



Relazione annuale di sostenibilità 2025

FINO A IERI

Prezzo.
Tempi.
Referenze.

OGGI

Valori.
Pratiche.
Fiducia.



Nel 2025 abbiamo lavorato per costruire la seconda colonna.

Progetto Doable: The Connection we build

Nel 2024 abbiamo parlato di atomi che diventano molecole. Di energie che si uniscono e generano qualcosa di vivo. Nel 2025 abbiamo capito cosa tiene insieme quelle molecole. Non è il contratto. Non è il prezzo. Non è la transazione. **È la relazione.** Il mondo del business ha costruito strumenti straordinari per misurare, valutare, certificare. Ma ha lasciato quasi completamente invisibile la parte che conta di più: come lavora un'azienda, cosa la guida, di cosa va fiera. **Progetto Doable è nata per rendere visibile quella parte.** Non per sostituire la transazione, ma per aggiungere la dimensione che mancava. Quella in cui un'azienda non è solo un numero su un listino prezzi, ma un'organizzazione con valori, pratiche e una storia da raccontare. Quella in cui due aziende si scelgono non solo per quello che vendono, ma per come lavorano. Nel 2025 questo messaggio ha attraversato settori diversi, filiere distanti, contesti che sembravano lontani tra loro. E ogni volta la risposta è stata la stessa: sì, è questo che mancava. **The connection we build. Non è impossibile. È Doable.**

I ND

- *01 Lettera agli stakeholders
- *02 Come siamo organizzati
- *03 Doable Values
- *04 Mission
- *05 Vision

E

- *13 Il nostro contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile
- *14 I nostri obiettivi per il 2026

IC

- *06 Informazioni economiche
- *07 Impegno sostenibile
- *08 Governance Obiettivi 2025
- *09 Lavoratori Obiettivi 2025
- *10 Comunità Obiettivi 2025
- *11 Ambiente Obiettivi 2025
- *12 Clienti Obiettivi 2025

Lettera

→ agli stakeholders

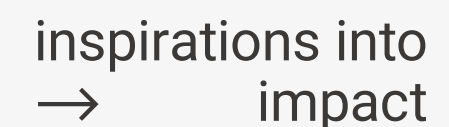
Cari stakeholder,
Negli ultimi anni ci siamo chiesti spesso cosa significhi fare impresa responsabile. E ogni anno la risposta si è fatta più concreta, più radicata in quello che facciamo davvero. Nel 2025 ci siamo posti una domanda diversa: cosa manca, oggi, nelle relazioni tra aziende?
La risposta l'abbiamo trovata lavorando con realtà molto diverse tra loro: dall'industria al food, dall'healthcare all'automotive, dalla distribuzione alla sanità. Aziende diverse, filiere diverse, un problema in comune: il valore di come lavorano resta invisibile. Le transazioni avvengono, i contratti si firmano. Ma i valori che guidano un'azienda, le pratiche che la distinguono, tutto ciò che non sta nel listino prezzi, resta invisibile. Non circolano. Non creano relazione autentica.
Progetto Doable nasce per cambiare questo. Non per risolvere un problema, ma per aprire uno spazio in cui le aziende possano riconoscersi: scoprire affinità, valori condivisi, modi di lavorare compatibili, prima ancora di decidere se lavorare insieme.

È da questa affinità che nascono le relazioni durature. È lì che la transazione smette di essere l'unica misura del valore. aDoormore è lo strumento che rende possibile tutto questo.
Nel 2025 il modo in cui lavoriamo ha trovato sempre più interlocutori. Settori diversi, contesti diversi, ma la stessa esigenza: essere visti per quello che si è, non solo per quello che si vende.
Essere una Società Benefit significa per noi esattamente questo: che ogni scelta di prodotto, di comunicazione, di relazione con chi lavora con noi porta con sé una responsabilità verso qualcosa di più grande del risultato immediato.
Il 2025 è stato l'anno in cui abbiamo dimostrato che la direzione è giusta. Il 2026 è l'anno in cui la percorriamo con ancora più determinazione.

Grazie per costruire con noi.
Daniele Baronchelli CEO, progetto Doable



***02**



Doable Values

Il sistema di valori che abbiamo definito per progetto Doable rappresenta la bussola interna che guida ogni decisione, azione e innovazione. Sono più di semplici sostantivi; sono i principi che definiscono chi siamo, come operiamo e come aspiriamo ad elevare e arricchire l'esperienza umana attraverso la sostenibilità.



COLLABORATIVE JOURNEY

Siamo consapevoli del nostro ruolo all'interno della comunità, delle relazioni che ci legano agli altri e del peso delle nostre azioni. La nostra missione è sfidare i limiti dell'innovazione per costruire soluzioni che non solo proteggano il pianeta, ma espandano anche le potenzialità umane. Sviluppiamo prodotti e servizi che migliorano la vita quotidiana, potenziano le capacità individuali e collettive e trasformano positivamente le società su scala globale.



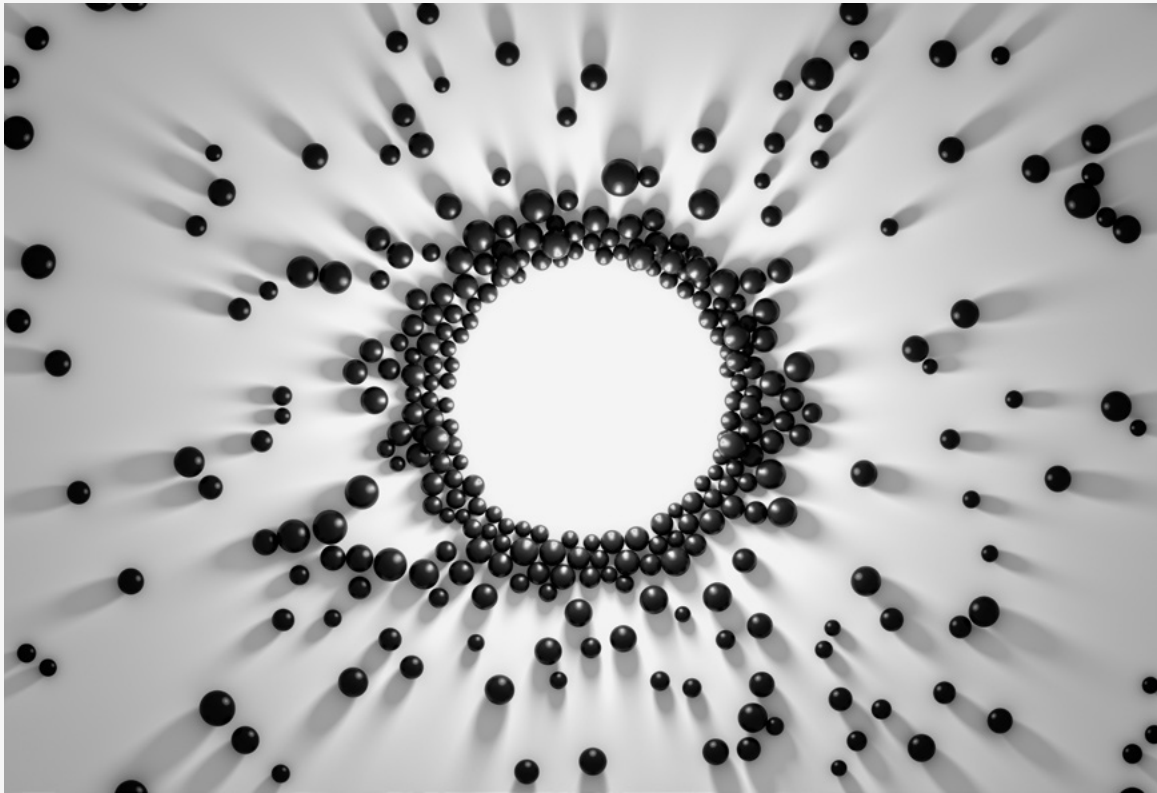
PROACTIVITY-DRIVEN CULTURE

Inspirations into impact: ci dedichiamo a trasformare le visioni più audaci in azioni concrete che lascino un segno nel mondo. Promuoviamo un pensiero che sfida le convenzioni e rompe gli schemi, alimentando un ecosistema di idee che vanno oltre il prevedibile.



COMMUNITY DEVELOPMENT

Riconosciamo e divulghiamo i contributi dei singoli e del team, trasformandoli in risorse per la comunità. **Il nostro impegno è garantire che ogni iniziativa e progetto non solo risponda ai bisogni immediati dei nostri clienti, ma contribuisca anche al benessere globale della comunità.** Incentiviamo modelli di business che generano valore economico e sociale, affrontando le sfide ambientali e umane.



SITUATIONAL AWARENESS

Promuoviamo l'apprendimento mediante l'esempio, tenendo conto del contesto in cui operiamo. Crediamo che comprendere e rispettare l'ambiente di atterraggio sia fondamentale per rigenerare e innovare, creando un impatto positivo duraturo.



CONSCIOUS LEADERSHIP

Assumiamo i giusti rischi con intelligenza e determinazione, ispirati da un grande obiettivo. **La nostra passione ci guida nel perseguire il progresso umano, migliorando la vita quotidiana e trasformando positivamente la società.**

Mission

Aiutare i nostri clienti, sensibili ai criteri di sostenibilità, a soddisfare le loro necessità, attraverso servizi e prodotti che mettono a disposizione idee, metodi e strumenti ricavati da un patrimonio collettivo di esperienze.

***04**



Vision

Realizzare un ecosistema virtuoso in grado di liberare energie e potenziale inespressi, **affinché una rete di soggetti interdipendenti diventi una comunità e produca un impatto positivo** sull'economia, sulla società e sulla biosfera.

***05**



Informazioni economiche

P & L	31/12/2025	31/12/2024	31/12/2023
Ricavi delle vendite e servizi	1.476.715 €	1.418.867 €	1.184.468 €
Altri ricavi e incr. Lav. Interni	13.689 €	43.837 €	183.732 €
Totale ricavi	1.490.404 €	1.462.704 €	1.368.200 €
Costi materie prime	-	127 €	-
Costi servizi	905.450 €	952.930 €	732.993 €
Costi personale	386.809 €	407.475 €	585.207 €
Altri costi di gestione	23.103 €	22.680 €	24.493 €
Costi operativi	1.315.362 €	1.383.212 €	1.342.693 €
EBITDA	175.041 €	79.492 €	25.506 €
Ammortamenti	76.321 €	81.265 €	13.096 €
EBIT	98.720 €	-1.773 €	12.410 €
Proventi/oneri finanziari	2.354 €	6.748 €	6.263 €
EBT	101.074 €	4.975 €	18.673 €
Imposte e tasse	115.380 €	133 €	-9.964 €
Utile d'esercizio	216.454€	5.108 €	8.709 €

*06

Nel corso del 2025, la società ha focalizzato le proprie attività su due principali direttrici strategiche: il consolidamento delle linee di business avviate e lo sviluppo dell’ecosistema applicativo aDoormore, rafforzando il posizionamento nel mercato delle soluzioni digitali per la sostenibilità.

Il software aDoormore ha continuato a generare risultati economici positivi, anche grazie al primo ciclo di rinnovi delle licenze, confermando la solidità del modello di business. Parallelamente, sono proseguite le attività di promozione e consulenza sui temi della sostenibilità, sostenute anche da eventi realizzati in partnership con il principale partner strategico, con impatti positivi in termini di visibilità e opportunità commerciali.

Dal punto di vista economico, il 2025 evidenzia un miglioramento della marginalità e il consolidamento di alcuni vettori di redditività, conducendo la società a un risultato economico positivo e significativo.

Tale andamento testimonia la graduale uscita dalla fase di start-up e l’ingresso in una fase di maggiore stabilità e ritorno economico.

Le prospettive future restano favorevoli, grazie alla maturazione delle soluzioni aDoormore e al rafforzamento delle attività core, con attesi effetti positivi sui risultati economici nel medio periodo.

inspirations into
→ impact

Impegno sostenibile

Progetto Doable s.r.l. fa dell’impegno sostenibile la sua mission.

Al fine di formalizzare l’impegno aziendale a diventare Benefit Corporation, anche per l’anno 2025 è stato utilizzato il Bia (B Corp Assessment) come strumento di monitoraggio, utile per guidare le azioni di miglioramento verso le aree a maggior impatto ambientale.

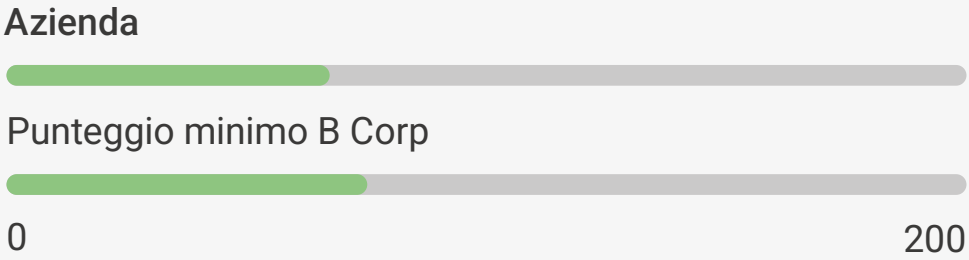
Il risultato ottenuto è 

Il raggiungimento degli obiettivi definiti per l'anno 2025 ha consentito di ottenere un miglioramento del punteggio sopra riportato. Nelle slide successive verrà fornito il dettaglio degli obiettivi e l'indicazione sul loro raggiungimento.

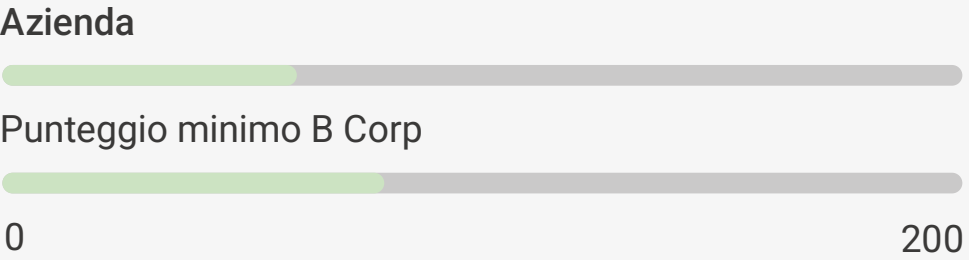
*Sistema di valutazione dell’ente certificatore americano B Lab che attesta l’impegno effettivo di un'azienda nel ridurre i propri impatti ambientali su cinque aree: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti.

***07**

Data di fine dell'anno fiscale 31 Dec 2025



anno precedente
Data di fine dell'anno fiscale 31 Dec 2024



Governance Obiettivi 2025

TARGET 2025	KPI	FUNZIONI AZIENDALI	MONITORAGGIO	RAGGIUNGIMENTO TARGET	CHECK RAGGIUNGIMENTO
Formalizzazione del codice etico	L'obiettivo è sviluppare e implementare un codice etico aziendale che delinei chiaramente gli standard di condotta per tutti i dipendenti e i collaboratori. Il codice etico dovrà riflettere i valori fondamentali dell'azienda e fornire una guida concreta per comportamenti responsabili e decisioni etiche in ambito lavorativo. Questo strumento sarà fondamentale per garantire che l'etica aziendale sia compresa e seguita uniformemente in tutta l'organizzazione.	Tasso di completamento della formazione sul codice etico >= 100%	Tutti i dipendenti	Implementare un programma di formazione sul codice etico ai dipendenti e ottenere un feedback	Raggiunto
Formazione informazioni sulla performance finanziaria	Fornire ai partecipanti una comprensione chiara e approfondita degli indicatori di performance finanziaria dell'organizzazione, al fine di migliorare la comprensione dei dati fondamentale condivisi all'organizzazione e promuovere una gestione economica consapevole e allineare le azioni operative agli obiettivi strategici dell'azienda.	Tasso di completamento della formazione >= 100%	Tutti i dipendenti	Implementare un programma di formazione sulla performance finanziaria	In corso

Governance

La governance valuta la missione complessiva di un’azienda, l’impegno rispetto al suo impatto sociale/ ambientale, l’etica e la trasparenza. Questa sezione valuta anche la capacità di un’azienda di proteggere la propria missione e di considerare formalmente le parti interessate nel processo decisionale attraverso la propria struttura aziendale (ad es. società di beneficenza) o documenti di governo aziendale.

DOMANDE E RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE	PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N/A PUNTEGGIO
20/20	16.8	6.8	10.0	0.0

*08



Lavoratori Obiettivi 2025

Nel 2025 l'azienda ha proseguito il percorso di razionalizzazione e rafforzamento avviato negli anni precedenti, con l'obiettivo di consolidare flessibilità operativa, competitività e sostenibilità nel lungo periodo. In quest'ottica, è continuata la scelta di esternalizzare alcune attività operative, permettendo di concentrare risorse, competenze e investimenti sulle aree strategiche a più elevato valore aggiunto. Questo assetto organizzativo favorisce una maggiore capacità di adattamento al contesto di mercato e sostiene lo sviluppo di soluzioni innovative, a beneficio di clienti e partner. L'azienda conferma il proprio impegno nella costruzione di una realtà solida, efficiente e orientata al futuro; pertanto, anche nel corso del 2025 non sono stati definiti obiettivi specifici riferiti a questo ambito.

*09

inspirations into
→ impact



Lavoratori

I lavoratori valutano i contributi di un'azienda alla sicurezza finanziaria, alla salute & sicurezza, al benessere, allo sviluppo della carriera e al coinvolgimento dei dipendenti. Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati a beneficio dei lavoratori, come le aziende che sono possedute per almeno il 40% da dipendenti non dirigenti e quelle che hanno programmi di sviluppo della forza lavoro per sostenere le persone con ostacoli all'occupazione.

DOMANDE E RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE	PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N/A PUNTEGGIO
41/41	29.7	23.7	0.0	6.0

*09

Comunità

Community valuta il coinvolgimento e l’impatto di un’azienda sulle comunità in cui opera, assume e da cui proviene. Gli argomenti includono diversità, equità & inclusione, impatto economico, impegno civico, donazioni di beneficenza e gestione della catena di approvvigionamento. Inoltre, questa sezione riconosce modelli di business progettati per affrontare problemi specifici alla comunità, come l’alleviamento della povertà attraverso l’approvvigionamento o la distribuzione del commercio equo tramite microimprese, modelli di cooperative di produttori, sviluppo economico incentrato a livello locale e impegni formali di beneficenza.



DOMANDE E RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE	PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N/A PUNTEGGIO
26/26	9.6	8.1	0.0	1.5

*10

Ambiente Obiettivi 2025

TARGET 2025	DESCRIZIONE	KPI	FUNZIONI AZIENDALI	MONITORAGGIO	RAGGIUNGIMENTO TARGET
Creazione di una politica aziendale che incoraggi la buona cura delle pratiche sociali e ambientali quando si lavora da remoto	L'obiettivo è sviluppare e implementare una politica aziendale che incoraggi e sostenga le buone pratiche sociali e ambientali nel contesto del lavoro remoto. Questo include promuovere la riduzione dell'impronta ecologica personale, l'uso responsabile delle risorse, e il mantenimento di un equilibrio lavoro-vita che supporti il benessere psicologico e sociale dei dipendenti. La politica dovrebbe fornire linee guida chiare e praticabili che aiutino i lavoratori a integrare sostenibilità e responsabilità sociale nel loro ambiente di lavoro domestico.	Percentuale di dipendenti che adottano la politica di lavoro remoto sostenibile >=50%	Tutti i dipendenti	Fornire checklist per facilitarne la messa a terra ed elaborare questionari di verifica	Raggiunto

*11

inspirations into
→ impact





Ambiente

L’ambiente valuta le pratiche complessive di gestione ambientale di un’azienda, nonchè il suo impatto su aria, clima, acqua, territorio e biodiversità. Ciò include l’impatto diretto delle cooperazioni di un’azienda e, ove applicabile, della sua catena di approvvigionamento e dei canali di distribuzione. Questa sezione riconosce anche le aziende con processi produttivi innovativi dal punto di vista ambientale e quelle vendono prodotti o servizi che hanno un impatto amentale positivo. Alcuni esempi potrebbero includere prodotti e servizi che creano energia rinnovabile, riducono il consumo o gli sprechi, preservano la terra o la fauna selvatica, forniscono alternative meno tossiche e al mercato o istruiscono le persone sui problemi ambientali.

DOMANDE E RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE	PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N/A PUNTEGGIO
13/13	6.2	3.3	0.0	2.9

*11

inspirations into
→ impact



Cienti Obiettivi 2025

TARGET 2025	KPI	FUNZIONI AZIENDALI	MONITORAGGIO	RAGGIUNGIMENTO TARGET	RAGGIUNGIMENTO TARGET
Attivazione di un meccanismo per ricevere feedback dai clienti	L'obiettivo è implementare un sistema efficace e accessibile per raccogliere feedback dai clienti riguardo ai prodotti e ai servizi dell'azienda. Questo meccanismo consentirà all'azienda di ottenere preziose informazioni direttamente dai consumatori, facilitando il miglioramento continuo delle offerte e il rafforzamento della responsabilità aziendale.	Feedback ricevuti / totale risposte *100 >= 80%	Customer care	Implementazione del sistema, monitoraggio delle risposte	Attivato meccanismo di ascolto di feedback volontario

*12



Cienti

Cienti valuta la gestione dei propri clienti da parte di un’azienda attraverso la qualità dei suoi prodotti e servizi, il marketing etico, la privacy e la sicurezza dei dati e i canali di feedback. Inoltre, questa sezione riconosce i prodotti o servizi progettati per affrontare un particolare problema sociale per o tramite i suoi clienti, come prodotti sanitari o educativi, prodotti & artistici, servire clienti/clienti svantaggiati e servizi che migliorano l’impatto sociale di altre aziende o organizzazioni.

DOMANDE E RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE	PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N/A PUNTEGGIO
23/23	13.6	4.3	9.2	0.0

*12



Governance

Nel corso del 2025 la società ha dato continuità al percorso delineato l’anno precedente, ribadendo e rafforzando il proprio impegno in ambito di governance. È stata mantenuta costante attenzione alle attività di controllo e presidio affinché i principali prodotti del core business – aDoormore e aDoormore Contest – restassero pienamente allineati ai principi e ai valori che caratterizzano l’identità di Progetto Doable, in coerenza con mission, vision e purpose aziendali.

AREA D'IMPATTO: **GOVERNANCE**
PUNTEGGIO: **16.8**



Lavoratori

Nel 2025, nell’ambito delle politiche di gestione e sviluppo delle persone, la società ha ulteriormente rafforzato l’impostazione della propria people strategy, in continuità con quanto avviato l’anno precedente. In linea con i principi che contraddistinguono l’identità di società benefit, è stata perseguita una maggiore strutturazione del ricorso all’outsourcing per alcune attività operative, con la finalità di liberare capacità interne e orientarle verso ambiti strategici ad alto valore e impatto. Tale scelta organizzativa ha consentito di dedicare maggiore attenzione alla progettazione e realizzazione di iniziative focalizzate sull’innovazione, sulla crescita sostenibile e sulla valorizzazione del capitale umano, pilastro centrale dello sviluppo aziendale.

AREA D'IMPATTO: **LAVORATORI**
PUNTEGGIO: **29.7**

Comunità, Ambiente, Clienti

Nel 2025, Progetto Doable ha ulteriormente consolidato il proprio core business, rafforzando l’attenzione su Comunità, Ambiente e Clienti. L’impegno costante in sostenibilità e innovazione ha contribuito a un miglioramento significativo dei risultati legati all’impatto sostenibile. La crescita del fatturato generato da prodotti a matrice sostenibile conferma lo sviluppo di un modello di business orientato a questa direzione, dimostrando come l’integrazione della sostenibilità nei prodotti e servizi abbia prodotto benefici concreti sia in termini di impatto sia di crescita economica.

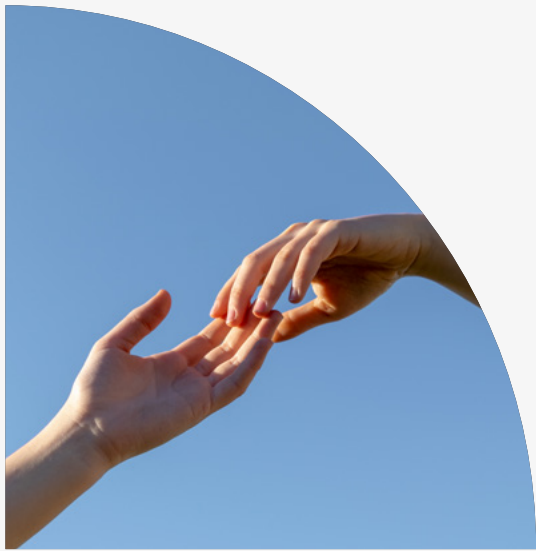
Sulla base di ciò, procediamo nella formulazione degli obiettivi di miglioramento per le diverse aree d’impatto per l’anno 2026.



AREA D'IMPATTO: **COMUNITÀ**
PUNTEGGIO: **9.6**



AREA D'IMPATTO: **AMBIENTE**
PUNTEGGIO: **6.2**



AREA D'IMPATTO: **CLIENTI**
PUNTEGGIO: **13.6**

I nostri obiettivi per il 2026

Nel 2026 il nostro impegno si concentra su quattro direzioni, con un principio comune: dopo aver costruito le basi nel 2025, è il momento di dimostrare, agire e misurare.

- **Marketing etico:** Nel 2025 abbiamo formalizzato le nostre pratiche di comunicazione responsabile. Nel 2026 le rendiamo visibili: documenteremo e comunicheremo alcune buone pratiche interne attraverso aDoormore, amplificandole sui canali esterni. Lo stesso vale per il Codice Etico, ufficializzato nel 2025, nel 2026 lo agiremo, portandolo prima all'interno del team e poi fuori, con coerenza tra ciò che siamo e ciò che chiediamo.
- **Crescita delle persone:** L'introduzione dell'AI nel nostro modo di lavorare non è solo un aggiornamento tecnologico, è un obiettivo di sostenibilità organizzativa. Nel 2026 struttureremo percorsi di apprendimento

sul campo, costruiremo un sistema per capitalizzare e rendere trasferibile il know-how interno e sceglieremo, con cura, un corso di formazione che risponda a un bisogno reale emerso nell'anno.

- **Diversità, equità e inclusione:** Dopo anni dedicati alla formazione e alla sensibilizzazione, nel 2026 traduciamo quanto appreso in almeno una prassi operativa concreta, un criterio condiviso, applicato nelle decisioni quotidiane, che renda l'inclusione un modo di lavorare e non solo un valore dichiarato.
- **Customer care:** La struttura di ascolto costruita nel 2025 diventa nel 2026 uno strumento di miglioramento continuo. Introduciamo almeno due indicatori operativi per misurare la qualità del servizio e collegheremo le segnalazioni ricevute a decisioni concrete trasformando il feedback dei clienti in evoluzione del prodotto.



Le relazioni più importanti non si costruiscono in un giorno. Grazie a chi sceglie di costruirle con noi.