

The background features a dark blue gradient with a central globe made of red wireframe lines. Surrounding the globe are numerous red icons connected by dashed lines, representing various themes: a recycling symbol, a target with an arrow, a thumbs up, a group of people, a document, a hand holding a plant, a coin, a globe with a leaf, a factory, a water drop, a ribbon award, a speech bubble, a sun, a cloud, a bar chart, a line graph, a leaf, a gear, and a magnifying glass over a dollar sign.

2025

**RELAZIONE
D'IMPATTO**

Indice

1. Introduzione e obiettivi della Relazione di Impatto

1.1 Chi Siamo

1.2 Cosa Facciamo

2. Cosa è una Società Benefit

2.1 Trasformazione di Jungler in Società Benefit

2.2 Nomina del Responsabile di Impatto

2.3 Selezione dello standard di valutazione

2.4 Valutazione dell'impatto generato

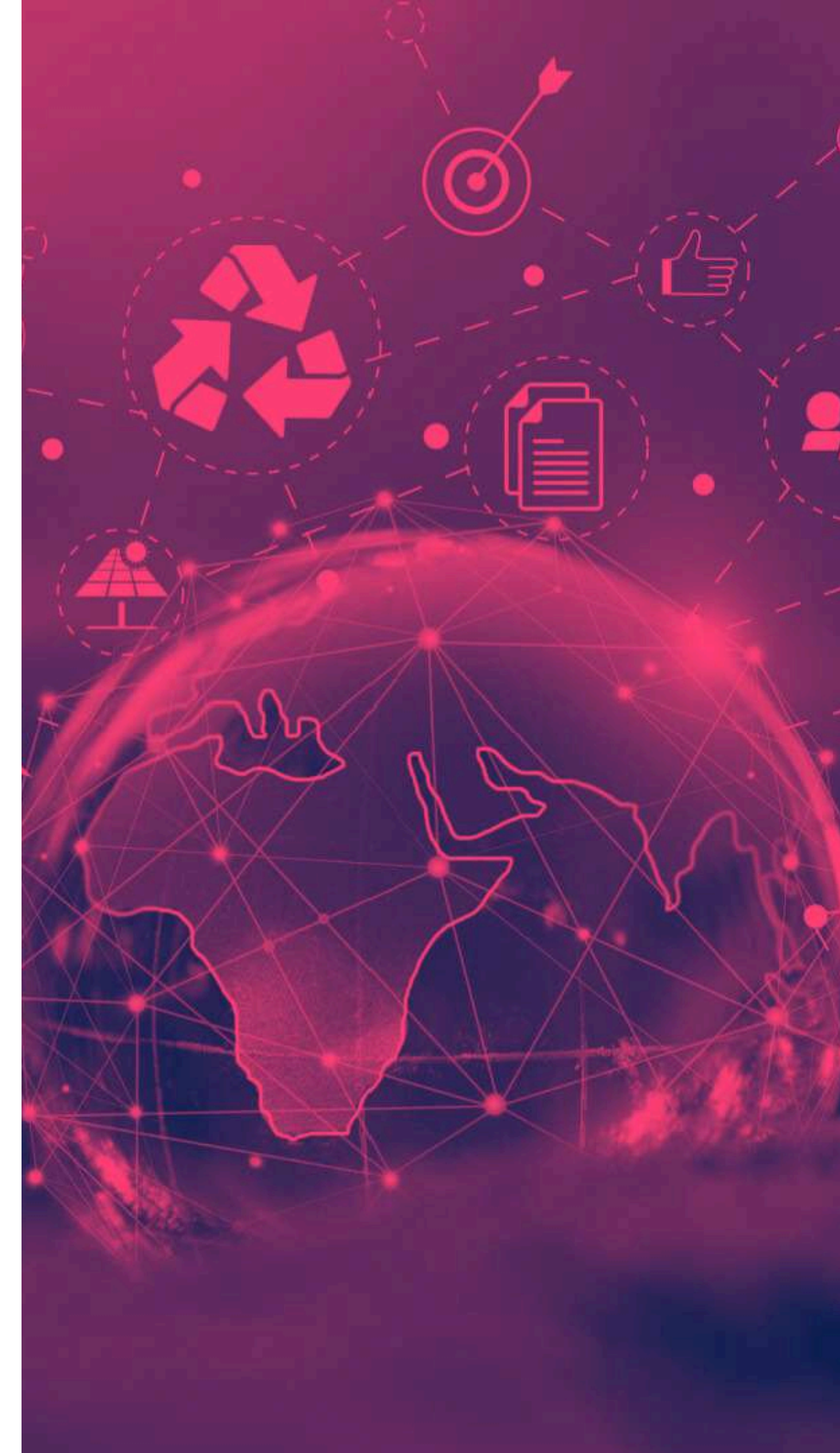
3. Le nostre finalità di beneficio comune

3.1. Le nostre finalità di beneficio comune: obiettivi

3.2. Le nostre finalità di beneficio comune: risultati

3.3. Le nostre finalità di beneficio comune: obiettivi futuri

4. Conclusioni



1. Introduzione e obiettivi della Relazione di Impatto

La presente Relazione di Impatto racconta il percorso intrapreso da Jungler S.B. S.r.l. nel suo secondo anno come Società Benefit. L'obiettivo è quello di illustrare le finalità di beneficio comune perseguite dalla Società, evidenziando le azioni e le modalità adottate per raggiungere i risultati prefissati.

Jungler ha acquisito lo status di Società Benefit nell'aprile 2024, esplicitando all'interno dello statuto societario la volontà di proseguire il proprio percorso di crescita coniugando una o più finalità di beneficio comune all'esercizio dell'attività economica.

Per **beneficio comune** si intende la generazione di uno o più impatti positivi, o la riduzione di impatti negativi, nei confronti di imprese, persone, comunità, ambiente e altri portatori di interesse.

La Società si impegna ad operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente, comunicando attraverso la presente relazione annuale i risultati conseguiti in termini di perseguimento del beneficio comune previsto nello Statuto.

Per noi di Jungler, la presente Relazione di Impatto rappresenta non solo un momento di riflessione e rendicontazione, ma anche un'occasione per condividere i progressi e le sfide affrontate, mantenendo vivo il nostro impegno verso una crescita equilibrata e sostenibile.



1.1 Chi Siamo

Jungler è una **PMI Innovativa** e **Società Benefit** che offre un servizio completo e accessibile per la gestione delle campagne di influencer marketing, consentendo ad aziende, agenzie e centri media di mettere ordine nella “giungla” incontrollata di influencer di questo settore in continua evoluzione.

La Società nasce nel **2019** come **Startup Innovativa**, attirando fin da subito l'interesse di partner strategici quali agenzie di comunicazione grazie all'esperienza pluriennale del founding team, all'ampio network di influencer e alle solide conoscenze in ambito influencer marketing di tutto il gruppo.

Jungler crede fortemente che l'influencer marketing non sia solo una questione di numeri o visibilità, ma soprattutto di fiducia, trasparenza e relazione. Per questo motivo l'azienda si propone come partner di fiducia nell'**ottimizzazione** delle campagne realizzate con influencer e content creator, occupandosi di scouting, analisi qualitativa, verifica delle performance e misurazione dei risultati, nel pieno rispetto dei KPIs concordati.

Il team di Jungler è giovane, fresco e nativo digitale, con un background che consente di comunicare efficacemente con la Generazione Z e i Millennials. L'approccio si fonda su innovazione e trasparenza, con l'obiettivo di rendere l'influencer marketing sempre più affidabile e certificato. Ogni campagna viene sviluppata su misura, prestando particolare attenzione sia agli obiettivi di business, sia alle persone e alle community coinvolte.

Oltre a puntare all'eccellenza nelle soluzioni che offre, Jungler investe nel **talento femminile** e nella **gender equality**, come dimostra la struttura organizzativa a prevalenza femminile. Per questo, nel 2023, **Jungler è stata selezionata tra le Woman Value Companies 2023**, un programma realizzato dalla Fondazione Marisa Bellisario, in collaborazione con Intesa SanPaolo, volto a valorizzare e promuovere l'imprenditoria a guida femminile nelle PMI.



1.2 Cosa Facciamo

In Jungler, passione, creatività e innovazione sono alla base di ogni progetto di influencer marketing. L'agenzia offre **servizi di consulenza strategica** per campagne con creator e influencer, aiutando aziende, agenzie e centri media a creare campagne di influencer marketing con la massima trasparenza e misurabilità dei risultati.

Le attività proposte spaziano dall'**analisi pre-campagna** alla **realizzazione**, **ottimizzazione** e **monitoraggio** dei progetti, integrando talent scouting, creazione di video UGC, recensioni, oltre alla reportistica in tempo reale per misurare performance e ROI. Vengono inoltre fornite linee guida per garantire che ogni collaborazione sia autentica e rispecchi i valori del brand.

La metodologia di Jungler si fonda su un approccio **data-driven** e sull'ascolto costante di contesto e community. Questo significa partire dagli obiettivi di business per poi selezionare in modo mirato i creator, definire con cura i contenuti ed effettuare analisi e ottimizzazioni continue.

L'obiettivo finale è **creare campagne vincenti**, personalizzate sulle specifiche esigenze del brand, generare engagement reale e far emergere il messaggio nel modo più efficace possibile.



1.2 Cosa Facciamo

Il nostro approccio si articola in diverse fasi:

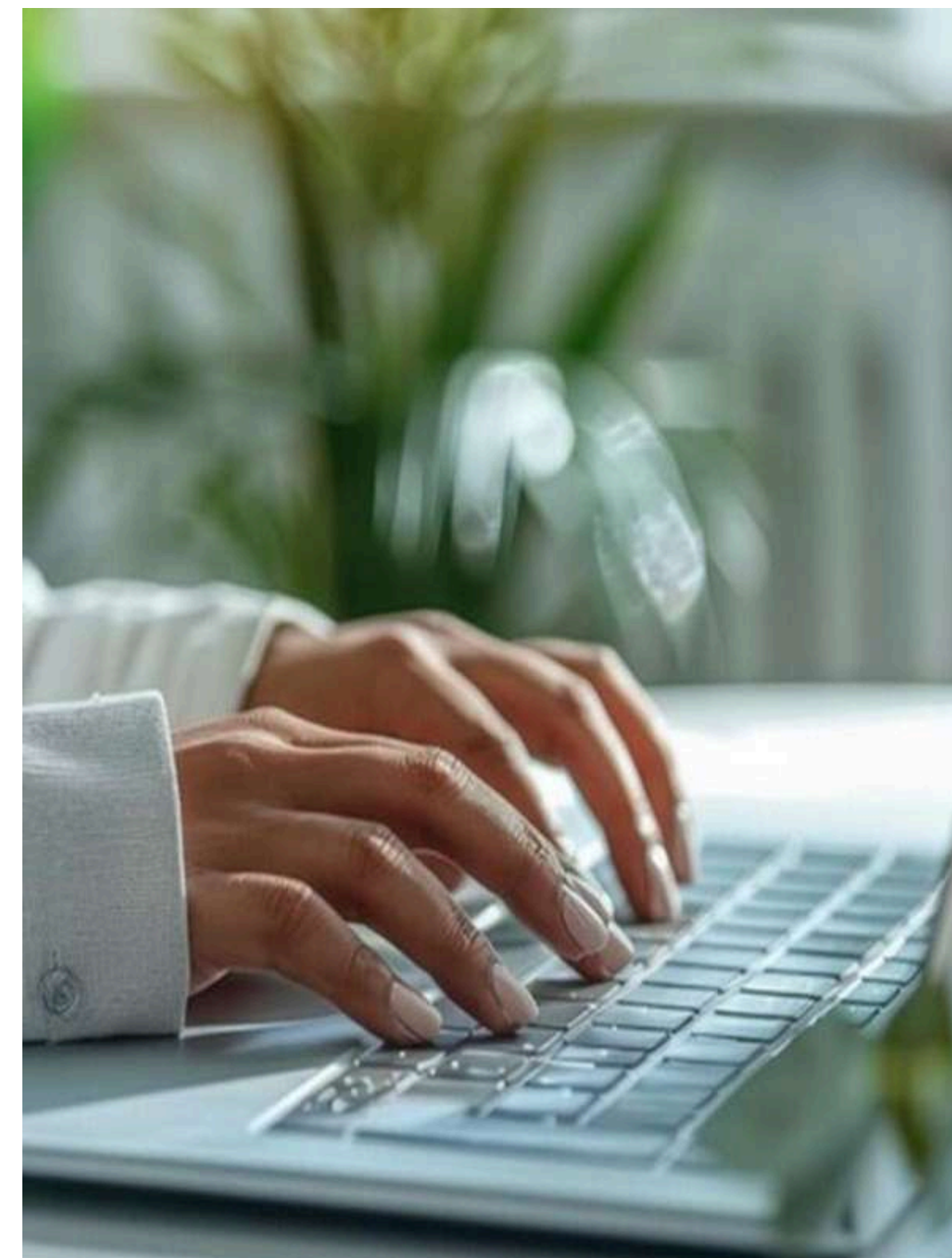
- **Analisi pre-campagna:** Un'attenta valutazione dei bisogni e degli obiettivi di business, unitamente a un'analisi del mercato, delle community e dei trend rilevanti. Questa fase include la definizione dei KPIs e la predisposizione di una strategia su misura;
- **Scouting, analisi e selezione degli influencer:** Identificazione, analisi qualitativa e verifica delle performance degli influencer e content creator più idonei, in base a valori, target di riferimento e capacità comunicativa. Proseguiamo con una gestione accurata del rapporto, per garantire coerenza e trasparenza lungo tutta la campagna;
- **Content creation e UGC:** Collaboriamo anche con i creator per la realizzazione di contenuti originali, inclusi video UGC, recensioni e formati innovativi, che rispecchiano il tone of voice del brand e catturano l'attenzione della community;
- **Gestione operativa e ottimizzazione della campagna:** Dal coordinamento del lancio alla gestione quotidiana, interveniamo in tutte le fasi operative. Monitoriamo costantemente la performance delle attività e apportiamo ottimizzazioni in tempo reale, garantendo che ogni collaborazione raggiunga gli obiettivi prefissati;
- **Report pre e post campagna:** Forniamo una reportistica dettagliata sia in fase pre-campagna (analisi di scenario e definizione della strategia) sia post-campagna (misurazione dei risultati raggiunti, confronto con i KPIs e analisi dei learnings), al fine di garantire trasparenza e un continuo processo di miglioramento.

2. Cosa è una Società Benefit

La **definizione di Società Benefit** identifica le Società Benefit quali imprese che, come affermato nel comma 376 della normativa, *“nell’esercizio di un’attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano 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 interessi”*.

L'Italia è stato il **primo paese in Europa** e il secondo nel mondo dopo gli Stati Uniti a introdurre nel proprio ordinamento giuridico, lo status di Società Benefit con la **Legge di Stabilità** (legge n. 208/2015) nel gennaio 2016.

Le Società Benefit si configurano come un nuovo paradigma imprenditoriale nel quadro della **Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI)**, che coniuga l'esercizio dell'attività economica alla generazione di uno o più impatti positivi, o alla riduzione degli impatti negativi, nei confronti degli stakeholder.



2. Cosa è una Società Benefit

Lo status di Società Benefit può essere ottenuto sia in fase di costituzione della società che mediante trasformazione di una società esistente, a patto che siano rispettati alcuni specifici criteri. In primis, è previsto l'obbligo di aggiornamento dell'atto costitutivo o dello statuto societario, in modo da esplicitare all'interno della denominazione legale o ragione sociale dell'impresa la dicitura **“Società Benefit” o “S.B.”**, specificando nell'oggetto sociale la duplicità dello scopo sociale.

In secondo luogo, l'organo amministrativo di una Società Benefit è tenuto a gestire la Società in maniera responsabile, sostenibile e trasparente, bilanciando gli interessi della proprietà, la ricerca del beneficio comune e gli interessi degli stakeholder. Inoltre, l'organo amministrativo è tenuto a nominare un Responsabile di Impatto e a procedere alla pubblicazione annuale di una Relazione concernente la gestione del beneficio comune (Relazione di Impatto).

La suddetta Relazione di Impatto, da allegare al bilancio d'esercizio e pubblicare sul sito web della Società, deve includere:

- 1) La descrizione delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che possono averne agevolato o rallentato il perseguimento;
- 2) La valutazione dell'impatto generato, svolta mediante uno standard di valutazione esterno idoneo;
- 3) Una sezione relativa agli obiettivi futuri della Società in ottica di perseguimento del beneficio comune.



2.1 Trasformazione di Jungler in Società Benefit

Jungler ha intrapreso un percorso di evoluzione organizzativa e valoriale, culminato, l'8 aprile del 2024, con il riconoscimento ufficiale dello status di **Società Benefit**.

Questa transizione non è stata un semplice adempimento formale, ma il risultato di un processo consapevole e profondo, volto a consolidare l'impegno di Jungler verso un modello di **impresa responsabile e generativa**.

L'adozione dello status di Società Benefit rappresenta infatti la naturale evoluzione del nostro impegno a integrare principi di **sostenibilità** e impatto all'interno della nostra strategia, della nostra cultura aziendale e del nostro modo di operare sul mercato. Inoltre, questa decisione evidenzia la volontà di dotare la Società di un **modello societario** che sia al tempo stesso innovativo e in grado di rispecchiare le ambizioni di Jungler.

Crediamo fermamente che il **successo aziendale** sia legato indissolubilmente alla capacità di creare **benefici condivisi e duraturi**. La decisione di trasformarci in Società Benefit nasce dunque dal desiderio di adottare una forma giuridica coerente con i nostri valori, ma anche di dotarci di strumenti concreti di **misurazione, rendicontazione e miglioramento continuo**. Il modello Benefit ci consente di formalizzare l'impegno verso il bene comune, di rendere trasparente il nostro operato e di rafforzare la fiducia dei nostri stakeholder.

Attraverso questa scelta, Jungler ribadisce la volontà di essere un **attore attivo del cambiamento**, capace di ispirare nuovi modi di fare impresa, basati su **equilibrio, responsabilità e impatto positivo**.

2.2 Nomina del Responsabile di Impatto

In data 19/03/2024, in ottemperanza a quanto previsto dalla Legge n. 208/2015, art. 1, comma 380, Jungler ha provveduto alla nomina del proprio Responsabile di Impatto.

Questa nomina riflette l'impegno concreto di Jungler verso una sostenibilità basata su una **governance consapevole** e **orientata al valore condiviso**. Il ruolo del Responsabile di Impatto è centrale nel guidare la Società nel raggiungimento delle proprie finalità di beneficio comune.

Tale figura, identificata all'interno dell'organizzazione con un profilo accademico e professionale altamente qualificato, vanta competenze e un network di rilievo nel settore dell'influencer marketing.

Oggi è anche **docente di Social Media Marketing e Influencer Marketing** ed è iscritta all'**Elenco Regionale degli Esperti di Settore** (ERES) della Regione Toscana in Comunicazione, Pubblicità, Pubbliche Relazioni, oltre che **Innovation Manager del MIMIT** (Ministero delle Imprese e del Made in Italy), dimostrando una visione strategica e interdisciplinare che unisce competenze digitali, innovazione e sensibilità culturale.



2.2 Nomina del Responsabile di Impatto

Di origini straniera ma nata e cresciuta in Italia, rappresenta un esempio concreto di integrazione virtuosa, capace di arricchire l'organizzazione con una prospettiva inclusiva, contemporanea e orientata all'internazionalizzazione.

Il suo contributo si traduce non solo in un vantaggio competitivo per l'azienda, grazie all'impegno attivo verso **l'empowerment femminile** e la **valorizzazione della parità di genere**, ma anche in una spinta all'innovazione nei processi comunicativi e di posizionamento. Il suo impatto si estende ben oltre l'ambito aziendale: promuove pratiche **etiche e responsabili nel mondo digitale**, valorizza una **cultura aziendale inclusiva** e **stimola il dialogo** tra imprese, istituzioni e nuove generazioni di professionisti.

Nello specifico, il Responsabile di Impatto è incaricato di svolgere attività e funzioni strategiche volte al raggiungimento degli **obiettivi di beneficio comune** e, in particolare:

- Definire e attuare un piano strategico per il conseguimento del beneficio comune;
- Monitorare le performance in termini di impatto sociale e ambientale;
- Valutare le performance della Società in chiave ESG;
- Redigere la Relazione di Impatto annuale per misurare i risultati e definire gli obiettivi.
-

Con questa scelta, Jungler rafforza il proprio percorso verso un modello di **impresa responsabile, trasparente e orientata all'innovazione sostenibile**.

2.3 Selezione dello standard di valutazione

Per quanto riguarda la selezione dello **standard di valutazione esterno** da utilizzare per la valutazione dell'impatto generato dalla Società, Jungler ha deciso di adottare il **B Impact Assessment (BIA)**, sviluppato dall'ente no-profit B Lab.

Il **B Impact Assessment** è uno strumento di valutazione gratuito che promuove un nuovo modello di business responsabile, rigenerativo e orientato all'impatto. Il BIA consente di misurare, in modo oggettivo e comparabile, le performance **ambientali, sociali e di governance** di un'azienda, e rappresenta la base per l'ottenimento della **certificazione B Corp**. Il framework del BIA viene utilizzato come metodo di rendicontazione da migliaia di imprese in tutto il mondo per monitorare e migliorare il proprio impatto.

Nel 2016, l'Italia è stato il primo paese al di fuori degli Stati Uniti ad introdurre legalmente la figura della Società Benefit ed è oggi uno dei paesi europei con il maggior numero di B Corp e Società Benefit.

La selezione del **BIA** come architettura di riferimento per guidare il percorso di Jungler verso la sostenibilità evidenzia la volontà della Società di avvalersi degli strumenti più completi sul mercato al fine di misurare le proprie performance secondo i più alti standard di settore.



2.3 Selezione dello standard di valutazione - Il BIA come standard di valutazione

Prestigio

Il BIA rappresenta lo **standard di riferimento internazionale** per ottenere la certificazione B Corp, rilasciata alle imprese che raggiungono un punteggio minimo di 80 punti, a garanzia di elevate performance ambientali, sociali e di governance.

Adattabilità

Con oltre **100 versioni differenti**, adattabili a dimensione, settore e area geografica, il BIA è lo strumento più versatile e scalabile per valutare l'impatto aziendale, indipendentemente dal tipo di organizzazione.

Trasparenza

Tutti i **criteri di valutazione** e le ponderazioni assegnate alle diverse aree di impatto sono accessibili e consultabili in ogni momento, garantendo piena **trasparenza e coerenza** nel processo di misurazione.

Completezza

Grazie a un **approccio olistico**, il BIA analizza in modo approfondito le pratiche aziendali in ambiti chiave offrendo una visione completa su come l'impresa genera valore per i propri stakeholder.

Usabilità

Pur essendo sviluppato per soddisfare i più elevati **standard internazionali**, il BIA è progettato per essere intuitivo e facilmente fruibile, anche da parte di piccole e medie imprese che si affacciano per la prima volta alla **misurazione dell'impatto**.

Funzione educativa

Grazie alla sua **struttura modulare e progressiva**, il BIA si configura anche come uno strumento formativo, utile per imprenditori e founder nel tracciare percorsi di miglioramento continuo e nella definizione di strategie a impatto.

Evoluzione continua

Il BIA è uno **strumento vivo**, costantemente migliorato grazie al feedback della **community globale** e oggetto di **revisione biennale**, per riflettere le evoluzioni normative, sociali e ambientali più rilevanti.

2.4 Valutazione dell'impatto generato

Partendo dal presupposto che Jungler si avvale dell'**architettura del BIA** non solo come strumento di valutazione dell'impatto, ma piuttosto come un vero e proprio **sistema di gestione dell'impatto**, è significativo analizzare le aree di valutazione su cui questo strumento si basa.

In particolare, la struttura del BIA si fonda sulla valutazione delle seguenti dimensioni strategiche:

Governance

Analizza la missione complessiva della Società, con particolare attenzione allo scopo sociale e alle politiche orientate all'impatto ambientale e sociale, all'etica e alla trasparenza nelle decisioni e nei processi.

Comunità

Esamina l'impegno dell'organizzazione nei confronti del contesto sociale e locale in cui opera, considerando aspetti come diversità, equità, inclusione, e la qualità delle relazioni con comunità, territorio e catena di fornitura.

Ambiente

Valuta le politiche e le azioni della Società in termini di sostenibilità ambientale, con focus sulle pratiche di gestione delle risorse naturali e sulla riduzione dell'impronta ecologica.

Lavoratori

Esamina le politiche e le iniziative rivolte al benessere economico, fisico, professionale e sociale di dipendenti e collaboratori, promuovendo un ambiente di lavoro equo, sicuro e motivante.

Clienti

Analizza la qualità delle relazioni con i clienti, valutando l'integrità nella comunicazione, la qualità di prodotti e servizi, la protezione dei dati, e l'efficacia dei sistemi di ascolto e feedback.

2.4 Valutazione dell’impatto generato

A seguire, una sintesi dei punteggi ottenuti per ciascuna area di valutazione del BIA:

Area di Impatto	Punteggio
Governance	11,3
Comunità	18,8
Ambiente	1,8
Lavoratori	22,3
Clienti	2,6
Punteggio complessivo	56,8



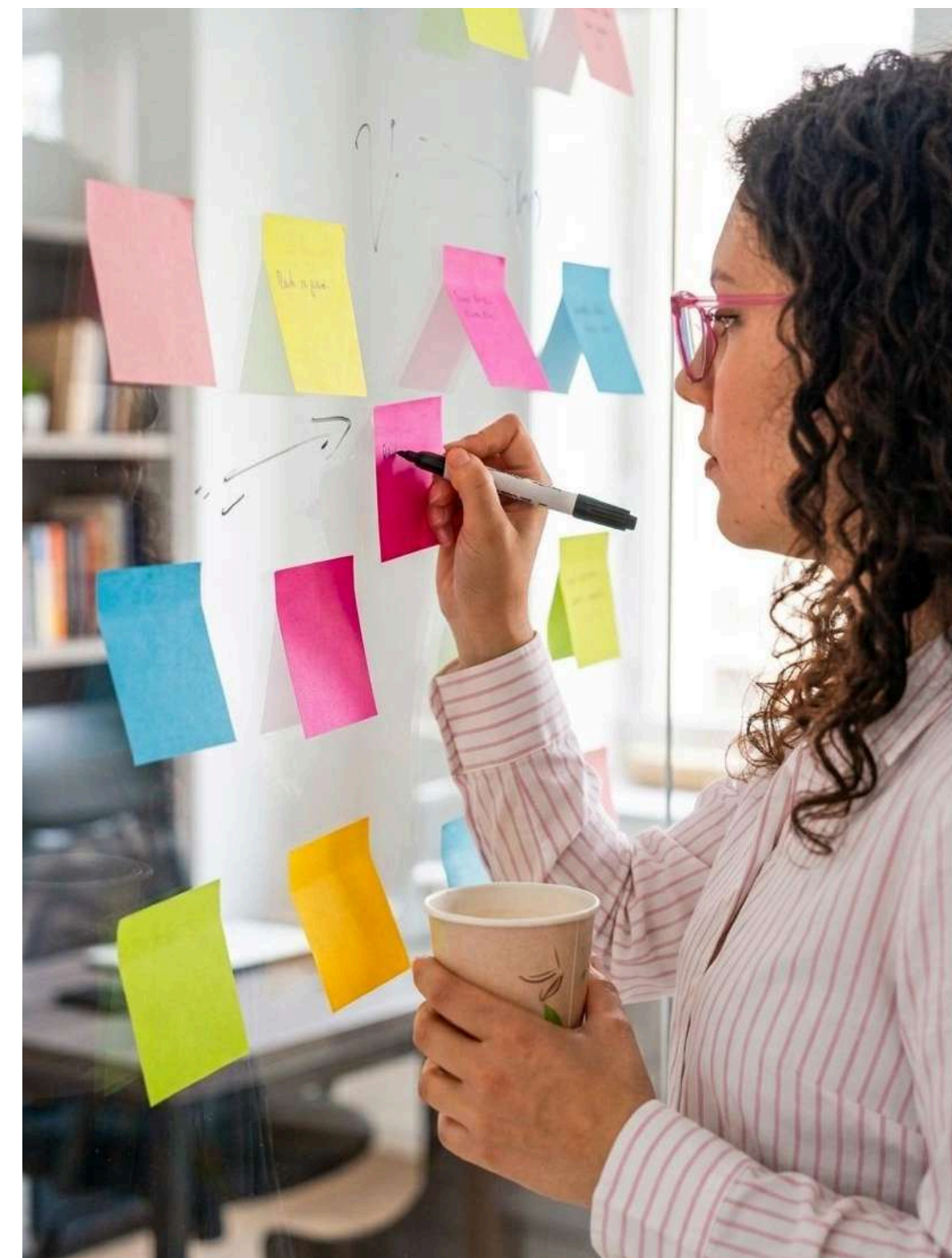
2.4 Valutazione dell'impatto generato

La valutazione dell'impatto economico, sociale e ambientale generato dalla Società nel corso dell'esercizio 2025, secondo anno di Jungler come Società Benefit, rappresenta il naturale prosieguo del nostro percorso verso la sostenibilità.

Lo score complessivo di **56.8** registrato riflette il percorso di miglioramento della Società, coerente con l'impegno a monitorare le proprie pratiche ESG in un'ottica di perseguimento di obiettivi sempre più **ambiziosi** e **impegnativi**.

I risultati ottenuti nel B Impact Assesment del 2025 non sono pertanto un punto di arrivo, ma piuttosto raccontano un'**evoluzione coerente** con il percorso intrapreso e costituiscono una base solida per il raggiungimento di finalità di medio-lungo periodo sempre più sfidanti.

La valutazione dell'impatto generato nel 2025 si configura, pertanto, come una tappa intermedia in un percorso più ampio, che mira a integrare la sostenibilità all'interno del modello di business di Jungler.



3. Le nostre finalità di beneficio comune

Nel corso di questo secondo anno come Società Benefit, Jungler ha implementato **azioni concrete** per il perseguimento delle finalità di beneficio comune.

In particolare, le finalità di beneficio comune identificate e, successivamente, perseguite da Jungler possono essere circoscritte a tre aree principali:

1. Promozione di un **influencer marketing etico, trasparente e conforme** alle normative vigenti in materia di trasparenza pubblicitaria
2. **Governance sostenibile**, filiera responsabile e sviluppo di politiche di welfare
3. Promozione del **benessere sociale** della comunità e valorizzazione del territorio.

Ciascuna delle tre macro-aree sopra identificate, a sua volta suddivisibili in una serie di micro-interventi e attività finalizzate a migliorare le pratiche di gestione dell'impatto di Jungler, è caratterizzata da una forte correlazione con l'oggetto sociale e la **Vision della Società**.

Nello specifico, gli obiettivi specifici in termini di finalità di beneficio comune perseguite nel corso dell'esercizio 2025 sono sviscerati nel seguente paragrafo.



3.1. Le nostre finalità di beneficio comune: obiettivi

Come esplicitato nel precedente paragrafo, ciascuna delle tre macro-aree individuate si compone di molteplici micro-obiettivi che la Società si impegna a raggiungere e migliorare di anno in anno, in un'ottica di perseguimento di obiettivi sempre più ambiziosi.

Per quanto riguarda l'esercizio 2025, gli obiettivi specifici prefissati dalla Società, afferenti alle aree precedentemente evidenziate, possono essere così riassunti:

- **Rafforzare la selezione di fornitori, partner e collaboratori** che condividono la vision e il sistema valoriale di Jungler, privilegiando realtà certificate o strutturate in ambito ESG (quali B Corp, Società Benefit e aziende dotate di certificazioni ambientali e sociali), nonché soggetti impegnati nella sostenibilità e nell'empowerment femminile;
- **Consolidare le attività di formazione e sensibilizzazione** rivolte a influencer e content creator sui temi dell'etica nella comunicazione digitale, della trasparenza, della responsabilità e dell'inclusività;
- **Potenziare la diffusione di contenuti editoriali e formativi** sull'influencer marketing responsabile, attraverso nuovi format e strumenti di comunicazione, garantendo accessibilità, gratuità e valore educativo per la community;

- **Introdurre e rafforzare le iniziative esistenti di welfare aziendale e le modalità di lavoro flessibili**, finalizzate al miglioramento del benessere economico e organizzativo dei collaboratori, includendo misure di supporto alla genitorialità;
- **Promuovere lo sviluppo del capitale umano e del territorio** attraverso politiche di reclutamento inclusive e l'attivazione di percorsi di formazione, orientamento professionale e tirocini per giovani talenti, favorendo la diffusione di competenze digitali e imprenditoriali.

Tali obiettivi rappresentano un piano d'azione concreto che la Società intende perseguire con coerenza e continuità, rafforzando la propria identità come Società Benefit. L'impegno di Jungler verso il beneficio comune non si esaurisce nella definizione di singoli traguardi, ma si traduce in una **visione strategica di lungo periodo**, orientata alla creazione di valore condiviso, alla misurabilità dell'impatto e al continuo allineamento tra missione, operatività e responsabilità sociale.

3.2. Le nostre finalità di beneficio comune: risultati

Per quanto riguarda i risultati ottenuti in termini di perseguimento del beneficio comune, è significativo segnalare le seguenti iniziative ed i relativi risultati raggiunti dalla Società durante il suo primo anno come Società Benefit. In particolare, nel corso dell'esercizio 2025 Jungler ha:

- **Rafforzato il network** di fornitori, partner e collaboratori attraverso l'avvio di rapporti con realtà che condividono la vision e il sistema valoriale di Jungler, promuovendo una filiera coerente con i principi della **sostenibilità sociale, ambientale ed etica**. In particolare, la Società ha privilegiato collaborazioni con Società Benefit e B-Corp; aziende in possesso di certificazioni ambientali, sociali ed etiche; agenzie che operano con brand impegnati nella promozione della sostenibilità; imprese che redigono annualmente un **Bilancio di Sostenibilità** o adottano un **Manifesto valoriale**; nonché realtà che promuovono attivamente l'empowerment femminile nel settore del digital marketing.
- Introdotta e progressivamente aggiornato le **Linee guida per gli influencer**, integrate all'interno di documenti societari quali presentazioni, contratti e brief operativi per influencer, creator e collaboratori, con l'obiettivo di accrescerne la consapevolezza non solo rispetto alle tematiche ESG, ma anche in relazione agli obblighi normativi emergenti in materia di comunicazione commerciale digitale. In particolare, tali Linee guida recepiscono le più recenti indicazioni delle **autorità competenti** come AGCOM e IAP, promuovendo trasparenza, corretta identificazione dei contenuti sponsorizzati, responsabilità nella produzione dei contenuti e tutela degli utenti e dei minori, contribuendo alla diffusione di pratiche di influencer marketing etico.

3.2. Le nostre finalità di beneficio comune: risultati

- **Rafforzato il proprio palinsesto editoriale** attraverso la creazione di nuovi materiali e l'introduzione di nuovi format dedicati, con l'obiettivo di produrre e diffondere contenuti educativi rivolti a influencer e creator, in particolare, mediante approfondimenti sui temi dell'influencer marketing responsabile, della trasparenza e delle buone pratiche di settore. Tale attività ha inoltre contribuito al posizionamento della Società nel dibattito pubblico su tematiche di rilevanza sociale e professionale, anche attraverso la pubblicazione e la partecipazione a contenuti editoriali su testate nazionali, tra cui contributi su Nova100 – Il Sole 24 Ore dedicati al tema del talento femminile nel settore digitale.
- Contribuito al **miglioramento del benessere aziendale** dei propri collaboratori mediante l'introduzione di benefit quali buoni pasto e voucher per i dipendenti, l'implementazione di una modalità di lavoro in full smart working, che consente maggiore flessibilità lavorativa a tutte le risorse, e l'introduzione di misure di supporto alla genitorialità, tra cui premi maternità a sostegno delle dipendenti.
- Proseguito nell'implementazione di una **politica di reclutamento orientata alla formazione** e all'orientamento professionale di giovani talenti, attraverso l'attivazione di percorsi di tirocinio. Nel corso del 2025, Jungler ha ospitato tre tirocinanti in ambito marketing e comunicazione: due stagiste inserite tramite tirocini curricolari, ciascuno della durata di 6 mesi per un totale complessivo di circa 1.000 ore, provenienti dai corsi di Design della Comunicazione – Visual Design & Integrated Marketing di NABA (Nuova Accademia di Belle Arti) e Design della Comunicazione presso Modartech; e una stagista inserita tramite tirocinio extracurricolare della durata di 12 mesi, attivato in collaborazione con AFOL Metropolitana.
- **Destinato una percentuale del fatturato** pari all'1% a favore di due fondazioni: Fondazione Pangea Onlus, organizzazione non profit attiva dal 2002 nella promozione dei diritti delle donne attraverso strumenti concreti quali microcredito, formazione e protezione contro la violenza e con cui Jungler condivide Vision e sistema valoriale, e la seconda a favore di Fondazione AIRC, Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro e realtà di riferimento nazionale nel finanziamento della ricerca oncologica scientifica, con l'obiettivo di contribuire alla lotta contro il cancro attraverso il sostegno a ricercatori e progetti di eccellenza sul territorio italiano e internazionale.

3.3. Le nostre finalità di beneficio comune: obiettivi futuri

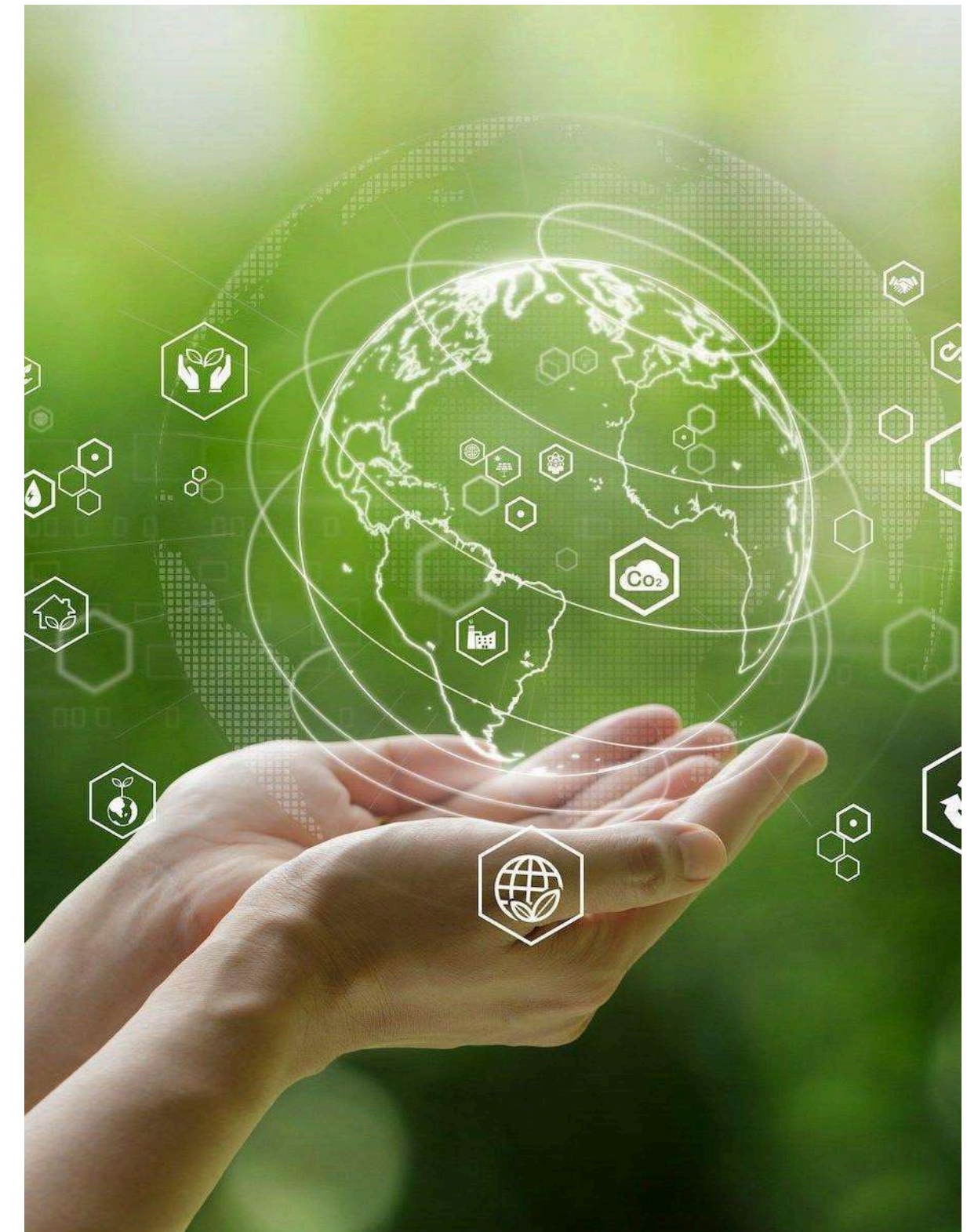
Nel corso dell'esercizio 2026, Jungler intende proseguire il proprio percorso verso la **sostenibilità** mediante il perseguimento dei seguenti obiettivi:

- Rafforzare la **tutela aziendale** e la **gestione del rischio**, anche mediante la stipula di polizze assicurative contro eventi catastrofici, al fine di garantire la continuità operativa e la protezione del patrimonio aziendale e delle persone che vi lavorano, in linea con una gestione responsabile e lungimirante dell'impresa;
- Ampliare la propria presenza pubblica su temi di **rilevanza sociale e professionale**, partecipando ad eventi di settore e contribuendo con articoli e contenuti editoriali a testate e iniziative di rilievo nazionale, tra cui iniziative dedicate alla **valorizzazione del talento femminile**, alla promozione dell'etica e della **trasparenza nel marketing digitale** e alla diffusione di una cultura dell'**influencer marketing responsabile**, consolidando il ruolo di Jungler come punto di riferimento nel dibattito pubblico sul futuro della comunicazione digitale;
- Rinnovare e attivare nuove collaborazioni con **Istituti di formazione del territorio** specializzati nel settore della **moda** e della **comunicazione digitale**, finalizzate all'erogazione di un modulo formativo da parte della CEO di Jungler rivolto agli studenti dell'Istituto, nonché all'attivazione di un canale privilegiato per lo **scouting di giovani talenti** da inserire nel network e, potenzialmente, all'interno del team aziendale;
- Aggiornare i contratti stipulati con **collaboratori e fornitori** secondo le nuove linee guida adottate dalla Società in materia di **responsabilità sociale, etica professionale e standard di sostenibilità**, con l'obiettivo di estendere i valori Benefit all'intera catena di fornitura e di consolidare relazioni commerciali coerenti con la missione aziendale;

3.3. Le nostre finalità di beneficio comune: obiettivi futuri

- Rinnovare e attivare nuove **collaborazioni con Istituti di formazione del territorio** specializzati nel settore della moda e della comunicazione digitale, finalizzate all'erogazione di un modulo formativo da parte della CEO di Jungler rivolto agli studenti dell'Istituto, nonché all'attivazione di un canale privilegiato per lo scouting di giovani talenti da inserire nel network e, potenzialmente, all'interno del team aziendale;

Ciascuno degli obiettivi sopra identificati verrà perseguito in un'ottica di impatto misurabile, coerenza valoriale e miglioramento continuo, con l'obiettivo di integrare sempre più profondamente le finalità di beneficio comune all'interno del modello di business di Jungler e generare valore condiviso per tutti gli stakeholder.



4. Conclusione

La presente Relazione di Impatto si inserisce nel percorso evolutivo di Jungler verso un modello di impresa sempre più **orientato alla sostenibilità e alla generazione di valore condiviso**, confermando l'impegno della Società in un processo continuo di miglioramento e progressiva maturazione degli obiettivi di beneficio comune.

Nel corso del 2025, Jungler ha consolidato e ampliato le proprie azioni in ambito **ESG**, integrando in modo sempre più strutturato tali principi nei processi operativi, nelle attività di business e nelle relazioni con stakeholder, partner e collaboratori. Le iniziative implementate hanno riguardato, tra le altre, il rafforzamento della **filiera di fornitori e partner** coerenti con i valori aziendali, l'introduzione e l'aggiornamento di **linee guida per influencer e creator**, lo sviluppo di attività **formative e di sensibilizzazione** sui temi dell'inclusione e dell'accessibilità digitale, il potenziamento delle politiche di **welfare aziendale** e di supporto alla genitorialità, nonché l'avvio di strumenti di monitoraggio ESG delle collaborazioni e delle relazioni professionali.

Ulteriori progressi hanno riguardato il rafforzamento dell'**attività editoriale** e del posizionamento di Jungler come attore attivo nel dibattito sull'**influencer marketing responsabile** e sull'**etica della comunicazione digitale**, anche attraverso la partecipazione a iniziative editoriali e media di rilievo nazionale, contribuendo così alla diffusione di una cultura più **consapevole e inclusiva** del settore.

I risultati raggiunti nel corso del 2025 rappresentano, pertanto, un'evoluzione significativa del percorso intrapreso e costituiscono al contempo la base di partenza per ulteriori sviluppi futuri. Jungler continuerà a perseguire con determinazione le proprie finalità di **beneficio comune**, impegnandosi a definire obiettivi sempre più ambiziosi e coerenti con l'evoluzione del contesto **sociale, ambientale ed economico** e con la crescita dell'organizzazione.

La Società si impegna, infine, a garantire la massima **trasparenza** nei confronti degli stakeholder attraverso un'attività di rendicontazione annuale **chiara, strutturata e accessibile**, volta a monitorare in modo puntuale i progressi compiuti sia rispetto alle finalità di beneficio comune previste dallo statuto, sia in relazione agli obiettivi specifici definiti nella presente Relazione di Impatto.

The Jungler logo is located in the top right corner. It features the word "Jungler" in a white, cursive script font. The background of the entire slide is a dark blue gradient with a network of white lines and dots. A central globe is highlighted with a red wireframe. Various white icons are scattered around the globe, including a recycling symbol, a target, a thumbs up, a group of people, a hand holding a plant, a cloud, a factory, a water drop, a CO2 cloud, a bar chart, a house, a magnifying glass, a globe with a leaf, a coin, a document, a sailboat, a medal, a speech bubble, and a nuclear symbol.

Relazione D'impatto 2025

Jungler S.r.l. S.B.

Piazza della Repubblica 19

20124 - Milano - Italy

 irenejin@jungler.io

 [wearejungler](https://www.linkedin.com/company/wearejungler)

 www.jungler.io