

LUZ S.r.l. Società Benefit

RELAZIONE DI IMPATTO

2024

Via Castel Morrone 17, 20129 Milano
mail info@luz.it

INDICE

CAPITOLO 1: Valori e mission di LUZ

CAPITOLO 2: Persone

CAPITOLO 3: Progetti

CAPITOLO 4: Obiettivi futuri

CAPITOLO 01

VALORI E MISSION DI LUZ

CHI SIAMO

LUZ S.r.l Società Benefit, è un'Agenzia di Comunicazione human-first & Partner Strategico di Brand che vogliono raccontare quello che c'è oltre la punta dell'iceberg.

Dalla strategia alla messa a terra del progetto, abbiamo una visione end to end: approfondiamo le occasioni di racconto, ottimizziamo le strutture di linguaggio, traduciamo lo spirito del brand per dialogare con il cliente attraverso una comunicazione multimediale.

“Lights On Humans”, che è il nostro payoff, significa istituire un innovativo processo creativo circolare, dove le persone sono il punto d'inizio e il punto d'arrivo del nostro lavoro. Per questo, integriamo servizi di comunicazione rivolti al cliente finale con attività per la comunicazione interna delle aziende, per aiutare le persone a stare meglio sul posto di lavoro e comunicarsi e comunicare in modo più efficace.



COSA FACCIAMO

Contenuti ed esperienze. Costruiamo un reale rapporto con le persone e le comunità di cui raccontiamo le storie. Per questo lavoriamo con chi vuole creare un dialogo autentico, fuori dai pregiudizi e dagli stereotipi.

Prendiamo posizione sui temi che ci stanno a cuore, aprendo il dialogo e creando legami con il pubblico. I brand e gli autori che lavorano insieme a noi hanno il coraggio di prendere posizione e dare voce a tematiche socialmente rilevanti.

PER CHI LO FACCIAMO

Principalmente per tre tipi di comunità:

collaboratorə LUZ → l'agenzia è un laboratorio creativo: fa in modo che le persone che gravitano intorno a LUZ esprimano e approfondiscano i propri interessi attraverso progetti che approfondiscono i loro interessi personali

clienti → li accompagniamo nel processo di comprensione di quali storie raccontare, perché li rappresentano in qualità di persone, oltre come azienda

pubblico dei brand con cui collaboriamo → attraverso attività di content marketing e brand journalism aiutiamo i brand a dialogare con il proprio pubblico diffondendo storie per loro rilevanti, utili, che rispettino il tempo e l'attenzione del pubblico.

CAPITOLO 02

PERSONE

In LUZ, ciò che ci distingue come Società Benefit è l'attenzione verso le persone.

Vogliamo garantire un ambiente di lavoro sano e sostenibile. Crediamo in una cultura aziendale in cui tutti e tutte, indipendentemente dal ruolo o dall'esperienza, possano esprimersi e agire con autonomia e responsabilità, grazie a una base di valori condivisi e obiettivi comuni.

Il benessere non si limita all'ambito professionale, ma si estende alla sfera personale. Per questo offriamo flessibilità nel lavoro, permettendo di scegliere tra presenza e remoto per un miglior equilibrio tra vita privata e professionale.

Allo stesso modo, riconosciamo l'importanza di condizioni economiche eque e puntuali, puntando a ottenere dai nostri clienti termini di pagamento corretti e rispettosi.



CAPITOLO 03

PROGETTI

ENSEMBLE

Il tema centrale di Ensemble è la genitorialità, raccontata fuori dagli stereotipi della comunicazione mainstream e di genere.

Ensemble è stato un festival (a Milano) che ha dato spazio a nuove narrazioni sulla genitorialità, coinvolgendo esperti, famiglie di ogni tipo e professionisti in due giorni di conferenze, laboratori e attività culturali, attraverso incontri e dibattiti gestiti in modo costruttivo e rispettoso, pur ponendo punti di vista diversi e talvolta divergenti.

Ensemble è poi diventato un progetto editoriale volto a portare avanti una riflessione su temi e diritti fondamentali come l'educazione della più giovani, la sessualità, i diritti riproduttivi, l'educazione finanziaria e i condizionamenti culturali e sociali che influenzano le questioni di genere.

L'obiettivo: dare voce a una genitorialità aperta, più autentica e vicina ai bisogni delle persone, creando una comunità consapevole e attiva nel cambiamento.



II SENSO DEL POTERE

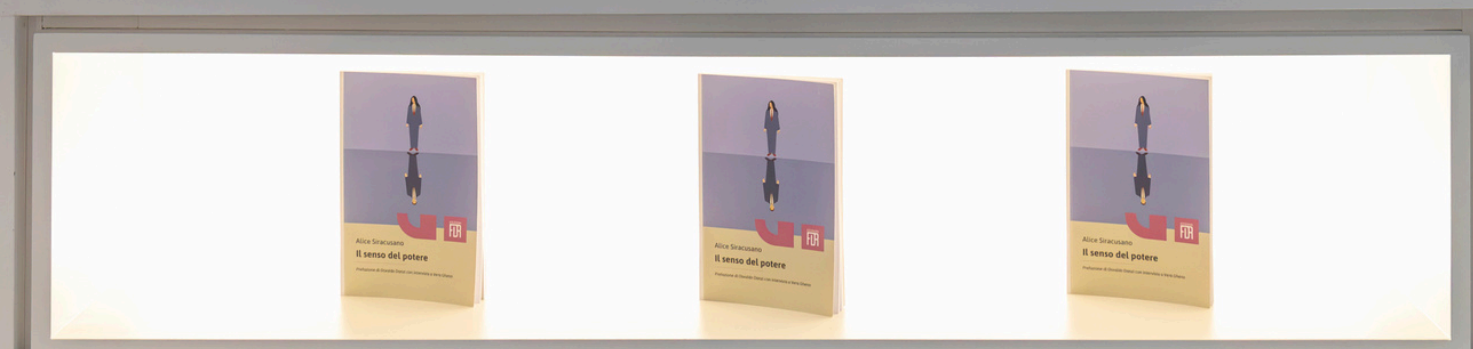
Il potere è spesso visto come negativo, associato a controllo, oppressione e disuguaglianza.

Esiste un'altra visione, positiva e trasformativa, del potere, che Alice Siracusano, CEO LUZ, esplora nel suo libro *Il Senso del Potere* (Edizioni FiordiRisorse, 2024). Questo testo è un invito a riflettere su come il potere possa essere strumento di crescita, inclusività e responsabilità, non di dominio. Questi pensieri hanno preso forma durante un evento, a Milano, col supporto di Banca Mediolanum e di Milena Bardoni, Wealth Advisor.

L'evento ha offerto uno spazio di riflessione collettiva: esperti e partecipanti hanno esplorato il potere come forza generativa, che ci aiuta a rialzarci dopo delle "cadute", come fallimenti lavorativi o personali.

Quali condizioni rendono possibile questa rigenerazione? Che concezione di potere ci esalta e quale invece ci deprime? Che relazione ha il potere coi soldi e come può influenzare il raggiungimento di obiettivi? Durante la serata abbiamo risposto collettivamente a queste sfide.

L'obiettivo: in un mondo in cui spesso la parola "potere" evoca paura, dare al potere una nuova valenza, quella di strumento che aiuta le persone e le comunità a scoprire il proprio potenziale.



ATLAS

Atlas è un progetto editoriale che nasce dall'esigenza delle Wealth Advisor Milena Bardoni e Viviana Marchi di aiutare le persone a sviluppare un rapporto consapevole e sano con il denaro.

In un mondo dove le informazioni sono frammentate e l'approccio al denaro è spesso "performativo", Atlas promuove un'educazione finanziaria che va oltre i numeri, esplorando il denaro come strumento per costruire benessere sociale e realizzare progetti di vita.

I canali di Atlas:

- Eventi: spazi di confronto per parlare di denaro in modo partecipato, associandolo a temi di rilevanza sociale, soprattutto al femminile ma non solo
- Newsletter: approfondimenti e strumenti pratici per una visione olistica dell'educazione finanziaria
- Social: contenuti coinvolgenti per rendere l'educazione finanziaria "più vicina".

L'obiettivo: dare al denaro un valore nuovo, collegato a emozioni, relazioni, potere e crescita personale.



OLTRE LE PAROLE

In collaborazione con ActionAid Italia e grazie ai dati dell'Osservatorio di Pavia sulla comunicazione dei politici sulla violenza di genere, LUZ ha realizzato la campagna di sensibilizzazione a proposito di violenza contro le donne, collegata anche alla ricorrenza del 25 novembre.

LUZ ha sviluppato la campagna mettendo in evidenza le lacune nella comunicazione della politica italiana e proponendo soluzioni attraverso le raccomandazioni di ActionAid Italia e attraverso le “voci della cittadina”: le risposte rosse sopra i post dei politici evidenziano infatti, con tono diretto e a tratti ironico, la necessità di un reale cambiamento, nelle parole e nei fatti.

La campagna ha avuto una diffusione sui social e in affissione, portando il tema nello spazio pubblico per sensibilizzare cittadini e istituzioni sul ruolo della comunicazione nel favorire o meno un cambiamento.

La campagna è stata inoltre presentata in Senato, sottolineando l'urgenza di un intervento concreto per dare strumenti reali alle donne che vivono situazioni di violenza e per prevenirle.

L'obiettivo: aprire un dialogo, sensibilizzare le istituzioni e i cittadini, e spingere verso un cambiamento reale, invitando tuttə a usare la propria voce.



Giorgia Meloni

25 novembre 2023

Siamo libere, e nessuno può toglierci quella libertà, nessuno può pensare che siamo nel loro possesso. Nella Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, voglio dire alle donne italiane che non sono sole, e che quando hanno paura 1522 è il numero da chiamare, in qualsiasi momento, per avere aiuto immediato.

Perché le leggi ci sono, le Istituzioni ci sono, compatte, per prevenire e combattere l'abominio della violenza contro le donne, delle stelle.

SÌ, NON SIAMO SOLE.

OLTRE 50 FEMMINICIDI

DALL'INIZIO DELL'ANNO.

OLTRE LE PAROLE

LABORATORI

I laboratori Nati per Cambiare, frutto dello studio di LUZ di pedagogia, coaching e neuroscienze, sono attività di formazione che offrono spazi di sperimentazione e crescita.

Sono pensati per accompagnare aziende e persone nell'affrontare il cambiamento in modo partecipativo e consapevole. Partiamo da un'analisi approfondita delle esigenze dei team aziendali, o individuali, per creare esperienze su misura, che aiutano i team a prendere decisioni consapevoli, rafforzare la comunicazione e superare le resistenze a cambiamenti aziendali e di contesto.

I tre pilastri dell'approccio Nati per cambiare sono:

- Pedagogia – Risvegliare la creatività
- Neuroscienza – Superare i bias che non ci fanno cambiare
- Narrazione – Rafforzare la cultura aziendale con una comunicazione più efficace

L'obiettivo: attraverso attività che abbassano le barriere della resistenza al cambiamento, come giochi e team building, far emergere il potenziale di ogni persona in un team, per un contesto aziendale più fertile e sano, che agevola collaborazione e innovazione.



CHANGEMAKERS TANZANIA



ActionAid Italia ha coinvolto LUZ in una attività di documentazione del suo impegno a fianco delle comunità locali in Tanzania, con un'attenzione particolare alle donne e all'educazione della ragazza.

Anche in quelle terre, Action Aid Italia affronta le disuguaglianze e la violenza di genere offrendo alle persone strumenti concreti per l'autonomia e la sicurezza e garantendo alle più giovani un accesso equo all'istruzione, fondamentale per un futuro senza discriminazioni.

In questo, un ruolo centrale è svolto dai cosiddetti "Changemakers", figure locali, a cui la ONG fornisce strumenti e supporto, che si impegnano in prima persona a creare e mantenere per la loro comunità un luogo sano e accogliente.

Attraverso interviste, foto, video e un documentario, LUZ ha raccolto storie e testimonianze dirette, dando voce a chi vive questi progetti e realtà.

L'obiettivo: produrre un racconto autentico di sfide, conquiste e speranze, per sensibilizzare e ispirare verso un cambiamento possibile.

Alcuni altri progetti

Volfoni - polo produttivo innovativo del settore conciario, parte del Gruppo Manufactures de Mode, ha collaborato con LUZ per costruire un'identità di brand forte e condivisa, con l'obiettivo di stabilire il manifesto valoriale e trovare nuove collaboratore in linea con esso.

Abbiamo affiancato i fondatori e la prima collaboratore in un laboratorio (usano le tecniche Nati per Cambiare), che ha facilitato la messa a fuoco delle diverse prospettive presenti in azienda, e le ha fatte convogliare verso una brand identity Volfoni condivisa; successivamente LUZ ha supportato l'azienda nella comunicazione e nell'inserimento di nuovi talenti attraverso contenuti offline e online.

Autostrade per l'Italia - In occasione dei 100 anni delle autostrade, ASPI l'azienda affida a LUZ la realizzazione di un libro d'arte, per raccontare lo sviluppo della rete autostradale e di come abbia accompagnato la crescita del Paese, unendo comunità e incentivando il turismo. Il volume, destinato agli stakeholder, celebra l'evoluzione delle infrastrutture italiane attraverso immagini e racconti che ne valorizzano il ruolo storico e sociale.

Oltre al libro, è stato realizzato un video, per dare ulteriore risalto alla narrazione di questo percorso centenario.

I progetti sviluppati per celebrare i 100 anni delle autostrade sono stati parte integrante di una mostra dedicata, presso il Museo MAXXI di Roma.

 **Volfoni**



CAPITOLO 04

OBIETTIVI FUTURI

Supporto alle categorie sottorappresentate: espandere il progetto Ensemble a livello europeo, sviluppando contenuti multilingue e collaborando con organizzazioni internazionali. L'obiettivo è dare voce alle categorie sottorappresentate, offrendo loro spazi di visibilità attraverso eventi e una piattaforma editoriale (contenuti online e offline) che coinvolga professionistə, famiglie e istituzioni.

Educazione finanziaria: continuare a esplorare e raccontare il potere in tutte le sue declinazioni, con particolare focus su come il potere economico e finanziario possa essere strumento di crescita, inclusività e benessere collettivo, soprattutto a partire da una prospettiva femminile, ma non solo.

Formazione verso professionistə: progettare laboratori e strumenti interattivi per favorire una comunicazione sana e costruttiva nei contesti lavorativi, riducendo conflitti, migliorando la collaborazione e promuovendo un ambiente più inclusivo e motivante e una comunicazione più consapevole.

Formazione verso studentə: creare percorsi e strumenti dedicati a persone giovani che si affacciano al mondo del lavoro, supportandole nello sviluppo di consapevolezza, autonomia e capacità decisionali. Spesso, infatti, lə ragazzə incontrano difficoltà nell'agire e nel muoversi con sicurezza nel contesto lavorativo, ed è fondamentale fornire loro le giuste competenze per affrontare queste sfide.

Internazionalizzazione: promuovere opportunità di crescita in un contesto globale, favorendo lo scambio di competenze, esperienze e reti internazionali per ampliare gli orizzonti professionali e culturali.

LINK

Link siti LUZ

www.luz.it

www.natipercambiare.com

Link Progetti

Ensemble: [Substack](#)

Senso del potere: [Video YouTube](#)

Atlas: [Milena Bardoni Linktree](#)