

BRIDGEX

Società benefit

Relazione d'Impatto



2025

<https://www.bridgexbenefit.com>

1. Introduzione

BridgeX è uno Spin off dell'Università degli Studi del Sannio costituito il 20 maggio del 2025 secondo le disposizioni di cui al Decreto del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca Scientifica 10 agosto 2011, n.16.

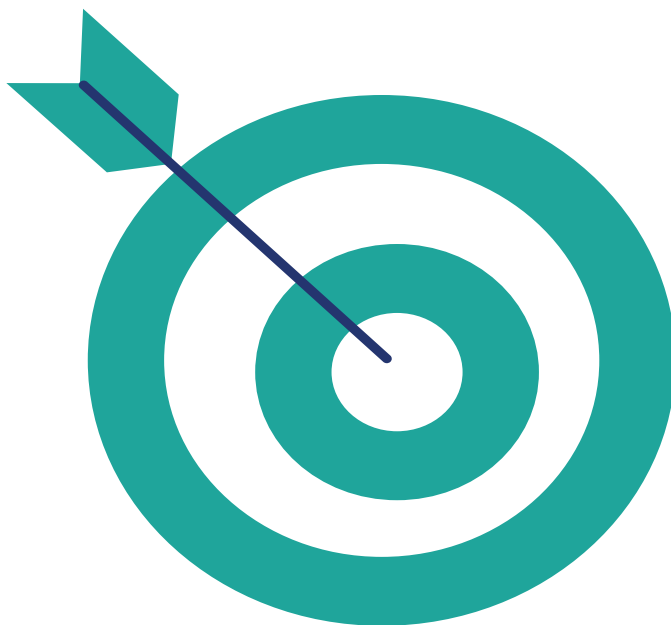
La società ha sede legale in Benevento presso Palazzo De Simone sede del Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi quantitativi dell'Università degli Studi del Sannio in Piazzetta Arechi, 8, Benevento.

I soci sono cinque: Vittoria Marino, professoressa ordinaria dell'Università degli Studi del Sannio con funzioni di Amministratrice unica, Riccardo Resciniti, professore ordinario dell'Università degli Studi del Sannio; Mario D'Arco, ricercatore dell'Università degli Studi del Sannio; Generoso Branca, ricercatore dell'Università Bocconi; Antonella Cammarota, assistant professor dell'Università internazionale di Monaco.

2. Obiettivi perseguiti

La società nasce dall'idea di trasferire sul piano aziendale e produttivo le idee nate nel contesto della ricerca scientifica, tecnologica e non tecnologica del mondo accademico e dalla volontà di cinque soci, docenti e ricercatori universitari.

Lo scopo della società è quello di favorire, unitamente al proprio sviluppo, benefici per persone, comunità e territori (fino alla società complessivamente intesa, ossia in favore del c.d. "Bene Comune"), impegnandosi a considerare, per ciascuna attività svolta, anche l'impatto sociale generato complessivamente come parte integrante e strategica del proprio sviluppo.



3. Identità e missione

3.1 Vision

BridgeX vuole essere il ponte di riferimento tra l'eccellenza della ricerca accademica e il sistema socio-economico, trasformando il marketing e la comunicazione in leve responsabili e fondamentali per generare un impatto reale, misurabile e sostenibile per la società e il territorio.

3.2 Mission

In quanto spin-off dell'Università del Sannio e Società Benefit, la società BridgeX si impegna a fornire servizi di consulenza nell'ambito del marketing e della comunicazione, con particolare riferimento al marketing e alla responsabilità sociale, applicando metodologie scientifiche innovative per promuovere nel mondo delle imprese, degli enti, associazioni e fondazioni comportamenti e azioni in grado di generare un impatto positivo sulla collettività e sul territorio di appartenenza. La mission di BridgeX è dunque guidare organizzazioni e imprese verso modelli di business responsabili, garantendo trasparenza, etica e benessere collettivo ai propri stakeholder.

3.2 Valori identitari

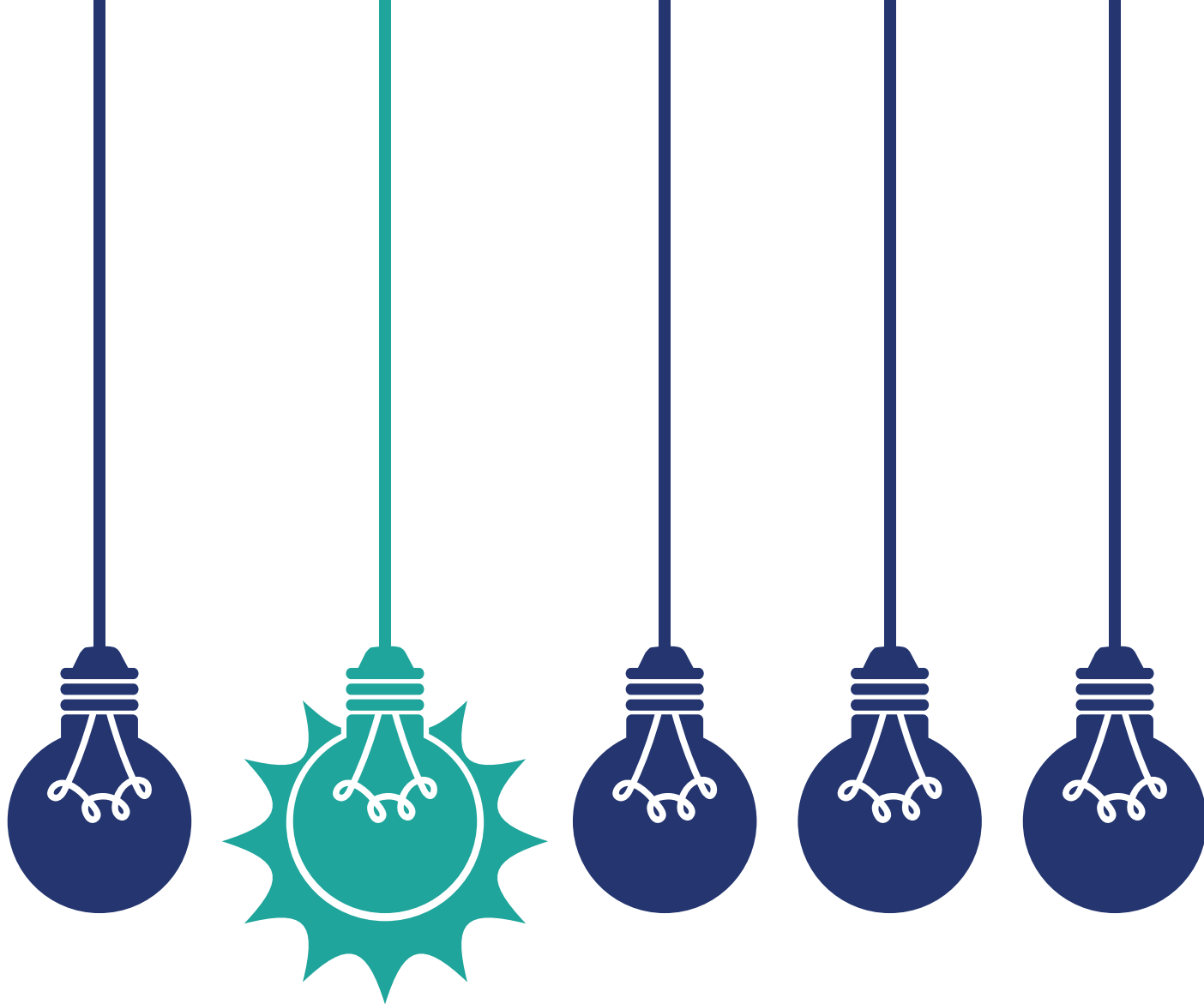
I valori che rendono distintiva BridgeX sono sintetizzati nella sua doppia natura di spin-off accademico innovativo e di società benefit.

3.2.1 Rigore scientifico

BridgeX si propone di diffondere la cultura dell'innovazione nella ricerca scientifica legata ai temi del management, del marketing e della comunicazione, impegnandosi a diffondere presso imprese, enti ed istituzioni metodologie validate, appropriate e rigorose, in linea con le evoluzioni della tecnologia digitale, contribuendo a diffondere buone pratiche e nuovi modelli di business sostenibili in coerenza con gli obiettivi dell'Agenda 2030.

3.2.2 Etica e integrità

BridgeX si impegna ad operare nel rispetto assoluto dei principi di onestà e di trasparenza così come previsto in quanto società benefit. Inoltre, la società nel perseguimento delle proprie finalità si prefigge di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti ed associazioni ed altri portatori di interesse, ponendo particolare enfasi sulla soddisfazione e il benessere delle persone che la compongono e di quelle con cui collabora.



3.2.3 Valorizzazione delle comunità e del territorio

La società BridgeX è fortemente integrata nel contesto accademico dell'Università degli Studi del Sannio e nel suo contesto territoriale. BridgeX si impegna a generare un beneficio che va oltre il profitto, valorizzando la cultura delle comunità locali e le peculiarità del territorio di appartenenza. In tale prospettiva, essa ricercherà opportunità di cooperazione e di collaborazione attraverso rapporti di partnership con organizzazioni che perseguono analoghi obiettivi su progetti comuni o attraverso la strutturazione di gruppi di lavoro qualificati.

3.2.4 Impatto positivo

La società si impegna in un processo di miglioramento continuo del proprio impatto esterno promuovendo iniziative orientate alla creazione di valore per sé stessa e per la comunità e al perseguimento dell'utilità sociale attraverso azioni dirette sul territorio per condividere nuovi paradigmi che attengono alla cultura d'impresa in generale, in particolare alla cultura del marketing e della comunicazione.

4. Attività 2025

La società BridgeX ha operato per sette mesi del 2025, ossia da maggio (mese della costituzione) a dicembre, improntando la maggior parte delle sue attività a sviluppare benefici per categorie di stakeholder meritevoli di attenzione.

Il primo grande progetto di BridgeX è stato partecipare alla ricerca “Benessere Ricerca ed AI con Nuove Strategie”, affiancando una primaria Fondazione a livello nazionale, capofila aggiudicatario del bando del Ministero dell’Università e della Ricerca.

In particolare, il progetto di ricerca si prefigge di comprendere – con propositi assolutamente in linea a quelli di una società benefit – come l’Intelligenza Artificiale (IA) possa favorire il Bene Comune, con precipuo riferimento al settore della Salute. Nel 2025 è stata svolta l’analisi dello status quo della letteratura ed è stata impostata e poi avviata un’indagine originale esplorativa con esperti del settore per pervenire a un modello teorico di riferimento sull’uso etico dell’IA.

L’obiettivo delle fasi successive sarà lo sviluppo del framework concettuale, atto a orientare le public policy e le linee di regolamentazione dell’innovazione in materia e la definizione di un modello di business nella prospettiva economico-gestionale che integri l’AI nei processi innovativi di soddisfazione del cliente nei settori oggetto di indagine e che consideri l’impatto sociale. L’indagine solida (basata su letteratura, interviste, comparazioni internazionali) fornirà una base empirica e concettuale, utile per formulare nuove linee guida per l’uso etico e sostenibile dell’IA. Tali conoscenze potranno essere trasformate in pubblicazioni, policy paper, strumenti operativi utilizzabili in diversi contesti regionali e settoriali.

Nel mese di settembre 2025, BridgeX ha partecipato alla “Notte Europea dei Ricercatori 2025”, organizzata dall’Università degli Studi del Sannio, con uno stand tematico dedicato all’importanza della responsabilità sociale d’impresa. L’evento, ospitato nella “Cittadella della Ricerca” allestita in Piazza Roma, ha registrato 3.450 accessi. Circa un centinaio di persone ha interagito direttamente con il team di BridgeX, preposto all’accoglienza. Il pubblico era composto prevalentemente da bambini, che si sono messi alla prova con i giochi proposti, tra cui “Vero o Greenwashing”. L’attività aveva l’obiettivo di mostrare, in modo semplice e coinvolgente, come i brand possano talvolta risultare ingannevoli nei loro claim relativi a presunte campagne di sostenibilità e, di contro, valorizzare le buone pratiche in termini di sostenibilità e responsabilità sociale quando queste strategie hanno un effettivo impatto positivo sulla collettività.

Altra iniziativa a favore dei giovani svolta nel 2025 da BridgeX concerne



la progettazione e il coordinamento del Premio di Merito istituito da un Ente Bilaterale, associazione senza finalità di lucro, per premiare i migliori studenti figli dei dipendenti del settore. Grazie al supporto progettuale e operativo di BridgeX sono stati quindi premiati 20 studenti della scuola secondaria di I grado, 15 studenti della scuola secondaria di II grado, 10 studenti delle lauree triennali e 10 studenti delle lauree magistrali, per un totale di 55 giovani particolarmente meritevoli.

Nel 2025 BridgeX è stata coinvolta dall'Accademia Italiana di Economia Aziendale in un Laboratorio per in collaborazione con Rete e Invitalia per sviluppare nei giovani la cultura dell'imprenditorialità, in particolare presso gli studenti delle università italiane. BridgeX ha curato con gli altri partner la redazione del bando e ha partecipato alla progettazione di tutte le fasi attuative della competizione nazionale.

Inoltre BridgeX nel corso del 2025 ha portato avanti un costante lavoro di divulgazione scientifica, valorizzando e rendendo accessibili le ricerche condotte dal proprio team. Attraverso il sito web istituzionale (<https://www.BridgeXbenefit.com/ricerca/>) e i canali social, in particolare LinkedIn, sono stati approfonditi e condivisi contenuti su temi chiave quali il brand activism e la diversity & inclusion, con l'obiettivo di diffondere conoscenza, stimolare il dibattito e promuovere una maggiore consapevolezza delle imprese nella società contemporanea. Questa attività di divulgazione ha rappresentato un importante strumento per trasferire i risultati della ricerca a un pubblico più ampio, contribuendo a creare un ponte tra l'analisi accademica e l'applicazione pratica.

5. Valutazione dell'impatto

Alla chiusura dell'esercizio del 31/12/2025 la società BridgeX ha sette mesi di attività. La natura stessa della compagine sociale di BridgeX, rappresentata da docenti e ricercatori garantisce una attività di diffusione dei risultati della ricerca anche attraverso la diffusione di una serie di pubblicazioni scientifiche che hanno l'obiettivo di condividere con la comunità scientifica di riferimento i risultati delle proprie ricerche. Inoltre tutte le progettualità avviate nei primi mesi di attività sono state svolte nel rispetto della responsabilità ed etica d'impresa. La valutazione dell'impatto è stata effettuata rispondendo alle 5 aree previste dallo standard del valutatore esterno (BIA), ovvero Governance (evidenziando in che modo l'azienda può migliorare le politiche e le pratiche relative alla propria mission, all'etica, la responsabilità e trasparenza); Comunità (evidenziando in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale della comunità in cui opera; Ambiente (evidenziando in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale); Clienti (evidenziando in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti).

Il protocollo utilizzato è il B Impact Assessment disponibile al seguente link: <http://bimpactassessment.net/>

Tabella 1. Prospetto di valutazione di impatto.

	Domande risposte	Punteggio delle operazioni	Punteggio Impact business model (IBM)	N / A Punteggio	Punteggio Generale	Completamento
		16.6	19.2	3.6	39.5	93.6%
Governance	15/16	4.1	0.0	0.0	4.1	
Comunità	15/16	11.3	0.0	2.0	11.3	
Ambiente	10/10	1.0	0.0	1.6	2.6	
Clienti	17/19	0.2	19.2	0.0	19.4	
Disclosure Questionnaire	45/48	0.0	0.0	0.0	0.0	

Note. L'impatto è stato misurato in base agli standard B Lab v1.6

La legge prevede che le Società Benefit nominino una persona responsabile del perseguimento delle attività di Beneficio Comune. Per la società BridgeX Srl, così come previsto nell'atto costitutivo sono stati nominati Responsabili dell'Impatto i soci Riccardo Resciniti e Vittoria Marino, ovvero soggetti preposti a cui affidare le funzioni e i compiti funzionali al perseguimento delle finalità di beneficio individuate nell'art. 4 dello statuto.

6. Obiettivi per l'anno 2026

Le nostre finalità di Beneficio comune si articolano su tre differenti direttrici di impatto (vedi Tabella 2):

Clienti: BridgeX intercetta opportunità progettuali e propone azioni dirette a rafforzare congiuntamente valore economico, sociale e ambientale per le imprese, enti pubblici e privati, associazioni, fondazioni.

Soci: BridgeX contribuisce a generare occasioni di crescita professionale e personale attraverso il confronto e lo sviluppo di nuove competenze e ambiti di ricerca nel rispetto del bilanciamento dei tempi di vita e di spazi condivisi di convivialità.

Comunità: BridgeX Contribuisce alla crescita dei territori e della comunità di riferimento attraverso il coinvolgimento delle imprese verso azioni in grado di generare un impatto, attraverso il dialogo costante con i principali stakeholder per convogliare risorse umane ed economiche verso percorsi di crescita e di valore condiviso.

Tabella 2. Obiettivi di miglioramento per l'anno 2026.

Area d'Impatto	Obiettivi di miglioramento	Indicatori Target 2026
Governance	1. Condivisione di norme e procedure in linea con i principi della responsabilità e sostenibilità sociale	1. Redazione e approvazione del Codice Etico
Soci (lavoratori)	2. Promuovere il benessere dei soci e Sviluppo del Capitale Umano	2. Partecipazione ad almeno un convegno e seminario di approfondimento delle tematiche inerenti alla responsabilità e sostenibilità sociale
Comunità	3. Diffusione della conoscenza e della consapevolezza sociale	3. Organizzazione di almeno un workshop divulgativo sui temi del marketing sociale e della sostenibilità sociale 4. Gestire migliorare il sito web e la pagina LinkedIn
Clienti	4. Incrementare le collaborazioni con clienti che condividono gli stessi valori per potenziare le loro attività di sostenibilità sociale 5. Incrementare partenariati con enti pubblici e privati per collaborare su progetti di sostenibilità sociale e diffusione della cultura imprenditoriale e civica 6. Monitoraggio della soddisfazione dei clienti	5. Sviluppare progetti congiunti con imprese ed enti per la condivisione di conoscenza 6. Sottoscrivere accordi di collaborazione con enti pubblici e/o privati 7. Implementazione di procedure per rilevare la soddisfazione dei clienti

