabile

Agire in modo **sostenibile** verso **l'ambiente** e la **comunità**

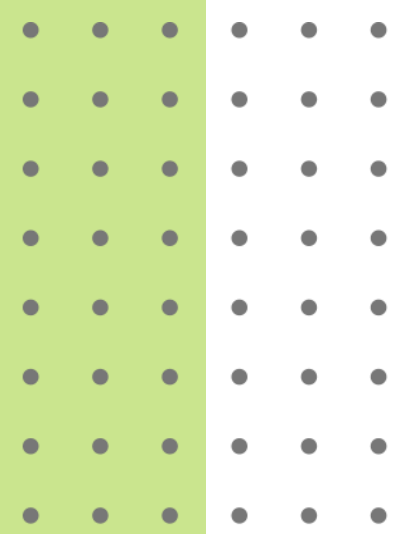
Grazie a questo strumento siamo riusciti a coinvolgere nella valutazione il punto di vista degli stakeholder, raccolto tramite survey specifiche e rappresentato nel dettaglio nelle pagine che seguono.

# Esito della materialità

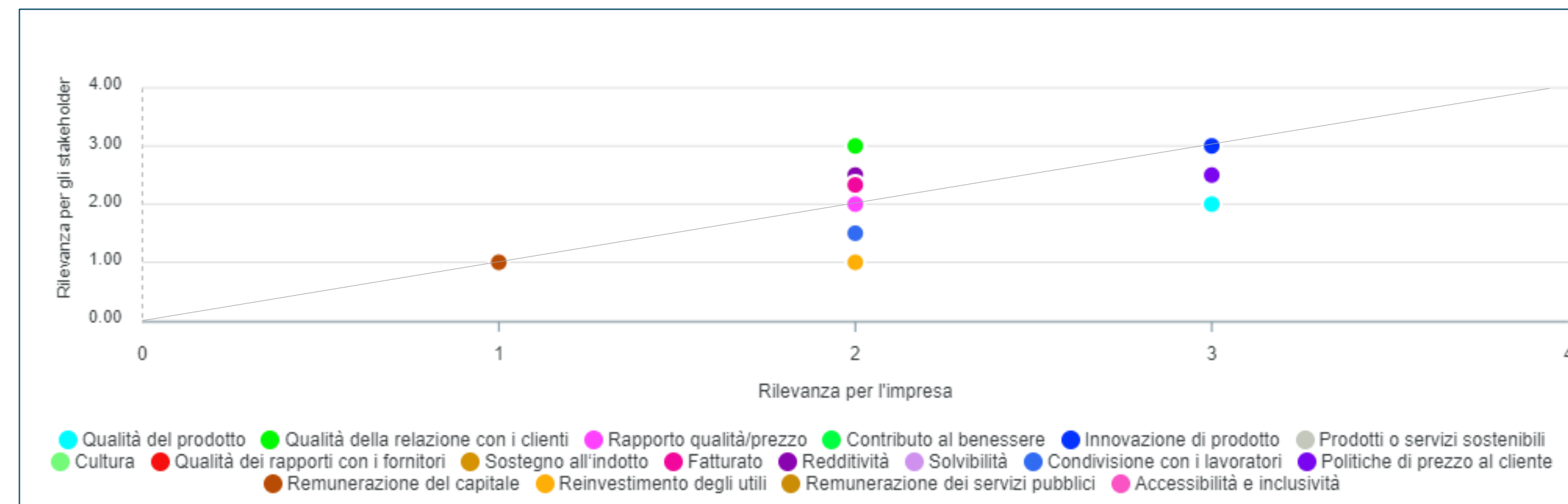
Nelle due matrici sono riportati gli elementi ritenuti rilevanti per gli stakeholder e per Moebeus. Gli elementi che cadono sopra le rette sono state indicati dagli stakeholder come rilevanti in maniera maggiore rispetto a quanto indicato da Moebeus. Quelli che cadono sulla retta hanno ricevuto la stessa valutazione da parte di stakeholder e azienda. Tutto ciò che è sotto le rette indicano gli elementi che per l'azienda hanno una rilevanza maggiore rispetto a quanto indicato dagli stakeholder.

Nella mappa del valore condiviso ci piace sottolineare come l'innovazione di prodotto è percepito un elemento attraverso cui viene generato valore e impatto positivo, non solo per Moebeus ma anche per gli stakeholder.

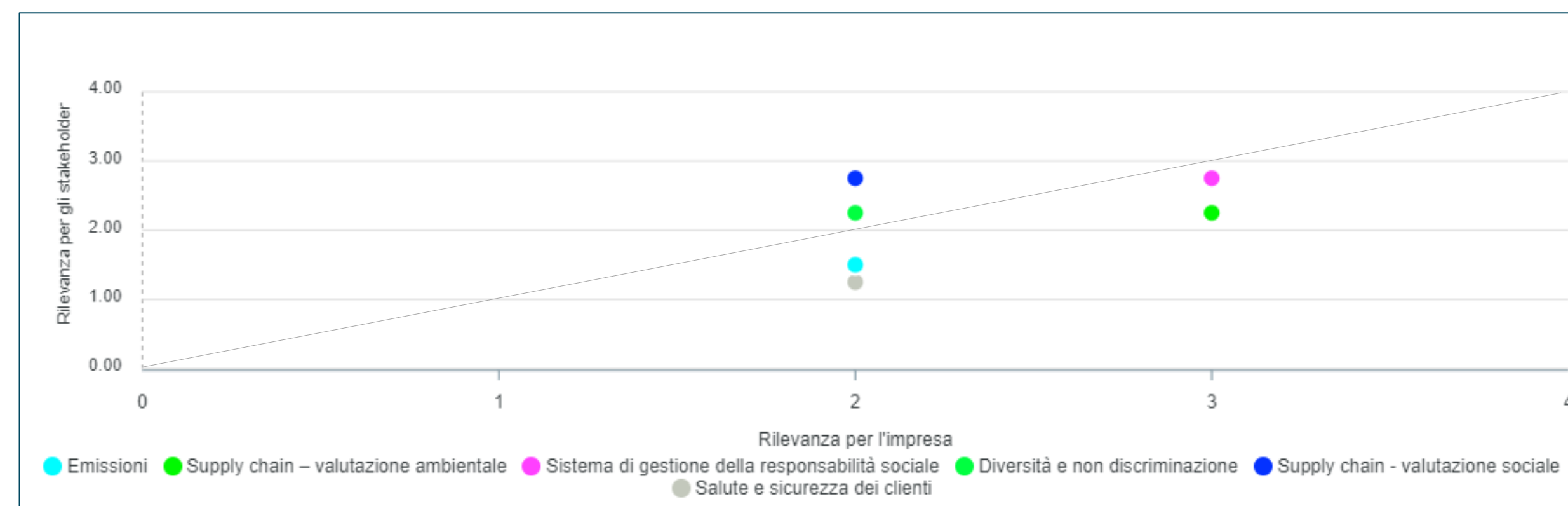
L'innovazione continua del nostro prodotto per noi è il centro di tutto: è il contributo che portiamo ai clienti, è il modo con cui vogliamo aiutare loro a spingere il mondo in una direzione positiva.



## Mappa del valore condiviso

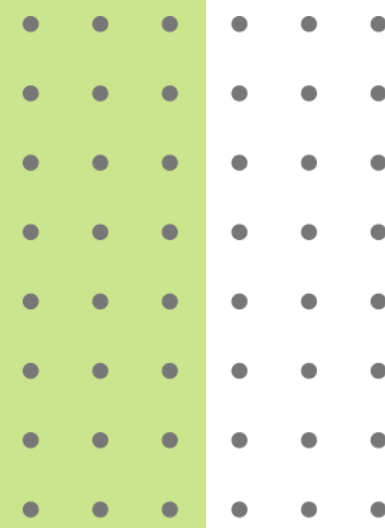


## Matrice di materialità

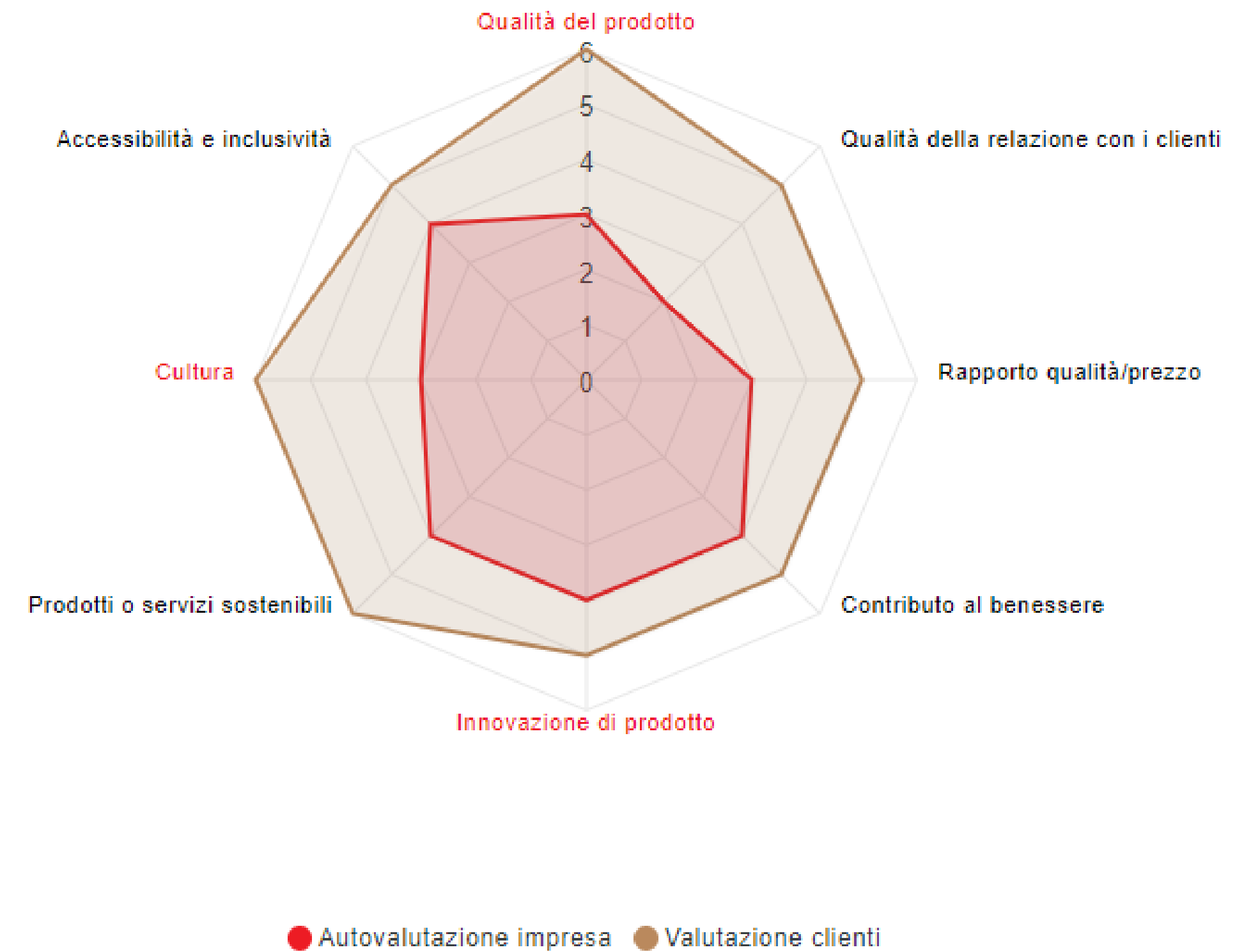


# Risultati analitici

Nella valutazione dei risultati di impatto ci siamo soffermati in particolare sul Prodotto. La metodologia e il tool proprietario BeCircular sono il cuore della nostra attività. I risultati mostrano come il nostro approccio sia molto critico. I clienti ci hanno restituito una valutazione molto soddisfacente che ci sprona a potenziare il livello di qualità e a consolidare la maturità della tecnologia alla base.



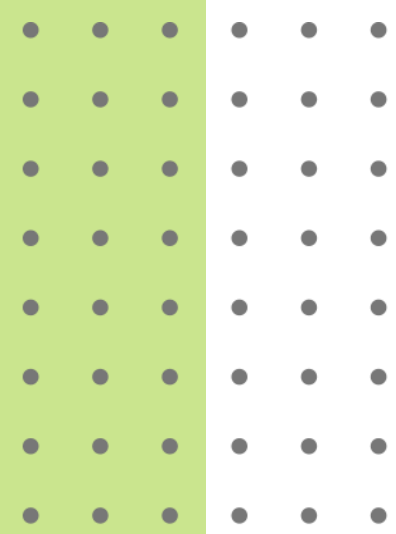
## La creazione di valore con il Prodotto



Gli elementi in rosso sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa

# Risultati analitici

Uno dei prossimi obiettivi sarà quello di continuare a potenziare e aggiungere nuove funzionalità e finalità di analisi del nostro percorso.



## La creazione di valore con il Prodotto

Elemento di valutazione	Rilevanza per impresa	Autovalutazione	Rilevanza per stakeholder	Media valutazione stakeholder
Qualità del prodotto	Molto rilevante	3	Abbastanza rilevante	6.00
Qualità della relazione con i clienti	Abbastanza rilevante	2	Molto rilevante	5.00
Rapporto qualità/prezzo	Abbastanza rilevante	3	Abbastanza rilevante	5.00
Contributo al benessere	Abbastanza rilevante	4	Molto rilevante	5.00
Innovazione di prodotto	Molto rilevante	4	Molto rilevante	5.00
Prodotti o servizi sostenibili	Abbastanza rilevante	4	Molto rilevante	6.00
Cultura	Molto rilevante	3	Molto rilevante	6.00
Accessibilità e inclusività	Abbastanza rilevante	4	Molto rilevante	5.00

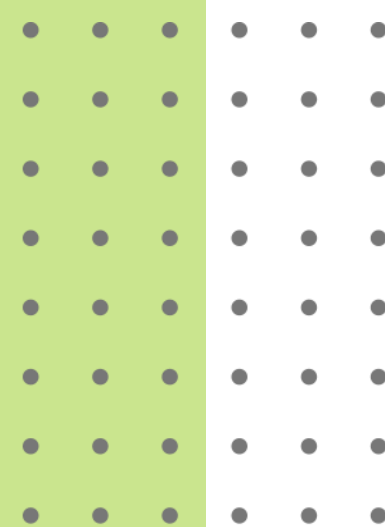
### La sostenibilità dell'offerta nel tempo

Elemento di valutazione	Rilevanza per impresa	Autovalutazione
Intercettazione e reazione ai bisogni	Abbastanza rilevante	3. OK MA MIGLIORABILE
Fidelizzazione dei clienti	Abbastanza rilevante	3. OK MA MIGLIORABILE

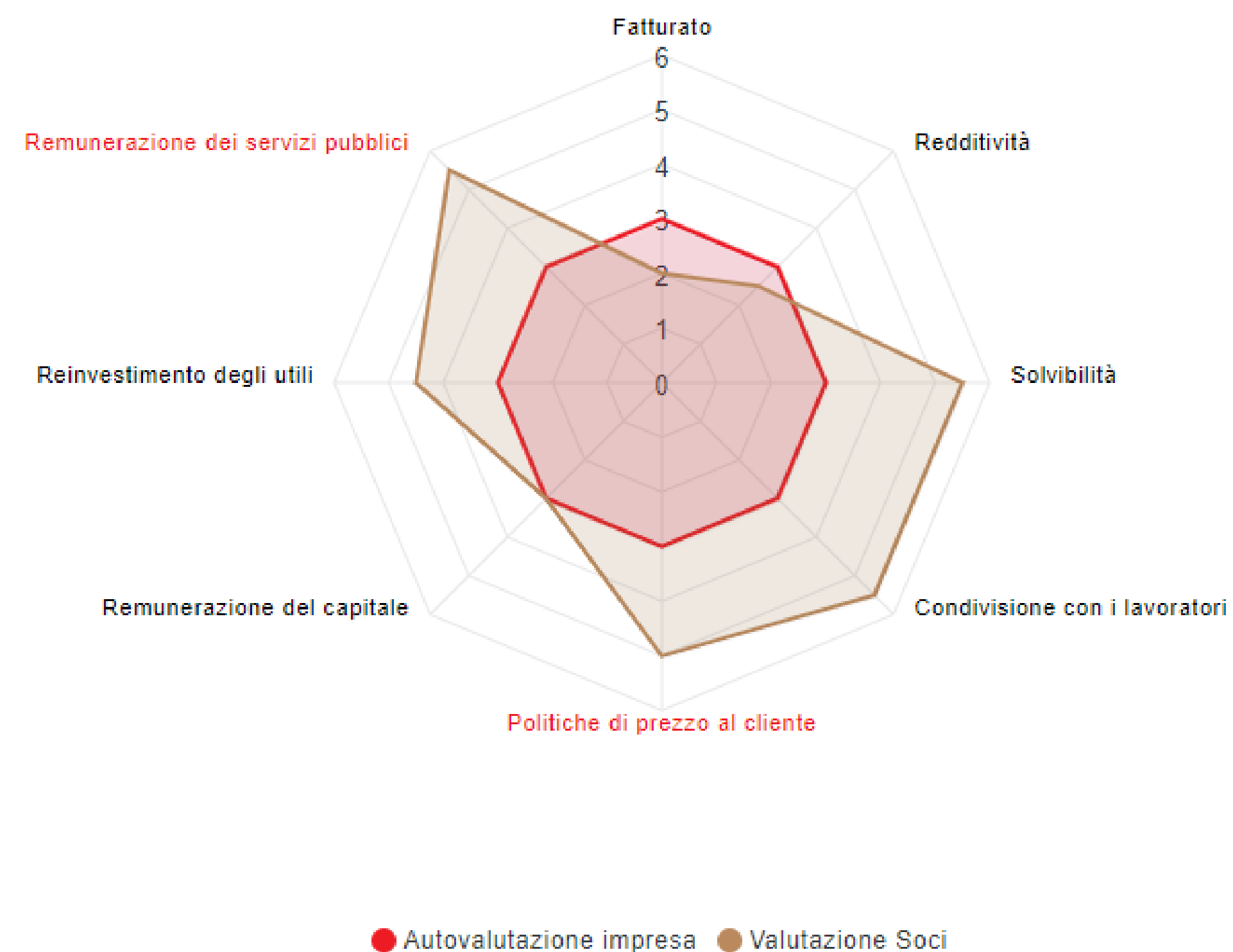


# Risultati analitici

Nel primo anno di attività ci siamo concentrati sullo sviluppo della tecnologia e sulla sua validazione. Non è stata implementata una solida strategia commerciale che non ci permette di avere risultati soddisfacenti dal punto di visto del valore economico realizzato. Vista la maturità e il livello di affidabilità raggiunta dalla metodologia continuiamo di spingere su questo punto e di avere a disposizione , nella prossima relazione, dati migliori.



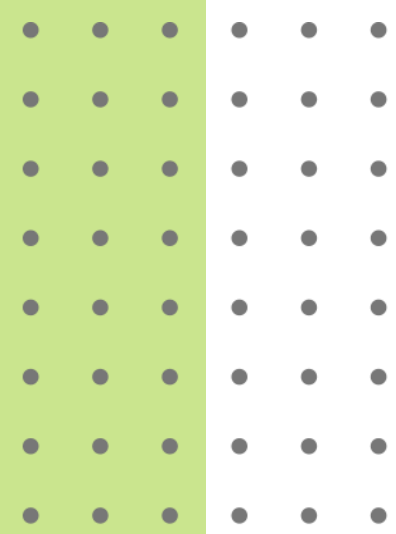
## La creazione di valore economico



Gli elementi in rosso sono quelli valutati molto rilevanti dall'impresa

# Risultati analitici

Per implementare una strategia che amplifichi la conoscenza e migliori la sostenibilità economica del nostro progetto abbiamo rilevato la necessità di concentrarsi sulle attività che riguardano l'intercettazione dei bisogni dei nostri stakeholder e la loro fidelizzazione nel tempo così da costruire una solidità patrimoniale che faccia crescere anche la fiducia di possibili investitori.



## Sostenibilità dell'offerta nel tempo

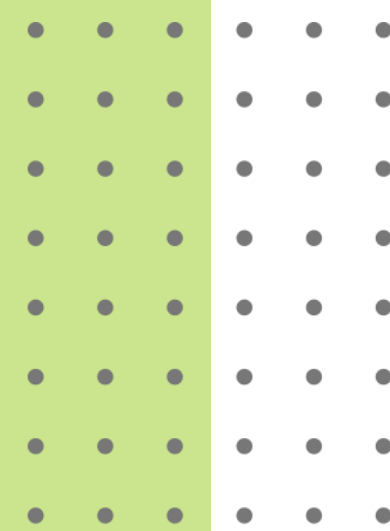
Elemento di valutazione	Rilevanza per impresa	Autovalutazione	Rilevanza per stakeholder	Media valutazione stakeholder
Fatturato	Abbastanza rilevante	3	Abbastanza rilevante	2.00
Redditività	Abbastanza rilevante	3	Molto rilevante	2.50
Solvibilità	Abbastanza rilevante	3	Molto rilevante	5.50
Condivisione con i lavoratori	Abbastanza rilevante	3	Abbastanza rilevante	5.50
Politiche di prezzo al cliente	Molto rilevante	3	Molto rilevante	5.00
Remunerazione del capitale	Poco rilevante	3	Poco rilevante	3.00
Reinvestimento degli utili	Abbastanza rilevante	3	Poco rilevante	4.50
Remunerazione dei servizi pubblici	Molto rilevante	3	Molto rilevante	5.50

## La sostenibilità economica nel tempo

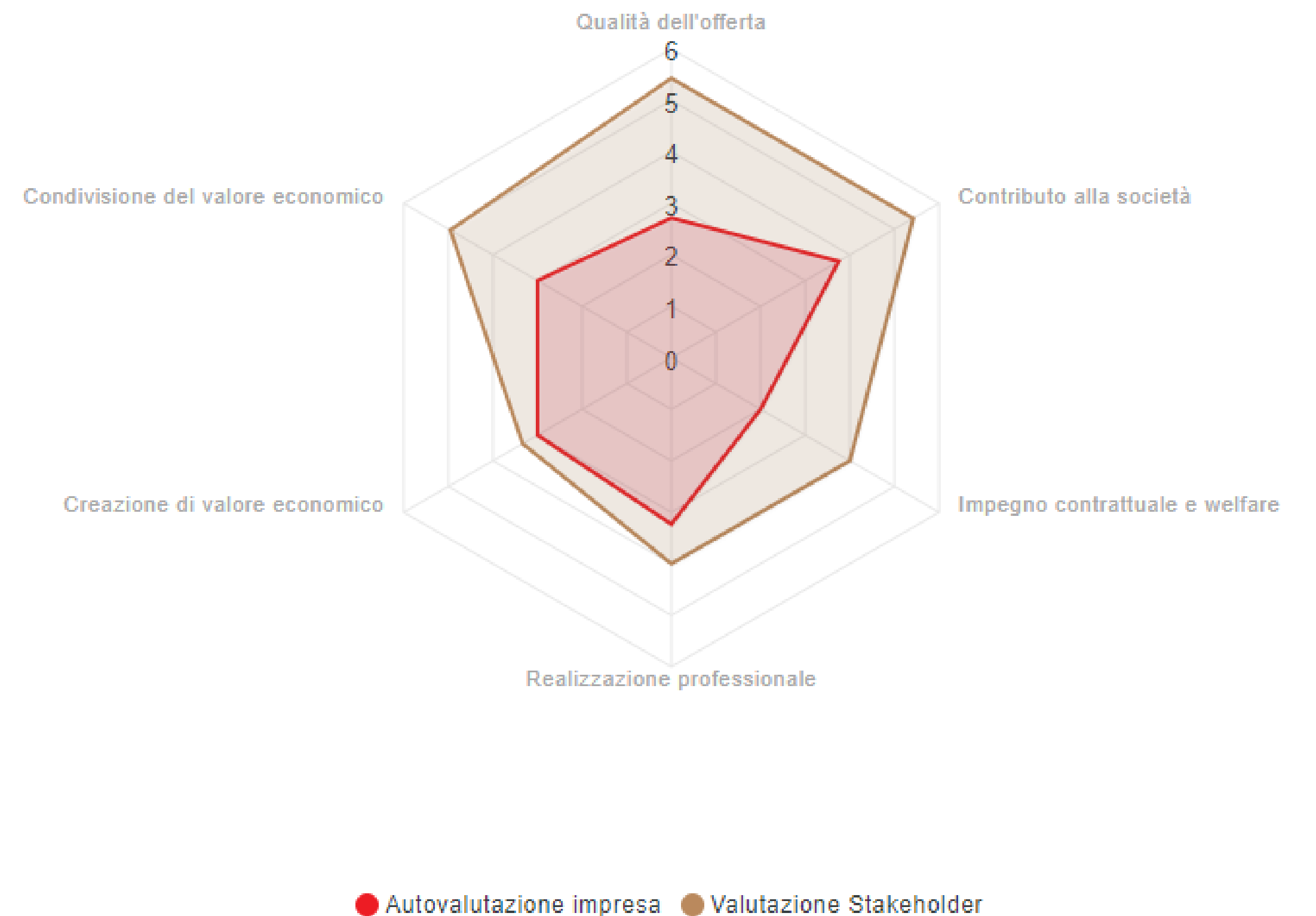
Nome	Rilevanza	Valutazioni
Solidità patrimoniale	Abbastanza rilevante	2. QUALCHE PROBLEMA
Fiducia degli investitori	Abbastanza rilevante	3. OK MA MIGLIORABILE

# Risultati di sintesi

Il risultato di sintesi della creazione di valore fa emergere una buona percezione sulla qualità della nostra offerta, il contributo dato alla società e la condivisione del valore economico da parte degli stakeholder. Dal risultato dell'autovalutazione emerge la volontà di un continuo miglioramento derivante dalla consapevolezza di trovarsi nella fase iniziale del nostro progetto.



## Sintesi della creazione di valore





MOEBEUS

Niente è più circolare della  
conoscenza

Comprendere come migliorare il proprio  
impegno è il primo passo per fare la  
differenza

