

FONDA

RELAZIONE D'IMPATTO 2025



«Un sogno sembra un sogno fino a quando non si comincia a lavorarci.

E allora può diventare qualcosa di infinitamente più grande.»

Adriano Olivetti

Indice

Lettera agli stakeholder	p. 4
PARTE PRIMA – Chi siamo	p. 5
• La Governance • La materialità degli impatti • Creazione di Valore a 360°	p. 6 p. 7 p. 9
PARTE SECONDA – Le nostre Finalità di Beneficio Comune	p. 10
• Highlights 2025 • Prima finalità: Qualità della vita degli utenti ○ Conclusioni ○ Stato degli obiettivi dell'anno precedente e definizione obiettivi 2026 • Seconda finalità: Cultura della “funzione visiva” ○ Conclusioni ○ Stato degli obiettivi dell'anno precedente e definizione obiettivi 2026 • Terza finalità: Ricerca e tecnologia al servizio delle persone ○ Stato degli obiettivi dell'anno precedente e definizione obiettivi 2026	p. 11 p. 12 p. 15 p. 15 p. 16 p. 18 p. 19 p. 20 p. 21
PARTE TERZA – La valutazione dell'impatto complessivo	p. 22
• L'impatto sul fronte del Prodotto • L'impatto sul fronte del Lavoro • L'impatto sul fronte del Valore Economico • Il “Semaforo degli impatti”	p. 22 p. 22 p. 24 p. 25
CONCLUSIONI E PROSPETTIVE	p. 28
METODOLOGIA: SABI e il Quadro Logico dell'impatto	p. 29

Lettera agli stakeholder

Carissimi,

*Il 2025 è stato un anno che abbiamo vissuto con un profondo senso di orgoglio, segnato dal consolidamento di FONDA come Società Benefit e dalla riaffermazione che il nostro valore d'impresa è multidimensionale, guidato dal paradigma de "La Buona Impresa". La valutazione esterna **SABI** ha certificato la piena convergenza tra l'innovazione tecnologica e la cura della persona, allineando i risultati alle nostre tre Finalità di Beneficio Comune.*

*Sulla **Qualità della Vita degli Utenti**, il primo dei nostri obiettivi, siamo entusiasti di aver riscontrato che l'utilizzo del sistema **FITMACULA®** ha portato a un miglioramento nella vita dei pazienti autonomi, in particolare nella loro mobilità in condizioni critiche e nella riduzione della paura di cadere.*

*Il nostro orgoglio si estende al fronte della **Cultura della Funzione Visiva e della Rete**. Non solo abbiamo consolidato la nostra presenza territoriale, raggiungendo **53 Centri Vista Fragile** in Italia e inaugurando **2 Espace Vision Fragile** in Francia, ma l'impegno nella formazione specialistica, attraverso la quarta edizione delle **OFICINAE 2025** (con 32 iscritti) e le **3 edizioni dell'Accademia FONDA**, ha generato un impatto culturale straordinario. Abbiamo visto la fiducia dei professionisti nel nostro approccio come strumento di stabilizzazione del business crescere in modo significativo.*

*Il 2025 è stato cruciale anche per la **Ricerca e la Tecnologia**, con la soddisfazione di aver completato la validazione del protocollo clinico sperimentale per il sistema **STABILENS**, un passo fondamentale per la valutazione del rischio di caduta. A ciò si aggiunge la finalizzazione del prototipo **LEDDLES 2.0** e l'avvio della progettazione di un nuovo modello **FitMacula**, più leggero e meno stigmatizzante.*

*A riprova della solidità del nostro ambiente di lavoro, la survey interna sul clima aziendale ha confermato l'alto focus su **Realizzazione Professionale** e **Impegno Contrattuale con i Dipendenti**, supportati da un'ottima fiducia e un forte attaccamento al brand.*

*Guardiamo al 2026 con un rinnovato e profondo impegno, poiché il nostro obiettivo primario è tradurre ogni risultato di ricerca in soluzioni concrete per i pazienti e la nostra rete. Sul fronte R&S e Prodotto, siamo determinati ad avviare le sperimentazioni cliniche di **STABILENS**, validando il modello anche per attività dinamiche, e a presentare i nuovi prototipi **LEDDLES** e **FitMacula** entro la fine dell'anno.*

*Per garantire la solidità del nostro percorso scientifico, ci impegneremo a costituire l'**Advisory Board tecnico-scientifico**, essenziale per orientare la strategia di Ricerca e Sviluppo e per aumentare la **Divulgazione** scientifica, con l'obiettivo di pubblicare almeno 1 articolo e partecipare ad almeno 2 conferenze nazionali e internazionali. Parallelamente, siamo focalizzati a migliorare l'impatto sul Lavoro, dove implementeremo il **Job Evaluation & Career Path** per definire ruoli e percorsi di carriera più trasparenti. Infine, affronteremo con decisione le criticità formali emerse dal Semaforo SABI nell'area **Diversità, Equità e Inclusione** (attualmente in rosso), avviando il processo per la **Certificazione di Genere** nel 2026. Questi passi sono la nostra promessa: continuare a operare con responsabilità, facendo convergere l'innovazione tecnologica e la cura della persona, per massimizzare il nostro impatto positivo sul bene comune.*

Con i migliori saluti,

Il Team FONDA

PARTE PRIMA - Chi siamo

FONDA affronta la duplice sfida dell'ipovisione e della **Vista Fragile®**, condizioni che ritiene sottovalutate o gestite in ritardo:

- **Mancanza di Riconoscimento Precoce:** Nonostante l'intervento precoce sia fondamentale in questo come in altri ambiti, manca una cultura e un linguaggio condiviso per intercettare i cambiamenti iniziali della visione.
- **Necessità di Soluzioni Su Misura:** La gestione non può essere standardizzata; sono necessari protocolli e ausili personalizzati, integrati e accessibili, legati alla patologia, alle esigenze funzionali e al contesto di vita del paziente.

FONDA contribuisce a colmare questo vuoto promuovendo un modello di **Prevenzione Funzionale** e opera attraverso i **Centri Vista Fragile®** come punto di raccordo tra il percorso medico e l'intervento dell'ottico.

FONDA Società Benefit: Azienda, Visione e Approccio

- **Chi siamo:** Azienda italiana fondata a Genova nel 2012, focalizzata sull'intervento precoce e la presa in carico tempestiva delle difficoltà visive.
- **Vision:** Diffondere una nuova cultura della funzione visiva, in cui la Vista Fragile® sia riconosciuta e gestita precocemente per preservare autonomia, benessere e qualità della vita.
- **Approccio Scientifico:** Si fonda su un modello che integra ricerca clinica, sviluppo tecnologico e validazione funzionale, articolato su tre pilastri: Ricerca e sviluppo, Protocolli Certificati per la valutazione delle abilità visive, e Integrazione tra innovazione tecnologica e finalità di beneficio comune.
- **Tecnologia:** L'elemento distintivo è la **personalizzazione** delle soluzioni ottiche avanzate, sviluppate internamente. Tra queste, il sistema **FITMACULA®** è un sistema di lenti prismatiche e filtri fotoselettivi altamente specifici, studiato per supportare e proteggere la retina e garantire un comfort visivo superiore.

Impegno Benefit e Impatto

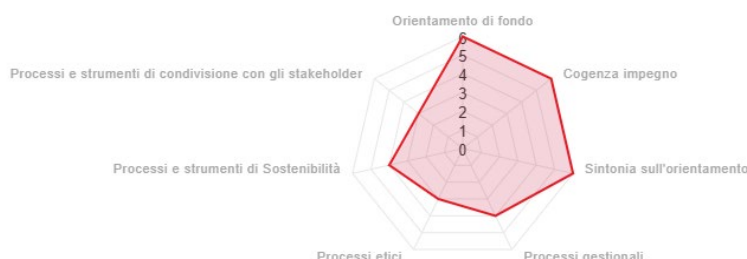
Fonda ha formalizzato il proprio impegno verso un modello di business etico e rigenerativo trasformandosi in **Società Benefit** per dare ancora più evidenza della sua **volontà di integrare il profitto con il perseguimento di un impatto positivo sulla società e sull'ambiente**. Questa evoluzione posiziona l'azienda in piena sintonia con il **paradigma de "La Buona Impresa"**, il modello elaborato dalla Fondazione Buon Lavoro secondo il quale "l'interesse dell'impresa coincide con l'interesse dei propri stakeholder diretti".

Sposando questa visione, Fonda riconosce che **il valore di un'organizzazione non si misura solo attraverso i risultati finanziari**, ma anche nella capacità di generare lavoro dignitoso, promuovere il benessere collettivo e agire con responsabilità verso tutti gli portatori di interessi. In questa cornice, l'attività d'impresa diventa uno strumento al servizio del bene comune, dove l'innovazione tecnologica e la cura della persona convergono in un ecosistema produttivo sostenibile e umano.

La Governance

La governance di **FONDA** è saldamente orientata verso un modello di impresa a impatto positivo, in linea con i requisiti per le Società Benefit e fondato su principi di responsabilità e valore condiviso:

- **Status Giuridico Società Benefit:** Nel novembre 2023, FONDA ha formalizzato la sua transizione a **Società Benefit**, impegnandosi legalmente a coniugare il profitto con il perseguimento di un beneficio comune per la società e l'ambiente.
- **Aderenza al Modello "La Buona Impresa":** L'organizzazione opera in piena coerenza con il paradigma de "La Buona Impresa", misurando il proprio valore non solo attraverso i risultati economici, ma anche in base alla sua capacità di creare lavoro dignitoso, promuovere il benessere collettivo e agire con responsabilità nei confronti di tutti gli stakeholder.
- **Valutazione Esterna e Trasparenza:** La sezione *La Governance* del documento prevede l'utilizzo dello **Strumento di Autovalutazione del Buon Impatto (SABI)**. Questa valutazione, uno standard esterno e indipendente, è fondamentale per analizzare il profilo di beneficio comune dell'ente su aree chiave, inclusa la governance, come richiesto dalla Legge 208/2015 per le Società Benefit.
- **Evoluzione Futura: Governance Scientifica (2026):** Per rafforzare ulteriormente la propria strategia, FONDA ha in programma per il 2026 la creazione di un **Advisory Board tecnico-scientifico**. Questo organo consultivo e strategico avrà il compito di indirizzare la Ricerca & Sviluppo, consolidare la validazione scientifica/clinica e potenziare il posizionamento scientifico dell'azienda.



Il profilo di impatto visualizzato nel grafico riflette direttamente la scelta strategica di FONDA di trasformarsi in Società Benefit nel novembre 2023, impegnandosi legalmente a coniugare il profitto con il perseguimento di un beneficio comune.

- **Punteggi Elevati nella Governance:** Le alte valutazioni in ambiti come l'**Orientamento di fondo**, la **Cogenza impegno** e la **Sintonia sull'orientamento** sono il risultato diretto della scelta di diventare Società Benefit. Questa transizione ha formalizzato la volontà di integrare il profitto con l'impatto positivo e ha stabilito una governance saldamente orientata verso la responsabilità e il valore condiviso. L'imprenditore, in qualità di responsabile per l'impatto, garantisce che l'azienda operi in piena coerenza con il paradigma de "La Buona Impresa".
- **Focus Aziendali Costantemente Monitorati:** L'analisi riportata in grafico riflette una chiara gerarchia strategica che privilegia l'impatto sociale e la cura degli stakeholder interni. I valori più alti riscontrati in ambiti come il **Contributo alla Società**, la **Realizzazione Professionale** e l'**Impegno Contrattuale con i Dipendenti** sono un esito diretto dei *focus aziendali*, che sono costantemente monitorati e alimentati.

Convergenza Strategica e Risultati Operativi

Come nei grafici precedenti il risultato è chiaramente riconducibile ai tre ambiti di impatto, il grafico certifica la convergenza tra innovazione tecnologica e cura della persona, allineando i risultati con le tre Finalità di Beneficio Comune di FONDA.

La materialità degli impatti

La "materialità" è il principio che determina quali temi sono sufficientemente importanti – per l'azienda e per gli stakeholder - da renderne essenziale la rendicontazione e la valutazione. Gli approcci più recenti (integrati nei principali standard, come GRI 2022 e ESRS 2023) propongono di mettere al centro dell'analisi di materialità gli impatti dell'attività dell'impresa sulla Società. Oggetto dell'analisi sono tutti gli impatti - effettivi e potenziali, positivi e negativi, intenzionali e non - che entrano in gioco nella generazione di valore da parte dell'azienda. Qui di seguito trovate quindi 15 "IMPATTI SOCIALI E AMBIENTALI STANDARD", che sono stati identificati osservando i principali standard esistenti (ESRS, GRI, SDGs), la normativa sulle Società Benefit (l. 208/2005, art.1 comma 378, all. 5) e dall'esperienza derivata da 3 anni di utilizzo di SABI da parte delle imprese.

Per ciascuno dei 15, viene indicato se e quanto è rilevante il tema per l'impresa, scegliendo tra 4 opzioni:

Trascurabile > Trascurabili non perché non interessino, ma perché sono aree di fatto poco impattate dall'attività ordinaria dell'azienda.

Abbastanza rilevante > Non costituiscono il cuore dell'impatto, ma sono da tenere in considerazione perché l'attività dell'azienda ha ricadute in questo senso (per caratteristiche dell'industry, del modello di business etc).

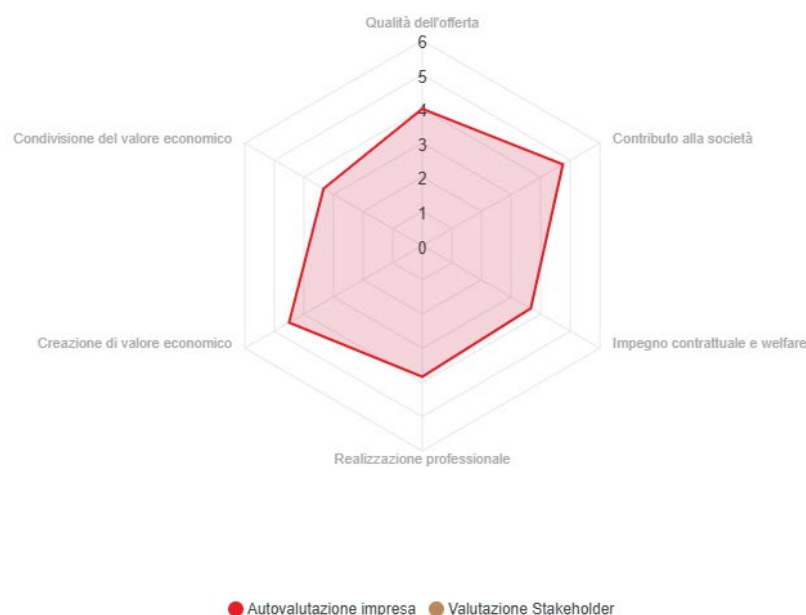
Molto rilevante --> Sono gli impatti principali che l'azienda genera, in modo strutturalmente legato alla propria attività e al proprio scopo, su società e ambiente.

È il **core business**--> questa opzione è da scegliere solo qualora un determinato impatto rappresenti il core business, cioè quando l'azienda nasce in modo specifico per rispondere a una questione sociale o ambientale

Gli impatti definiti come abbastanza o molto rilevanti, o come core business, rimanderanno ad elementi di valutazione specifici in SABI, i quali concorreranno a determinare la valutazione finale dell'impatto. Gli impatti definiti come trascurabili non verranno inclusi nella vostra valutazione, salvo che per la verifica dei requisiti minimi di sostenibilità, che sono applicabili a tutte le imprese.

		Pensando agli impatti della tua azienda, questo tema è:			
		Trascurabile	Abbastanza rilevante	Molto rilevante	Core business
Disuguaglianze economiche e sociali		☐	☒	☐	☐
Il miglioramento o l'aggravio delle disuguaglianze economiche e/o sociali tra gli individui, ossia di quelle condizioni che possono causare differenze nel possesso di risorse e quindi nella generazione di opportunità di vita					
Diversità, Equità e Inclusione		☐	☒	☐	☐
Il rispetto e la tutela della diversità, non solo in termini di genere ma anche in considerazione di etnia, disabilità, età, ecc., un trattamento equo e inclusivo per tutti, senza discriminazioni					
Salute e sicurezza dei lavoratori		☒	☐	☐	☐
La salute, il benessere e la sicurezza, fisica, mentale e della sfera privata dei collaboratori, garantendo i mezzi necessari alla loro protezione e tutela					
Benessere degli individui		☐	☐	☐	☒
La qualità della vita delle persone, esterne all'impresa, i loro bisogni e le loro aspettative di soddisfazione					
Diritti Umani		☐	☒	☐	☐
La tutela dei diritti inalienabili degli esseri umani (essenziali a garantire loro dignità, sopravvivenza e sviluppo), siano essi interni o esterni all'impresa					
Cambiamento climatico		☒	☐	☐	☐
I mutamenti a lungo termine che possono interessare le temperature e i modelli meteorologici globali					
Inquinamento		☒	☐	☐	☐
L'immissione o la riduzione di sostanze inquinanti in atmosfera, nelle acque e nel suolo, potenzialmente nocive per la salute umana e/o l'ambiente					
Acque e risorse marine		☒	☐	☐	☐
La buona o cattiva gestione dell'acqua e delle risorse marine (prelievo massivo, spreco, cattivo utilizzo,...)					
Biodiversità ed ecosistemi		☒	☐	☐	☐
La variabilità degli organismi viventi, appartenenti agli ecosistemi terrestri, marini, o acquatici, o a complessi ecologici in generale					
Circularità e uso delle risorse		☒	☐	☐	☐
L'uso efficiente delle risorse presenti nell'ecosistema, nella produzione e nel consumo, finalizzato ad evitarne la diminuzione e a mantenerne il valore il più a lungo possibile nel tempo, in una logica di economia circolare					
Progresso della società e innovazione		☐	☐	☐	☒
Lo sviluppo e la crescita della società dal punto di vista del cambiamento, del progresso e dell'innovazione, anche di natura tecnologica, digitale, scientifica					
Educazione, informazione e cultura		☐	☐	☒	☐
La diffusione di contenuti educativi, formativi, culturali e di iniziative volte a mantenere e/o migliorare le competenze e le conoscenze dei lavoratori interni all'impresa, ma anche del largo pubblico					
Sviluppo economico		☒	☐	☐	☐
La crescita e lo sviluppo della società dal punto di vista economico, sia all'interno dell'impresa (per collaboratori, investitori, soci, ecc.) che all'esterno (territori limitrofi, comunità intercettate, indotto, ecc.)					
Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori		☐	☒	☐	☐
La crescita individuale e professionale dei collaboratori dell'impresa, lo sviluppo delle competenze, il benessere fisico e mentale e la loro soddisfazione come persone					
Comunità Locali		☐	☒	☐	☐
Singole persone o gruppi che vivono o lavorano in un determinato contesto e che potrebbero essere interessati dalle attività dell'impresa (es. abitanti in prossimità dei siti produttivi, popoli indigeni, enti territoriali, ecc.)					

Creazione di Valore a 360°



L'analisi dei punteggi riflette una chiara gerarchia strategica che privilegia l'impatto sociale e la cura degli stakeholder interni:

- I valori più alti riscontrati in ambiti come il **Contributo alla Società**, la **Realizzazione Professionale** e l'**Impegno Contrattuale con i Dipendenti** non sono casuali, ma sono un esito diretto dei *focus aziendali*. Queste aree vengono considerate il nucleo dell'attività e sono costantemente monitorate e alimentate, dimostrando l'impegno dell'azienda a generare **lavoro dignitoso** e **benessere collettivo**.

I risultati mostrati nel grafico confermano l'impegno nelle tre Finalità di Beneficio Comune di FONDA, evidenziando come l'innovazione tecnologica e la cura della persona convergano per massimizzare l'impatto.

PARTE SECONDA - Le nostre Finalità di Beneficio Comune

Le finalità di beneficio comune di FONDA, in quanto Società Benefit dal novembre 2023, si sviluppano lungo tre direttrici principali, formalizzate per generare un impatto positivo e misurabile sulla società attraverso il modello di Prevenzione Funzionale:

Dal novembre 2023, FONDA è ufficialmente Società Benefit e il suo impatto si sviluppa lungo tre direttrici:

- 1. *Contribuire ad una migliore qualità della vita per le persone con Vista Fragile, che porti benessere e soddisfazione sia alle persone stesse sia alle rispettive cerchie sociali (**QUALITA' DELLA VITA DEGLI UTENTI**)*
- 2. *Diffondere una cultura della "funzione visiva" e delle relative abilità in un'ottica di prevenzione funzionale; sia per stimolare ciascuno a comprendere e prendersi cura della propria vista, oltre che del proprio occhio; sia per educare i professionisti al concetto di vista fragile. (**CULTURA DELLA FUNZIONE VISIVA**)*
- 3. *Sviluppare e portare sul mercato soluzioni sempre più innovative e rispondenti ai bisogni degli utenti, investendo costantemente in Ricerca e Sviluppo (**RICERCA E TECNOLOGIA, AL SERVIZIO DELLE PERSONE**)*

Highlights 2025

Gli asset d'impatto generati da FONDA Società Benefit nel 2025 si sono concentrati sulle sue tre finalità di beneficio comune: Qualità della Vita degli Utenti, Cultura della Funzione Visiva e Ricerca e Tecnologia.

Cultura della Funzione Visiva e Rete Professionale

L'impegno nella formazione e nell'espansione della rete ha portato a un rafforzamento della base economica e culturale:

- **Espansione Rete:** Il network ha raggiunto **53 Centri Vista Fragile** in Italia e **2 Espace Vision Fragile** in Francia.
- **Formazione:** È stata condotta la quarta edizione delle **OFICINÆ 2025** (con 32 iscritti e 6 docenti) e **3 edizioni** dell'**Accademia FONDA**. Inoltre, sono state formate **90 persone** del gruppo ATOL in Francia.
- **Impatto sul Business:** La fiducia dei professionisti nell'approccio come strumento di **stabilizzazione del business** è cresciuta in modo significativo (da una media di 3.88 a 4.32).
- **Consapevolezza Esterna:** C'è stato un netto miglioramento nella percezione della consapevolezza di pazienti e caregiver, con la categoria "Poco consapevoli" che è crollata dal 78,13% all'8,33%.

Ricerca e Sviluppo (R&S)

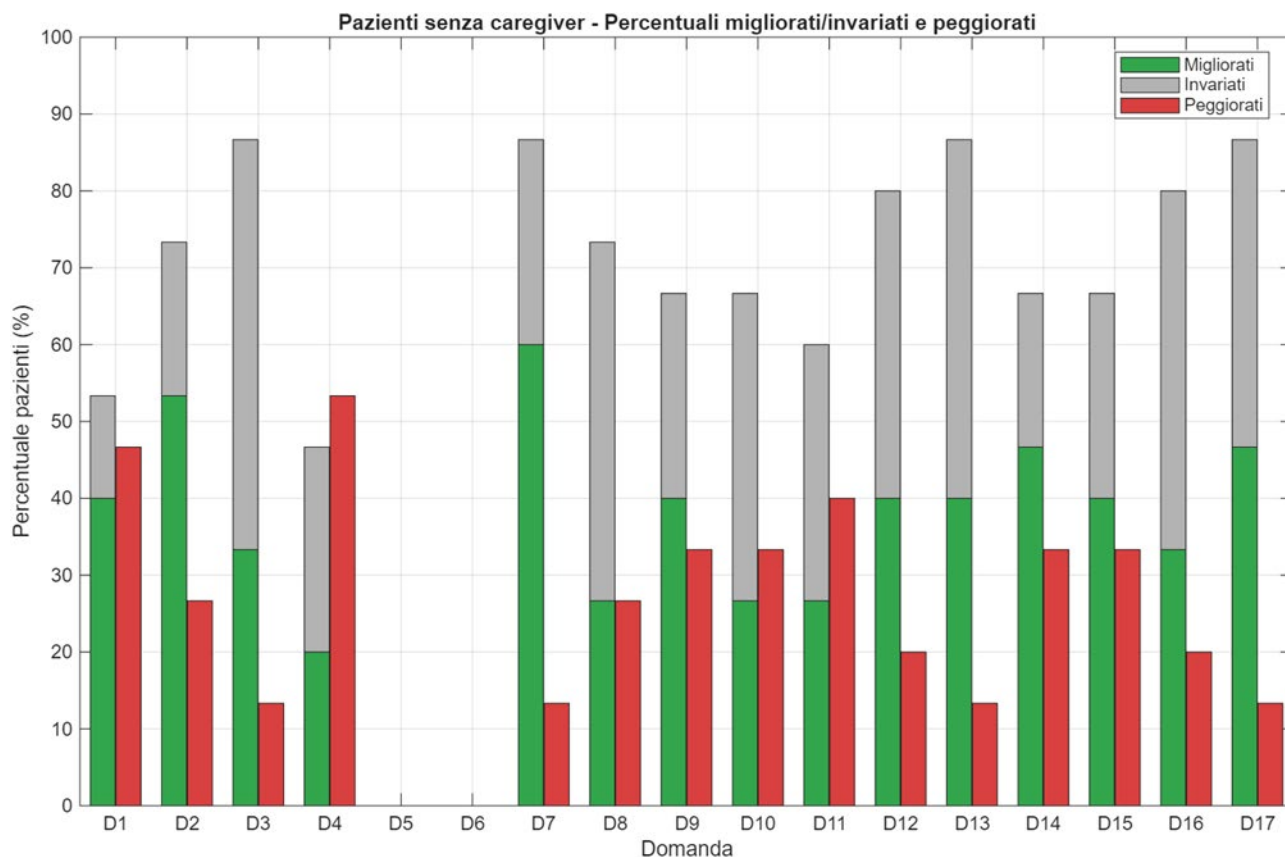
Il 2025 è stato cruciale per l'innovazione e la prototipazione:

- **Progetto STABILENS:** È stata completata la validazione del protocollo clinico sperimentale su 38 volontari sani per il sistema indossabile finanziato da FILSE, volto a valutare il rischio di caduta.
- **Prototipazione Prodotti:** È stato finalizzato il prototipo **LEDDLES2.0** e avviata la progettazione di un nuovo modello **FitMacula** più leggero e meno stigmatizzante, in collaborazione con importante player del settore occhialeria..
- **Finanziamenti:** Sono state presentate domande di finanziamento alla Regione Liguria per il progetto STABILENS e a Invitalia per la progettazione di un'idea brevettata.

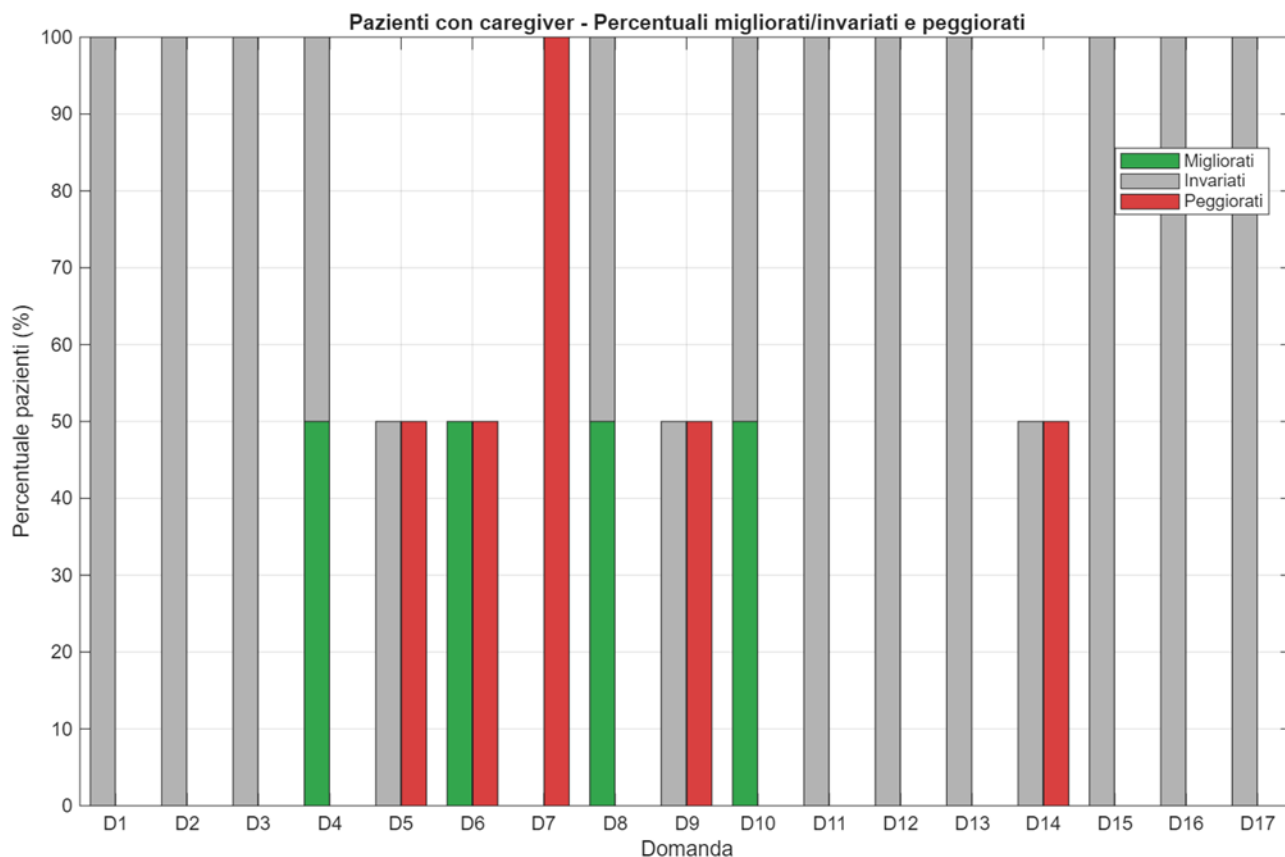
Prima finalità: Qualità della vita degli utenti

Nel corso del 2025 abbiamo chiesto ai nostri clienti di far compilare un questionario ai pazienti durante la fase di individuazione dell'ausilio di un nostro prodotto FitMacula. Il questionario iniziale era stato oggetto di studio e progettazione in maniera tale che la sua compilazione portasse a definire un profilo completo sullo stato della qualità della vita del paziente. Purtroppo, durante i primi mesi, abbiamo capito che era troppo lungo e alcune domande non erano di facile interpretazione, così abbiamo optato per un questionario con meno domande e con risposte con scale quantificabili. Questo ha ridotto il numero di pazienti che hanno potuto avere un preciso follow-up dal giorno di acquisto del FitMacula. Abbiamo poi pensato di dividere il questionario tra le persone 'indipendenti' e quelle invece che hanno necessità di un caregiver.

Nel gruppo senza caregiver emerge un quadro nel complesso favorevole. La media globale delle variazioni è modestamente positiva e le aree che sembrano migliorare di più riguardano soprattutto la mobilità in condizioni critiche e la percezione dell'impatto della vista fragile sulla vita quotidiana: si osservano i segnali più chiari nelle domande su guida notturna/scarsa illuminazione (domanda 3), paura di cadere o farsi male (domanda 7), affaticamento visivo (domanda 1), e in misura più moderata sul timore che la condizione visiva influenzi lavoro/finanze (domanda 9), socialità (domanda 12), senso di isolamento (domanda 13), obiettivi personali (domanda 16) e opportunità di creatività/apprendimento (domanda 17). In altre parole, nei pazienti senza caregiver sembra esserci una tendenza a percepirsi un po' meno limitati e un po' più capaci di gestire alcune conseguenze pratiche e psicologiche della loro condizione.



Nel gruppo con caregiver il profilo è molto diverso e, pur con tutta la cautela dovuta al numero di casi, appare più fragile e meno favorevole. I pazienti partono già da livelli peggiori in molte aree: molto bassa l'autonomia personale, molto basse le possibilità percepite di guidare/muoversi bene in condizioni difficili, molto basse anche le opportunità di esprimere creatività o imparare cose nuove. Nel follow-up si osservano piccoli segnali positivi su indipendenza (domanda 4), sicurezza domestica (domanda 8) e soprattutto sul sentirsi più informati e supportati nella gestione della condizione (domanda 10). Il quadro, quindi, suggerisce che nei pazienti con caregiver il supporto percepito può anche migliorare, ma non basta necessariamente a compensare un peggioramento o una persistenza della difficoltà funzionale nella vita di tutti i giorni.



Una considerazione importante è che i risultati sembrano coerenti con due profili clinici diversi. I pazienti senza caregiver appaiono mediamente più autonomi e mostrano margini di adattamento migliori.

I pazienti con caregiver, invece, sembrano trovarsi in una condizione più grave, in cui la dipendenza nelle attività quotidiane pesa di più e dove eventuali benefici percepiti sul piano del supporto o della sicurezza non si traducono automaticamente in una riduzione del bisogno assistenziale. In pratica, il caregiver sembra identificare un sottogruppo più vulnerabile, non solo “diverso” ma probabilmente più complesso dal punto di vista funzionale. Inoltre, la variabilità delle risposte nel gruppo senza caregiver può essere altamente influenzata dallo stato di avanzamento della patologia. Questi pazienti hanno condizioni che tendono a peggiorare nel tempo in maniera poco controllabile. E’ probabile quindi che il questionario rilevi anche un peggioramento delle condizioni dovute al normale progredire della patologia.

C’è poi un altro aspetto interessante: alcune domande appaiono complessivamente più “stabili” di altre. Per esempio, nei pazienti senza caregiver il sentirsi informati e supportati nella gestione della condizione (domanda 10) rimane sostanzialmente invariato, mentre nei pazienti con caregiver questa stessa area tende a migliorare. Questo potrebbe indicare che nei casi più complessi c’è stato un lavoro di accompagnamento o presa in carico percepito come utile.

Conclusioni

In sintesi, una lettura generale potrebbe essere: nei pazienti senza caregiver si osserva un lieve miglioramento medio, distribuito su più dimensioni funzionali e psicosociali, ma con una forte variabilità individuale; nei pazienti con caregiver il quadro resta più compromesso e i segnali di peggioramento nelle attività quotidiane pesano più dei piccoli miglioramenti percepiti nel supporto ricevuto.

Dal punto di vista clinico o progettuale, questo suggerisce che i due gruppi non dovrebbero essere interpretati insieme: sembrano rappresentare bisogni diversi. Per i pazienti senza caregiver può essere utile puntare su interventi di mantenimento dell'autonomia e riduzione del carico psicologico; per i pazienti con caregiver, invece, sembra più importante lavorare su sicurezza, gestione domestica, prevenzione delle cadute e sostegno molto pratico alla vita quotidiana.

Stato degli obiettivi dell'anno precedente e definizione obiettivi 2026

- **Obiettivo 2025: Valutare l'impatto del sistema FITMACULA® sulla qualità della vita dei pazienti.**

Raggiungimento: Parziale. Sono stati eseguiti i **primi follow-up** basati su questionari, che hanno mostrato un **lieve miglioramento** per i pazienti autonomi (soprattutto nella mobilità e nella riduzione della paura di cadere).

Raggiungimento parziale/Sfida: L'obiettivo di standardizzare la raccolta dati non è stato pienamente raggiunto. Il questionario iniziale si è rivelato **troppo lungo** e di difficile interpretazione, riducendo il numero di pazienti con un follow-up adeguato.

Obiettivi 2026

Ci poniamo come obiettivo generale quello di **riuscire a creare un questionario facilmente compilabile**, che non abbia domande difficili da interpretare il cui completamento non richieda sforzi eccessivi al paziente / stakeholder.

Per riuscire, nell'arco del 2026 ci poniamo l'obiettivo di **revisionare i contenuti degli attuali questionari creando una proposta standardizzata per la raccolta dei dati longitudinali**, introducendo tempi fissi di rilevazione e distinguendo chiaramente tra risposta valida, dato mancante e domanda non applicabile. I tempi per l'attuazione pratica dipendono anche dall'attività degli sviluppatori dell'interfaccia per la somministrazione dei questionari attraverso le seguenti attività:

1. Stratificare i pazienti per livello di fragilità e bisogno assistenziale, con particolare attenzione alla presenza di caregiver e al grado di autonomia.
2. Identificare precocemente i domini più critici; autonomia, sicurezza, partecipazione sociale e supporto percepito.
3. Aumentare completezza e robustezza del follow-up, migliorando numerosità campionaria e continuità della raccolta tra T0 e T1.
4. Sottoporre al paziente il questionario in forma di 'allenamento per la vista' e farlo rispondere nel mentre della visita, sottolineando l'importanza per lui degli esercizi e della veridicità delle risposte.

Seconda finalità: Cultura della "funzione visiva"

Nel 2025 abbiamo notevolmente potenziato la nostra partecipazione a eventi in presenza, focalizzando gli sforzi sulla formazione professionale, la divulgazione scientifica e l'espansione della nostra rete.

1. Rete e Iniziative per i Centri Vista Fragile (CVF)

- a. Abbiamo rafforzato la rete arrivando a contare **53 Centri Vista Fragile** e **2 Espace Vision Fragile** in Francia.
- b. A Roma, insieme ai Centri Vista Fragile locali e a **Zeiss**, abbiamo organizzato un evento congiunto per presentare le attività dei CVF alla classe medica.
- c. Abbiamo supportato l'evento in piazza "Vedere Bene" a Taranto nel mese di Maggio, in collaborazione con Ottica Palmisano.

2. Formazione Specialistica (OFICINÆ e Accademia FONDA)

- a. La quarta edizione delle **OFICINÆ 2025** ha registrato grande apprezzamento da parte dei **32 iscritti** e dei **6 docenti**. Il percorso formativo, sempre diviso per anzianità di affiliazione, ha incluso formazione tecnica sugli ausili e interventi trasversali su strategie di proposizione vendita e attitudine imprenditoriale. L'evento ha visto la partecipazione di due optometristi francesi, uno dei quali ha poi aperto il primo Espace Vision Fragile in Francia.
- b. Le attività dell'**Accademia FONDA** sono proseguite con la nuova formula sperimentata nel 2024, organizzando **3 edizioni** nel corso dell'anno.
- c. Per tutti i CVF interessati ad approfondire il tema **PRLoop**, è stato istituito un tavolo permanente con un momento annuale di formazione, approfondimento e confronto.

3. Presenza a Fiere e Congressi Nazionali e Internazionali

- a. Siamo tornati per la seconda volta al **MIDO 2025** con l'intento di aumentare la percezione del marchio in Italia e all'estero, sottoscrivendo **5 contratti** per l'attivazione di nuovi Centri Vista Fragile.
- b. Abbiamo partecipato a eventi per la classe ottica, tra cui **AIOC** (novembre 2025, Firenze), **FORUM PRESBIOPIA** (novembre, Bologna, partecipando anche all'osservatorio permanente sulla presbiopia), e **IPOVISIONE DALL'ABC** (gennaio, Rimini).
- c. A livello internazionale, abbiamo partecipato all'evento associativo **SEEBV 2025** a Madrid con una relazione sugli ausili Fonda e al congresso internazionale **VISION 2025** a Firenze (settembre).

4. Espansione Estera

- a. Sul fronte estero, abbiamo formato **90 persone** del gruppo **ATOL** in 6 edizioni di formazione in Vista Fragile (ATOL 2025).
- b. L'attività in Francia si è dimostrata molto soddisfacente, con l'apertura di 2 Espace Vision Fragile e la previsione di nuove aperture, anche in collaborazione con ATOL, nel corso del 2026.

Rispetto ai questionari che abbiamo sottoposto prima e dopo le sessioni divulgative o di formazione ecco alcune note.

1. Collaborazione e Networking

- a. **Importanza della collaborazione:** La media ponderata è salita da **4.59** a **4.83**, indicando una convinzione quasi unanime sulla necessità di cooperazione tra diverse figure professionali.
- b. **Creazione di una rete professionale:** Il valore attribuito all'utilità di creare una rete con altri

professionisti è passato da **4.51** a **4.76**.

2. Approccio Riabilitativo e Formazione

- a. **Approccio riabilitativo/funzionale:** L'importanza percepita di adottare questo tipo di approccio è aumentata, passando da una media di **4.57** a **4.67**.
- b. **Promozione della formazione:** La rilevanza data alla formazione specialistica sugli aspetti riabilitativi è cresciuta da **4.49** a **4.54**.

3. Impatto sul Business e Comunità

- a. **Stabilizzazione del business:** È l'aspetto che ha registrato il miglioramento più significativo, passando da una media di **3.88** a **4.32**. I professionisti vedono ora con molta più fiducia questo approccio come uno strumento di crescita economica.
- b. **Cultura della vista fragile:** L'importanza di promuovere questa cultura per il benessere della comunità è salita da **4.53** a **4.60**.

4. Soddisfazione e Abilità Personali

- a. **Soddisfazione personale:** Il senso di gratificazione nell'aiutare i pazienti a vedere meglio è aumentato da **4.66** a **4.76**.
- b. **Abilità relazionali:** La valutazione delle proprie capacità relazionali è passata da **4.09** a **4.12**.

5. Sintesi della percezione dell'impegno

- a. **Gestione della vista fragile:** È interessante notare che la percezione di quanto sia impegnativo gestire pazienti con ipovisione è leggermente diminuita (da **3.91** a **3.83**), suggerendo una maggiore acquisizione di sicurezza o competenza nel post-intervento.

In autunno abbiamo elaborato un nuovo questionario che ci ha permesso di raccogliere ulteriori informazioni sull'efficacia dei momenti di sensibilizzazione:

1. Familiarità con concetto VF:

- a. **Prima:** La maggior parte era "Abbastanza familiare" (34,38%) o "Molto familiare" (31,25%), con un totale del 65,63% tra queste due.
- b. **Dopo:** C'è stato un netto incremento nella familiarità. La categoria "Abbastanza familiare" è salita al 66,67% e "Molto familiare" al 26,67%. La percentuale di "Poco familiare" è diminuita significativamente (dal 28,13% al 6,67%).
- c. **Commento:** L'intervento sembra aver aumentato notevolmente la familiarità percepita con il concetto VF.

2. Preparazione su concetto VF:

- a. **Prima:** La maggioranza si sentiva "Abbastanza" preparata (50,00%), seguita da "Poco" (40,00%).
- b. **Dopo:** Le categorie "Abbastanza" e "Molto" sono aumentate (53,33% e 20,00%), mentre "Poco" è diminuita (26,67%).
- c. **Commento:** C'è un miglioramento nella percezione della preparazione sul concetto VF.

3. Misura preparazione:

- a. **Prima:** Le risposte erano concentrate su "abbastanza" (43,75%) e "poco" (28,13%).
- b. **Dopo:** C'è un chiaro spostamento verso livelli di preparazione più alti, con "abbastanza" che sale al 54,55% e "molto" al 36,36%. Le categorie "Per niente" e "Poco" sono drasticamente diminuite.
- c. **Commento:** L'intervento è percepito come molto efficace nell'aumentare la misura complessiva della preparazione.

4. Importanza Prevenzione:

- a. **Prima:** L'importanza era già percepita come alta ("Molto importante" 50,00%, "Estremamente

importante" 31,25%).

- b. **Dopo:** La percentuale di "Molto importante" è aumentata al 63,64%, mentre "Estremamente importante" è diminuita. "Abbastanza importante" è aumentato leggermente.
- c. **Commento:** La percezione dell'importanza della prevenzione rimane molto alta, con una redistribuzione delle risposte tra "Molto importante" ed "Estremamente importante".

5. **Sicuro nelle tecniche:**

- a. **Prima:** Le risposte erano concentrate su "Abbastanza più sicuro/a" (43,75%) e "Poco più sicuro/a" (34,38%).
- b. **Dopo:** "Poco più sicuro/a" è diventato il gruppo più numeroso (41,67%), mentre "Abbastanza più sicuro/a" è diminuito (33,33%). "Molto più sicuro/a" è leggermente aumentato (dal 18,75% al 25,00%).
- c. **Commento:** Le risposte sono più polarizzate; c'è un aumento in chi si sente "Poco più sicuro/a" e in chi si sente "Molto più sicuro/a", e una diminuzione in chi si sente "Abbastanza più sicuro/a".

6. **Consapevolezza pazienti e caregiver:**

- a. **Prima:** La stragrande maggioranza percepiva i pazienti/caregiver come "Poco consapevoli" (78,13%).
- b. **Dopo:** C'è un positivo cambiamento. La categoria "Poco consapevoli" crolla all'8,33%. Le categorie "Abbastanza consapevoli" (58,33%) e "Molto consapevoli" (25,00%) diventano le principali.
- c. **Commento:** Il cambiamento percepito nella consapevolezza dei pazienti e caregiver è il risultato più marcato e positivo, suggerendo che l'intervento ha avuto un impatto significativo su come i partecipanti percepiscono la consapevolezza del pubblico.

In sintesi, i dati indicano che l'intervento ha avuto un impatto generalmente positivo, in particolare migliorando:

- La familiarità e la preparazione percepite con il concetto VF.
- La percezione della consapevolezza dei pazienti e caregiver.

Conclusioni

Abbiamo registrato un significativo consolidamento dell'approccio sia a livello economico-culturale che professionale, come evidenziato dai risultati qualitativi dei questionari.

Rafforzamento della Base Economica e Culturale: L'aspetto più significativo è stato il miglioramento della fiducia da parte dei professionisti nell'approccio come strumento per la stabilizzazione del business. Allo stesso tempo, si è osservato un cambiamento positivo e marcato nella percezione della consapevolezza di pazienti e caregiver, con una forte diminuzione del numero di coloro che erano considerati "Poco consapevoli".

Consolidamento della Formazione e del Networking: È emersa una convinzione quasi unanime tra i professionisti sulla necessità di cooperazione tra diverse figure e sull'utilità di creare una rete professionale. L'intervento formativo ha avuto un'alta efficacia, aumentando notevolmente la familiarità e la preparazione percepite in merito al concetto di Vista Fragile. Inoltre, è cresciuta l'importanza percepita di adottare un approccio riabilitativo e funzionale.

Acquisizione di Competenza: È leggermente diminuita la percezione dell'impegno necessario per gestire i pazienti

con ipovisione, suggerendo un'accresciuta sicurezza o competenza a seguito dell'intervento. L'impatto sulla sicurezza nelle tecniche è stato meno omogeneo, con una distribuzione delle risposte verso chi si sente solo marginalmente più sicuro e chi invece molto più sicuro.

Stato degli obiettivi dell'anno precedente e definizione obiettivi 2026

- **Obiettivo 2025: Espansione territoriale e potenziamento della rete "Vista Fragile®".**

Raggiungimento: Quasi completo. La rete è stata rafforzata raggiungendo **53 Centri Vista Fragile** in Italia e inaugurando **2 Espace Vision Fragile** in Francia.

- **Obiettivo 2025: Consolidare la formazione specialistica per i professionisti.**

Raggiungimento: Completo. Sono state condotte la quarta edizione delle **OFICINÆ 2025** (con 32 iscritti) e **3 edizioni dell'Accademia FONDA**. Inoltre, sono state formate **90 persone** del gruppo ATOL in Francia.

- **Obiettivo 2025: Migliorare la percezione della consapevolezza della Vista Fragile nel pubblico e tra i professionisti.**

Raggiungimento: Forte. La percezione della consapevolezza di pazienti e caregiver è **migliorata drasticamente**, con la categoria "Poco consapevoli" che è crollata dal 78,13% all'8,33%. Inoltre, la fiducia dei professionisti nell'approccio come strumento di **stabilizzazione del business** è cresciuta in modo significativo (da 3.88 a 4.32).

Obiettivi 2026

Grazie anche ad una nuova risorsa specializzata in analisi dei dati vogliamo rivedere i contenuti dei questionari e fare in modo che i risultati siano **monitorati costantemente**.

Grazie anche alla presenza di un **Advisory board** e alla sottomissione di articoli scientifici potremo essere maggiormente presenti in eventi di carattere scientifico e presentare i contenuti delle nuove sperimentazioni.

Bisogna comunque sottolineare che le occasioni di **divulgazione scientifica**, soprattutto in ambito medico, prevedono un impegno sostanzioso di risorse e investimenti; pertanto, dovremo valutare anche a budget quanto poter dedicare in proporzione a questo fondamentale asset.

Terza finalità: Ricerca e tecnologia al servizio delle persone

Nel 2025 abbiamo con soddisfazione raggiunto importanti traguardi:

Progetto STABILENS

Il progetto, finanziato da FILSE, ha portato alla realizzazione di un sistema indossabile non invasivo per monitorare il movimento del capo e valutare l'equilibrio posturale.

- **Obiettivo:** Stimare il rischio di caduta in pazienti affetti da maculopatie o patologie neurodegenerative.
- **Sviluppo:** Il sistema integra sensoristica inerziale (IMU), progettazione mecatronica miniaturizzata e un'infrastruttura dati edge-cloud-IoT.
- **Risultati 2025:** Il protocollo clinico sperimentale è stato validato su 38 volontari sani, confermando l'usabilità del dispositivo e la concordanza dei dati rispetto alle tradizionali pedane stabilometriche.

Prototipazione e Sviluppo Prodotti

- **LEDDLES2.0:** È stato completato un prototipo con meccanica stampata 3D ed elettronica integrata, con l'immissione sul mercato prevista per Ottobre 2026.
- **Nuovo modello FitMacula:** Iniziata la progettazione con un nuovo fornitore esperto nel settore montature per un modello più leggero e accattivante, con l'obiettivo di renderlo meno stigmatizzante. I primi prototipi sono stati presentati al MIDO 2026, e i nuovi prototipi rivalutati sono attesi verso la fine del 2026.
- **Nuovi Strumenti per Professionisti:** Sono stati inseriti nel catalogo il set PRLOOP camminata (per ospitare lenti prismatiche ingrandenti di prova) e il sistema completo con clip da lettura (fino a +4 con antiriflesso) e clip ingrandente FONDA far esa 3% (realizzabile anche con ingrandimento 4.5% nel caso del FM5).

Alla fine del 2025, FONDA si è candidata per ottenere finanziamenti per lo sviluppo e la progettazione di nuovi prodotti, tra cui una domanda di finanziamento alla Regione Liguria per garantire continuità al progetto STABILENS e una domanda ad Invitalia per la progettazione di un'idea brevettata.

Stato degli obiettivi dell'anno precedente e definizione obiettivi 2026

- **Obiettivo 2025: Avanzare nella ricerca e validazione del sistema STABLENS.**

Raggiungimento: Completo per la fase iniziale. È stata completata la **validazione del protocollo clinico sperimentale** su 38 volontari sani per il progetto STABLENS (sistema indossabile per la valutazione del rischio di caduta).

- **Obiettivo 2025: Sviluppare nuovi prototipi e prodotti migliorati.**

Raggiungimento: Completo. È stato **finalizzato il prototipo LEDDLES2.0** ed è stata avviata la **progettazione di un nuovo modello FitMacula** (più leggero e meno stigmatizzante).

- **Obiettivo 2025: Assicurare finanziamenti per la R&S.**

Raggiungimento: Parziale. Sono state presentate domande di finanziamento alla Regione Liguria per STABLENS e a Invitalia per la progettazione di un'idea brevettata.

Obiettivi 2026

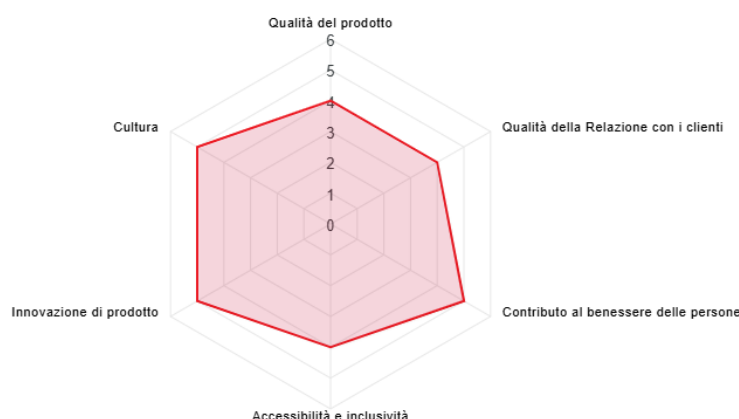
- **Prodotto:** Presentare il nuovo modello LEDDLES alle officine Fonda 2026 e i nuovi prototipi FitMacula per la fine del 2026.
- **Ricerca:** Avviare le sperimentazioni cliniche del prototipo STABLENS, validando il modello anche per attività dinamiche (corsa, camminata) e iniziando la progettazione dell'elettronica miniaturizzata.
- **Sensibilizzazione Scientifica:** Pubblicare almeno 1 articoli scientifici e divulgare i risultati in almeno 2 conferenze nazionali e internazionali.
- **Governance Scientifica:** Costituire un **Advisory Board tecnico-scientifico** con ruolo consultivo, strategico e propositivo per orientare la R&S, rafforzare la validazione scientifica/clinica, e consolidare il posizionamento di FONDA.

La missione dell'Advisory Board sarà quella di supportare Fonda nel:

- ❖ orientare la strategia di Ricerca & Sviluppo;
- ❖ rafforzare la validazione scientifica e clinica delle proprie soluzioni;
- ❖ promuovere una disseminazione scientifica qualificata;
- ❖ contribuire a una comunicazione chiara e autorevole verso la classe medica;
- ❖ consolidare il posizionamento scientifico di Fonda nel contesto della vista fragile, della prevenzione funzionale e delle tecnologie per il mantenimento delle abilità visive.

PARTE TERZA - La valutazione dell'impatto complessivo

L'impatto sul fronte del Prodotto



Il prodotto è l'area su cui si concentra la maggior parte delle nostre attività, anche in relazione alle nostre finalità di beneficio comune. Ci siamo sentiti di attribuire delle valutazioni elevate agli elementi che corrispondono maggiormente ai nostri obiettivi di impatto e sui quali abbiamo lavorato maggiormente nel corso dell'anno: **Contributo al benessere delle persone**, obiettivo primario dei prodotti e servizi che offriamo (ben descritto nella Prima finalità), **Innovazione di prodotto**, legato alla costante attività di ricerca e sviluppo che portiamo avanti (descritta nella terza finalità) e **Cultura**, in quanto ci impegniamo fortemente in attività formative e di diffusione culturale (Seconda finalità) affinché la rete medica e tecnica siano sempre più consapevoli e coscienti riguardo al concetto di Vista Fragile e pronta a rispondere alle esigenze dell'utenza. Punteggi leggermente più bassi, ma comunque molto positivi sono stati attribuiti anche alle altre dimensioni di osservazione, in particolare grazie ai riscontri positivi ricevuti direttamente dal nostro pubblico.

L'impatto sul fronte del Lavoro

Nel mese di aprile 2026, Fonda ha condotto una survey sul clima interno con un tasso di partecipazione del 100%. L'analisi si è concentrata su aspetti valoriali determinanti per l'engagement e la retention dei collaboratori.

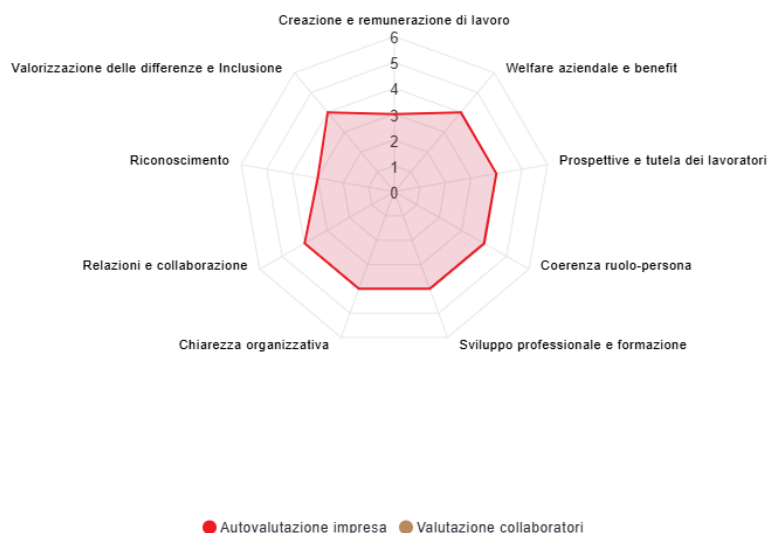
Con soddisfazione abbiamo rilevato ottimi e solidi punti di forza:

- Ottima fiducia generale verso l'azienda e attenzione percepita rispetto al benessere complessivo dei dipendenti (valutazioni esclusivamente positive).
- Forte attaccamento al brand: il personale si sente fiero di farne parte (66,7% "Moltissimo") e interverrebbe per difenderla in caso di critiche (83,3% "Moltissimo" o menzioni positive).
- Alta probabilità di accoglimento delle richieste di congedo (genitoriale, parentale, caregiver), con circa l'83% di risposte positive.

Aree Prioritarie di Intervento

L'analisi evidenzia due principali aree che richiedono un intervento prioritario:

- **Sviluppo e Crescita:** Sussiste un divario tra l'elevata importanza attribuita alla crescita professionale ed economica, viene richiesta maggiore condivisione di obiettivi personali e strategici per Business Unit. Su quest'ambito abbiamo già deciso di intraprendere azioni nel corso del 2026 per implementare un **Job Evaluation & Career Path** per definire ruoli, responsabilità e percorsi di carriera trasparenti
- **Condivisione dei valori e comunicazione interna.** Pur essendo una realtà medio piccola, registriamo mancanze nella comunicazione tra reparti e non sufficiente divulgazione e condivisione dei valori.

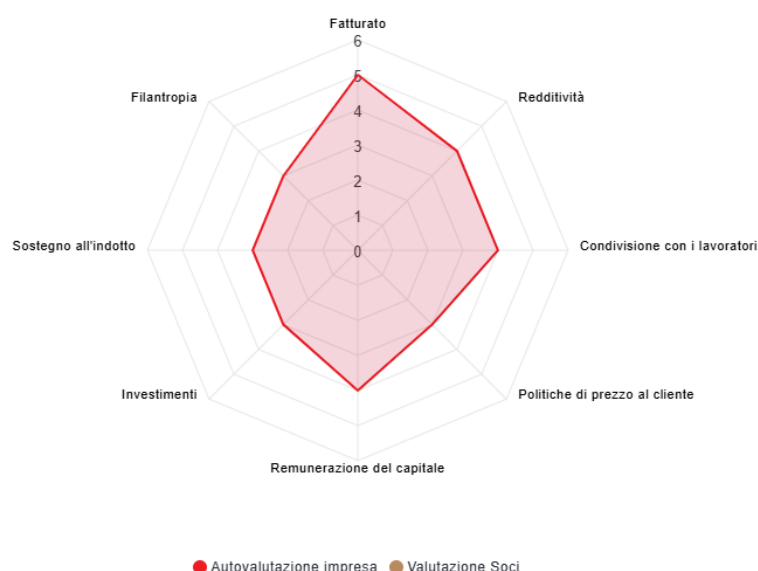


Anche in questo caso l'analisi dei punteggi SABI, che riporta l'autovalutazione dell'azienda riflette una chiara gerarchia strategica che privilegia l'impatto sociale e la cura degli stakeholder interni, confermando anche il trend registrato dall'analisi di clima riportata dai dipendenti.

- **Punti di Forza Confermati (Punteggi Alti):** I valori più alti nel grafico, riscontrati in ambiti come la **Realizzazione Professionale** e l'**Impegno Contrattuale con i Dipendenti**, sono un esito diretto dei *focus aziendali* costantemente monitorati e alimentati. Questi dati trovano una solida conferma nella survey sul clima aziendale condotta ad aprile 2026, che ha registrato un tasso di partecipazione del 100%.
 - La percezione dell'attenzione al **benessere complessivo dei dipendenti** è ottima, con valutazioni esclusivamente positive.
 - L'**attaccamento al brand** è forte, con il 66,7% del personale che si dichiara "Moltissimo" fiero e l'83,3% che interverrebbe in difesa dell'azienda in caso di critiche.
 - La fiducia nell'**Impegno Contrattuale** è supportata dall'alta probabilità (circa l'83%) di accoglimento delle richieste di congedo (genitoriale, parentale, caregiver).

In sintesi, il grafico SABI, in combinazione con il feedback interno sul clima aziendale, evidenzia che FONDA è un'impresa in cui l'impegno verso il **lavoro dignitoso e il benessere collettivo** è un pilastro solido, costantemente verificato e alimentato con azioni correttive mirate a garantire la continuità dell'impatto positivo.

L'impatto sul fronte del Valore economico



L'analisi dei punteggi sull'impatto economico riflette questa visione: **la Condivisione con i Soci** è intenzionalmente considerata secondaria rispetto all'impatto sociale. Per questo motivo, la **remunerazione del capitale** non costituisce un focus primario o un parametro di rilevanza critica, in piena coerenza con la missione benefit e la dimensione aziendale.

FONDA manifesta un **contributo economico generale** significativo grazie alla sua capacità di generare valore a 360°, con risultati di performance più elevati in aree scelte strategicamente.

In linea con la priorità di creare **lavoro dignitoso e benessere collettivo**, la **condivisione con i lavoratori** è estremamente rilevante. Il grafico SABI e la survey interna confermano punteggi molto alti in ambiti come la **Realizzazione Professionale** e l'**Impegno Contrattuale con i Dipendenti**.

Il “Semaforo degli impatti”

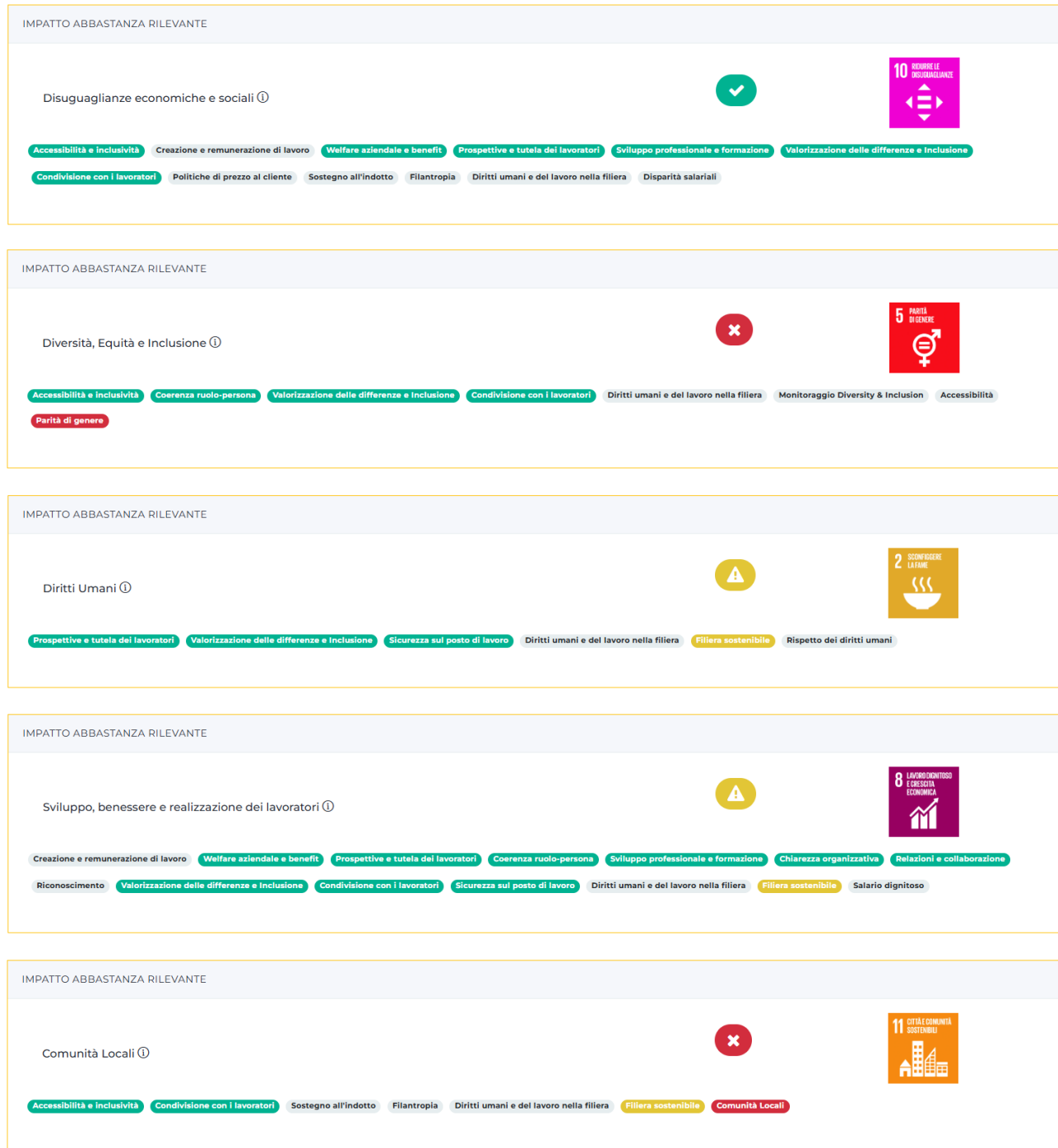
Di seguito, vengono presentati gli impatti materiali per l'azienda, con una valutazione (verde, giallo, rosso) dell'impatto generato dall'attività della azienda, in base all'autovalutazione espressa sui singoli elementi del modello.

- Rosso --> PUNTO CRITICO: se anche solo un Requisito Minimo pertinente risulta "non verificato" o "in via di definizione"
- Giallo--> ATTENZIONE: se anche solo uno degli elementi che generano tale impatto ha una valutazione critica (1 o 2)
- Verde --> MOLTO BENE: se la media degli elementi che generano tale impatto è superiore a 3,8
- Neutro: negli altri casi

Sono inoltre ricapitolati per ogni impatto gli elementi che vi incidono, che rappresentano le leve su cui lavorare per migliorare ulteriormente il proprio impatto positivo.

Gli impatti sono presentati in ordine di importanza per l'azienda: a partire da quelli legati al Core Business fino a quelli giudicati abbastanza rilevanti. Gli impatti valutati come trascurabili non sono rappresentati.

CORE BUSINESS	
Benessere degli individui ① Qualità del prodotto Qualità della Relazione con i clienti Contributo al benessere delle persone Accessibilità e Inclusività Innovazione di prodotto Cultura Welfare aziendale e benefit Prospettive e tutela dei lavoratori Relazioni e collaborazione Riconoscimento Sicurezza sul posto di lavoro Diritti umani e del lavoro nella filiera Salute e sicurezza dei clienti	 
CORE BUSINESS	
Progresso della società e innovazione ① Qualità del prodotto Contributo al benessere delle persone Accessibilità e inclusività Innovazione di prodotto Cultura Creazione e remunerazione di lavoro Prospettive e tutela dei lavoratori Sviluppo professionale e formazione Investimenti Anticorruzione e Conflitto d'Interessi	 
IMPATTO MOLTO RILEVANTE	
Educazione, informazione e cultura ① Cultura Sviluppo professionale e formazione Comunicazione e Trasparenza	 



Come si evince dalla rappresentazione, le aree che presentano alcune criticità sono:

- **Diversità, Equità e Inclusione**, in cui le criticità sono dovute principalmente alla **manca di un presidio formale** sul tema della parità di genere. Nonostante l'azienda operi su principi etici, l'assenza di un quadro strutturato e misurabile abbassa il punteggio. Si tratta di una situazione momentanea dal momento che stiamo affrontando il tema della Certificazione di Genere, che dovremmo ottenere nel corso del 2026.

- **Diritti umani e Comunità locali, in particolare lungo la filiera**, poiché, per la natura della nostra catena del valore, è per noi complesso monitorare pienamente il livello di presidio su questi aspetti operato dai nostri fornitori.

CONCLUSIONI E PROSPETTIVE

L'anno 2025 ha segnato il consolidamento di FONDA come **Società Benefit**, riaffermando che il valore d'impresa è multidimensionale e guidato dal **paradigma de "La Buona Impresa"**. La valutazione esterna SABI ha certificato la convergenza tra innovazione tecnologica e cura della persona, allineando i risultati alle tre Finalità di Beneficio Comune.

Conclusioni 2025: Consolidamento degli Impatti

Sul fronte della **Qualità della Vita degli Utenti**, abbiamo registrato un lieve ma significativo miglioramento nella mobilità in condizioni critiche e nella riduzione della paura di cadere per i pazienti autonomi che utilizzano **FITMACULA®**. Sebbene la standardizzazione dei questionari per il follow-up rimanga una sfida per il 2026, i primi dati hanno permesso di distinguere chiaramente i bisogni specifici tra pazienti autonomi e quelli con caregiver. La **Cultura della Funzione Visiva e la Rete** hanno raggiunto un consolidamento straordinario: la nostra presenza è cresciuta con **53 Centri Vista Fragile** in Italia e **2 Espace Vision Fragile** in Francia.

Nel campo della **Ricerca e Tecnologia**, il 2025 è stato cruciale: siamo orgogliosi di aver completato la validazione del protocollo clinico sperimentale per il sistema **STABILENS**, essenziale per la valutazione del rischio di caduta. A ciò si aggiungono la finalizzazione del prototipo **LEDDLES2.0** e l'avvio della progettazione di un nuovo modello **FitMacula** più leggero e meno stigmatizzante.

In termini di **Impatto sul Lavoro e Governance**, la survey interna e la valutazione SABI confermano l'alto focus su **Realizzazione Professionale** e **Impegno Contrattuale con i Dipendenti**, sostenuti da forte fiducia e attaccamento al brand.

Prospettive e Obiettivi 2026

Gli obiettivi per il 2026 mirano a un'ulteriore evoluzione, focalizzata sulla traduzione della ricerca in soluzioni concrete e sul rafforzamento strutturale:

- **R&S e Prodotto:** Avvio delle sperimentazioni cliniche di **STABILENS** (anche per attività dinamiche) e presentazione dei nuovi prototipi LEDDLES e FitMacula entro fine anno.
- **Governance Scientifica:** Costituzione dell'**Advisory Board tecnico-scientifico** per orientare la strategia di R&S e aumentare la **Divulgazione** scientifica (almeno 1 articolo e 2 conferenze).
- **Impatto sul Lavoro:** Implementazione del **Job Evaluation & Career Path** per definire ruoli e percorsi di carriera più trasparenti.
- **Misurazione d'Impatto:** Revisione e standardizzazione dei questionari per una **raccolta dati longitudinale** più robusta, stratificando i pazienti per livello di fragilità.¹
- **Inclusione:** Affrontare la carenza formale in **Diversità, Equità e Inclusione** (attualmente "rosso" su SABI) avviando il processo per la **Certificazione di Genere** nel 2026.

METODOLOGIA: SABI e Quadro Logico dell'impatto

Per l'annualità 2025, Fonda ha scelto di strutturare il proprio processo di valutazione dell'impatto seguendo un percorso che **unisce la visione strategica interna alla verifica terza**. La metodologia utilizzata, infatti, si basa sull'integrazione tra il **Quadro Logico dell'Impatto costruito internamente** e la **valutazione terza ottenuta tramite SABI - Strumento di Autovalutazione del Buon Impatto** (<https://labuonaimpresa.it/lautovalutazione/>).

Il processo ha avuto inizio con la definizione di un Quadro Logico dell'Impatto, un **modello di analisi causale** che ci ha permesso di connettere le risorse impiegate e le attività operative ai cambiamenti reali generati nel lungo periodo. Attraverso questo strumento, basato sulla "Theory of Change" (<https://www.theoryofchange.org/what-is-theory-of-change/>) abbiamo identificato il nesso tra gli input aziendali, i risultati immediati (output) e gli impatti duraturi (outcome) sui nostri stakeholder. Questo passaggio è stato cruciale per identificare quegli indicatori chiave di prestazione (KPI) che meglio rappresentano la nostra capacità di generare valore sociale e ambientale in linea con le finalità di beneficio comune espresse nel nostro Statuto.

Per dare oggettività e terzietà a questa analisi interna, abbiamo scelto di sottoporre le nostre performance allo standard SABI, fondato sul paradigma de La Buona Impresa (<https://labuonaimpresa.it/>). L'utilizzo di questo **strumento di valutazione, esterno e indipendente, così come richiesto dai requisiti previsti dalla legge 208/2015 in materia di Società Benefit**, ci permette di valutare il nostro profilo di beneficio comune attraverso una metrica strutturata e multidimensionale. Il SABI ci ha consentito di analizzare le performance aziendali su aree chiave quali il governo dell'ente, i lavoratori, gli altri stakeholder (clienti, fornitori, comunità) e l'ambiente.

L'integrazione tra la logica del Quadro Logico e la misurazione tramite SABI garantisce che ogni dato riportato in questo documento sia il risultato di un processo verificabile e orientato al miglioramento continuo. In questo modo, **la relazione non si limita a fotografare i risultati raggiunti, ma diventa uno strumento dinamico per orientare le scelte strategiche future**, assicurando che l'impatto positivo dichiarato sia supportato da evidenze concrete e da una metodologia riconosciuta e trasparente.