

DOCUMENTO DI DESCRIZIONE IMPATTO SOCIALE
ai sensi del D.L. 179/2012
e
RELAZIONE ANNUALE
ai sensi della L. 208/2015

La società Essadarii S.r.l., in quanto Startup Innovativa a Vocazione Sociale (SiaVS) e Società Benefit (SB), è tenuta a redigere annualmente e depositare in Camera di Commercio:

- il documento di descrizione dell'impatto sociale previsto per le SiaVS ai sensi del D.L. 179/2012,
- la relazione annuale prevista per le SB ai sensi della L. 208/2015.

Il presente documento soddisfa contestualmente entrambi gli adempimenti.

1. VISION

Le persone con disabilità e difficoltà motorie hanno gravi problemi nel muoversi in città, incontrando molti ostacoli in strada che impediscono loro il passaggio e ne limitano la libertà di spostamento. Spesso sono costrette ad effettuare lunghe ricerche per poter individuare i luoghi più adatti alle loro esigenze e inoltre le informazioni rinvenute spesso possono essere parziali, non corrette e in alcuni casi completamente assenti.

Essadarii opera nel campo dell'innovazione tecnologica, quale startup-innovativa, e al contempo produce un impatto a beneficio della collettività. Utilizza tecnologie innovative per raccogliere in modo capillare da una community eterogenea di persone dati oggettivi riguardanti l'accessibilità delle strade e delle strutture.

L'obiettivo è quello di spostare il peso della mancanza di dati sull'accessibilità, dalle persone con difficoltà motorie, al mondo delle aziende, le municipalità e tutte le persone normodotate, in modo da avere più dati ed accelerare la transizione verso una mentalità inclusiva e partecipativa a 360 gradi.

Inoltre, per facilitare l'incontro tra domanda e offerta, non sempre agevole a causa di una difficoltà di comunicazione e reperimento clienti in capo alle aziende che offrono prodotti e servizi riferiti al target delle persone con disabilità motorie, Essadarii vuole mettere a disposizione delle aziende uno strumento di "Community as a Service", ossia mettere a disposizione la propria community per risolvere i vari problemi di marketing. L'obiettivo è sviluppare una piattaforma di informazione attendibile.

2. MISSION

La *Mission* di Essadarii è quella di ridurre il disagio delle persone con disabilità dovuta alle esistenti barriere architettoniche e alla difficoltà di reperire informazioni sulla mobilità.

L'attività di Essadarii è quindi la realizzazione di un'app come strumento di risoluzione delle problematiche di mobilità delle persone con difficoltà motorie definita Open Social Navigator perché è un tool aperto all'inserimento e raccolta di dati afferenti l'accessibilità dei luoghi aperti al pubblico e alla segnalazione degli ostacoli in strada da parte di tutte le persone/enti

appartenenti alla community (persone con difficoltà motorie, caregiver, volontari digitali e municipalità). L'app è anche social perché permette di chiedere aiuto ad altre persone della community, di mettere a sistema le conoscenze dei singoli per fare in modo che tutti ne possano giovare; navigatore, perché, utilizzando i dati raccolti nel tempo, punterà ad indicare la strada più comoda e sicura tramite percorsi personalizzati.

Inoltre si pone l'obiettivo di sensibilizzare la società riguardo il tema dell'accessibilità, mettendo a servizio la suddetta tecnologia al fine di ridurre l'attuale disagio dei portatori di handicap.

3. ORGANIZZAZIONE

(Descrivi come è organizzata la società, la sua forma e una breve descrizione del team)

E' stata costituita una società a responsabilità limitata startup innovativa a vocazione sociale oltre che Benefit, e partecipano alla compagine societaria:

1. Crinu-Petru Capatina, CEO
2. Paolo Bottiglieri, CCO
3. Amedeo Perna, Business Catalyst
4. Simone Brevigliero, Mobility & Business Development Advisor
5. Italo Monfermoso, Business Catalyst
6. Lowie Vermeersch, Design & mobility Advisor
7. Tullio Musso – Senior Strategy advisor
8. Emanuele Borroni – executive mentor
9. Davide Tammaro – stakeholder engagement advisor
10. Paolo Cerini – strategy advisor
11. Paola Zavattero – Finance advisor
12. Diego Garrone
13. Gianfranco Garrone
14. Elisa Geraci – legal advisor
15. Alessandra Chimienti
16. Davide Caocci – B2G advisor

La società è amministrata da un consiglio di amministrazione così composto:

17. **Riccardo Taverna - Presidente**, esperto di sostenibilità, reputazione, comunicazione inclusione e consulenza strategica.
18. **Tullio Musso – Consigliere**, esperto di strategy, finance, mercati di capitale e innovazione.
19. **Crinu-Petru Capatina – Amministratore Delegato**, Business development lato corporate e pmi, fundraising e strategia, investor relations, esperto di innovazione sociale.
20. **Simone Brevigliero – Consigliere**, Mobility & Business development Advisor - mobility network development e strategic advisory
21. **Paolo Bottiglieri CCO** - creazione e gestione community, sviluppo partnership con associazioni di categoria, municipalità e marketing lato user.

4. STAKEHOLDERS

Gli Stakeholders sono:

- **Persone con disabilità:** è il gruppo di persone che trae i maggiori benefici potendo accedere ai servizi offerti e alle informazioni messe a disposizione dalla piattaforma utili per la propria mobilità e quotidianità;
- **Famiglie di persone con disabilità:** direttamente e indirettamente traggono beneficio dalla riduzione delle difficoltà legate alla mobilità del familiare disabile;
- **Caregiver:** traggono beneficio dal poter utilizzare l'app e organizzare al meglio la quotidianità unitamente al proprio assistito;
- **Aziende private:** traggono beneficio dal poter offrire servizi di accessibilità a persone disabili oltre a poter coinvolgere a loro volta i propri stakeholder interni ed esterni su temi di inclusione e diversità;
- **Associazioni di categoria:** traggono beneficio dal poter offrire servizi e poter comunicare direttamente con la propria categoria di associati;
- **Aziende pubbliche, es. municipalità:** traggono beneficio quali destinatari dei report ricavati dalle segnalazioni delle barriere fisse e mobili provenienti dalla community anche al fine di risolvere le problematiche riscontrate e migliorare l'offerta di servizi ai cittadini.

5. OBIETTIVO SOCIALE

Gli obiettivi che Essedarii si pone sono i seguenti:

- consentire alle persone con disabilità motoria di poter ottenere informazioni per pianificare preventivamente i percorsi in città e per individuare il servizio o il luogo aperto al pubblico più adatto alle proprie esigenze;
- creare una rete di aziende e servizi accessibili a disposizione dei disabili;
- creare uno strumento partecipativo aperto a tutti i cittadini attraverso il quale l'individuo possa condividere informazioni e grazie al quale possa sentirsi parte attiva del miglioramento della propria città.
- creare un luogo virtuale d'incontro tra l'offerta delle aziende e la domanda delle persone con difficoltà motoria;
- creare un social interno all'app volto allo scambio di informazioni, allo stabilire nuove relazioni e che incrementi la socialità delle persone con disabilità
- diffondere consapevolezza rispetto al tema dell'accessibilità anche per le persone normodotate attraverso: (i) utilizzo dell'app, (ii) organizzazione di workshop e (iii) sponsorizzazione di eventi e mappathon anche attraverso scuole e università;
- fornire alle pubbliche amministrazioni informazioni che consentano una riprogettazione degli spazi urbani e il passaggio da un contesto non accessibile ad uno accessibile;
- creare un luogo d'incontro nella Community. In questo luogo, le istanze e le necessità delle persone possono trovare una soluzione o delle informazioni attraverso l'aiuto di altre persone della Community o attraverso l'intervento di WeGlad come organizzazione che avvicina enti, servizi o esperti nelle soluzioni richieste.

6. DESCRIZIONE ATTIVITA'

Dettaglio della Catena del valore di Essedarii:

- **Input:** denaro e competenze informatiche;
- **Attività:** realizzazione/manutenzione/aggiornamento dell'applicazione anche attraverso le informazioni degli iscritti;
- **Output:** numero di utenti della piattaforma sia come disabili che come aziende;
- **Outcome:** percorsi migliorati e sistemati in seguito alla segnalazioni;
- **Impatto:** disabili più confidenti, più autonomi e, in definitiva, sul lungo periodo una città più a misura dei disabili.

La Società si pone l'obiettivo di sviluppare soluzioni tecnologiche per semplificare e agevolare la mobilità di persone disabili ponendole al centro dei servizi erogati anche grazie al contributo della community, alla quale potranno prendere parte i più svariati utenti tra cui Enti non governativi, aziende pubbliche e private e i cittadini in generale.

La piattaforma e relativa App consentiranno grazie alla geolocalizzazione, di identificare e condividere istantaneamente l'esistenza di barriere architettoniche e lo stato le condizioni a cui è soggetta la mobilità più in generale. Tutti gli utenti, dai disabili alle aziende e ai cittadini, potranno interagire in tempo reale, il tutto in chiave di accessibilità, inclusione e responsabilità sociale.

7. BUSINESS SCENARIO

Il settore merceologico di riferimento è lo sviluppo di servizi, applicativi mobili a supporto di marketing e responsabilità sociale d'impresa. Essedarii Srl SB sviluppa soluzioni software che partono dalle esigenze delle persone con disabilità. L'approccio di risoluzione dal basso è orientato all'eliminazione di problematiche molto sentite e gravi delle persone che hanno differenti tipologie di disabilità. Questo approccio consente la creazione di una soluzione più inclusiva e di ancor più semplice adozione da tutta la popolazione anche normodotata.

In Italia ci sono più di 3 milioni di persone con disabilità, 150 milioni nel mondo con disabilità motoria e che hanno difficoltà a camminare per più di 200 metri, espandibile a 1,5 miliardi se consideriamo le persone anziane, obese e infortuni temporanei. L'azienda punta a trovarli tramite canali online (influencer marketing, engagement challenge, community building, referral, social) e offline (giornate di mappatura, associazioni di categoria). In questo settore, il mondo delle corporate ha difficoltà nel comunicare con il proprio target, mancano infatti dati profilati e targettizzati su questo tipo di utenti. Noi facciamo da ponte tra utenti e aziende che hanno bisogno di parlarsi ottenendo così una migliore qualità di comunicazione e un minore costo di acquisizione del cliente. La CSR necessita di essere valorizzata in un mondo in cui c'è tanto impatto di facciata e poco pragmaticità. Servono strumenti per creare impatto misurabile e trackabile, per questo motivo tramite canali digitali (app) possono essere caricate le sfide dell'azienda in cui c'è tutto il track record delle attività degli stakeholder e del loro impatto sul territorio e sulla società.

A sostegno di ciò, se consideriamo le aziende facenti parte delle "Fortune 500", vengono investiti più di 25 miliardi in attività CSR annualmente. Un mercato in cui vogliamo penetrare e colmare le problematiche di misura di impatto con dati oggettivi e riportabili sul bilancio di sostenibilità delle società.

8. IMPATTO SOCIALE

OUTPUT (servizi forniti e attività svolte)

- numero di aziende che aderiscono al progetto di sensibilizzazione e diffusione dei temi di inclusione e diversità iscrivendosi alla piattaforma e che traggono beneficio dall'individuare più facilmente i destinatari dei loro prodotti e servizi.
- numero di Q&A certificate in base all'utilità scambiate all'interno della community;
- numero delle segnalazioni di ostacoli in strade, marciapiedi, luoghi di sosta e altre barriere architettoniche che bloccano la mobilità;
- numero di luoghi e percorsi mappati in quanto accessibili e fruibili dagli utenti e altri luoghi non fruibili da evitare;

8.1 Output 2022 in metriche:

- 50 Gladiator Call > momenti di confronto con una cerchia di persone da 10 a 20, dove chi ha difficoltà motorie e non può chiedere consigli, aiuto e sentirsi ascoltato.
- 450 persone nella community (tra i più attivi in Community e attraverso canali social divulgativi) che usufruiscono di dati informativi su attività interne e servizi utili di partner WeGlad e non.
- Formatati 500 dipendenti di aziende e organizzazioni, pubbliche e private, su diversità e inclusione, mobilità accessibile, disabilità, attivismo sociale, volontariato digitale.
- 10 sprintathon (sprint di mappature blitz focalizzate per far emergere dei dati che mancano in una zona target) organizzati in live con la Community di Milano sul territorio, con una partecipazione media di 20 persone per mappare luoghi aperti al pubblico e barriere architettoniche
- Collaborazione con l'università di Milano con i corsi di Magistrale in Comunicazione su un brief di WeGlad per immaginare una Milano accessibile e come coinvolgere i cittadini per renderla tale.
- Partecipazione al Disability Pride di Milano e presenza in piazza con la "Casa del Gladiatore" dove abbiamo accolto nuovi utenti e mettendoci a disposizione per un confronto diretto, contribuendo all'ascolto e catalizzazione del territorio;
- Co-organizzata una mostra d'arte di beneficenza "liberi dalle barriere" in collaborazione con Orange Table Professional Network e l'associazione "1 caffè onlus, dove abbiamo raccolto più di 10'000 euro mettendo insieme 28 artisti internazionali, chiedendoli di donare un'opera che per loro rappresenta la libertà dalle barriere. Il ricavato è stato donato a due eccellenze selezionate: L'isola di Ariel e Cooperativa Il Balzo";
- Partecipazione come speaker a più di 40 eventi tra convegni, festival, lectio magistralis, hackathon, e dibattiti moderati. Si sono sensibilizzate, con una partecipazione media di 100, più di 4000 persone;
- WeGlad ha vinto la competizione italiana della sfida globale delle Nazioni Unite "ESG 2022" andando alle finali europee in rappresentanza dell'Italia.
- Ricevuto il premio come eccellenza di impatto sociale per il valore e l'impegno sul territorio dall'Associazione Angelo Burzi, che assieme al titolo ha consegnato un premio in denaro di 5000 euro.

- Organizzazione di 3 gare di mappatura a Bologna, Firenze e Milano ingaggiando stakeholder aziendali, il Festival Nazionale dell'Economia Civile e Disability Pride Bologna.
- Assegnazione Premio Forbes 30under30 per il merito "Social Impact" a Petru Capatina e Paolo Bottiglieri, come eccellenza italiana nell'impatto sociale.
- Petru Capatina è stato selezionato da Ashoka, una delle più grandi organizzazioni mondiali legate all'impatto sociale e ambientale, come Changemaker, cioè giovane in grado di impattare positivamente tante persone.
- Petru Capatina è stato selezionato da Nova e Bocconi, nella lista Nova111, come top 10 professionisti di impatto Under 35 Italia, dopo oltre l'analisi di 200 data points per validare le sue competenze e il suo impegno;
- Raccontati i valori di WeGlad e il bisogno di inclusione sociale in TV e Radio, generando interesse progettuale a più di 20 persone impegnate sul territorio, tra professionisti attenzionati dal tema e interessati a come usare la tecnologia per creare accessibilità e impatto, persone che volevano proporre la mappatura del proprio comune e proposte di partnership per accelerare l'impatto locale mediante associazioni di categoria.
- 8 partnership attive con associazioni di categoria per sensibilizzazione delle tematiche riguardanti l'accessibilità fisica degli spazi e la comunicazione intelligente in termini di diversità.
- 45 complesse richieste di informazioni e aiuto su tematiche di sanità e lifestyle sono state soddisfatte in modo esaustivo da parte del team e la community.
- Locali Mappati: 2379
- Ostacoli Mappati: 6571

8.2 OUTCOME (risultati)

La possibilità di usufruire di una serie di servizi prima difficilmente accessibili contribuisce a migliorare la mobilità, la comunicazione e l'interazione sociale dei disabili nella vita di tutti i giorni. Il contributo di Essedarii potrà essere misurabile tramite:

- numero di volte che persone con disabilità iscritte alla piattaforma hanno utilizzato le informazioni che trovano nell'applicazione evitando ostacoli, infortuni, ansie e stress, risparmiano tempo e incrementano la loro fiducia nelle informazioni di accessibilità e migliorano la loro autonomia e accesso ai servizi;
- numero di luoghi visitati grazie alle mappature effettuate dalla community e dalle aziende che hanno sponsorizzato le mappature (unione delle corporate per un mondo accessibile) evitando di perdere tempo andando in locali che non possono accoglierli;
- numeri di interventi eseguiti dalle aziende municipali sul territorio su segnalazioni della community;
- numero di interventi delle forze dell'ordine per ripristinare la mobilità.

8.3 Outcome 2022 in metriche:

- 20 Ambassador della Community hanno dichiarato di uscire in media 3 volte in più alla settimana (prima 1 volta a settimana).
- Abbiamo raccolto più di 30 testimonianze dirette sulla percezione di WeGlad da parte della Community: da Marco Bello (Lecce), WeGlad viene definita come: “una speranza concreta per un mondo più accessibile e per la destutturazione degli stereotipi riguardanti le persone con disabilità”
- Pin di Locali cliccati su mappa digitale: 5435
- Locali cercati per nome: 15433
- Locali visualizzati mediante scroller: 26769
- Pin ostacoli cliccati su mappa digitale: 7101

8.4 Attribution:

Per dare un valore economico al tempo perso causa ostacoli su strada e non accessibilità dei luoghi pubblici o aperti al pubblico, abbiamo scelto di utilizzare un indicatore di salario orario, per monetizzare il tempo. Secondo INAPP, In Italia il salario orario lordo mediano dei lavoratori dipendenti, riferito alle posizioni lavorative nei settori privati non agricoli, è pari a 11,2 euro.

Interagendo con la community mediante interviste dirette e focus group, è emerso che si rischia di perdere circa 15 minuti per ogni barriera architettonica che blocca la mobilità. Avere i dati che mostrano gli ostacoli prima di scegliere un percorso quindi, salva quel tempo.

Il costo temporale nel trovare un posto non accessibile, che crea l'esigenza di cercarne un altro, costa almeno 30 minuti, tra ricerca e movimento. Chiamare dei posti e cercare di trovare informazioni soggettivamente certificate, se si ha esperienza, costa 20 minuti in media.

Per calcolare un impatto quantitativo, monetizzato e proxato con i 11,2 euro l'ora, bisogna moltiplicare le uscite delle persone basandosi sulle volte che si sono informati mediante l'app, sia su tematiche ostacoli, sia sui locali, dividendo minuti totali accumulati in ore, moltiplicando per il proxy orario.

Prendendo con rilevanza interviste dove le persone vanno anche a consumare in dei posti specifici dopo 15 check di locali in fit, possiamo anche metricare non solo il tempo evitato lato ostacoli e ricerca informazioni, ma anche la spesa media nei locali nelle uscite qualificate, che secondo Numbeo, sono di 15 € a pasto. Questi dati vanno moltiplicati con l'indicatore dell'OMS su accompagnamento, consumo e turismo accessibile, di 2.3, che rappresenta l'incremento di consumo e quindi di spesa media delle persone con difficoltà motorie, che molto spesso hanno qualcuno con loro. Questo calcolo rappresenterebbe l'impatto positivo sull'economia locale, che altrimenti non sarebbe accaduto in assenza di dati.

8.5 Impact:

Di seguito sono riportati i calcoli proxati degli ostacoli evitati, uscite, e dati sui locali utilizzati, cercando di analizzare la valorizzazione monetaria sia del tempo che della spesa sostenuta.

Azione	Numero azioni	Tempo salvato unitario	Tempo totale in Minuti	Tempo in Ore	Proxy euro/h	Ore * Proxy euro
Locali Mappati:				2379		

Pin Locali cliccati:	5435	30	163.050	2.717	11.2	€ 30.436,00
Locali cercati:	15433	20	308.660	5.144	11.2	€ 57.616,00

Azione	Numero azioni	Costo medio consumazione	Proxy di 2,3 (OMS)	Costo*uscite*2,3
Uscite 1 su 15 (media)	1466	€ 15.00	2.3	€ 50.577,00

Azione	Numero azioni	Tempo salvato unitario	Tempo totale in Minuti	Tempo in Ore	Proxy euro/h	Ore * Proxy euro
Ostacoli Mappati:	6571					
Pin ostacoli cliccati:	7101	15	106.515	1775	11.2	€ 19.882,00

Andando a mettere in relazione l'impatto totale generato, ottenuto sommando tutte e quattro le somme calcolate sopra, con l'investimento in prodotto che ha reso possibile la mappatura e il consumo dei dati, si arriva a trovare una impact ratio di 3,9. Cioè per ogni euro investito in prodotto, attualmente, seguendo le interviste, i calcoli e i proxy, per i pochi dati che abbiamo al momento, possiamo dire che è stato generato 3,9 euro di impatto quantificabile.

Total Impact	Ricerca e sviluppo prodotto	SROI (impact/investment)
€ 158.511,00	€ 40.000,00	3.9

9. Obiettivi 2022 e Resoconto su dati attuali

Per il prossimo anno, Essadarii punta ad un maggiore impatto, che sarà abilitato da un prodotto più avanzato ed un team più grande.

L'effort aziendale sarà orientato particolarmente verso i seguenti obiettivi:

- Creazione di una community di 3000 user, uno spazio digitale positivo dove le persone possano interagire, chiedere aiuto e armonicamente vivere l'inclusione.
Risultato ottenuto: lo spazio digitale creato ha superato in aspettative la qualità percepita dalle persone ma l'espansione della community è arrivata a 1400 persone raggiunte con costanza.
- Formare 2'000 dipendenti di azienda su diversità e inclusione, mobilità accessibile, disabilità, attivismo sociale, volontariato digitale.
Risultato ottenuto: la formazione ha coinvolto 500 dipendenti, meno dell'obiettivo che ci siamo posti nel 2022.
- Mappare 10'000 locali in termini di accessibilità oggettiva
Risultato ottenuto: questo obiettivo era particolarmente arduo per dei limiti di

partenza e bug dell'app che sono stati risolti nel tempo, siamo rimasti sotto l'obiettivo che ci siamo posti ma abbiamo accelerato verso fine anno le mappature in modo marcato e siamo fiduciosi di avere un 2023 con molti più dati.

- Mappare 15'000 ostacoli su strada, in termini di barriere architettoniche.
Risultato ottenuto: *abbiamo raggiunto circa la metà dell'obiettivo che ci siamo posti ma la qualità delle segnalazioni e la granularità ottenuto sul territorio della città di Milano, conferisce grande valore alla collezione di dati. Ci siamo focalizzati sulla qualità e comprendere come omogeneizzarla e renderla scalabile.*
- Implementare uno strumento di gamification avanzato mediante il quale gli utenti possano creare impatto giocando e formandosi.
Risultato ottenuto: *nel 2022 non siamo riusciti a implementare gamification avanzata ma abbiamo comunque utilizzato modalità di gioco ingaggianti a classifica durante le attività di stakeholder engagement, siamo arrivati ad uno studio particolarmente avanzato però da implementare nel 2023.*
- Stringere accordi di partnership con 30 associazioni di categoria, e 3 municipalità, in logica SDG numero 17, per amplificare l'accessibilità del territorio.
Risultato ottenuto: *il numero di associazioni con cui abbiamo stretto collaborazione o abbiamo portato avanti progettualità congiuntamente si è attestato a 12*
- 3 Mappathon su larga scala per collezionare dati sull'accessibilità delle città, sensibilizzare più di 6'000 persone, e restituire i dati agli organi competenti per aiutarli nella risoluzione dei problemi fisici urbanistici mediante un supporto digitale.
Risultato ottenuto: *obiettivo raggiunto in numerosità ma non in grande scala (intesa per grande scala quella regionale-nazionale), abbiamo mantenuto dimensioni più ridotte per non sacrificare la qualità del dato e la granularità. Siamo riusciti a sensibilizzare oltre 6'000 persone quest'anno ma non siamo riusciti a coinvolgerne altrettanto nei mappathon.*
- Includere nel team operativo 2 persone con difficoltà motorie.
Risultato ottenuto: *Abbiamo raggiunto l'obiettivo, 2 persone con difficoltà motorie nel team.*
- +50 Ambassador
Risultato ottenuto: *obiettivo non raggiunto. Alla fine del 2022 contiamo 23 ambassador nuovi contro i 50 previsti.*
- Raccolta di più 250'000 euro da almeno 10 soggetti investitori allineati con il manifesto d'impatto di WeGlad.
Risultato ottenuto: *Obiettivo raggiunto, abbiamo raccolto tra SFP e Aumento capitale da persone altamente allineate ai valori e alla Purpose di WeGlad superando in totale l'obiettivo.*
- Awareness: +1'000'000 di raggio di visualizzazioni di contenuti di sensibilizzazione su diversità e inclusione tramite i canali digitali WeGlad.
Risultato ottenuto: *abbiamo ottenuto 419.488 visualizzazioni sui contenuti. Buon risultato considerando che è un risultato raggiunto in organico quasi nella sua totalità.*

Obiettivi 2023

Per il prossimo anno, Essadarii punta ad un impatto più mirato e consapevole, soprattutto focalizzandosi sull'istituzionale-governativo e il mondo corporate-retail, che sarà abilitato da

un nuovo prodotto, che abiliterà le organizzazioni ad avere informazioni sulla propria accessibilità, grazie a WeGlad, direttamente nelle proprie piattaforme e siti web.

L'effort aziendale sarà orientato particolarmente verso i seguenti obiettivi:

- La redazione del “Manifesto della Mobilità Inclusiva, Accessibile e Consapevole” come primo documento Europeo che coinvolga Corporate, Pubblica amministrazione e cittadini, nonché terzo settore, nella collaborazione, facendo leva sull’innovazione, per rendere l’Italia e l’Europa più partecipativa e agile nella transizione verso l’accessibilità di trasporti, strade ed edifici a tutte le persone.
- Sviluppare un sistema di API che consenta l’integrazione e la visualizzazione dei dati WeGlad su interfacce diverse dall’app, distribuendo il valore dei dati oggettivi in modo più scalabile.
- Formare 3'000 dipendenti di azienda su diversità e inclusione, mobilità accessibile, disabilità, attivismo sociale, volontariato digitale.
- Mappare 5'000 locali in termini di accessibilità oggettiva
- Mappare 500 punti vendita/filiali testando il nuovo modello retail
- Mappare 10'000 ostacoli su strada, in termini di barriere architettoniche.
- Implementare uno strumento di gamification a livelli, che preveda ricompense in moneta digitale e accesso ad un marketplace, mediante il quale gli utenti possano creare impatto giocando e formandosi.
- Stringere accordi di partnership con una associazione per regione d’Italia e organizzare progetti di mappatura con 5 municipalità, in logica SDG numero 17, per amplificare l’accessibilità del territorio.
- 3 Mappathon eseguiti per collezionare dati sull’accessibilità delle città, sensibilizzare più le persone, e restituendo i dati agli organi competenti per aiutarli nella risoluzione dei problemi fisici urbanistici e i piani PEBA mediante un supporto digitale.
- Supportare la nostra città, Torino, sul pianificare un pilota su un quartiere, per facilitare i piani PEBA, per poterlo estendere su tutta la città con partner strategici, accelerando la risoluzione delle barriere.
- Includere nel team operativo 1 persona neurodivergente e 1 persona con difficoltà motorie.
- +50 Ambassador completamente formati che raccontino e divulgino i principi dell’accessibilità e la dignità naturale dell’essere umano.
- Raccolta di più 350'000 euro da almeno da nuovi investitori allineati con il manifesto d’impatto di WeGlad e la Purpose.
- Awareness: +1'500'000 di raggio di visualizzazioni di contenuti di sensibilizzazione su diversità e inclusione tramite i canali digitali WeGlad nonché interviste, TV, Radio.