



Tempo di lettura | 15 minuti

Relazione di Impatto

2025

	Pg
1. AGENCY MINDSET	2
2. OUR MISSION	3
3. COMMON BENEFIT GOALS	4
4. PERFORMANCE IN IMPACT AREAS	6
5. 2025 GOALS	8
6. CONCLUSIONS	9



1. AGENCY MINDSET

Nel 2025 la nostra agenzia ha attraversato un processo di consolidamento e rifocalizzazione strategica, rafforzando la propria identità come partner consulenziale per aziende B2B tecniche. In un contesto economico complesso e altamente competitivo, abbiamo scelto di concentrare le nostre energie su un posizionamento chiaro e distintivo, specializzandoci nella strutturazione di flussi di acquisizione clienti per imprese del comparto tecnico-industriale.

Il nostro modello si è evoluto verso una maggiore verticalizzazione, con un focus preciso sulla consulenza strategica, sull'automazione dei processi commerciali e sull'integrazione tra digitale e sviluppo business. Questa scelta ha comportato un'organizzazione più snella e un team più senior, capace di assumere responsabilità strategiche con maggiore autonomia e consapevolezza.

Abbiamo mantenuto il nostro asset digitale e il network professionale costruito negli anni, utilizzandoli come leva per generare valore qualificato e non dispersivo. Il 2025 non è stato un anno di espansione numerica, ma di maturazione del modello operativo.

Essere una Società Benefit in questa fase ha significato rafforzare la coerenza tra identità, strategia e impatto. La sostenibilità non è stata intesa come semplice dichiarazione di principio, ma come scelta organizzativa e imprenditoriale orientata alla solidità, alla responsabilità e alla visione di lungo periodo.



2. OUR MISSION

Nel 2025 la nostra missione si è resa ancora più concreta e misurabile. Non ci definiamo più soltanto come agenzia di comunicazione, ma come partner strategico per la crescita commerciale strutturata delle imprese B2B tecniche.

Il nostro lavoro si fonda sulla creazione di valore autentico attraverso sistemi di acquisizione clienti replicabili, sostenibili e misurabili. Aiutiamo le aziende tecniche a superare modelli commerciali frammentati, costruendo processi chiari, integrati e coerenti con i loro obiettivi industriali.

In un contesto sempre più digitalizzato, abbiamo mantenuto centrale la dimensione umana delle relazioni. La tecnologia è uno strumento, ma la fiducia, la reputazione e la qualità delle relazioni restano il cuore del nostro operare.

La nostra indipendenza decisionale ci consente di selezionare progetti coerenti con i nostri valori e di evitare dinamiche speculative o non sostenibili nel lungo periodo. La missione 2025 si è tradotta in una scelta di qualità, specializzazione e responsabilità.



3. COMMON BENEFIT GOALS

3.a. Obiettivi, Strategie e Attività dell'Anno 2025

Nel corso del 2025 abbiamo perseguito obiettivi di beneficio comune coerenti con la nostra nuova configurazione strategica.

Il primo obiettivo ha riguardato il consolidamento di un modello operativo sostenibile dal punto di vista ambientale e organizzativo. La struttura snella e l'utilizzo prevalente di strumenti digitali hanno ridotto ulteriormente la necessità di spostamenti fisici, favorendo un modello di consulenza digital-first che limita l'impatto ambientale. La dematerializzazione dei processi interni e la razionalizzazione delle risorse hanno contribuito a mantenere un approccio efficiente e responsabile.

Il secondo obiettivo si è concentrato sul rafforzamento delle competenze strategiche. La scelta di operare con un team più senior ha aumentato il livello qualitativo delle consulenze erogate, favorendo una maggiore responsabilità individuale e una gestione più consapevole dei progetti. La specializzazione nel settore tecnico B2B ha reso il nostro impatto più mirato e più efficace.

Il terzo obiettivo ha riguardato il sostegno alla transizione digitale strategica delle imprese tecniche. Abbiamo accompagnato aziende del comparto industriale nella strutturazione dei processi di acquisizione clienti, integrando strumenti di automazione e modelli di sviluppo commerciale sostenibili nel lungo periodo. L'impatto generato non è stato solo comunicativo, ma economico e organizzativo, contribuendo alla competitività delle realtà supportate.



3.b Sustainable Development Goals 2030

Nel 2025 il nostro contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile si è concentrato principalmente sull'**SDG 8** relativo al lavoro dignitoso e alla crescita economica, sostenendo la competitività delle imprese tecniche, sull'**SDG 9** dedicato all'innovazione e alle infrastrutture, promuovendo processi digitali strutturati, sull'**SDG 12** relativo alla produzione e consumo responsabili attraverso modelli organizzativi più efficienti, sull'**SDG 13** per l'azione climatica grazie alla riduzione degli spostamenti e alla digitalizzazione dei processi, e sull'**SDG 10** relativo alla riduzione delle disuguaglianze attraverso la promozione di opportunità professionali qualificate.

Il focus del 2025 si è spostato da una dimensione prevalentemente filantropica a una dimensione strutturale dell'impatto, basata sulla solidità del modello economico e sulla qualità del valore generato.



4. PERFORMANCE IN IMPACT AREAS

4.a Iniziative Chiave

Il 2025 è stato caratterizzato da iniziative orientate alla razionalizzazione e al rafforzamento interno. La verticalizzazione nel settore tecnico B2B ha rappresentato la principale scelta strategica dell'anno. Il consolidamento del team senior ha aumentato la capacità decisionale e la qualità dell'esecuzione progettuale.

Abbiamo mantenuto un modello operativo prevalentemente digitale, limitando l'impatto ambientale e favorendo una consulenza strutturata e replicabile. L'ottimizzazione delle risorse ha rappresentato una scelta di responsabilità organizzativa, coerente con la nostra identità di Società Benefit.

4.b. Impact Assessment

Governance

Nel 2025 la governance si è rafforzata attraverso una maggiore chiarezza strategica e una struttura decisionale più snella. La sostenibilità economica è stata considerata prerequisito per generare impatto sociale e ambientale nel lungo periodo. L'identità di Società Benefit ha continuato a orientare le scelte strategiche.

Workers

Il team, più senior e qualificato, ha operato con maggiore autonomia e responsabilità. L'ambiente di lavoro si è mantenuto collaborativo e trasparente, con una forte focalizzazione sulla qualità e sulla competenza.

Community

L'impatto sulla comunità si è espresso principalmente attraverso il supporto alla competitività delle imprese tecniche locali e nazionali. Rafforzare il tessuto produttivo significa contribuire indirettamente alla stabilità economica e occupazionale del territorio.



Environment

La riduzione strutturale degli spostamenti e il mantenimento di processi digitalizzati hanno continuato a rappresentare leve concrete per contenere l'impatto ambientale. L'efficienza operativa è stata considerata parte integrante della sostenibilità.

Customers

I clienti del 2025 sono stati prevalentemente imprese B2B tecniche con modelli industriali ad alto valore. L'impatto generato è stato misurabile in termini di strutturazione commerciale e miglioramento dei processi di acquisizione clienti.

4.c Apprendimenti

Il 2025 ha rafforzato alcune consapevolezze fondamentali. La sostenibilità economica è prerequisito della sostenibilità sociale. La specializzazione genera maggiore impatto rispetto alla dispersione. Un team ridotto ma altamente qualificato è più resiliente e più responsabile. Il digitale è efficace quando è inserito in un modello strategico chiaro e non quando è utilizzato in modo frammentato.

L'essere Società Benefit non implica necessariamente crescita dimensionale, ma coerenza tra identità, modello operativo e valore generato.



5. 2025 GOALS

5.a. Obiettivi e Strategie

Per il 2026 intendiamo rafforzare ulteriormente il posizionamento nel settore B2B tecnico, introdurre indicatori ESG interni misurabili, formalizzare linee guida per l'utilizzo etico dell'intelligenza artificiale applicata al marketing B2B e consolidare un modello consulenziale scalabile e sostenibile nel lungo periodo.

5.b Coinvolgimento Stakeholder

Nel 2026 intendiamo intensificare il dialogo strutturato con clienti e collaboratori, integrando feedback qualificati nei processi decisionali. Il coinvolgimento degli stakeholder continuerà a rappresentare una leva strategica per mantenere obiettivi realistici e sostenibili.



6. CONCLUSIONS

Il 2025 non è stato un anno di espansione, ma di maturazione. Abbiamo scelto focalizzazione, qualità e coerenza. Abbiamo rafforzato il nostro ruolo di partner strategico per imprese tecniche B2B, mantenendo intatti i principi di responsabilità, sostenibilità e trasparenza.

Essere Società Benefit significa per noi generare impatto attraverso competenza, sostenere la competitività industriale e operare con integrità nel lungo periodo. Il 2025 rappresenta un passaggio verso un modello più solido, resiliente e consapevole, in cui l'equilibrio tra digitale, responsabilità sociale e sostenibilità ambientale continua a guidare ogni nostra scelta.



MILANO

Piazza Umberto Giordano, 2

T. +39 02 40030662

AndreaCastellana.it

