LUZ S.r.l. Società Benefit

RELAZIONE DI IMPATTO 2025

Piazza Fontana 6, 20122 Milano
mail info@luz.it

© Gabriella Corrado / LUZ

INDICE

CAPITOLO 1: Valori e mission di LUZ

CAPITOLO 2: Persone

CAPITOLO 3: Progetti

CAPITOLO 4: Obiettivi futuri

CAPITOLO 01

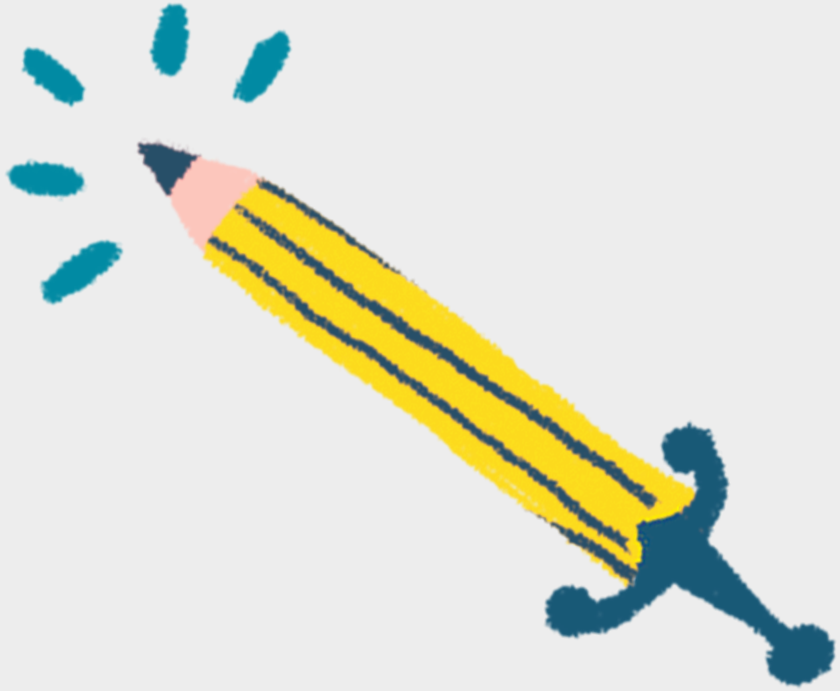
VALORI E MISSION DI LUZ

CHI SIAMO

LUZ S.r.l Società Benefit, è un’Agenzia di Comunicazione human-first & Partner Strategico di Brand che vogliono far emergere i valori dI persone e brand attraverso diverse forme di intrattenimento.

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 e autrici 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:

collaborator3 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 → l3 accompagniamo nel processo di comprensione di quali storie raccontare, perché li rappresentano in qualità di persone, oltre come azienda e li aiutiamo a raccontarsi innanzitutto come persone, prima che come brand
pubblico dei brand con cui collaboriamo → attraverso attività di content marketing, brand journalism e game design 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: diamo luce alle persone e alle loro passioni, aiutandole a raccontare le loro storie.

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, responsabilizzzando l3 collaborator3 e 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

INVESTOR DECK:
tra innovazione tecnologica e relazione umana

Un progetto funzionale al racconto di un’azienda del mondo del real estate agli investitori in modo chiaro e coinvolgente e mostrando come la tecnologia possa semplificare processi, rendendoli scalabili e più efficienti, senza sostituire l’interazione umana: in un equilibrio che valorizza sia l’innovazione sia il ruolo centrale delle persone nel rapporto con i clienti.
Per incentivare l’investimento in una società che NON sostituisce l’umano con la tecnologia ma le valorizza insieme.

L’obiettivo: dimostrare che una azienda Real Estate può usare l’innovazione per portare valore agli investitori ma anche alle comunità e al territorio, valorizzando sempre l’intervento umano.

IL SENSO DEI SOLDI: un talk per indagare il nostro rapporto coi soldi

Il senso che diamo ai soldi influenza il nostro rapporto con essi. Partendo da questo insight abbiamo realizzato un evento e una serie di comunicazioni per far dialogare una consulente finanziaria con grande competenza e profondità di vedute - Milena Bardoni - insieme a persone appartenenti a mondi diversi ed età diverse, per discutere di soldi unendo discipline che si espandono dal campo scientifico alla pedagogia, fino all'ambito aziendale.
Durante l'evento dal vivo, abbiamo usato delle dinamiche di gioco per intrattenere il pubblico
e promuovere la riflessione e lo scambio sulle tematiche affrontate.

L'obiettivo: indagare le credenze che abbiamo sui soldi e metterle in discussione, per capire come vogliamo davvero spendere le risorse che abbiamo e usarle per raggiungere obiettivi concreti.

LABORATORI:
spazi per imparare e crescere insieme

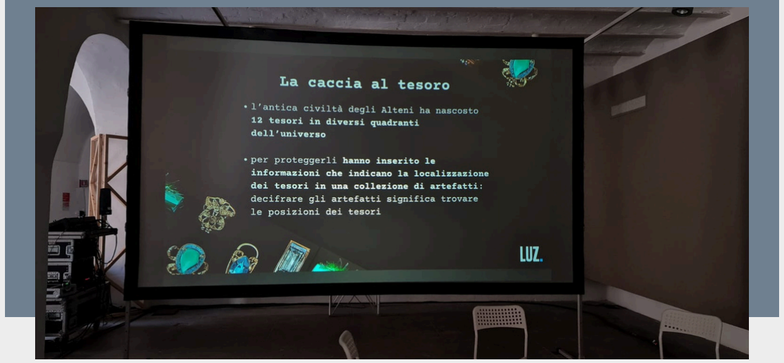
I laboratori Nati per Cambiare, frutto dello studio di LUZ di pedagogia, design thinking e neuroscienze: sono attività di formazione che offrono spazi di sperimentazione e crescita.

Sono pensati per accompagnare aziende e persone nell'affrontare il cambiamento in modo partecipativo e consapevole.
Partiamo da un'analisi approfondita delle esigenze aziendali, individuali e di team, 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.



TREASURE HUNTS: esplorazioni per scoprire nuove prospettive al lavoro

Crediamo che giocare in azienda permetta alle persone di cambiare prospettiva, andando oltre le proprie strutture ed esplorando in un ambiente sicuro, allenando nuove competenze, testando scenari e costruendo nuove abitudini.
Per questo, abbiamo realizzato giochi a squadre - cacce al tesoro, escape room - in diverse realtà aziendali, pensati per allenare competenze quali l'organizzazione, la creatività e la negoziazione.
Tramite queste attività abbiamo:

- reso visibili comportamenti e dinamiche organizzative;
- abbassato le resistenze al cambiamento;
- facilitato l'emergere di nuove soluzioni;
- permesso di sbagliare, apprendere e migliorare.

L'obiettivo: allenare competenze chiave in un contesto informale e di gioco, ma anche osservare il modo di lavorare insieme i team di lavoro già rodati o dar l'opportunità a team appena formati di entrare in sintonia e trovare insieme strategie di lavoro comuni.

ALCUNI ALTRI PROGETTI

BBPM - Rendere i clienti partecipi dei propri valori e condividere un patrimonio culturale: per questo Banco BPM organizza delle esperienze speciali per i propri clienti, in cui si discute di arte, finanza, cultura. Realizzare e documentare occasioni di questo tipo permette di creare coi clienti un rapporto di fiducia, un vissuto collettivo condiviso.

IKEA - Per gli italiani la tavola è un momento di condivisione di cibo e di modi di stare insieme, di tradizioni nuove e antiche, di comunità che si ritrovano e che nascono. Seguendo questa idea sono comparse in diverse città italiane 20 tavole allestite che partono da storie scritte da LUZ e raccolte in tutta Italia, di legami tra le persone che si formano grazie alla tavola: racconti di relazioni che si plasmano attorno e insieme alle ricette.

THE AGENCY LAB - Una newsletter ideata da Alice Siracusano, CEO di LUZ, che nasce dall’idea che le persone siano naturalmente capaci di cambiare. Attraverso semplici spiegazioni di neuroscienza, riflessioni e piccoli esperimenti pratici, il progetto invita a sviluppare maggiore consapevolezza sui propri schemi mentali e sui comportamenti automatici che spesso guidano le nostre reazioni. L’obiettivo è offrire strumenti per riconoscere questi meccanismi, sperimentare nuovi modi di pensare e agire, e riscoprire la propria “agency”, cioè il potere personale di trasformare la propria storia.

CAPITOLO 04

OBIETTIVI FUTURI

Educazione finanziaria e longevità: continuare a esplorare e raccontare il nostro rapporto con il denaro, con particolare attenzione alla gestione finanziaria in relazione alla longevità. Questo significa realizzare progetti di comunicazione che aiutino a pianificare obiettivi di vita in ogni fase ed età, sviluppando un rapporto con il denaro che non sia solo uno strumento per risolvere esigenze pratiche, ma anche una fonte di crescita, consapevolezza e arricchimento interiore.

Progettualità editoriale intergenerazionale: sviluppare progetti editoriali che mettano in relazione più generazioni, creando spazi di apprendimento condiviso tra adulti, ragazzi e bambini. Attraverso strumenti semplici, esercizi e momenti di gioco, l'obiettivo è favorire il dialogo, la consapevolezza emotiva e il pensiero critico. Libri e piattaforme narrative pensate non solo come esperienza individuale di lettura, ma come occasioni di crescita collettiva e di incontro tra generazioni.

Formazione sulla diversità: progettare e realizzare laboratori e strumenti interattivi per promuovere una comunicazione sana e costruttiva nei contesti lavorativi, con un focus specifico sulla valorizzazione delle diversità. L'attenzione è rivolta in particolare alle fasce operative delle aziende e alle persone con minori opportunità di scolarizzazione. L'obiettivo è ridurre i conflitti, migliorare la collaborazione e favorire ambienti di lavoro più inclusivi, tolleranti e rispettosi di tutte le differenze, sviluppando una comunicazione più consapevole.

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

The Agency Lab: Substack

Senso dei Soldi: Video YouTube

Tresure Hunts: Video YouTube