



RELAZIONE DI IMPATTO 2023

Pragmetica S.R.L.
Società Benefit

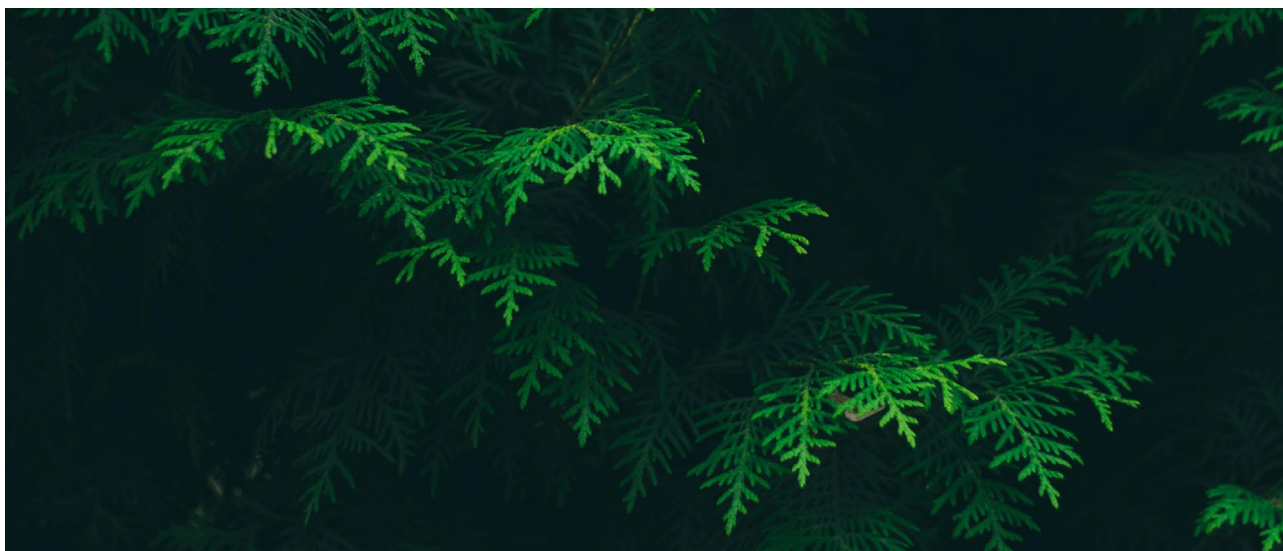


Sommario

01. LA NOSTRA AZIENDA E IL BENE COMUNE	4
L'azienda in breve	4
Vision	5
Mission	6
Dallo statuto	7
Certificazioni	8
Partnership e collaborazioni	8
02. GESTIONE, VALUTAZIONE E RENDICONTAZIONE DELL'IMPATTO	9
Il responsabile d'impatto e le sue attribuzioni	9
La procedura di gestione dell'impatto socio ambientale	12
Individuazione dei principali fattori d'impatto e dei KPI socio ambientali	12
Individuazione dei principali stakeholder	13
Strumento per la valutazione dell'impatto	14
Struttura della presente Relazione d'Impatto	15
03. VALUTAZIONE GENERALE	16
Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo	16
Risultati del BIA generali	22
04. VALUTAZIONE PER AREE	24
Governo d'impresa	24
Comunità	25
Clienti	26
<i>Indicatori di performance sociale</i>	27
Ambiente	30
<i>Indicatori di performance ambientale</i>	31

05. RISULTATI E OBIETTIVI SPECIFICI	33
Consulenza per lo sviluppo organizzativo sostenibile	33
Facilitazione dell'apprendimento individuale e organizzativo	35
Donazioni in denaro o in natura	36
Operato Responsabile, Sostenibile e Trasparente nei confronti di ambiente e stakeholder	37
06. RIEPILOGO DEGLI OBIETTIVI E TARGET PER L'ESERCIZIO SEGUENTE	38
07. CONCLUSIONI	40

01. La nostra azienda e il bene comune



L'azienda in breve

PRAGMETICA è una Società Benefit sin dalla fondazione nel luglio 2019, specializzata nel supportare l'apprendimento che è necessario a individui e organizzazioni per perseguire uno sviluppo sostenibile, verso un futuro desiderabile.

Siamo facilitatori del cambiamento, partner di organizzazioni che cercano di migliorare il mondo con il valore strategico del contributo creativo dei collaboratori. Con attività di assessment, coaching, formazione e consulenza potenziamo capacità di apprendimento, accrescendo nell'organizzazione e nelle persone la competenza nel rispondere alle sfide che caratterizzano la nostra epoca.

La compagine sociale di Pragmetica è costituita da 4 soci: Fabio Fantuzzi, Stefano Rofena, Rita Lambertini e Roberta Conti. Roberta Conti è Amministratore Unico, Fabio Fantuzzi e Stefano Rofena sono operativi come consulenti. Alla data della redazione di questo documento l'azienda non ha lavoratori né dipendenti né collaboratori continuativi.

Vision

Organizzazioni che si sviluppano contribuendo al Bene Comune. Organismi sociali che migliorano continuamente la generazione di valore economico, sociale e ambientale:

- 1** Rendendo il lavoro interno sempre più umano e creativo;
- 2** Valorizzando ogni tipo di diversità tra gli individui;
- 3** Costituendo una comunità di apprendimento per tutti gli stakeholder;
- 4** Producendo prodotti e servizi che generino più valore di quello di cui necessitano;
- 5** Recuperando, tutelando e valorizzando l'ambiente naturale e urbano;
- 6** Mitigando le disuguaglianze sociali a livello locale e globale;
- 7** Realizzando bellezza.

Persone in divenire verso la libertà interiore. Auto motivate per contribuire con i loro talenti al Bene Comune, orientate ad assumere con responsabilità ruoli ed iniziative all'interno delle organizzazioni in cui sono coinvolte.

Mission

Con le nostre attività di consulenza, formazione e coaching, adottando un approccio olistico e interdisciplinare basato sull'integrazione artistica di tecnologia, politica, economia, sociologia, scienze della comunicazione, neuroscienze, psicologia, filosofia e spiritualità, attuiamo diverse forme di facilitazione dell'apprendimento individuale e organizzativo con cui ci proponiamo:

- 1** Di contribuire allo sviluppo e alla transizione sostenibile delle piccole e medie imprese, con riferimento all'Agenda 2030 ONU e alle basi scientifiche che la supportano, negli ambiti economico, sociale e ambientale;
- 2** Di migliorare la capacità delle organizzazioni clienti di generare valore (anche sociale e ambientale), incoraggiando l'auto-responsabilizzazione e lo sviluppo dei singoli che vi collaborano, sia nella dimensione organizzativa sia in quella personale e civica;

Il raggiungimento dei nostri obiettivi sociali e ambientali avverrà soprattutto in modo indiretto, migliorando l'impatto sia delle organizzazioni clienti, sia degli individui che con esse collaborano. Per le organizzazioni il miglioramento sarà misurato introducendo e utilizzando sistemi di valutazione d'impatto.

Ci proponiamo inoltre di sostenere, con donazioni e attività pro bono, progetti nell'ambito della salute, del benessere e dell'educazione dell'infanzia e dell'adolescenza.

Dallo statuto

... In qualità di Società Benefit, ai sensi e per gli effetti della legge n. 208 del 28 dicembre 2015, articolo unico, commi 376-384, la società intende perseguire, oltre al fine di lucro, una o più finalità di beneficio comune ed operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori, ambiente, beni, attività culturali e sociali, enti ed associazioni ed altri portatori di interesse, contribuendo a soddisfare la domanda di capacità di apprendimento adulto generata dalla crescente accelerazione del cambiamento in ambito tecnologico, economico e sociale, fornendo consulenza per facilitare percorsi di cambiamento – organizzativo e individuale – in ambito aziendale e privato, verso lo sviluppo di nuove forme organizzative e singole iniziative auto-responsabili, tese alla realizzazione del bello, del vero e del buono nel rispetto della sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

Nel perseguimento del sopracitato scopo "benefit" (mission) la società si ispira alla piattaforma ONU dei Sustainable Development Goals 2030 (in acronimo SDG2030), da intendersi quale base di riferimento per definire le azioni da svolgere per ottenere benefici comuni ed alle figure storiche di Rudolf Steiner e di Adriano Olivetti.

...

b) ai sensi dell'articolo unico, comma 379 della legge n. 208/2015 le finalità specifiche di beneficio comune (come definite dall'articolo unico comma 378 lettera a) della legge n. 208/2015) che la società intende perseguire, nell'esercizio della propria attività, oltre allo scopo di dividerne gli utili, consistono nel contribuire, attraverso le sopra indicate attività:

– allo sviluppo delle capacità umane ed organizzative, alla facilitazione del cambiamento, con particolare attenzione allo sviluppo personale della consapevolezza al fine di una piena e autonoma realizzazione delle persone, in particolare nell'ottica dello sviluppo sostenibile;
– contribuire nei suddetti campi di azione

all'educazione di bambini, giovani e adulti; cittadini, amministratori ed educatori; imprenditori, executive e lavoratori, con particolare attenzione al miglioramento delle capacità di apprendimento. Il perseguimento di tali benefici comuni, con particolare riguardo alle persone, comunità e territori dove la società opera, sarà realizzato, oltre che tramite iniziative in proprio, attraverso la partecipazione e il sostegno economico, anche attraverso l'erogazione di prestazioni pro bono, all'attività e alle iniziative educative, culturali e di ricerca di soggetti pubblici o privati, enti, fondazioni e/o organizzazioni no profit o che perseguano comunque fini educativi, di solidarietà sociale e benessere comune.

....

A fini di sintesi e chiarezza, nel seguito del presente documento ci riferiremo alle **finalità specifiche di bene comune** sopra indicate con le seguenti denominazioni:



Consulenza per lo sviluppo organizzativo sostenibile



Facilitazione dell'apprendimento individuale e organizzativo



Donazioni in denaro o in natura

Certificazioni



Abbiamo ottenuto la

Certificazione B Corp

In data

15 aprile 2022

Con punteggio

84/200

Partnership e collaborazioni

Siamo soci di

**Assobenefit &
AssoretipiMI**



ASSORETIPMI
ASSOCIAZIONE RETI DI IMPRESE PMI

Abbiamo promosso la nascita di

Beenefit



Beenefit

Beenefit riunisce Società Benefit che forniscono servizi utili per il miglioramento dell'impatto delle aziende, con lo scopo di presentare alle stesse una via semplice per fare passi concreti nel complesso mondo della sostenibilità.

02.

Gestione, valutazione e rendicontazione dell'impatto

Il Responsabile d'impatto e le sue attribuzioni

Responsabile dell'impatto è **Fabio Fantuzzi**, uno dei due soci operativi come consulenti, che nella fattispecie è specializzato nella consulenza alle imprese per la transizione sostenibile, e riveste lo stesso ruolo anche in alcune aziende clienti.

MANSIONI



01

SUPERVISIONARE

o svolgere in prima persona, le attività interne (come ad esempio la produzione di documenti), necessarie per la corretta attuazione dei piani d'azione, anche ai fini dell'ottenimento di certificazioni, rating e simili



02

PROVVEDERE

all'esecuzione di audit interni



03

PROVVEDERE

all'aggiornamento dei rilievi (e delle relative eventuali elaborazioni) di dati, misuratori e KPI nonché al loro inserimento sul Registro Socio Ambientale



05

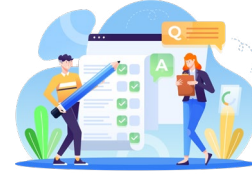
PROVVEDERE

alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari di soddisfazione dei clienti

04

PROVVEDERE

alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari socio ambientali per i fornitori



RESPONSABILITÀ



01

SUPERVISIONARE

la gestione dell'impatto socio ambientale dell'azienda



03

MONITORARE

lo svolgimento delle attività aziendali necessarie per il raggiungimento degli obiettivi

02

PROPORRE

all'assemblea obiettivi e target



04

SEGNALARE

tempestivamente all'Assemblea situazioni che pregiudichino il raggiungimento degli obiettivi e proporre interventi di correzione





05

PREDISPORRE

annualmente la relazione d'impatto



07

SOTTOPORRE

Sottoporre almeno una volta all'anno, entro gennaio, all'esame dell'organo amministrativo:

- L'andamento dei KPI e degli altri indicatori;
- Lo stato di raggiungimento degli obiettivi;
- I risultati dei sondaggi di soddisfazione di clienti;
- La bozza di relazione d'impatto comprendente;
- La valutazione relativa all'anno fiscale terminato e i nuovi obiettivi.



09

INDIVIDUARE

opportunità per valorizzare l'impatto socio ambientale dell'azienda a livello reputazionale e di mercato



06

ASSICURARE

il rispetto di tutte le scadenze



08

PRESENTARE

all'organo amministrativo opportunità e proposte in merito a:

- In generale il miglioramento dell'impatto sociale e ambientale dell'azienda;
- Il miglioramento della soddisfazione dei clienti
- La riduzione degli impatti ambientali negativi diretti;
- La riduzione gli impatti negativi ambientali e sociali indiretti della catena di fornitura e di quella di distribuzione;
- L'incremento qualitativo e/o quantitativo del valore prodotto per gli stake holder dell'azienda.



10

ASSICURARSI

che l'azienda ottemperi all'obbligo di pubblicazione della relazione d'impatto sul sito Internet e al deposito della stessa unitamente al bilancio civilistico

La procedura di gestione dell'impatto socio ambientale

La procedura è visualizzabile sul sito aziendale a questo link:

<https://www.pragmetica.it/procedura-di-gestione-dellimpatto/>

Individuazione dei principali fattori d'impatto e dei KPI socio ambientali

L'attività di Pragmetica SB è per una componente rilevante direttamente rivolta al miglioramento dell'impatto socio ambientale dei clienti, e per l'altra comunque indirizzata a forme di apprendimento individuale o organizzativo. L'azienda non ha una sede e non ha lavoratori. L'attività viene svolta in parte da remoto attraverso video-call e in parte presso i clienti.

Sulla base di queste caratteristiche del modello di business, i **KPI socio ambientali** individuati sono i seguenti:

KPI1

Percentuale di fatturato proveniente da attività di consulenza per lo sviluppo sostenibile

KPI2

Miglioramento percentuale del punteggio BIA dei clienti di servizi di transizione sostenibile serviti durante l'anno per almeno 3 mesi

KPI3

Livello medio di soddisfazione clienti di servizi di transizione sostenibile (da sondaggi range 1-10)

KPI4

Percentuale di fatturato proveniente da attività di consulenza per lo sviluppo sostenibile

KPI5

Miglioramento percentuale del punteggio BIA dei clienti di servizi di transizione sostenibile serviti durante l'anno per almeno 3 mesi

KPI6

Livello medio di soddisfazione clienti di servizi di transizione sostenibile (da sondaggi range 1-10)

Individuazione dei principali stakeholder



Partner



Clienti



Organizzazioni
destinatari
delle donazioni
in natura o in
denaro

Dal momento che l'impatto socio ambientale di Pragmetica SB è di natura soprattutto **indiretta**, in quanto ottenuto attraverso la transizione sostenibile dei clienti, è in particolare la categoria dei **clienti** ad avere **importanza prevalente**.

Come già indicato, attualmente **l'azienda non ha lavoratori dipendenti** e neanche collaborazioni continuative. Le forniture sono in massima parte di **servizi immateriali**, quindi con poco significativo impatto ambientale.

Alcune **partnership** sono informalmente in atto, ma il loro ruolo effettivo nel modello di business, al di là di quello potenziale, non è ancora sufficientemente chiaro.

Per quanto riguarda l'individuazione delle **organizzazioni destinatarie delle donazioni in natura o in denaro**, si sono adottati approcci diversificati, includendo organizzazioni molto piccole nei confronti delle quali c'erano contatti personali diretti, e altre invece di rilevanza internazionale



Strumento per la valutazione dell'impatto

Lo strumento individuato per la valutazione dell'impatto, con riferimento all'allegato 4 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208, è il B Impact Assessment (BIA) di B Lab. Tale strumento è pienamente conforme ai requisiti definiti dal sopracitato Allegato.

B Impact Assessment

Business needs comprehensive, credible, comparable impact standards to support economic systems change.

Used by more than 150,000 businesses, the B Impact Assessment is a digital tool that can help measure, manage, and improve positive impact performance for environment, communities, customers, suppliers, employees, and shareholders; receiving a minimum verified score of 80 points on the assessment is also the first step towards B Corp Certification.*

* <https://www.bcorporation.net/en-us/programs-and-tools/b-impact-assessment/>

The logo features a large, bold, black letter 'B' enclosed within a black circle. Below the circle is a thick horizontal black line. To the right of this graphic, the words 'Impact' and 'Assessment' are stacked vertically in a large, bold, black sans-serif font.

B Impact Assessment



Struttura della presente relazione d'impatto

La presente Relazione d'Impatto, oltre alla precedente parte descrittiva generale dell'azienda, al fine di rendicontare l'impatto sociale e ambientale si articola nelle seguenti parti:

03. La valutazione dell'andamento generale dell'impatto socio ambientale, avvalendosi dell'indicatore sintetico costituito dal punteggio BIA

04. La valutazione sintetica dell'andamento dell'impatto nelle aree previste dall'allegato 5 dell'Art. 1 comma 378. di L. 28-12-2015 n. 208

05. Risultati e obiettivi specifici, con riferimento alle finalità specifiche di bene comune indicate nella parte Benefit dello Statuto

06. Riepilogo di tutti gli obiettivi e target per l'esercizio seguente

07. Una parte conclusiva che evidenzia i tratti salienti del modo in cui l'azienda sta contribuendo e si propone di contribuire al Bene Comune.

*La numerazione parte da 3 per essere allineata a quella delle sezioni che seguono.

03. Valutazione generale

Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo

Vogliamo ripercorrere con voi le principali tappe che, secondo noi, hanno contraddistinto il 2023 in termini di sostenibilità. Ecco i principali sviluppi a livello europeo sul piano politico e giuridico:

La Commissione UE ha approvato il **Piano industriale Green Deal** per accelerare la transizione verso la neutralità climatica, rafforzando la competitività dell'Europa nell'utilizzo di tecnologie pulite.



Sono stati introdotti criteri più rigorosi contro il **greenwashing** e le asserzioni ambientali ingannevoli, con il fine di garantire più trasparenza e chiarezza nella comunicazione di prodotto e dei servizi sostenibili.



È stata fondata la Banca Europea dell'idrogeno per sostenere gli investimenti nella produzione di idrogeno verde proveniente da fonti di energia rinnovabile.



Il governo italiano ha approvato la revisione della Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile, con 72 obiettivi rilevanti per le scelte strategiche nazionali.



La commissione ambiente del Parlamento europeo ha adottato una proposta di regolamento per rendere il packaging più facile da riutilizzare e riciclare.



Si è tenuta a Dubai la COP28 in cui si sono discussi i nuovi piani d'azione in termini di sostenibilità per affrontare la crisi climatica.



EFRAG ha presentato una nuova bozza per definire gli standard di reporting di sostenibilità per le PMI.



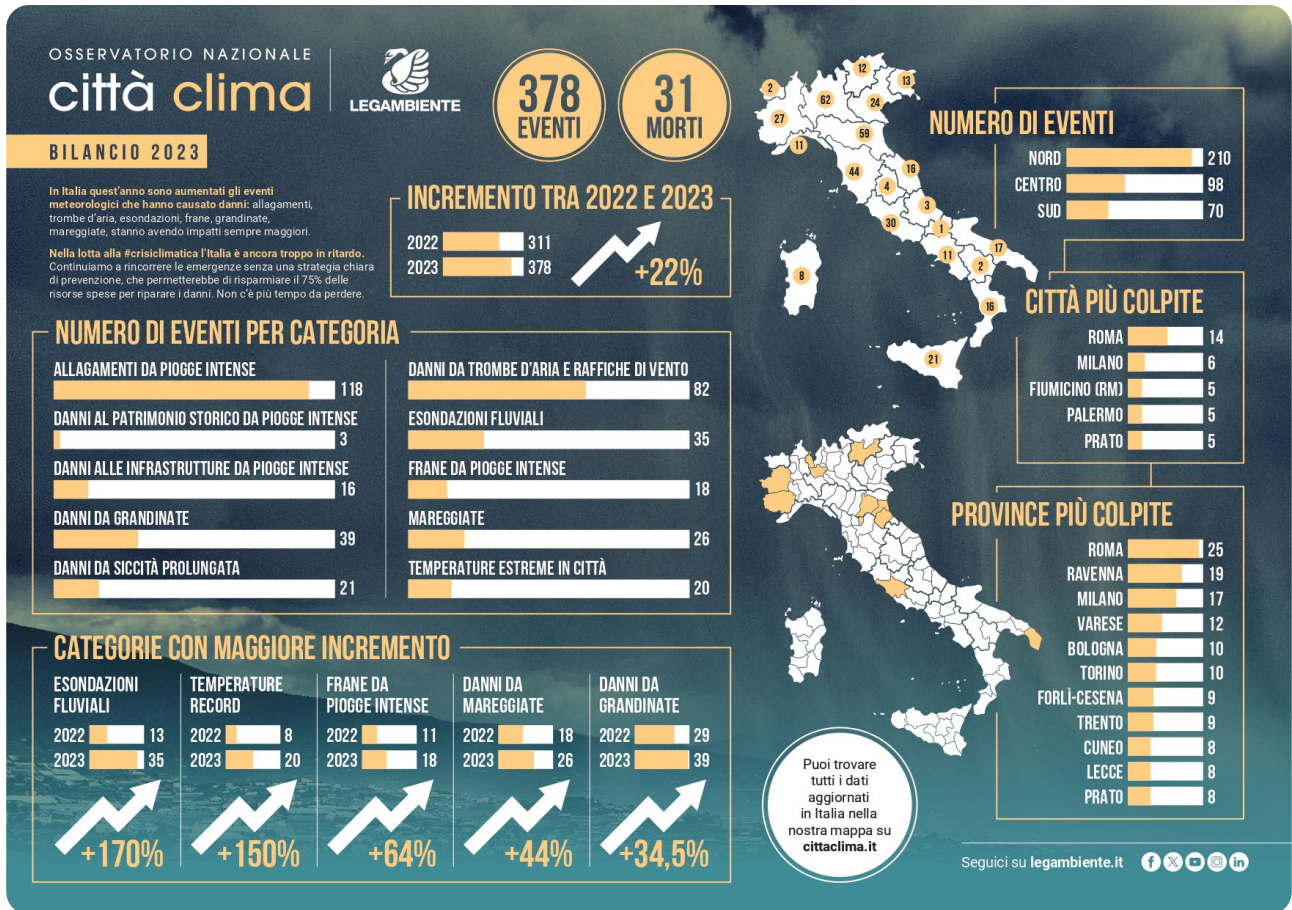
Il Parlamento europeo ha adottato una nuova versione modificata della Corporate Sustainability Due Diligence Directive, estendendo l'applicazione alle aziende e imponendo sanzioni severe per gli impatti negativi sui diritti umani e sull'ambiente.



Dal 17 Dicembre 2023 sono entrate in vigore le nuove norme riguardanti il sistema Whistleblowing, strumento che permette di segnalare in forma anonima eventuali illeciti avvenuti in ambito lavorativo ed estendendo l'obbligo a più imprese.

È stato raggiunto accordo politico sulle direttive per le filiere sostenibili previste per 2024: Green Claims e Corporate Sustainability Due Diligence Directive o Supply Chain Act.





Nel 2023 in Italia l'incidenza di eventi climatici di eccezionale intensità è aumentata del 22% negli ultimi 12 mesi rispetto al 2022. Sulla base dell'Osservatorio Città Clima di Legambiente il 2023 è diventato l'anno con il maggior numero di fenomeni ambientali estremi, come conseguenza del cambiamento climatico in atto. In totale gli episodi avversi sono stati 378, con danni miliardari e la morte di 31 persone. Stando ai dati pubblicati dall'Osservatorio, l'area più colpita è stata il Nord Italia con 210 eventi meteorologici estremi, seguita dal Centro (98) e dal Sud (70). Ad aumentare sono stati le alluvioni ed esondazioni fluviali (+170% rispetto al 2022), le temperature record nelle aree urbane (+150%), le frane da piogge intense (+64%), le mareggiate (+44%), i danni da grandinate (+34,5%), e gli allagamenti (+12,4%). Con temperature sempre più alte e un ulteriore scioglimento dei ghiacci perenni a causa

dell'innalzamento di quota dello zero termico, raggiunto a 5.328 metri sulle Alpi. Sul piano geopolitico, come è noto, il 2023 ha visto il proseguimento del conflitto tra Russia e Ucraina e, dopo le azioni di Hamas del 7 ottobre, lo scatenarsi delle rappresaglie ancora in corso di Israele sulla striscia di Gaza, con, purtroppo, il prevedibile allargarsi delle conflittualità che hanno iniziato a coinvolgere da un lato USA e alleati e, dall'altro, le forze che sostengono Hamas. Nel frattempo hanno destato preoccupazione la questione dell'autonomia di Taiwan in vista delle elezioni e la crescente minacciosità del regime di Kim Jong-Un in Corea del Nord. In questo scenario, il Fondo Monetario Internazionale prevede un rallentamento della crescita dell'economia mondiale manifestatasi in uscita dalla crisi Covid-19.

A che punto siamo con lo sviluppo sostenibile nel 2023?

Secondo ASviS i progressi nel nostro Paese sono “decisamente insufficienti”, e lo dimostrano i dati provenienti dagli indicatori compositi elaborati dall’Alleanza. Sei dei 17 SDGs nel nostro Paese sono peggiorati rispetto al 2010: parliamo di povertà (Goal 1), sistemi idrici e socio-sanitari (Goal 6), qualità degli ecosistemi terrestri e marini (Goal 14 e 15), governance (Goal 16) e partnership (Goal 17). Tre si dimostrano sostanzialmente stabili: cibo (Goal 2), disuguaglianze (Goal 10) e città sostenibili (Goal 11). Sei registrano miglioramenti molto contenuti: istruzione (Goal 4), parità di genere (Goal 5), energia rinnovabile (Goal 7), lavoro dignitoso (Goal 8), innovazione e infrastrutture (Goal 9), lotta al cambiamento climatico (Goal 13). Infine, due Obiettivi (salute, Goal 3, ed economia circolare, Goal 12) mostrano segnali più incoraggianti. Per nove Obiettivi sui 14 per cui sono disponibili dati, le disuguaglianze tra Regioni sono in aumento. Questi dati corrispondono a una condizione nazionale critica. Dal punto di vista sociale “quasi due milioni di famiglie, al cui interno vivono 1,4 milioni di minori, sono in condizione di povertà assoluta; le disuguaglianze tra ricchi e poveri sono in crescita e quasi cinque milioni di giovani 18-34enni (quasi uno su due) presentano almeno un segnale di deprivazione; la spesa pubblica sanitaria e per l’istruzione è nettamente inferiore a quella europea; l’abbandono scolastico è pari all’11,5% e tocca il 36,5% tra i ragazzi stranieri; la disoccupazione giovanile è superiore al 20% e 1,7 milioni di giovani non studiano e non lavorano (Neet); le disuguaglianze di genere sono ancora forti e si registrano inaccettabili violenze nei confronti delle donne”. Ma anche sul fronte ambientale la situazione non migliora: “In Italia si registra il 42% di perdite dei sistemi idrici e solo il 21,7% delle aree terrestri e il 6,9% di quelle marine sono protette”. Sul lato economico “rimane forte la componente del lavoro irregolare (tre milioni di unità)”, ma migliora l’economia circolare e cresce il tasso di innovazione (anche se molte imprese mostrano resistenze a investire sulle trasformazioni digitale ed ecologica, e più in generale sulla

sostenibilità). “Non ci siamo proprio”, commenta Giovannini. L’analisi di ASviS delle opinioni della popolazione italiana (raccolte sulla base delle ricerche condotte da Ipsos) su una serie di aspetti connessi alle dimensioni dell’Agenda 2030 afferma che cresce nella popolazione la consapevolezza sulla necessità di uno sviluppo sostenibile, ma anche lo scetticismo.

L’importanza di imboccare un percorso sostenibile è presente tra gli italiani e le italiane: circa un terzo delle persone conosce l’Agenda 2030, percentuale che sale al 58% tra gli studenti (era il 43% nel 2019). Tra chi conosce l’Agenda 2030, il 19% (era l’11% nel 2019) ritiene che tutti gli SDGs dovrebbero avere pari dignità e dovrebbero essere considerati in modo complessivo. Il restante 81% identifica invece delle priorità: al primo posto si conferma la “lotta al cambiamento climatico”, ma salgono all’attenzione anche “lavoro dignitoso e crescita economica” e “salute e benessere” a scapito di “energia pulita e accessibile” e della qualità degli ecosistemi terrestri. Aumenta però anche la quota degli scettici, cresciuta dal 13% di tre anni fa al 22%, anche a causa di una crescente percezione di fenomeni di greenwashing.

Secondo l’analisi di ASviS l’Ue presenta, dal 2010 a oggi, progressi per gran parte dei Goal. Però si tratta di “miglioramenti contenuti”. Se si prende come riferimento il 2015 (anno di approvazione dell’Agenda 2030), la maggior parte dei Goal presenta progressi lievi, fatta eccezione per i Goal 5 e 8, che registrano miglioramenti superiori al 5% tra il 2015 e il 2020. Solo il Goal 15 peggiora, mentre i Goal 11 e 17 rimangono sostanzialmente stabili. L’Italia, messa in relazione con gli altri Paesi Ue, si trova spesso nella metà bassa della classifica.

Nella Relazione d'Impatto del 2022 affermavamo:

Si è comunque constatata, come fattore contestuale, una persistente lentezza e incertezza delle aziende potenziali clienti che, in moltissimi casi, manifestano interesse per l'argomento (della transizione sostenibile), salvo poi rimandare i passi concreti ad un futuro più o meno indefinito. Il che presenta nella piccola scala lo stesso fenomeno di procrastinazione che costituisce il più grave fattore di inadeguatezza e ritardo della conversione verso lo sviluppo sostenibile a livello globale.



Il 2023, come definiscono i dati di bilancio, è stato per Pragmetica un anno difficile, sul piano sia soggettivo che oggettivo. Uno dei dati più evidenti è il ridimensionamento delle attività di sviluppo organizzativo, affiancato dalla lentezza (almeno dal nostro punto di vista) del mercato dell'accompagnamento delle aziende alla transizione sostenibile. Non abbiamo elementi certi ma, tenendo in considerazione oltre alle nostre impressioni anche quanto scambiato con colleghi e altri soggetti attivi per la sostenibilità aziendale, si conferma la tendenza, da parte di aziende anche motivate al riguardo, a posizionare le azioni sostenibili verso la coda della scala delle priorità.

È inoltre in atto a nostro avviso una specie di sfida tra l'approccio ESG, che dà importanza alle cose nella misura in cui si traducono in denaro, e l'approccio dell'impatto, che mette invece al centro gli aspetti sostanziali. Noi siamo nettamente schierati a favore del secondo, che senza il traino della motivazione monetaria appare al momento relativamente meno attraente per la maggior parte delle aziende.

Risultati del BIA generali



L'alto punteggio ottenuto è dovuto principalmente al fatto che **l'intera attività (fatturabile) aziendale è orientata al bene comune**, in quanto o supporta tout court la transizione sostenibile dei clienti, o consiste in facilitazione dell'apprendimento individuale e organizzativo, in un'ottica anche di sviluppo personale dei lavoratori, nella direzione della auto responsabilizzazione.

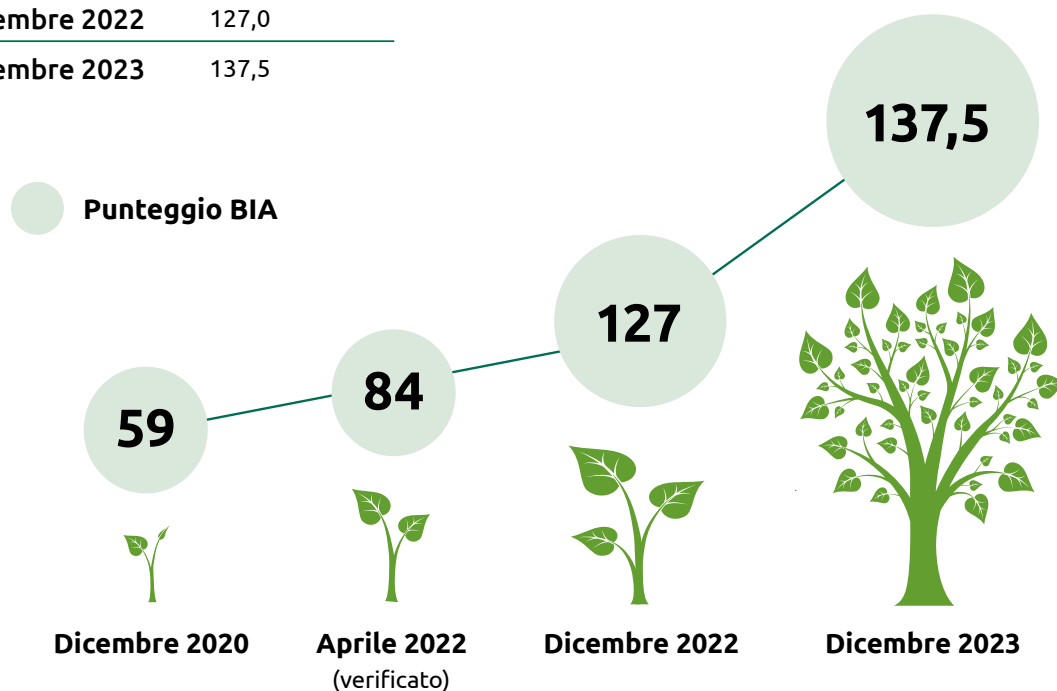
B Impact Assessment 2023

137,5 punti

Come noto, utilizzando il B Impact Assessment, la valutazione è in una scala 0/200 e la soglia di 80 punti distingue le aziende che funzionano con assetto 'estrattivo' da quelle che funzionano con assetto 'rigenerativo'.

Il report completo del B Impact Assessment è disponibile in coda alla presente Relazione d'Impatto.

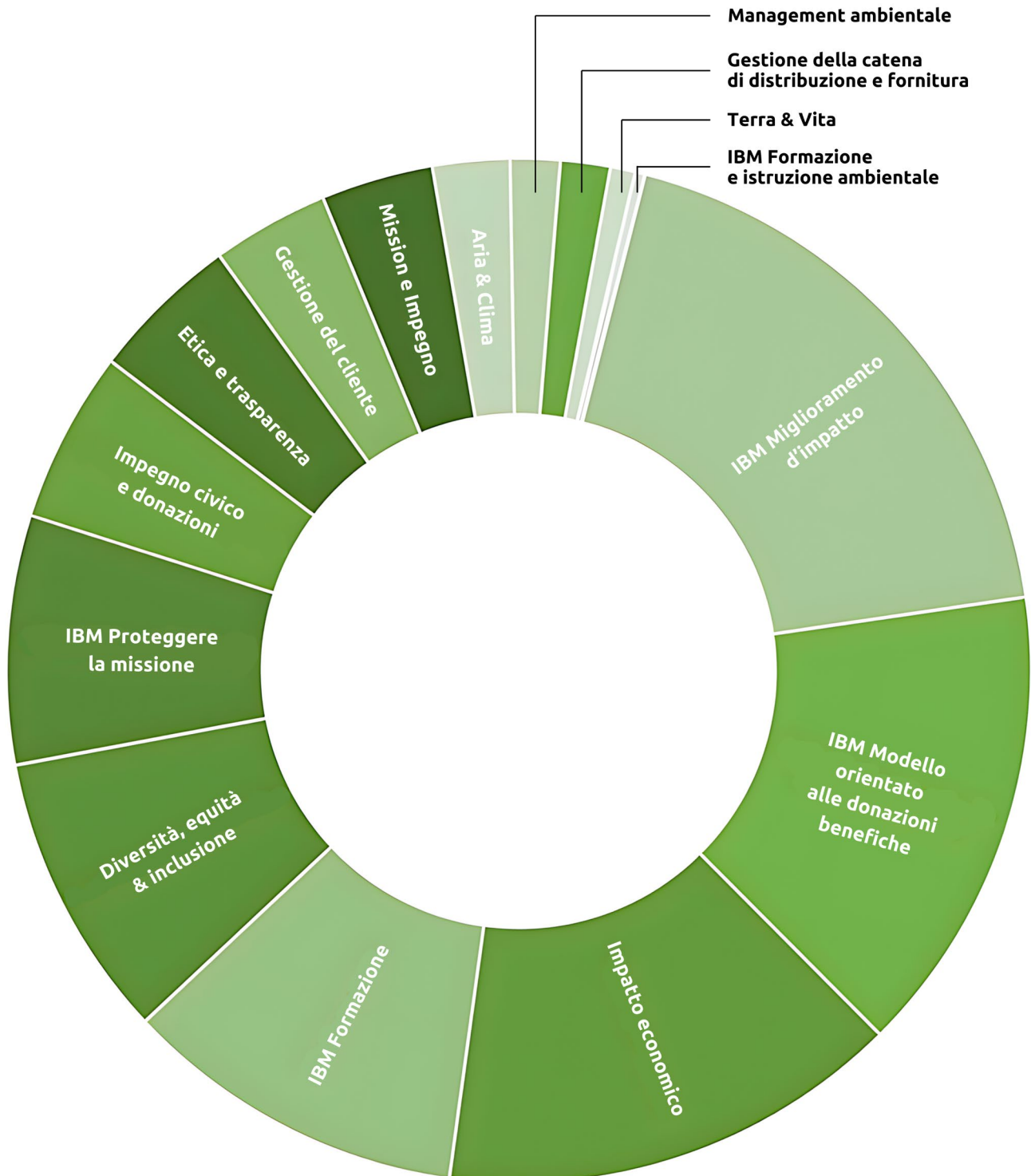
Dicembre 2020	59,0
Novembre 2021*	128,0
Aprile 2022	84,0 verificato
Dicembre 2022	127,0
Dicembre 2023	137,5



*Il forte scostamento tra punteggio auto valutato del 2021 e quello successivamente verificato è dovuto al fatto che nella autovalutazione sono stati presi in considerazione erroneamente gli ultimi 12 mesi invece dell'esercizio precedente, il che ha determinato la non applicabilità degli IBM (Impact Business Model) che sono invece caratteristici dell'azienda. Il risultato del 2023 è in miglioramento su quello del 2022.

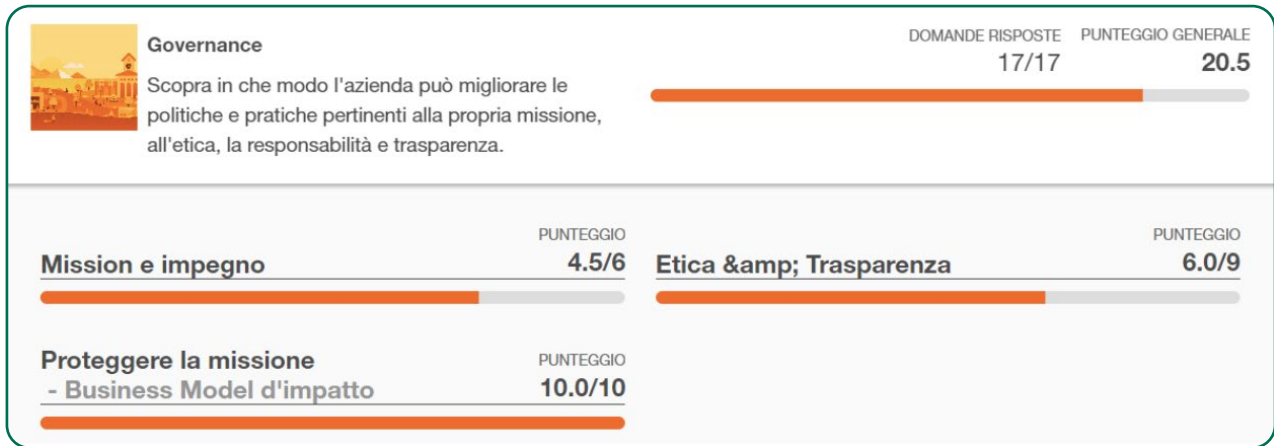
Composizione del punteggio BIA

Nel seguente diagramma viene illustrato il contributo dato al nostro punteggio generale alle diverse categorie BIA. Questa rappresentazione permette di comprendere quali sono **gli aspetti principali dell'impatto sociale e ambientale di Pragmetica SB**.

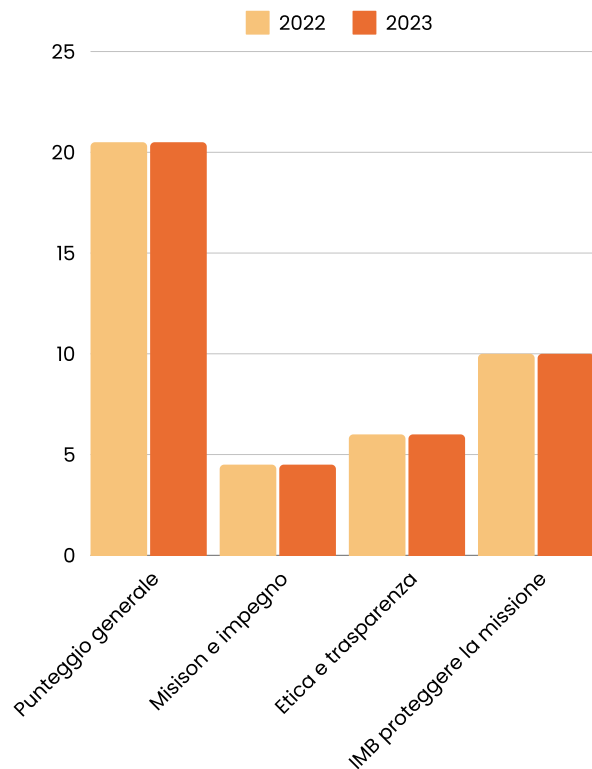


04. Valutazione per aree

Governo d'impresa



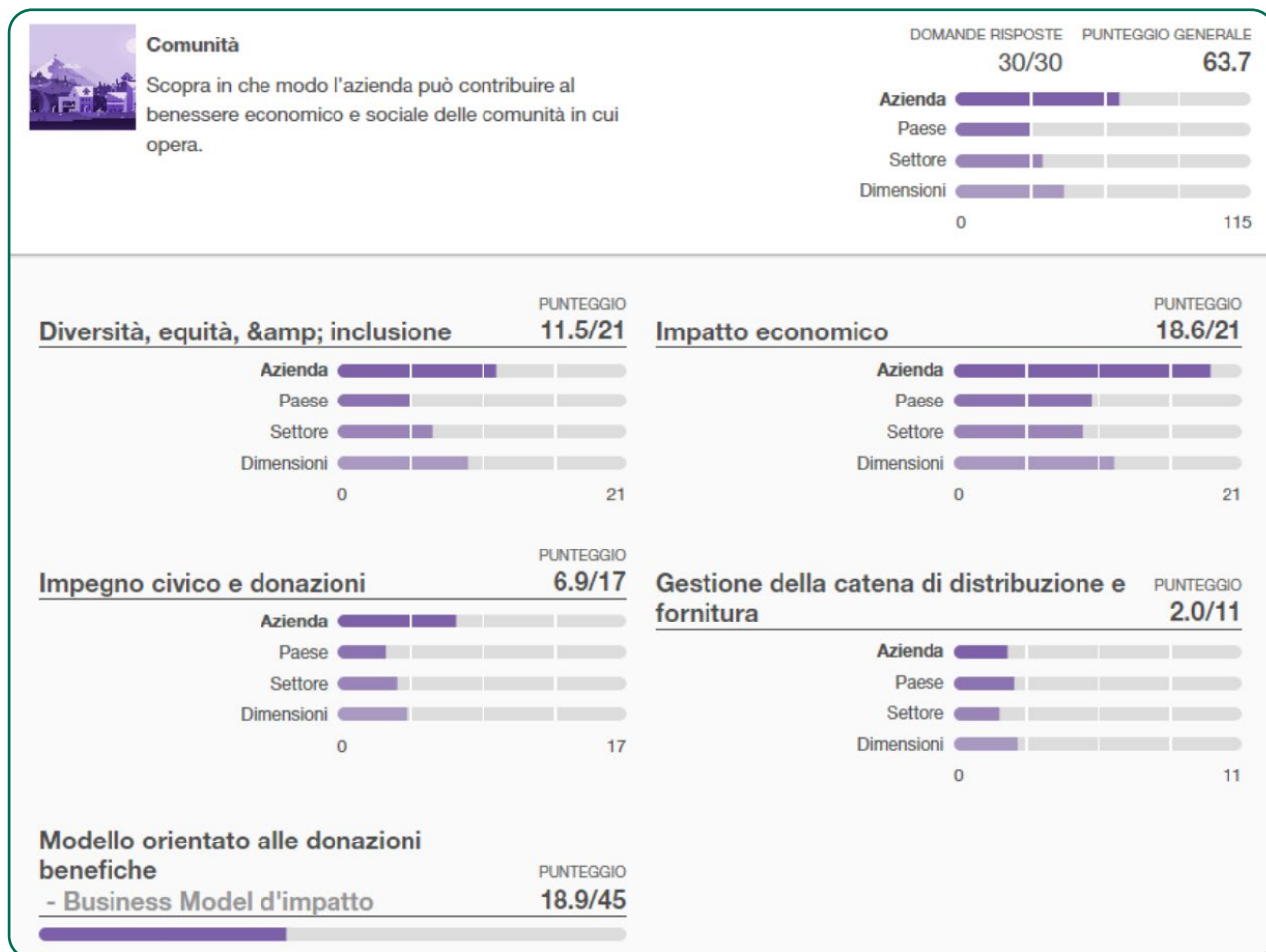
GOVERNANCE	2022	2023
Punteggio generale	20,5	20,5
Mission e impegno	4,5	4,5
Etica e trasparenza	6,0	6,0
IBM Proteggere la missione	10,0	10,0



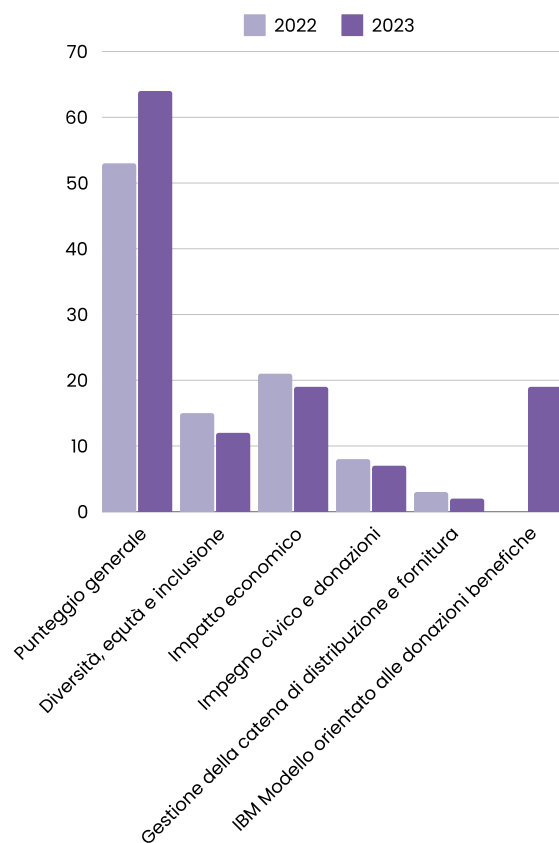
Lavoratori

L'azienda non ha né lavoratori assunti a libro paga né collaboratori esterni che operino in modo continuativo (più di 6 mesi all'anno) e intensivo (più di 20 ore alla settimana). Pertanto la sezione Lavoratori del B Impact Assessment non si attiva. I lavoratori sono tre dei soci: due persone per le operation e una per l'amministrazione.

Comunità

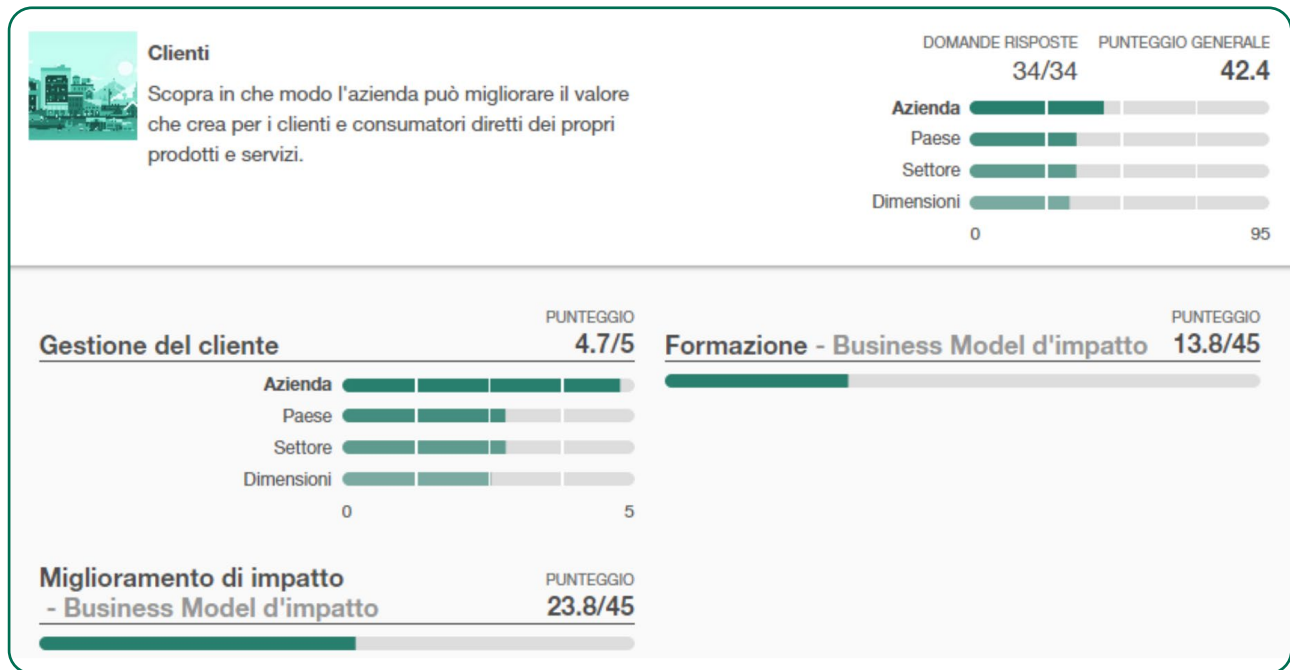


COMUNITÀ	2022	2023
Punteggio generale	52,9	63,7
Diversità, equità e inclusione	14,7	11,5
Impatto economico	21,0	18,6
Impegno civico e donazioni	8,2	6,9
Gestione della catena di distribuzione e fornitura	2,4	2,0
IBM Modello orientato alle donazioni benefiche		18,9

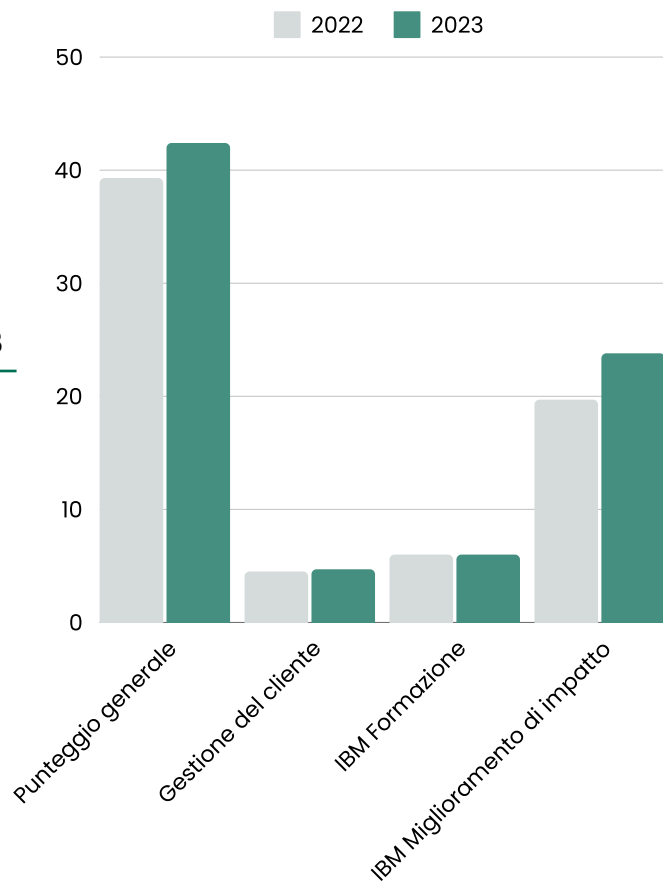


Il punteggio 2023 sopravanza nettamente quello del 2022 grazie all'attivazione del Modello di Business d'Impatto 'Modello orientato alle donazioni benefiche'. L'azienda è infatti impegnata a donare almeno il 20% dell'utile.

Clients



CLIENTI	2022	2023
Punteggio generale	39,3	42,4
Gestione del cliente	4,5	4,7
IBM Formazione	15,0	13,8
IBM Miglioramento di impatto	19,7	23,8



Indicatori di performance sociale

Comunità e clienti

INDICATORE	u.m.	2022	2023
Fatturato	€	€113.858	€73.190
Utile	€	€112	€323

Comunità

INDICATORE	u.m.	2022	2023
Valore donazioni in denaro	€	€789	€172
% fatturato devoluto in donazioni in denaro	%	0,69%	0,24%
% utile devoluto in donazioni in denaro	%	704,24%	53,25%
Valore economico donazioni in natura	€	€1.000	€2.000
% su fatturato delle donazioni in natura	%	0,88%	2,73%
Totale donazioni in denaro o in natura	€	€1.789	€2.172
% valore beni o servizi ceduti a titolo gratuito su fatturato	%	1,57%	2,97%
% utile netto devoluto in donazioni in denaro o in natura	%	1597,10%	672,45%

N.B. si assume come riferimento un valore di 500€ a giornata (8 ore) di prestazione erogata pro bono

Clienti

INDICATORE	u.m.	2022	2023
% clienti a cui è stato proposto il questionario di soddisfazione	%	100%	100%
% clienti rispondenti al questionario di soddisfazione	%	81,82%	87,50%
Valutazione media della soddisfazione complessiva (voto medio/massimo previsto)		8,4	8,55

Questionario di soddisfazione clienti

Riportiamo qui i risultati del questionario di soddisfazione clienti somministrato nel 2023 con confronto rispetto al 2022.

Il fatturato è stato in netto calo e questo ha fortemente limitato le donazioni in denaro. Questo è stato in qualche modo compensato da un aumento delle donazioni in natura sotto forma di consulenze pro bono. Il questionario è stato inviato ai 24 clienti attivi nei 12 mesi precedenti, di cui 21 hanno inviato la risposta. Per ogni domanda, che prevedeva una scala likert da 1 a 10, riportiamo la media delle risposte:

DOMANDA	2022	2023
Come valutate la nostra concreta attenzione agli obiettivi di sostenibilità?	9,4	9,4
Con quale probabilità, se ce ne fosse l'occasione, consigliereste la nostra azienda?	9,1	8,7
Come valutate la nostra gestione amministrativa?	9,1	8,8
Come valutate la cortesia e disponibilità dei nostri addetti con cui interagite?	9,1	8,8
Come valutate la nostra tempestività nel rispondere alle vostre richieste?	8,9	8,7
Come valutate la chiarezza delle nostre comunicazioni?	8,8	8,3
In quale misura la vostra azienda è oggi sensibile ai temi della sostenibilità?	8,7	8,2
Come valutate la nostra flessibilità?	8,7	8,1
Come valutate la nostra volontà di contribuire al successo della vostra azienda?	8,6	8,5
Con quale probabilità continuerete a sottoporci i vostri fabbisogni relativi alla nostra offerta?	8,4	8,7
Come valutate la nostra capacità di gestire imprevisti ed emergenze?	8,4	8,1
Come valutate in generale la qualità dei nostri servizi?	8,4	8,5
Qual è il livello generale di soddisfazione della vostra azienda rispetto alla nostra?	8,4	8,6
In quale misura la vostra azienda è oggi concretamente attiva per migliorare il proprio impatto socio ambientale?	8,4	7,9
Come valutate la nostra volontà di venire incontro alle vostre necessità particolari?	8,4	8,2
Come valutate la nostra capacità di comprendere le vostre richieste?	8,1	8,3
MEDIA GENERALE	8,7	8,5

Le risposte ricevute mostrano un livello di soddisfazione generalmente positivo, sebbene in leggero calo rispetto all'anno precedente. Ci fa piacere constatare che anche quest'anno il valore maggiore è quello relativo alla nostra concreta attenzione agli obiettivi di sostenibilità. Inoltre si rileva un miglioramento nel livello generale di soddisfazione e nel senso di fidelizzazione.

Ci spiace invece prendere atto del sensibile peggioramento della valutazione che il cliente mediamente dà alla propria concreta attivazione per migliorare l'impatto e alla propria sensibilizzazione rispetto ai temi della sostenibilità.

Al di sotto dei valori medi, l'analisi dei risultati puntuali ha evidenziato la presenza di due clienti le cui valutazioni si differenziano notevolmente, in negativo, rispetto a tutte le altre, molto più alte. In un caso la motivazione ci è stata evidente senza bisogno di indagini, in relazione a note vicissitudini riguardanti la relazione di acceso confronto personale con il cliente nei tempi immediatamente precedenti la circolazione del questionario. Il motivo del confronto essendo il livello di concreto impegno del cliente nel perseguire gli obiettivi concordati. Nell'altro abbiamo richiesto le motivazioni dell'insoddisfazione e preso atto del

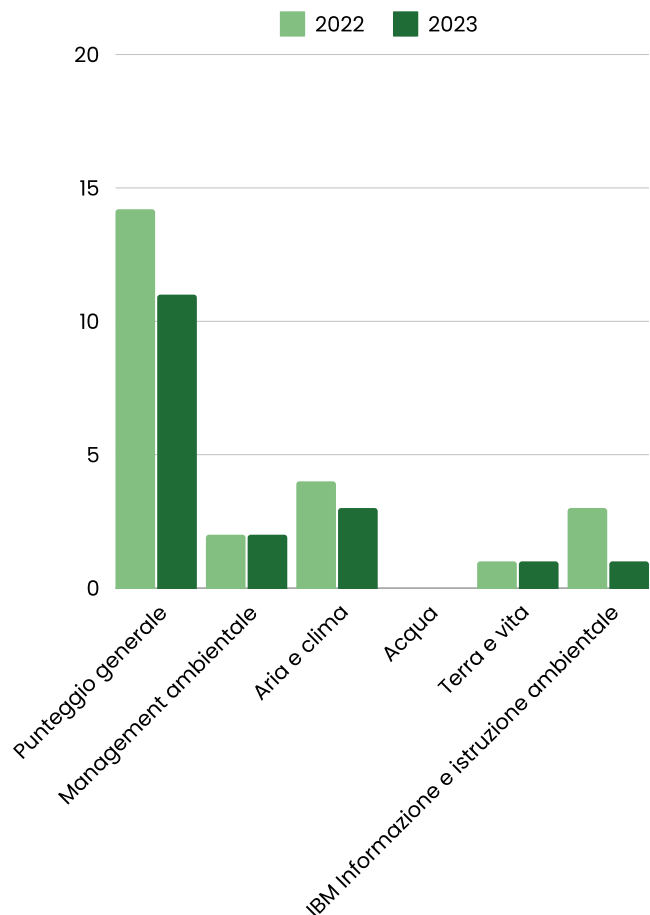
vissuto alla base delle valutazioni espresse. Tale vissuto negativo era del tutto comprensibile, anche se la responsabilità dell'evento problematico stava solo parzialmente in Pragmetica. L'episodio è stato comunque utile per suggerire l'adozione di particolari attenzioni nel gestire alcune casistiche che si possono incontrare nell'attività di accompagnamento alla certificazione B Corp.



Ambiente



AMBIENTE	2022	2023
Punteggio generale	14,2	10,8
Management ambientale	2,0	2,0
Aria e clima	3,5	3,1
Acqua	0,0	0,0
Terra e vita	1,0	1,0
IBM Informazione e istruzione ambientale	3,2	0,4



Indicatori di performance ambientale

Nel 2023 l'azienda ha affittato dei locali ad uso foresteria, quindi ritroviamo consumi di energia elettrica e gas. I soci hanno comunque continuato a svolgere la loro attività in home working o presso i clienti. Si è deciso di misurare al meglio ciò che è misurabile, quindi i viaggi di lavoro. Da questo punto di vista, da maggio 2022 l'azienda ha un automezzo ibrido a benzina in uso di uno dei due soci, mentre l'altro socio utilizza mezzi privati. Si è deciso di conteggiare consumi ed emissioni in base alla percorrenze dei viaggi di lavoro che vengono registrati sul Registro Socio Ambientale. Nei conteggi per i viaggi vengono inclusi anche i viaggi con mezzi pubblici, l'impatto dei quali viene calcolato grazie al sito ecopassenger.hafas.de.

Riportiamo alcuni indicatori, raffrontati con l'anno precedente:

Fonti energetiche

INDICATORE	u.m.	2022	2023
Energia totale consumata	GJ	43,8	45,5
Rapporto energia totale consumata / fatturato	GJ/K€	0,38	0,62
% di energia totale di provenienza rinnovabile	%	0	1,12
% di energia totale di provenienza sostenibile	%	0	1,12

Emissioni di gas climalteranti

INDICATORE	u.m.	2022	2023
Emissioni assolute di CO ₂ e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2)	tCO ₂	3,7	3,0
Rapporto emissioni di CO ₂ e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2) / fatturato	tCO ₂ /M€	32,5	41,0
Emissioni di CO ₂ compensate (Scope 1 e 2)	tCO ₂	20	10
Emissioni assolute di CO ₂ e altri gas climalteranti (Scope 3)	tCO ₂	n.d.	n.d.
Emissioni assolute di CO ₂ e altri gas climalteranti (Scope 3) / fatturato	tCO ₂ /M€	n.d.	n.d.
Emissioni di CO ₂ compensate (Scope 3)	tCO ₂ /M€	n.d.	n.d.

Viaggi

INDICATORE	u.m.	2022	2023
Distanza percorsa totale	Km	26.549	19.696
Rapporto distanza percorsa/Fatturato	Km/K€	233,17	269,11
Distanza percorsa su mezzi pubblici	Km	2.235	4.558
% km di trasporti su mezzi pubblici rispetto al totale spostamenti per lavoro	%	8,42	23,14
Distanza percorsa su mezzi privati	Km	24.314	15.138
Distanza percorsa su mezzi privati a minor impatto (metano, GPL, ibridi)	Km	6.434	7.038
Distanza percorsa su mezzi full electric	Km	0	0
% distanza percorsa su mezzi privati a minor impatto	%	24,23	35,73
% distanza percorsa su mezzi privati full electric	%	0	0

Trasporti

Non applicabile in quanto l'attività è immateriale.

Rifiuti

Dati non disponibili in quanto l'attività viene svolta in home working o presso il cliente.

Acqua

Dati non disponibili in quanto l'attività viene svolta in home working o presso il cliente.



05. Risultati e obiettivi specifici



Consulenza per lo sviluppo sostenibile

Modalità, azioni e risultati per il 2023

Raggiungimento dei target per KPI

KPI e descrizione	Risultati 2022	Target 2023	Risultati 2023
KPI1 Percentuale di fatturato proveniente da attività di consulenza per lo sviluppo sostenibile	50,7%	30%	55,18%
KPI2 Miglioramento percentuale del punteggio BIA dei clienti di servizi di transizione sostenibile serviti durante l'anno per almeno 3 mesi	55,7%	30%	13,13%
KPI3 Livello medio di soddisfazione clienti di servizi di transizione sostenibile (da sondaggi range 1-10)	8,4	8,0	8,55

- Il target di KPI1 è stato ampiamente superato, ma il motivo principale è la sensibile contrazione del fatturato generale;
- Il target di KPI2 non è stato raggiunto in quanto:
 - Diversi clienti seguiti hanno conseguito nel 2023 la certificazione B Corp con richiesta nel 2022, e successivamente ci sono state solo piccole variazioni nel punteggio;
 - Il numero di nuovi clienti serviti per il miglioramento dell'impatto è stato inferiore al previsto.
- Buon risultato per il livello di soddisfazione dei clienti, rafforzato dal fatto che durante l'anno i clienti attivi hanno fatto spontaneamente diverse segnalazioni della nostra azienda a loro contatti, anche se in molti casi queste segnalazioni non hanno poi avuto seguito, e non per la preferenza data a nostri concorrenti.

Obiettivi 2022

Esiti

Ottenere la certificazione B Corp per 5 clienti

✓ La certificazione è stata ottenuta da 7 clienti

Presentare la domanda di certificazione B Corp per 7 clienti

È stata presentata richiesta di certificazione per 5 clienti

Attivare 8 nuovi clienti per i servizi di transizione sostenibile

Sono stati attivati 5 nuovi clienti per i servizi di transizione sostenibile

Obiettivi 2022

Esiti

Accompagnare 5 clienti verso la trasformazione in Società Benefit

Sono stati accompagnati due clienti alla trasformazione in Società Benefit

Portare a regime la raccolta e l'elaborazione dei dati d'impatto dei clienti, oltre ai valori BIA

✔ Obiettivo raggiunto attraverso la raccolta delle relazioni d'impatto che li contengono

Attivare 2 collaborazioni commerciali con partner che portino clienti

✔ È stato costituito il network Beenefit con 4 partner e sono attive collaborazioni con altri 4

- Il raggiungimento solo parziale di alcuni degli obiettivi di business è stato causato dalla difficoltà e lentezza dei risultati derivanti dall'attività commerciale in termini di acquisizione di nuovi clienti.

Altri risultati e azioni

- L'azienda ha proseguito le attività di web marketing. Come già detto, sono arrivate anche diverse segnalazioni da passaparola;
- È proseguito il processo di messa a punto e miglioramento degli strumenti utilizzati per lo svolgimento degli incarichi;
- Stabiliti numerosi contatti con aziende o professionisti con i quali potrebbero instaurarsi rapporti di collaborazione commerciale o anche operativa;
- Proseguita la raccolta di informazioni e fonti sui temi della sostenibilità aziendale;
- Tutte le aziende clienti hanno adottato la fornitura di energia elettrica 100% rinnovabile, annullando le emissioni di CO2 Scope 2;
- La maggior parte delle aziende clienti hanno acquistato crediti di carbonio per compensare le emissioni Scope 1 e 2;
- Consolidate collaborazioni con partner attivi nello sviluppo sostenibile;
- Promossa la nascita del network Beenefit, all'interno del quale hanno iniziato a prodursi azioni sinergiche verso clienti e/o prospect.

Obiettivi e target per l'esercizio seguente

KPI e descrizione	Risultati 2023	Target 2024
KPI1 Percentuale di fatturato proveniente da attività di consulenza per lo sviluppo sostenibile	55,18%	30%
KPI2 Miglioramento percentuale del punteggio BIA dei clienti di servizi di transizione sostenibile serviti durante l'anno per almeno 3 mesi	13,13%	10%
KPI3 Livello medio di soddisfazione clienti di servizi di transizione sostenibile (da sondaggi range 1-10)	8,55	8,0

Obiettivi per il 2024

Ottenere la certificazione B Corp per 3 clienti

Presentare la domanda di certificazione B Corp per 3 clienti

Attivare 3 nuovi clienti per i servizi di transizione sostenibile

Accompagnare 3 clienti verso la trasformazione in Società Benefit

Approfondire lo studio dei nuovi requisiti di certificazione B Corp

Approfondire la conoscenza dello standard di rendicontazione VSME

Includere nell'offerta la redazione di Bilancio di Sostenibilità, da erogare direttamente o in partnership

Consolidare il network Beenefit sul piano giuridico

Rendere operative 2 nuove partnership al di fuori di Beenefit



Facilitazione dell'apprendimento individuale e organizzativo

Modalità, azioni e risultati per il 2023

Raggiungimento dei target per KPI

KPI e descrizione	Risultati 2022	Target 2023	Risultati 2023
KPI6 Numero di ore di attività di informazione e formazione gratuita su temi della sostenibilità (inclusi webinar e relative progettazioni)	32	32	56

- Sono stati tenuti 7 webinar gratuiti, parte dei quali in collaborazione con altre organizzazioni: MMS Advice, Earthcare Group, Green Future Project, Beenefit.

Obiettivi 2022

Esiti

Effettuare 4 webinar in tema di sostenibilità aziendale o apprendimento e crescita personale

✓ Sono stati svolti 4 webinar in tema di sostenibilità aziendale

Proseguire la pubblicazioni di articoli su Blog

✓ Sono stati pubblicati 6 articoli sul blog

Rendere disponibile sul sito www.pmisostenibile.it una guida alla sostenibilità

La guida alla sostenibilità è in corso di realizzazione

- Si è proseguita la pubblicazione periodica di una newsletter mensile contenente una selezione di notizie in tema di sostenibilità reperite da risorse in rete, cui si rimanda per la lettura dell'articolo integrale. La newsletter viene inviata a tutti i nominativi in mailing list, circa 700 a dicembre 2023;
- Si è proseguita la periodica pubblicazione di articoli di approfondimento sul blog del sito www.pmisostenibile.it

Obiettivi e target per l'esercizio seguente

KPI e descrizione	Risultati 2023	Target 2024
KPI6 Numero di ore di attività di informazione e formazione gratuita su temi della sostenibilità (inclusi webinar e relative progettazioni)	56	32

Obiettivi per il 2024

Valutare il lancio di una o più proposte di valore per il mercato B2B o B2C con contenuti al di fuori dello sviluppo sostenibile



Donazioni in denaro o in natura

Modalità, azioni e risultati per il 2023

Raggiungimento dei target per KPI

KPI e descrizione	Risultati 2022	Target 2023	Risultati 2023
KPI4 Numero di ore di attività pro-bono a favore di organizzazioni no-profit (accordi+progettazione+erogazione)	16	16	32
KPI5 % di utile utilizzata per sostegno attraverso donazioni a organizzazioni no-profit	90,90%	50%	53,25%

Obiettivi 2022

Esiti

Proseguire il supporto consulenziale pro bono verso Jam Session

✓ Obiettivo raggiunto

Intraprendere una nuova collaborazione pro bono con ente del terzo settore

✓ Obiettivo raggiunto, anche se il soggetto beneficiario non è ancora costituito come ente del terzo settore

Fare donazioni a enti del terzo settore preferibilmente in ambito educativo

✓ Obiettivo raggiunto

- È proseguita la consulenza pro bono per l'Associazione Jam Session di Bologna, una scuola di musica che svolge un'attività fortemente inclusiva, anche nei confronti di persone diversamente abili;
- Si è svolta un'attività di consulenza a favore del gruppo promotore di un'esperienza di co housing sociale sull'Appennino Bolognese;
- Sono state effettuate donazioni in denaro a Greenpeace, Associazione Afrodanzalo e Associazione I Ragazzi della Luce.

Obiettivi e target per l'esercizio seguente

KPI e descrizione	Risultati 2023	Target 2024
KPI4 Numero di ore di attività pro-bono a favore di organizzazioni no-profit (accordi+progettazione+erogazione)	32	16
KPI5 % di utile utilizzata per sostegno attraverso donazioni a organizzazioni no-profit	53,25%	20%

Obiettivi per il 2024

Individuare un soggetto no profit al quale erogare consulenza pro bono

Operato Responsabile, Sostenibile e Trasparente nei confronti di ambiente e stakeholder

Modalità, azioni e risultati per il 2023

Obiettivi 2022

Esiti

Compensare le emissioni di CO2 sulla base della misura delle emissioni causate dai viaggi e di una stima delle altre emissioni



Obiettivo raggiunto. Sono state compensate 10 tonnellate di CO2 con l'acquisto di crediti certificati

Obiettivi per l'esercizio seguente

Obiettivi per il 2024

Migliorare la situazione economico finanziaria per potersi meglio dedicare alle attività rivolte al bene comune

Presentare la domanda di rinnovo della certificazione B Corp

06. Riepilogo obiettivi e target per l'esercizio seguente

KPI e descrizione	Risultati 2023	Target 2024
KPI1 Percentuale di fatturato proveniente da attività di consulenza per lo sviluppo sostenibile	55,18%	30%
KPI2 Miglioramento percentuale del punteggio BIA dei clienti di servizi di transizione sostenibile serviti durante l'anno per almeno 3 mesi	13,13%	10%
KPI3 Livello medio di soddisfazione clienti di servizi di transizione sostenibile (da sondaggi range 1-10)	8,55	8,0
KPI4 Numero di ore di attività pro-bono a favore di organizzazioni no-profit (accordi+progettazione+erogazione)	32	16
KPI5 % di utile utilizzata per sostegno attraverso donazioni a organizzazioni no-profit	53,25%	20%
KPI6 Numero di ore di attività di informazione e formazione gratuita su temi della sostenibilità (inclusi webinar e relative progettazioni)	56	32

I nostri target sono tutti al ribasso rispetto ai valori consuntivi del 2023. L'andamento del 2023 e la parte di 2024 già trascorsa ci suggeriscono l'assoluta necessità di serrare i ranghi per ottenere migliori condizioni di sostenibilità economica. Il grosso lavoro di networking che stiamo compiendo potrà porre le basi per un potenziamento dell'impatto generabile in futuro con le nostre attività.

Obiettivi per il 2024

Ottenere la certificazione B Corp per 3 clienti

Presentare la domanda di certificazione B Corp per 3 clienti

Attivare 3 nuovi clienti per i servizi di transizione sostenibile

Accompagnare 3 clienti verso la trasformazione in Società Benefit

Approfondire lo studio dei nuovi requisiti di certificazione B Corp

Approfondire la conoscenza dello standard di rendicontazione VSME

Obiettivi per il 2024

Includere nell'offerta la redazione di Bilancio di Sostenibilità, da erogare direttamente o in partnership

Consolidare il network Beenefit sul piano giuridico

Rendere operative 2 nuove partnership al di fuori di Beenefit

Valutare il lancio di una o più proposte di valore per il mercato B2B o B2C con contenuti al di fuori dello sviluppo sostenibile

Individuare un soggetto no profit al quale erogare consulenza pro bono

Migliorare la situazione economico finanziaria per potersi meglio dedicare alle attività rivolte al bene comune

Presentare la domanda di rinnovo della certificazione B Corp



07. Conclusioni

Volendo fare una valutazione sintetica del nostro 2023 e della proiezione verso il futuro, da un lato si è confermata, e forse anche accentuata, la difficoltà nel portare avanti con serietà la nostra proposta di valore all'interno del mercato in cui ci presentiamo. Essa consiste, come si trova condensato nella nostra denominazione, nel generare sviluppo coniugando etica e pragmatismo.

Il contesto economico a parole valorizza sempre più i valori della sostenibilità, che dovrebbero trovare la loro manifestazione nei fattori di concreto impatto ambientale e sociale, ma nei fatti è ancora condizionato in modo prevalente da logiche finanziarie, che mettono al primo posto il profitto.

Come mostrano i nostri numeri di bilancio, la nostra proposta di valore ha trovato sul mercato un riscontro sinora non soddisfacente.

Allo stesso tempo le relazioni che stiamo sviluppando ci fanno intravedere la possibilità di riuscire, unendo meglio le forze con altr* compagn* di viaggio, ad ottenere risultati più in linea con quanto ci pare che sarebbe necessario.

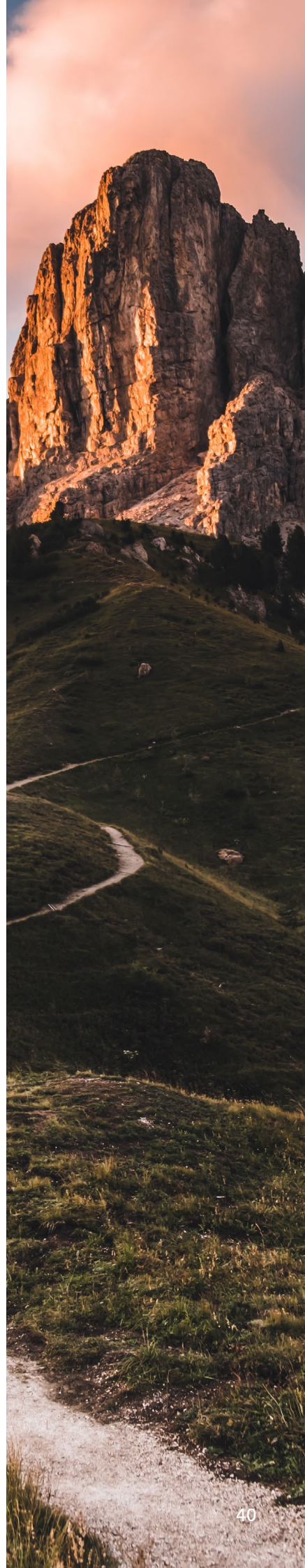
Fare previsioni sui possibili sviluppi del nostro business relativo alla transizione sostenibile, è difficile in relazione a questi fattori:

- La progressiva entrata in vigore della CSRD
- L'incertezza sugli effettivi tempi di diffusione dei requisiti riguardanti la rendicontazione delle aziende non obbligate all'interno delle supply chain (anche in relazione con i cambiamenti degli equilibri politici a livello UE)
- L'entrata in vigore dei nuovi requisiti di certificazione B Corp che, sebbene non ancora consolidati, già prefigurano crescenti difficoltà per le imprese di piccole dimensioni, che costituiscono il nostro attuale target preferenziale.

Fin qui, quindi, grandi difficoltà e incertezze.

Dall'altra parte, una grande certezza: ciò che stiamo proponendo al mercato, che mette al centro l'aspetto di apprendimento necessario per la transizione sostenibile, riteniamo che sia una risposta ad un bisogno di base, senza soddisfare il quale c'è il forte rischio di perdere le grandi sfide che abbiamo di fronte.

Ecco perché, con rinnovata fiducia e rinnovato coraggio, perseveriamo nel nostro impegno quotidiano, sperando che avremo presto occasione di festeggiare insieme ai nostri compagni di viaggio, sia clienti che partner, nuovi risultati di impatto, la messa a punto di nuove buone pratiche, la sempre più capillare ed efficace diffusione di quel profondo cambiamento culturale di





cui c'è urgente ed enorme bisogno, e per il quale ci stiamo quotidianamente battendo.

Per il momento ci accontentiamo di godere il grande e sottile piacere di collaborare con persone e aziende con le quali c'è un rapporto che va decisamente oltre al puro business, e di sapere che stiamo facendo la cosa giusta.

Quindi, un grande ringraziamento ai nostri clienti e partner!

Certified



Corporation

RELAZIONE DI IMPATTO 2023

Pragmetica SB S.R.L.

Via Saturno 2 – Ladispoli (RM)

Tel. Bologna 349 2624397

Tel. Roma 335 8115079

www.pragmetica.it

Aiutaci a raggiungere più aziende mantenendo gratuita la valutazione dell'impatto B. Fai una donazione oggi.

Valutazione di impatto

Governance

OPERAZIONI

Mission e impegno

4.5

Livello di impegno per creare impatto positivo

Descrivere l'approccio dell'azienda per creare un impatto positivo.

Questa è una domanda non ponderata che non avrà alcun impatto sul punteggio finale ed è richiesta solo per scopi di ricerca / benchmarking.

- Creare un impatto sociale e ambientale positivo non è una priorità per l'azienda
- Gli aspetti legati all'impatto sociale e ambientale dell'azienda sono considerati in alcune circostanze, ma non regolarmente.
- Gli aspetti legati all'impatto sociale e ambientale dell'azienda sono considerati in modo frequente, ma non sono prioritari nel processo decisionale dell'azienda.
- L'azienda prende costantemente in considerazione l'impatto sociale e ambientale nel processo decisionale, perché lo ritiene importante per il successo e la redditività del proprio business.
- Gli aspetti legati all'impatto sociale e ambientale sono considerati come fondamentali per il successo dell'azienda e rappresentano una priorità, anche se non contribuiscono direttamente ad aumentare i profitti.

Punti disponibili: 0.00

Caratteristiche della mission dell'azienda

L'azienda possiede una mission aziendale scritta che comprende uno o più dei seguenti aspetti?

Una Dichiarazione di mission aziendale formale scritta deve essere pubblicamente discussa o formalmente condivisa con i lavoratori dell'azienda. Si prega di selezionare tutte le opzioni applicabili.

- L'azienda non ha un impegno per un impatto ambientale specifico
- L'impegno generale di responsabilità sociale o ambientale (ad esempio a favore della protezione dell'ambiente)
- L' impegno per un impatto sociale positivo specifico (per esempio la riduzione della povertà, lo sviluppo economico sostenibile)
- L' impegno per un impatto ambientale specifico (per esempio, ridurre i rifiuti inviati a discariche attraverso il riciclaggio)
- L'impegno di servire un gruppo di beneficiari in difficoltà (per esempio, clienti a basso reddito, piccoli produttori agricoli)
- L'azienda non ha una dichiarazione di mission scritta

Punti guadagnati: 1.50 su 1.50

Mission aziendale

Per favore condividere qui il testo della mission aziendale.

Con le nostre attività di consulenza, formazione e coaching, adottando un approccio olistico e interdisciplinare basato sull'integrazione artistica di tecnologia, politica, economia, sociologia, scienze della comunicazione, neuroscienze, psicologia, filosofia e spiritualità, attuiamo diverse forme di facilitazione dell'apprendimento individuale e organizzativo con cui ci proponiamo: di contribuire allo sviluppo e alla transizione sostenibile delle piccole e medie imprese, con riferimento all'Agenda 2030 ONU e alle basi scientifiche che la supportano, negli ambiti economico, sociale e ambientale; di migliorare la capacità delle organizzazioni clienti di generare valore (anche sociale e ambientale), incoraggiando l'auto-responsabilizzazione e lo sviluppo dei singoli che vi collaborano, sia nella dimensione organizzativa sia in quella personale e civica; Il raggiungimento dei nostri obiettivi sociali e ambientali avverrà soprattutto in modo indiretto, migliorando l'impatto sia delle organizzazioni clienti, sia degli individui che con esse collaborano. Per le organizzazioni il miglioramento sarà misurato introducendo e utilizzando sistemi di valutazione d'impatto. Ci proponiamo inoltre di sostenere, con donazioni e attività pro bono, progetti nell'ambito della salute, del benessere e dell'educazione dell'infanzia e dell'adolescenza. Roma-Bologna 26 giugno 2021

Punti disponibili: 0.00

Coinvolgimento degli stakeholder

L'azienda ha intrapreso una delle seguenti azioni per coinvolgere gli stakeholder sulla performance sociale e ambientale?

- L'azienda ha un comitato consultivo con rappresentanza degli stakeholder
- L'azienda ha un piano o politica formale di coinvolgimento degli stakeholder che include l'identificazione di gruppi rilevanti di stakeholder
- L'azienda ha generato meccanismi per identificare e coinvolgere diversi gruppi di stakeholder o gruppi demografici tradizionalmente sottorappresentati
- L'azienda conta su processi formali e continui per raccogliere informazione dagli stakeholder (gruppi di discussione, sondaggi, riunioni comunitarie, ecc.)
- L'azienda possiede procedure formali per indirizzare i risultati dal coinvolgimento degli stakeholder, con un individuo o una squadra designata responsabile dei follow up appropriati.
- L'azienda comunica i risultati del coinvolgimento degli stakeholder nella performance sociale e ambientale al livello più alto della supervisione dell'azienda, come il Consiglio di Amministrazione
- L'azienda informa pubblicamente sui meccanismi e i risultati del coinvolgimento degli stakeholder
- Altri (per favore descriva)
- Non c'è un coinvolgimento formale degli stakeholder

Punti guadagnati: 1.50 su 1.50

Indicatori chiave di prestazione (KPI) sociale / ambientale

Esistono indicatori chiave di prestazione (KPI) o metriche che l'azienda monitora almeno una volta all'anno per determinare se sta raggiungendo i propri obiettivi sociali o ambientali?

- L'azienda misura gli indicatori chiave di performance/metriche (KPI), o le prestazioni che ha identificato o definito, per determinare se si stanno raggiungendo gli obiettivi sociali e ambientali stabiliti
- L'azienda misura indicatori chiave di performance (KPI) sociale o ambientale a lungo termine (per esempio, studi fatti da terzi/entità indipendenti, sondaggi ai clienti o alle famiglie, indici di progresso nell'indicizzazione della povertà, ecc.)
- L'azienda non fa nessun monitoraggio degli indicatori chiavi di performance sociale o ambientale

Punti guadagnati: 1.50 su 3.00

OPERAZIONI

Etica & Trasparenza

6.0

Strutture di governance

Qual è il livello di supervisione più alto in azienda?

- Il livello di supervisione più alto è responsabilità dei soci dirigenti (comprende un comitato direttivo che è composto da soci e manager)
- Il livello di supervisione più alto è responsabilità dei direttori o di un Comitato Esecutivo oppure l'azienda possiede un sistema di governance democratico
- Consiglio consultivo non fiduciario
- Board of Directors (with at least one member who is not an executive or owner of the company)

Punti disponibili: 1.50

Codice etico

L'azienda possiede un Codice etico formalmente scritto?

- Sì
- No

Punti guadagnati: 1.50 su 1.50

Revisione/ audit delle informazioni finanziarie

L'azienda elabora informazione sulla propria situazione finanziaria verificata dal Consiglio di amministrazione, un altro organo formale di governo o da una terza parte indipendente?

- Sì
- No

Punti guadagnati: 1.50 su 1.50

Trasparenza aziendale

Che tipo di informazioni sono comunicate pubblicamente dall'azienda in modo trasparente?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment sono valide per la sua azienda.

- Proprietà effettiva dell'azienda
- Performance finanziaria (deve essere comunicata come minimo ai lavoratori)
- Performance sociale e ambientale (report degli impatti)
- Membri del Consiglio di amministrazione
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.50 su 1.50

Divulgazione dell'impatto dell'azienda

In che modo l'azienda diffonde pubblicamente e annualmente informazioni riguardanti la propria performance sociale o ambientale?

- L'azienda fornisce descrizioni dei programmi in corso e della performance sociale e ambientale
- L'azienda divulga, in modo volontario, indicatori della propria performance sociale o ambientale
- L'azienda divulga pubblicamente risultati e indicatori specifici e quantificabili della propria performance sociale o ambientale
- L'azienda fissa obiettivi e divulga pubblicamente il progresso raggiunto
- L'azienda presenta le informazioni in un rapporto formale che consente il confronto con periodi precedenti
- Le informazioni pubblicate aderiscono ad uno standard terzo (per esempio, GRI o B Impact Assessment)
- Una terza parte ha convalidato / assicurato l'accuratezza delle informazioni riportate
- L'informazione sull'impatto generato dall'azienda è integrata nel suo reporting finanziario
- L'azienda non divulga pubblicamente informazione sulla propria performance sociale o ambientale

Punti guadagnati: 1.50 su 1.50

Metriche di governance

OPERAZIONI

0.0

Questa sezione richiede all'azienda di fornire informazioni finanziarie importanti a cui verrà fatto riferimento più avanti nella valutazione.

Ultimo esercizio

In quale data si è concluso l'ultimo anno fiscale?

Se l'azienda non ha ancora completato il suo primo anno fiscale, si prega di inserire la data di fine dell'anno fiscale prevista.

In quale data si è concluso l'ultimo anno fiscale?

Punti disponibili: 0.00

Valuta utilizzata nel reporting

Si prega di selezionare la valuta utilizzata nei reporting

- Euro (EUR)

Punti disponibili: 0.00

Fatturato del penultimo esercizio

Totale dei ricavi

Relativo al penultimo esercizio

Se l'azienda non avesse ancora completato il suo primo anno fiscale, si prega di selezionare \$0

Relativo al penultimo esercizio

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Fatturato dell'ultimo anno

Totale dei ricavi

Dall'ultimo anno fiscale

Questa domanda verrà utilizzata in seguito per calcolare il punteggio di altre domande dell'assessment. Si prega di rispondere per poter calcolare con più precisione il punteggio relativo alla valutazione dell'azienda. Se l'azienda non avesse ancora completato il primo anno fiscale, selezionare \$0

Dall'ultimo anno fiscale

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Reddito netto dell'ultimo anno

Reddito netto

Dall'ultimo anno fiscale

Se l'azienda non avesse ancora completato il suo primo anno fiscale, si prega di selezionare \$0

Dall'ultimo anno fiscale

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Reddito netto del penultimo esercizio

Reddito netto

Relativo al penultimo esercizio

Relativo al penultimo esercizio

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Proteggere la missione - Business Model d'impatto

BUSINESS MODEL D'IMPATTO

10.0

Riconosce le forme e gli emendamenti societari che preservano la missione e / o considerano gli stakeholder indipendentemente dalla proprietà della società

Protezione della missione

Oltre alla mission, cosa ha fatto l'azienda per garantire legalmente che la propria performance sociale o ambientale faccia parte del processo decisionale nel tempo, indipendentemente dalla proprietà dell'azienda?

Questa domanda fa riferimento ai requisiti legali delle B Corp certificate. Fare clic su "Learn" per ricevere più informazioni e risorse riguardo a questo requisito.

- E' stata firmata una delibera del consiglio d'amministrazione mirata a modificare o adottare una forma giuridica che obblighi a tener conto di tutti gli stakeholders (ad esempio è stato firmato il B Corp Agreement)
- L'azienda ha uno status legale specifico o dispone di una struttura di governance che preserva la missione nel tempo, ma non esige che si tengano in considerazione tutti gli stakeholder nella presa di decisioni (per esempio, una cooperativa)
- Come azienda posseduta al 100% da un'altra azienda che non lo ha fatto, modificato i propri documenti costitutivi o ha adottato un'entità giuridica o struttura di governance che esige che tutti gli stakeholder siano tenuti in conto nella presa di decisioni (per esempio società benefit, o emendamento legale delle B Corp completo)
- Come organizzazione indipendente o pubblica, l'azienda ha modificato i suoi documenti costitutivi o ha adottato un'entità giuridica che esige che tutti gli stakeholder siano tenuti in conto nel processo di presa di decisioni (per esempio una società benefit o emendamento legale delle B Corp completo)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 10.00 su 10.00

Comunità

OPERAZIONI

Introduzione all'area d'impatto "Comunità"

0.0

Questa sezione identifica se l'azienda è organizzata per fornire un impatto positivo specifico e significativo per la comunità, e se fosse il caso, permette di aprire la sezione Business Model d'impatto per la comunità che più applica al caso dell'azienda.

Modello di business orientato all'impatto sulla comunità

Il modello di business dell'azienda crea un beneficio specifico per stakeholder quali organizzazioni di beneficenza, venditori o fornitori in difficoltà o comunità locale?

Queste risposte determinano quali future domande della valutazione sono valide per la sua azienda.

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Modelli di business orientati alla comunità

La tua azienda è strutturata in maniera tale da generare benefici per gli stakeholder della comunità in cui opera in uno dei modi seguenti?

Queste risposte determinano quali future domande della valutazione sono valide per l'azienda.

- Una struttura cooperativa di proprietà dei propri produttori che ne condividono il controllo e i benefici delle attività commerciali (per esempio cooperativa di agricoltori o cooperativa di artigiani)
- Si acquista tramite commercio equo/commercio diretto per migliorare le condizioni di vita di gruppi più svantaggiati della catena di fornitura
- Un modello di micro-distribuzione o di micro-franchising che offre opportunità economiche a fasce della popolazione in situazione di vulnerabilità
- Un impegno formale costante a donare percentuali significative di fatturato/profitti/quote di proprietà a cause caritatevoli (>2% del fatturato, >20% dei profitti/ quote di proprietà)
- Un modello di business incentrato sulla comunità che supporta e alimenta l'economia delle comunità locali
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 0.00

Modello di impegno formale per donazioni in beneficenza

L'azienda possiede una politica formale scritta che regoli le donazioni annuali fatte a organizzazioni di beneficenza?

È possibile selezionare "Sì" se si fosse in grado di dimostrare che per 3 anni o più, l'azienda ha raggiunto le soglie indicate nel testo "Learn", o se l'azienda è di proprietà di un'associazione benefica. Rispondere in modo affermativo offre la possibilità di aprire nuove sezioni del BIA.

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Diversità, equità, & inclusione

OPERAZIONI

11.5

Diversità nella partecipazione societaria e nella leadership dell'azienda

I proprietari maggioritari o le alte cariche dell'azienda appartengono a qualcuno di questi gruppi sottorappresentati?

Si prega di selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

- L'azienda è gestita da una donna
- L'azienda è gestita da un individuo proveniente da una minoranza sottorappresentata per razza o etnia
- L'azienda è gestita da un individuo proveniente da un altro gruppo sottorappresentato (reduci, LGBT, ecc.)
- La maggioranza delle quote dell'azienda è in mano a delle donne
- La maggioranza della partecipazione societaria è in mano a individui provenienti da minoranze etniche e razziali sottorappresentate
- La maggioranza delle quote dell'azienda è in mano a individui provenienti da altri gruppi sottorappresentati (reduci di guerra, membri della comunità LGBT, ecc.)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 4.20 su 8.40

Politiche e programmi per la diversità dei fornitori

L'azienda implementa qualcuna delle seguenti politiche o programmi per promuovere la diversità all'interno della catena dei fornitori?

- L'azienda monitora la diversità tra i proprietari delle aziende fornitrici
- L'azienda ha un politica che stabilisce la preferenza per i fornitori i cui proprietari appartengono a gruppi sottorappresentati
- L'azienda ha obiettivi formali riguardanti la percentuale di acquisti fatti da fornitori con maggiore diversità tra i proprietari
- L'azienda ha un programma formale per acquistare e fornire supporto ai fornitori con diversità tra i proprietari
- Nessuna delle precedenti
- N/A - La raccolta di dati dei fornitori o di politiche di trattamento preferenziale è illegale nel paese di dell'azienda

Punti guadagnati: 2.10 su 4.20

Diversità nella partecipazione societaria dei fornitori

Quale percentuale degli acquisti dell'azienda proviene da società i cui soci maggioritari sono donne o individui provenienti da popolazioni sottorappresentate?

- 0%
- 1-9%
- 10-24%
- 25-39%
- 40-49%
- 50% +
- Non lo so

Punti guadagnati: 5.25 su 8.40

Scope e struttura geografica

Siamo consapevoli del fatto che per aziende con più di un ufficio, la definizione di coinvolgimento locale potrebbe risultare difficile da rispondere. Per questo motivo preghiamo di descrivere la struttura geografica dell'azienda.

I tre soci operativi risiedono uno a Bologna e due a Ladispoli (Roma)

Punti disponibili: 0.00

Nuovi posti di lavoro incorporati l'anno scorso

Numero di posti di lavoro a tempo pieno e part-time che sono stati aggiunti al libro paga dell'azienda. Inserisci 0 se la risposta è nessuno, o se la tua azienda non ha lavoratori.

Negli ultimi 12 mesi:

Negli ultimi 12 mesi:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Partecipazione societaria di investitori non accreditati

Quale percentuale della partecipazione societaria è in mano a individui che qualificherebbero come investitori non accreditati?

- 0%
- 1-9%
- 10-24%
- 25-49%
- 50% o più
- Non lo so

Punti guadagnati: 7.00 su 7.00

Spesa con i fornitori locali

Quale % delle spese dell'azienda dell'ultimo anno fiscale (esclusa la manodopera) è attribuibile a fornitori indipendenti che si trovano nella stessa area della sede aziendale o di impianti importanti?

Fare clic su "Per saperne di più" per capire come rispondere a questa domanda.

- Meno del 20%
- 20-39%
- 40-59%
- 60% o più
- Non lo so

Punti guadagnati: 4.67 su 7.00

Servizi bancari

Quali caratteristiche descrivono al meglio l'istituto finanziario che fornisce la maggior parte dei servizi bancari dell'azienda?

- Un'organizzazione per gli investimenti sociali certificata CDFI (Community Development Financial Institution) o equivalente nazionale
- Una B Corporation certificata
- Un membro della Global Alliance for Banking on Values
- Una banca cooperativa o cooperativa di credito
- Una banca locale al servizio della comunità
- Una banca indipendente
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 7.00 su 7.00

OPERAZIONI

Impegno civico e donazioni

6.9

Programma di cittadinanza aziendale

Quali delle seguenti pratiche di partecipazione civica implementa l'azienda?

Queste risposte determinano quali future domande della valutazione sono valide per l'azienda.

- Donazioni finanziarie o in natura (escluse cause politiche)
- Investimenti per la comunità
- Servizi alla comunità o pro- bono
- Sostegno per adottare politiche o pratiche che promuovano una migliore performance sociale o ambientale
- Partnership con organizzazioni benefiche o partecipazione in organizzazioni comunitarie
- Sconti su prodotti o servizi per gruppi specifici in condizioni svantaggiate
- Uso gratuito delle strutture aziendali per ospitare eventi della comunità
- L'azienda offre partecipazione societaria o capitale a un'organizzazione senza fini di lucro
- Altro (Per favore descriva)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 1.62 su 1.62

Quantità totale di ore di servizio di volontariato

Quantità di ore di lavoro di volontariato realizzato da lavoratori dell'azienda a tempo pieno e part time durante l'ultimo anno fiscale

Si dovrebbe comprendere in questa somma il tempo pagato e il tempo non pagato dedicato al volontariato durante le ore di lavoro tradizionali, sia per gli eventi organizzati dall'azienda sia per le iniziative proprie dei lavoratori.

Quantità di ore di lavoro di volontariato realizzato da lavoratori dell'azienda a tempo pieno e part time durante l'ultimo anno fiscale

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Servizi di volontariato pro capite

Qual è stata la percentuale di tempo pro capite dedicato da ogni lavoratore a lavori di volontariato, servizi alla comunità o servizi pro bono nel periodo considerato?

Per calcolare questo parametro, dividere la quantità totale di ore di volontariato per la quantità totale di ore lavorate, considerando generalmente un anno lavorativo di 2000 ore (sulla base dell'equivalente di un lavoratore a tempo pieno).

- 0%
- 0,1% -9% di tempo
- 1-2,4% del tempo
- 2,5-5% del tempo
- Più del 5% del tempo
- Non lo so

Punti guadagnati: 1.62 su 3.24

Somma totale di donazioni in beneficenza

Importo totale (in valuta) donato a entità di beneficenza registrate nell'ultimo anno fiscale

Si prega di utilizzare la valuta specificata in "Valuta utilizzata nel reporting" per questa metrica.

Importo totale (in valuta) donato a entità di beneficenza registrate nell'ultimo anno fiscale

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Percentuale del fatturato donato

Qual è stata la percentuale equivalente del fatturato donata ad organizzazioni benefiche durante l'ultimo anno fiscale?

Per favore considerare le donazioni in natura deducibili dalle tasse, ma non il tempo di lavoro pro bono.

- Nessuna donazione lo scorso anno fiscale
- 0,1-0,4% del fatturato
- 0,5 a 1% del fatturato
- 1,1 a 2,4% del fatturato
- 2,5 a 5% del fatturato
- Più del 5% del fatturato
- Non lo so

Punti guadagnati: 1.30 su 6.48

Promozione di politiche per la definizione di standard sociali e ambientali

L'azienda ha collaborato con policymakers per sviluppare o promuovere cambiamenti esplicitamente progettati per migliorare i risultati sociali o ambientali negli ultimi due anni?

- Sì, l'azienda ha offerto appoggio e/o ha firmato petizioni
- Sì, l'azienda ha fornito tempo di lavoro del proprio personale o aiuto finanziario
- Sì, l'azienda ha collaborato attivamente alla creazione di nuovi standard sociali e ambientali, sia creando che appoggiando nuovi standard, formulato raccomandazioni o fornito esperienza per far avanzare gli standard
- Sì, e gli sforzi hanno portato come risultato una riforma istituzionale, industriale o normativa specifica
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.62 su 1.62

Promuovere una migliore performance sociale e ambientale

Tra le seguenti azioni, quali sono state implementate dall'azienda insieme agli stakeholder (inclusa la concorrenza) per migliorare le pratiche e gli impatti sociali o ambientali negli ultimi due anni?

- L'azienda ha lavorato insieme ad altri attori del settore per promuovere un'iniziativa comune per stabilire gli standard sociali e ambientali per l'industria
- L'azienda ha fornito dati o ha contribuito alla conduzione di indagini accademiche su questioni sociali o ambientali
- L'azienda partecipa in tavoli di discussione e altri dialoghi pubblici riguardanti le questioni sociali e ambientali
- L'azienda offre pubblicamente risorse utili per aiutare le altre compagnie o stakeholder a migliorare il proprio sviluppo sociale o ambientale
- Altro (Per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.81 su 0.81

Gestione della catena di distribuzione e fornitura

OPERAZIONI

2.0

Descrizione dei fornitori principali

Per favore selezionare i tipi di aziende che rappresentano i fornitori principali dell'azienda:

Tutte le aziende hanno dei fornitori principali, che vengono definiti come i maggiori fornitori, e che rappresentano approssimativamente l'80% dei costi non lavorativi. Selezionare tutte le opzioni applicabili all'azienda.

- Fabbricanti di prodotti
- Aziende di servizi professionali (consulenza, assistenza legale, contabile)
- Liberi professionisti indipendenti
- Marketing/Pubblicità
- Materiali per ufficio
- Fornitori di benefit per i lavoratori
- Tecnologia
- Materie prime
- Produttori agricoli
- Altri (per favore descriva)

Punti disponibili: 0.00

Valutazione delle performance sociali e ambientali dei fornitori

L'azienda valuta o monitora l'impatto sociale e ambientale dei propri fornitori principali?

Questa domanda determina l'insieme di domande relative ai fornitori alle quali dovrà rispondere l'azienda.

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Criteri di valutazione di fornitori

Quali dei criteri a seguire riguardanti le pratiche e la prestazione sociale e ambientale dei fornitori sono monitorati formalmente dall'azienda?

- Conformità con le leggi e regolamenti locali, inclusi quelli riguardanti la prestazione sociale e ambientale
- Buone pratiche di governance, comprese le politiche riguardanti l'etica e la corruzione
- Pratiche positive che vadano oltre i requisiti di legge (per esempio processi di fabbricazione non dannosi per l'ambiente, procedure lavorative eccellenti ecc.)
- Certificazioni di entità esterne relative alla performance sociale e ambientale positiva
- Altri (per favore descriva)
- L'azienda non possiede nessun processo formale di monitoraggio

Punti guadagnati: 1.38 su 1.38

Pratiche di valutazione dei fornitori

Quali metodi sono utilizzati dall'azienda per valutare l'impatto sociale e ambientale dei propri fornitori?

- L'azienda condivide le politiche o regole con i fornitori, ma non ha un processo di verifica
- L'azienda chiede ai fornitori di completare una valutazione stabilita internamente
- L'azienda utilizza strumenti di valutazione di rischi o di impatto creati da entità indipendenti (quali Sedex o la Valutazione di Impatto B)
- L'azienda conduce un audit/valutazione dei suoi fornitori almeno una volta ogni due anni
- L'azienda conduce attraverso terze parti indipendenti un audit/valutazione dei suoi fornitori almeno una volta ogni due anni
- Altro (Per favore, descriva)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.69 su 1.38

Servizi di reclutamento in outsourcing

L'azienda affida in outsourcing servizi di supporto (per esempio assunzione del personale) essenziali per la fornitura dei propri servizi ad altre persone o altre organizzazioni?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment saranno valide per l'azienda.

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Procedure con collaboratori esterni

Quali sono le politiche dell'azienda per quanto riguarda i collaboratori esterni che non lavorano per l'azienda più di 20 ore a settimana per un periodo superiore a 6 mesi?

Nella sezione Lavoratori dovrebbero essere presi in considerazione liberi professionisti indipendenti che lavorano per l'azienda più di 20 ore alla settimana per un periodo di 6 mesi.

- Processo formale per i collaboratori esterni o indipendenti per ricevere post-progetto un feedback sulla performance
- Processo formale per i collaboratori esterni o indipendenti per inviare post-progetto un feedback all'azienda
- I lavoratori o collaboratori esterni sono consapevoli di lavorare per un periodo limitato o di dividere il loro tempo lavorando per altri clienti. Se non si verifica almeno uno di questi criteri, dovrebbero ricevere un'offerta di lavoro da parte dell'azienda
- I collaboratori esterni o indipendenti ricevono per lo meno un salario di sussistenza (calcolato come tariffa oraria, nel caso in cui siano disponibili informazioni sul salario di sussistenza locale)
- L'azienda si serve del lavoro di collaboratori esterni o indipendenti, ma non applica nessuna di queste pratiche
- N/A - Non abbiamo ingaggiato collaboratori o appaltatori indipendenti nel corso dell'ultimo anno

Punti disponibili: 1.38

Modello orientato alle donazioni benefiche - Business Model d'impatto

BUSINESS MODEL D'IMPATTO
18.9

Questa sezione IBM applica per aziende che hanno un impegno formale in atto per donare porzioni significative dei profitti, del fatturato, equity, o tempo a cause benefiche.

Descrizione dello schema scelto per le donazioni benefiche dell'azienda

Indicare se una o più delle seguenti affermazioni è vera per quanto riguarda la politica di donazioni benefiche dell'azienda

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment sono valide per l'azienda.

- Almeno il 20% dell' azienda è di proprietà di un'organizzazione senza fini di lucro
- L'azienda ha l'impegno formale di donare in beneficenza ogni anno almeno il 20% degli utili.
- L'azienda ha l'impegno formale di donare in beneficenza ogni anno l'equivalente di almeno il 5% del fatturato (comprese le donazioni in natura).
- L'azienda ha l'impegno formale di donare ogni anno almeno il 5% del osto tempo in servizi pro bono
- L'azienda ha istituito una fondazione senza fini di lucro della quale è finanziatore principale: ogni anno si donano alla fondazione almeno il 10% degli utili aziendali (o il 2% del fatturato)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 18.95 su 18.95

Donazioni totali

Qual è stato l'importo totale delle donazioni fatte nel corso dell'ultimo esercizio?

Risponda con la valuta selezionata in "Valuta di riferimento"

Qual è stato l'importo totale delle donazioni fatte nel corso dell'ultimo esercizio?

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Percentuale del fatturato donato in beneficenza

D'accordo alle strutture e agli impegni stabiliti dall'azienda menzionati precedentemente, che percentuale del fatturato è stato donato o distribuito a partner senza scopo di lucro durante l'ultimo anno fiscale?

- 0-4,9% del Fatturato
- 5-7,4% del Fatturato
- 7,5-9,9% del Fatturato
- 10-12,4% del Fatturato
- oltre il 12,5% del Fatturato

Punti disponibili: 18.95

Azioni di beneficenza

L'azienda mette in atto una o più delle seguenti misure

- L'azienda ha un ruolo di Leadership nell'organizzazione senza scopi di lucro con cui lavora (es. partecipa nel consiglio di amministrazione o nel Comitato Consultivo)
- L'azienda utilizza analisi fatte da terzi per assicurare che le organizzazioni che ricevono le donazioni soddisfino specifiche linee guida per poter essere considerate come beneficiarie
- L'azienda utilizza delle analisi fatte da terzi per assicurare che le organizzazioni che ricevono le donazioni stiano allocando in modo efficiente le risorse (es. Guidestar, Charity Navigator)
- L'azienda sottopone a verifica le organizzazioni partner di beneficenza sulla base dei propri criteri
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 2.37

Definizione dei risultati indiretti

L'azienda ha già definito i risultati indiretti (indipendentemente da quelli diretti) che si vogliono raggiungere attraverso le donazioni?

I risultati indiretti definiti comprendono obiettivi basati sulla letteratura esistente (es. migliorare la qualità di vita, benefici secondari per clienti) che possano essere misurati.

- Sì
- No

Punti disponibili: 1.18

Procedure innovatrici riguardanti le donazioni benefiche

Riconosce qualcosa di diverso o d'innovativo nell'approccio della Sua azienda riguardante le donazioni benefiche, in modo tale che abbia generato un cambiamento nell'industria? È stato qualcosa di unico ed esclusivo al momento della creazione e poi è stato imitato da altre organizzazioni?

Si prega di spiegare.

al momento no

Punti disponibili: 0.00

Ambiente

Introduzione all'area d'impatto "Ambiente"

OPERAZIONI

0.0

In questa sezione si pongono domande circa l'impronta ambientale dell'azienda per determinare quali domande saranno applicabili più avanti nell'assessment. Inoltre si può identificare se i prodotti o servizi dell'azienda sono pensati per fornire un impatto positivo specifico e significativo per i propri lavoratori, e se fosse il caso, permette di aprire la sezione del Business Model d'impatto per l'ambiente che più applica al caso dell'azienda.

Tipo di strutture

In che tipo di strutture opera principalmente l'azienda?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment sono valide per l'azienda.

- Uffici di proprietà dell'azienda
- Uffici affittati dall'azienda
- Ambiente di lavoro in co-working
- Ufficio a domicilio/virtuale (Home Office)

Punti disponibili: 0.00

Modello di Business ambientale

I prodotti/servizi o processi dell'azienda sono strutturati in modo da ripristinare o preservare l'ambiente in uno dei seguenti modi? (Nota bene: l'impatto ambientale delle operazioni quotidiane dell'azienda sarà valutata nelle sezioni rimanenti dell'Area d'Impatto Ambientale. Questa domanda fa riferimento esclusivamente ai prodotti/servizi o processi di produzione innovativi).

Rispondendo in modo affermativo, si avrà accesso a ulteriori sezioni del B Impact Assessment che includono domande specifiche su questo modello di Business.

- Attraverso un processo di produzione o di vendita all'ingrosso o un processo agricolo innovativo che è stato progettato per ridurre significativamente l'impatto ambientale rispetto alle pratiche convenzionali del settore
- Attraverso un prodotto o un servizio che preserva, conserva o ripristina l'ambiente o le risorse
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 0.00

Descrizione dell'impatto ambientale positivo del prodotto/servizio

Come descriverebbe il risultato positivo per l'ambiente generato dal prodotto/servizio dell'azienda?

L'azienda cliente dei servizi di sviluppo organizzativo sostenibile opera dei cambiamenti che ne migliorano l'impatto ambientale, sulla base degli ambiti riscontrati migliorabili con riferimento alla specifica azienda.

Punti disponibili: 0.00

Impatto ambientale positivo di prodotti e servizi

L'impatto ambientale positivo descritto in precedenza è dato dal prodotto o servizio (escluso il packaging), oppure è generato dal modo di operare dell'azienda?

Le aziende dovrebbero ottenere il proprio fatturato da prodotti o servizi che hanno un impatto ambientale positivo. Si prega di non considerare il lavoro pro bono in questa sezione.

- L'impatto positivo è generato da una linea di prodotti e servizi che generano fatturato (per esempio la vendita di prodotti di pulizia non tossici, consulenza sulla sostenibilità)
- L'impatto positivo è generato dalle operazioni quotidiane dell'azienda (per esempio, l'uso di prodotti di pulizia non tossici nelle installazioni dell'azienda) e non dal prodotto o servizio principale in sé

Punti disponibili: 0.00

Benefici ambientali del prodotto

In che modo il prodotto/servizio dell'azienda rispetta e contribuisce a conservare l'ambiente?

Si prega di selezionare UNA opzione per linea di prodotto. È possibile selezionare un'opzione aggiuntiva se la linea di prodotto ha due distinti attributi ambientali.

- Il prodotto fornisce o è alimentato da energia rinnovabile o energia a combustione più pulita rispetto alle alternative di mercato (ad esempio produttori/installatori di pannelli, veicoli ibridi)
- Conserva o devia risorse (tra cui energia, acqua, materiali, ecc.)
- Conserva o preserva il benessere di terreni e/o animali (per esempio servizi di protezione del suolo o servizi di rimboschimento, raccolta sostenibile dei prodotti agricoli)
- Riduce l'uso di sostanze tossiche o è realizzato con sostanze meno tossiche/pericolose (ad esempio, servizi di bonifica aree industriali dismesse, alimenti biologici certificati, detersivi non tossici)
- Educa, misura, cerca o fornisce informazioni per risolvere i problemi ambientali (ad esempio, consulenza o audit ambientali)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 0.00

Descrizione dei prodotti/servizi di educazione ambientale e di divulgazione di informazione ambientale

Per favore spiegare in dettaglio in che modo il prodotto o servizio dell'azienda educa o diffonde informazioni o fornisce consulenza strategica su tematiche ambientali

Il servizio offerto consiste nell'accompagnare l'azienda in un percorso che comprende una iniziale valutazione d'impatto attraverso il BIA e la stesura di piani di miglioramento la cui realizzazione va a incidere positivamente sull'impatto stesso. L'azienda viene accompagnata soprattutto per sviluppare un nuovo processo decisionale in cui abbia maggior spazio la considerazione del valore generato per i diversi stakeholder e soprattutto per l'ambiente.

Punti disponibili: 0.00

Prodotto o servizio focalizzato sull'educazione ambientale

L'educazione ambientale è direttamente un prodotto o un servizio dell'azienda che genera fatturato?

Rispondendo in modo affermativo, avrà accesso a ulteriori sezioni del B Impact Assessment che includono domande specifiche su questo Business Model.

- Sì
- No, forniamo educazione ambientale in altri modi (attraverso il packaging, campagne di sensibilizzazione, ecc.) ma il prodotto o servizio dell'azienda non lo fa direttamente

Punti disponibili: 0.00

Cura e protezione dell'ambiente negli uffici virtuali

In che modo l'azienda incoraggia la buona cura e protezione dell'ambiente relativamente alla gestione degli uffici virtuali per i lavoratori da remoto?

- Esiste una politica scritta che promuove l'uso di prodotti e pratiche rispettose dell'ambiente negli uffici virtuali dei lavoratori da remoto (riciclaggio, ecc.)
- L'azienda mette a disposizione dei lavoratori risorse in materia di tutela dell'ambiente nel caso di home office (ad esempio efficienza energetica, riciclaggio, ecc.)
- E' in atto una politica operativa per lo smaltimento sicuro dei rifiuti elettronici e di altri materiali pericolosi acquistati per i lavoratori che fanno home office
- I lavoratori da remoto hanno a disposizione un elenco di fornitori preferenziali dal punto di vista ambientale per le forniture per ufficio
- Nessuna delle opzioni precedenti
- N/A

Punti guadagnati: 2.10 su 2.80

OPERAZIONI

Aria & Clima

3.1

Monitoraggio del consumo di energia

L'azienda monitora, registra e rende noti i propri consumi di energia?

Includere l'elettricità e altri consumi energetici da riscaldamento, acqua calda, ecc. Queste risposte determinano quali future domande della valutazione sono valide per la sua azienda.

- Al momento l'azienda non monitora né registra i consumi
- L'azienda controlla e registra i consumi ma non ha fissato obiettivi di riduzione
- L'azienda monitora il consumo e ha fissato una serie di obiettivi che vengono monitorati (per esempio in percentuale al fatturato o alla produzione)
- L'azienda monitora il consumo e ha fissato obiettivi di riduzione assoluta indipendenti dalla propria crescita
- L'azienda ha raggiunto gli obiettivi specifici di riduzione durante il periodo di riferimento

Punti guadagnati: 0.21 su 0.82

Consumo totale di energia

Consumo energetico totale di energia (in gigajoules) durante gli ultimi 12 mesi:

Consumo energetico totale di energia (in gigajoules) durante gli ultimi 12 mesi:

- Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Consumo totale di energia rinnovabile

Totale Energia utilizzata da fonti rinnovabili (Gigajoules) negli ultimi 12 mesi

Totale Energia utilizzata da fonti rinnovabili (Gigajoules) negli ultimi 12 mesi

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Utilizzo di energia rinnovabile

Che percentuale del consumo di energia proviene da fonti rinnovabili?

Includere l'elettricità e altri consumi energetici da riscaldamento, acqua calda, ecc.

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-74%
- 75-99%
- 100%
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.05 su 0.41

Consumi di energia rinnovabile a basso impatto

Che percentuale del consumo di energia proviene da fonti rinnovabili a basso impatto?

Si prega di considerare l'elettricità ma anche altri consumi di energia da riscaldamento, acqua calda, ecc. Includere sia l'energia rinnovabile acquistata sia l'energia rinnovabile generata in loco.

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-75%
- 75-99%
- 100%
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.33 su 1.65

Monitoraggio delle emissioni di Gas a effetto serra

In che modo l'azienda gestisce le emissioni di gas effetto serra, almeno quelli di Scope 1 e 2?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment saranno valide per l'azienda.

- Attualmente non controlliamo e registriamo le emissioni
- Controlliamo regolarmente e registriamo le emissioni ma non abbiamo fissato obiettivi di riduzione
- Controlliamo regolarmente e registriamo le emissioni e abbiamo fissato obiettivi di riduzione specifici rispetto alle prestazioni precedenti (ad esempio una riduzione del 5% dei GHG rispetto all'anno di riferimento)
- Monitoriamo e registriamo regolarmente le emissioni e abbiamo fissato specifici obiettivi basati sulla scienza necessari per raggiungere obiettivi globali per affrontare i cambiamenti climatici
- Abbiamo raggiunto gli obiettivi di riduzione specifici fissati durante questo periodo di riferimento
- L'azienda ha raggiunto l'obiettivo di emissioni zero

Punti guadagnati: 0.41 su 0.82

Gas a effetto serra Scope 1 totali

Emissioni di gas serra totali (tonnellate di CO2 equivalenti):

Scope 1:

Scope 1:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Gas a effetto serra Scope 2 totali

Emissioni di gas serra totali (tonnellate di CO2 equivalenti):

Scope 2:

Scope 2:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Gas a effetto serra Scope 3 totali

Emissioni di gas serra totali (tonnellate di CO2 equivalenti):

Scope 3:

Scope 3:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Indice di Intensità di carbonio

Qual è l'indice di intensità di carbonio attuale dell' azienda di Scope 1 e 2 (misurata in tonnellate di CO2/milioni di USD di fatturato), non considerando l'uso di crediti di carbonio o compensazioni?

Si prega di utilizzare la valuta USD per permettere di definire termini di paragone standard.

- Più del 100%
- 81-100
- 61-80
- 41-60
- 21-40
- 1-20
- 0%
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.49 su 0.82

Indice di Intensità di carbonio

Qual è l'indice di intensità di carbonio attuale dell'azienda per gli Scope 1 e 2 (misurata in tonnellate di CO2/milioni di dollari di fatturato), considerando l'uso di crediti di carbonio o compensazioni?

Si prega di utilizzare USD per valutare correttamente le opzioni di risposta.

- Più del 100%
- 81-100
- 61-80
- 41-60
- 21-40
- 1-20
- 0%
- Non lo so

Punti guadagnati: 1.65 su 1.65

Acqua

OPERAZIONI

0.0

Monitoraggio e gestione dei consumi di acqua

In che modo l'azienda gestisce e controlla i consumi di acqua?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment sono valide per l'azienda.

- L'azienda non monitora né registra attualmente i propri consumi d'acqua
- L'azienda monitora e registra in modo regolare i consumi d'acqua, ma non ha definito obiettivi di riduzione
- L'azienda monitora e registra i consumi d'acqua, inoltre definisce obiettivi specifici di riduzione rispetto a situazioni precedenti (per esempio riduzione del 5% nei consumi rispetto all'anno di riferimento)
- L'azienda monitora e registra in modo regolare i consumi e ha definito obiettivi su basi scientifiche per raggiungere un utilizzo sostenibile del bacino idrografico locale
- L'azienda ha raggiunto gli obiettivi specifici di riduzione definiti per il periodo di riferimento

Punti disponibili: 1.00

Terra & Vita

OPERAZIONI
1.0

Monitoraggio e reporting di rifiuti non pericolosi

In che modo l'azienda gestisce e controlla la produzione di rifiuti?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment saranno valide per l'azienda.

- L'azienda non monitora né registra attualmente la propria generazione di rifiuti
- L'azienda monitora e registra in modo regolare la produzione di rifiuti, ma non ha definito obiettivi di riduzione
- L'azienda controlla regolarmente e registra la produzione di rifiuti e si sono fissati obiettivi di riduzione specifici rispetto alle prestazioni precedenti (ad esempio una riduzione del 5% dei rifiuti per la discarica rispetto all'anno di riferimento)
- L'azienda monitora e registra in modo regolare la produzione di rifiuti, e ha definito obiettivi rifiuti zero
- Abbiamo raggiunto gli obiettivi di riduzione specifici fissati durante questo periodo di riferimento
- We produce zero waste to landfill / ocean

Punti disponibili: 1.00

Smaltimento rifiuti pericolosi

L'azienda può verificare che i rifiuti pericolosi che produce vengano sempre smaltiti in modo responsabile?

Compreso lo smaltimento di batterie, vernici, apparecchiature elettroniche, ecc.

- Sì
- No
- N/A - L'azienda ha eliminato la produzione di residui pericolosi

Punti guadagnati: 1.00 su 1.00

Informazione e istruzione ambientale - Business Model d'impatto

BUSINESS MODEL D'IMPATTO
0.4

Questa sezione IBM applica se i prodotti o servizi dell'azienda promuovono consapevolezza su temi importanti rispetto all'ambiente o ne facilitano la preservazione (per esempio guide alle risorse ambientali, piattaforme di crediti di carbonio, laboratori di ricerca)

Descrizione di educazione/informazione ambientale offerta dai prodotti o servizi dell'azienda

Quali delle seguenti descrizioni è applicabile al prodotto o servizio offerto dall'azienda?

La risposta a questa domanda, che non assegna punti direttamente, si combina con altre risposte per calcolare automaticamente il suo punteggio in questa sezione dell'assessment.

- Prodotti o servizi che offrono o facilitano l'accesso alle conoscenze generali sulla sostenibilità ambientale e l'utilizzo delle relative risorse, rivolti a singoli individui od organizzazioni (per esempio libri, guide alle risorse ambientali o programmi per i crediti di carbonio)
- Prodotti o servizi che offrono accesso a informazioni altamente specializzate su argomenti scientifici rispetto all'ambientale o perseguono una rigorosa ricerca scientifica (per esempio laboratori di ricerca ambientale)
- Queste descrizioni non sono applicabili al prodotto/servizio dell' azienda (Ometta il resto di questa sezione)

Punti disponibili: 0.00

Fatturato generato dai prodotti/servizi d'informazione o educazione ambientale

Qual è stato il fatturato totale dell'ultimo anno per i prodotti o servizi precedentemente menzionati?

La risposta a questa domanda, che non assegna punti direttamente, si combina con altre risposte per calcolare automaticamente il suo punteggio in questa sezione dell'assessment.

Qual è stato il fatturato totale dell'ultimo anno per i prodotti o servizi precedentemente menzionati?

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Monitoraggio di metriche ambientali

Quali delle seguenti metriche ambientali è monitorata dall'azienda rispetto all'impatto ambientale dei propri prodotti o servizi?

Verrà chiesto di indicare ogni metrica ambientale selezionata

- CO2 risparmiata o compensata per prodotto o servizio (in tonnellate metriche)
- Litri di acqua risparmiata o compensata per prodotto o servizio
- kWh risparmiati/compensati
- Tonnellate metriche di rifiuti che non sono stati inceneriti o che non sono finiti nelle discariche
- Numero di ettari protetti
- Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 0.00

Tonnellate di compensazione di carbonio

Se il dato è monitorato, qual è stata la riduzione o la compensazione nelle emissioni di carbonio (CO₂), espressa in tonnellate, ottenuta grazie all'utilizzo del vostro prodotto o servizio nel corso degli ultimi 12 mesi? Fornisci inoltre uno dei seguenti dati, se monitorati:

Tonnellate metriche di emissioni di gas serra/CO₂ equivalente

Tonnellate metriche di emissioni di gas serra/CO₂ equivalente

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Gestione dell'Informazione o educazione ambientale

In che modo vengono misurati e gestiti i risultati diretti, i risultati indiretti, gli effetti o l'impatto del prodotto o servizio dell'azienda?

Si prega di selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

- L'azienda ha definito formalmente i risultati indiretti che mira a generare con il proprio prodotto o servizio, e ha sviluppato una theory of change per raggiungerli
- L'azienda ha basato la definizione del modello di business del proprio prodotto o servizio in ricerche secondarie che ne dimostrano l'impatto potenziale
- L'azienda ha lavorato in modo diretto e formale con tutti gli stakeholder per capire i loro desideri e bisogni al momento di sviluppare, perfezionare e / o offrire i propri prodotti o servizi
- L'impatto dell'azienda è stato verificato in relazione a standard indipendenti (per esempio, i prodotti hanno certificazioni riguardanti il loro impatto)
- L'azienda misura i risultati indiretti a breve termine del proprio prodotto o servizio per determinare se raggiungono i bisogni e aspettative dei suoi beneficiari
- L'azienda misura i risultati indiretti a lungo termine per valutare se i risultati del proprio prodotto generano un impatto positivo duraturo per i propri beneficiari
- Oltre agli effetti positivi voluti, l'azienda ha identificato, misurato e gestito gli impatti negativi potenziali e non intenzionali del proprio prodotto o servizio
- L'azienda ha identificato e gestito le possibili cause per cui potrebbe non generarsi il risultato positivo previsto, si potrebbero generare risultati meno efficienti o potrebbero generarsi altri effetti negativi
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.40 su 1.61

Informazione o educazione ambientale innovativa

C'è qualcosa di innovativo o diverso nell'azienda per quanto riguarda il proprio prodotto/servizio che abbia generato un cambiamento nel settore? È stato qualcosa di replicabile, unico al momento della creazione, e che poi è stato imitato da altre organizzazioni?

Si sta proponendo un servizio di accompagnamento verso la sostenibilità che, tra l'altro, ha abilitato la nascita di un consorzio sostenibile di piccole e medie imprese B2B in supply chain. L'attività che si svolge nelle aziende prevede anche un'opera di sensibilizzazione e ingaggio dei lavoratori rispetto alla sostenibilità anche come cittadini.

Punti disponibili: 0.00

Introduzione all'area d'impatto "Clienti"

0.0

Questa sezione identifica se i prodotti o servizi dell'azienda sono pensati per fornire un impatto positivo specifico e significativo per i propri clienti (oltre al valore che normalmente è fornito dai prodotti e servizi), e se fosse il caso, permette di aprire la sezione del Business Model d'impatto per i clienti che più applica al caso dell'azienda.

Introduzione al modello di business a impatto per i clienti

Qualcuno dei prodotti/servizi dell'azienda fa fronte a problemi sociali o economici dei clienti o dei loro beneficiari?

Queste risposte determinano quali saranno le prossime domande della valutazione che si applicano alla Sua azienda.

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Prodotto incentrato sulle necessità del cliente

Il problema economico o sociale a cui fa fronte il prodotto/servizio dell'azienda, è rilevante e riscontrato direttamente anche dai suoi clienti/consumatori o beneficiari?

Se si risponde "No" qui, assicurarsi di rivedere le sezioni Ambiente e / o Community per verificare che l'impatto sul modello di business venga catturato in modo appropriato.

- Sì
 No, i clienti aiutano a produrre l'impatto sociale/ economico positivo, ma i beneficiari primari sono altri stakeholder (per esempio fare donazioni ad associazioni benefiche in base alle vendite fatte ai clienti, vendere prodotti del commercio equo ai clienti, vendere prodotti ecologici ai clienti)

Punti disponibili: 0.00

Impatto positivo dei prodotti/servizi

Come descriverebbe l'esito positivo per i clienti che genera il prodotto/servizio dell'azienda?

Miglioramento dell'impatto socio-ambientale della loro attività

Punti disponibili: 0.00

Tipo di prodotto d'impatto positivo

Quale delle seguenti risposte corrisponde maggiormente al risultato e/o al problema risolto per i clienti con riferimento a ciò che ha specificato in precedenza?

Per favore selezionare soltanto UNA opzione che sia rilevante per ogni linea di prodotti, il che porterà a una serie di domande specifiche per il tipo di impatto che si dichiara.

- Accesso ai prodotti/servizi che soddisfano i bisogni basici umani per persone che prima non vi potevano accedere (per esempio fornitori di elettricità o di acqua pulita che offrono il loro servizio alle comunità rurali in situazione di povertà, progetti di abitazioni accessibili, sistemi di eliminazione o di raccolta di rifiuti)
- Miglioramento o manutenzione della salute e benessere (per esempio attrezzatura medica, servizi medici, medicine, prodotti o servizi di prevenzione della salute, prodotti per una vita salutare, prodotti sportivi e per promuovere lo sport, occhiali con prescrizione)
- Miglioramento nell'educazione o nello sviluppo di abilità (per esempio scuole, libri di testo, servizi di tutoraggio, formazione in leadership, strumenti di educazione, giocattoli e software)
- Aumento delle opportunità economiche per i gruppi in situazione di vulnerabilità (per esempio, servizi finanziari o di assicurazione, consulenza sui benefici per persone appartenenti a comunità in situazione di vulnerabilità, nuovi meccanismi per collegare i prodotti al mercato)
- Migliori risultati operativi o aumento di capitale per aziende purpose driven o in situazione di vulnerabilità (per esempio piattaforme di investimento con impatto o di riscossione fondi, servizi contabili senza scopo di lucro)
- Maggiore impatto sociale e/o ambientale per le aziende o altre organizzazioni (ad esempio consulenza in questioni di sostenibilità)
- Maggior accesso alle arti, ai media o alla cultura (per esempio media indipendente, mestieri artigianali, servizi di informazione)
- Maggiore accesso al mercato attraverso infrastruttura fisica o tecnologica (per esempio telecomunicazione cellulare, tecnologie o software aziendale, strade, ponti, vie ferroviarie, porti, costruzione e materiali da costruzione che prima non erano disponibili)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 0.00

Descrizione generale del Prodotto/Servizio: Formazione/Sviluppo Professionale

Si prega di raccontare di più su come il prodotto o servizio dell'azienda promuove l'istruzione o il progresso e l'avanzamento professionale.

Le attività sono finalizzate a fornire strumenti e facilitazione per l'apprendimento, la crescita personale, lo sviluppo di responsabilità e capacità di iniziativa, in un'ottica sostenibile

Punti disponibili: 0.00

Prodotto o servizio focalizzati sull'educazione

Il supporto all'educazione o alla conoscenza è il risultato diretto dei prodotti o servizi che generano fatturato?

Queste risposte determinano quali future domande della valutazione sono valide per la sua azienda.

- Sì, il supporto all'educazione o alla costruzione della conoscenza è una parte fondamentale del prodotto / servizio dell'azienda
- No, forniamo o supportiamo l'educazione in altri modi (ad esempio attraverso discorsi, attraverso marketing e pubblicità, ecc.)

Punti disponibili: 0.00

Prodotti o servizi focalizzati su questioni ambientali

Il fatturato dell'azienda è generato da prodotti o servizi educativi incentrati esclusivamente su questioni ambientali?

Nel caso in cui il prodotto o servizio educativo dell'istituzione fosse specialmente concentrato su questioni ambientali, per favore rivisitare la sezione "Ambiente" per assicurare che questo impatto sia catturato.

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Attenzione diretta al miglioramento dell'impatto delle organizzazioni

Per i servizi dell'azienda incentrati nel migliorare l'impatto di organizzazioni, si è selezionato un altro risultato specifico nella domanda "Tipo di prodotto d'impatto positivo" già trovata in questa sezione?

Si può selezionare solamente una risposta per prodotto/servizio nella domanda "Tipo di prodotto d'impatto positivo". Nel caso in cui si avessero selezionato più risposte, si può cliccare "Sì" qui, o deselezionare qualcuna delle risposte in quella domanda prima di selezionare "No" in questa.

- Sì, si è selezionato un risultato diretto prodotto attraverso il servizio dell'azienda o i clienti che sostiene
 No

Punti disponibili: 0.00

Impatto nelle popolazioni in situazione di vulnerabilità

Il prodotto o servizio dell'azienda beneficia gruppi demografici in situazione di vulnerabilità? Può farlo sia in modo diretto che tramite il sostegno a organizzazioni che forniscono loro qualche servizio.

Rispondendo in modo affermativo, avrà accesso a ulteriori sezioni del B Impact Assessment che includono domande specifiche su questo Business Model d'impatto.

- I prodotti o servizi dell'azienda aiutano in modo diretto gruppi demografici in situazione di vulnerabilità
 I prodotti o servizi dell'azienda sostengono organizzazioni che forniscono un servizio in modo diretto a gruppi demografici in situazione di vulnerabilità
 Non lo so
 Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 0.00

Numero di clienti: Organizzazioni

Numero totale di clienti

Organizzazioni servite negli ultimi 12 mesi:

Organizzazioni servite negli ultimi 12 mesi:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Numero di clienti: Persone fisiche

Numero totale di clienti

Individui serviti negli ultimi 12 mesi:

Individui serviti negli ultimi 12 mesi:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

OPERAZIONI

4.7

Gestione del cliente

Gestione dei rapporti con i clienti

L'azienda svolge qualcuna delle seguenti azioni per gestire l'impatto e il valore generato per i propri clienti o consumatori?

- L'azienda offre garanzie, contrattuali o non, e politiche di protezione rispetto ai propri prodotti o servizi
- L'azienda possiede certificazioni di qualità erogate da enti terzi
- L'azienda possiede meccanismi formali di controllo di qualità
- L'azienda possiede processi per ricevere feedback, commenti o lamentele dei clienti
- L'azienda monitora il livello di soddisfazione dei clienti
- L'azienda valuta i risultati indiretti ottenuti dai propri clienti attraverso l'utilizzo dei propri prodotti o servizi
- L'azienda possiede politiche scritte di marketing etico, pubblicità o coinvolgimento dei clienti
- L'azienda gestisce la privacy e la sicurezza dei dati dei propri clienti/ consumatori
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.25 su 1.25

Monitoraggio della soddisfazione e fidelizzazione dei clienti

Quali delle seguenti affermazioni sono vere per l'azienda rispetto alla soddisfazione e fidelizzazione dei clienti / consumatori?

- L'azienda monitora la soddisfazione dei propri clienti
- L'azienda condivide i risultati dei sondaggi di soddisfazione dei clienti internamente con il proprio personale
- L'azienda condivide pubblicamente i risultati di soddisfazione dei clienti
- L'azienda ha obiettivi specifici di soddisfazione dei consumatori/ clienti
- Nell'ultimo anno l'azienda ha raggiunto gli obiettivi specifici di soddisfazione
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.00 su 1.25

Gestione dell'impatto dei prodotti

L'azienda mette in pratica qualcuna delle seguenti misure per gestire l'impatto potenziale dei propri prodotti sui clienti/ beneficiari?

- L'azienda monitora regolarmente i risultati e il benessere dei clienti
- L'azienda ha un programma formale per incorporare i risultati di test e i feedback dei clienti nella progettazione dei propri prodotti
- L'azienda ha un programma formale in atto per migliorare continuamente i risultati indiretti dei clienti (per esempio ridurre gli effetti negativi o aumentare quelli positivi)
- Altro
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.25 su 1.25

Uso di dati e privacy

Does your company have any of the following to address data usage and privacy issues?

- L'azienda ha una politica disponibile al pubblico sull'uso di dati e privacy
- L'azienda informa tutti gli utenti sul tipo di informazione raccolta, per quanto tempo la conserva, come è utilizzata e se e come è condivisa con altre entità (pubbliche o private)
- I clienti hanno l'opzione di decidere in che modo i propri dati possono essere utilizzati
- Tutte le strategie di creazione di elenchi di indirizzi email e di email aziendali sono conformi a GDPR
- Altro
- Nessuna delle precedenti
- N/A - L'azienda non raccoglie dati sensibili

Punti guadagnati: 1.25 su 1.25

Formazione - Business Model d'impatto

BUSINESS MODEL D'IMPATTO

13.8

Questa sezione IBM applica se i prodotti e servizi dell'azienda migliorano le capacità e le conoscenze di individui (per esempio scuole elementari/secondarie, libri di testo, servizi di tutor, orientamento).

Descrizione del prodotto/servizio: Educazione

Quali delle seguenti descrizioni di prodotti o servizi descrive al meglio quelli dell'azienda?

La risposta a questa domanda, che non assegna punti direttamente, è abbinata con altre risposte per calcolare automaticamente il punteggio in questa sezione della valutazione.

- I prodotti o servizi dell'azienda offrono o promuovono l'accesso alla conoscenza generale (per esempio libri, informazione generale)
- I prodotti/servizi dell'azienda promuovono l'educazione o iniziative di sviluppo professionale/educativo (per esempio giocattoli educativi, software per valutare alunni)
- I prodotti/servizi dell'azienda offrono opportunità continue di sviluppo professionale e di acquisizione di conoscenze (per esempio programmi di formazione professionale, servizi di apprendimento, libri di testo, pubblicazioni scientifiche o di ricerca specializzate)
- I prodotti/servizi dell'azienda forniscono un attestato educativo essenziale e opportunità di sviluppo accademico (per esempio scuole elementari o medie, istituti tecnici o professionali accreditati, formazioni professionali, ecc.)
- Queste descrizioni non applicano al prodotto/servizio dell'azienda

Punti disponibili: 0.00

Fatturato generato da prodotti e servizi per l'educazione

Qual è stato il fatturato totale dell'ultimo anno per i prodotti o servizi menzionati in precedenza?

La risposta a questa domanda, che non assegna punti direttamente, si combina con altre risposte per calcolare automaticamente il suo punteggio in questa sezione della valutazione.

Qual è stato il fatturato totale dell'ultimo anno per i prodotti o servizi menzionati in precedenza?

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Monitoraggio dei beneficiari

L'azienda monitora la quantità delle seguenti categorie di beneficiari serviti?

Verrà chiesto di indicare il numero di beneficiari raggiunti per ogni categoria selezionata

- Persone fisiche
- Famiglie
- Comunità
- Aziende o organizzazioni senza scopo di lucro
- Istituzioni Governative
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 0.00

Organizzazioni servite come clienti

Quanti dei beneficiari delle categorie elencate in seguito hanno ricevuto formazione attraverso la fornitura dei prodotti/servizi dell'azienda negli ultimi 12 mesi? Si prega di stimare con una tolleranza accettabile di +/- 5%. Si prega inoltre di non contare due volte beneficiari per categoria diverse.

Aziende e organizzazioni senza scopo di lucro

Aziende e organizzazioni senza scopo di lucro

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Metodologia di monitoraggio dei clienti

Per favore descriva brevemente in che modo l'azienda fa un monitoraggio del totale dei clienti/beneficiari.

Conteggiando il numero delle organizzazioni clienti dei servizi di formazione

Punti disponibili: 0.00

Gestione dell'educazione

In che modo vengono misurati e gestiti i risultati diretti, i risultati indiretti, gli effetti o l'impatto del prodotto o servizio dell'azienda?

Si prega di selezionare tutte le risposte che corrispondano.

- L'azienda ha definito formalmente i risultati indiretti che mira a generare con il proprio prodotto o servizio, e ha sviluppato una theory of change per raggiungerli
- L'azienda ha basato la definizione del modello di business del proprio prodotto o servizio in ricerche secondarie che ne dimostrano l'impatto potenziale
- L'azienda ha lavorato in modo diretto e formale con tutti gli stakeholder per capire i loro desideri e bisogni al momento di sviluppare, perfezionare e / o offrire i propri prodotti o servizi
- L'impatto dell'azienda è stato verificato in relazione a standard indipendenti (per esempio, i prodotti hanno certificazioni riguardanti il loro impatto)
- L'azienda misura i risultati indiretti a breve termine del proprio prodotto o servizio per determinare se questi raggiungono i bisogni e aspettative dei beneficiari
- L'azienda misura i risultati indiretti a lungo termine dei propri prodotti per valutare se questi generano un impatto positivo duraturo per i propri beneficiari
- Oltre a tenere in conto gli effetti positivi voluti, l'azienda ha identificato, misurato e gestito gli impatti negativi potenziali e non intenzionali del proprio prodotto o servizio
- L'azienda ha identificato e gestito le possibili cause per cui potrebbe non generarsi il risultato positivo previsto, si potrebbero generare risultati meno efficienti o potrebbero generarsi altri effetti negativi
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.80 su 1.61

Misurazione dei risultati

In che modo l'azienda ha misurato i risultati o ha determinato se il suo prodotto o servizio contribuisce a generare i risultati positivi precedentemente identificati nella domanda "Caratteristiche del prodotto/servizio: Educazione"?

- L'azienda ha fatto dei sondaggi ai beneficiari per conoscere e capire i risultati generati
- L'azienda utilizza gruppi di controllo non randomizzati per paragonare la propria prestazione
- L'azienda utilizza gruppi di controllo randomizzati per determinare il livello di causalità del proprio prodotto o servizio
- L'azienda utilizza dati aggregati forniti da terzi per definire benchmark e paragonare la performance del proprio impatto
- I metodi selezionati hanno determinato che il prodotto o servizio ha contribuito a generare quei risultati
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 1.61

Efficacia del prodotto/servizio in relazione all'educazione

Per quale percentuale dei beneficiari dell'azienda si può confermare l'impatto positivo del risultato precedentemente indicato?

- 0%
- 1-25%
- 26-49%
- 50-74%
- 75-99%
- 100%
- Non lo so

Punti disponibili: 1.61

Innovazione: prodotto o servizio educativo

C'è qualcosa di innovativo o diverso nell'azienda per quanto riguarda il proprio prodotto/servizio connesso all'educazione che abbia generato un cambiamento nel settore? È stato qualcosa che si può replicare, unico al momento della creazione, e che poi è stato imitato da altre organizzazioni?

C'è qualcosa di innovativo o diverso nell'azienda per quanto riguarda il proprio prodotto/servizio connesso all'educazione che abbia generato un cambiamento nel settore? È stato qualcosa che si può replicare, unico al momento della creazione, e che poi è stato imitato da altre organizzazioni?

Punti disponibili: 0.00

Miglioramento di impatto - Business Model d'impatto

BUSINESS MODEL D'IMPATTO
23.8

Riconosce prodotti/servizi che promuovono cambi positivi nelle organizzazioni per migliorare il loro impatto sociale e ambientale

Descrizione del miglioramento dell'impatto che genera il prodotto

Che tipo di prodotto o servizio fornisce l'azienda per migliorare l'impatto sui clienti?

La risposta a questa domanda, che non assegna punti direttamente, è abbinata con altre risposte per calcolare automaticamente il punteggio in questa sezione della valutazione.

- Il prodotto o servizio dell'azienda contribuisce alla ricerca, alla misurazione o generazione di report che aiutano del processo decisionale rispetto all'impatto
- Il prodotto o servizio dell'azienda fornisce consulenza o implementazione che migliora le pratiche operative dei clienti
- Il prodotto o servizio dell'azienda fornisce consulenza o implementazione che trasforma la cultura o il business model dei clienti
- Queste descrizioni non applicano al prodotto/servizio dell'azienda

Punti disponibili: 0.00

Entità dei miglioramenti nell'impatto

In che misura l'azienda può verificare che i propri prodotti o servizi hanno aiutato la maggior parte delle organizzazioni di clienti a raggiungere questi miglioramenti d'impatto?

La risposta a questa domanda, che non assegna punti direttamente, è abbinata con altre risposte per calcolare automaticamente il punteggio in questa sezione della valutazione.

- L'azienda ha prove dei miglioramenti operativi apportati dai clienti in base ai prodotti o ai servizi forniti
- L'azienda possiede evidenza di miglioramenti di trasformazione (adozione di modelli di business di impatto o modifiche sostanziali all'impatto complessivo dell'azienda) in base ai prodotti o servizi forniti
- Non si hanno prove di nessuna delle suddette implementazioni

Punti disponibili: 0.00

Fatturato generato da miglioramenti apportati all'impatto dell'azienda

Qual è stato il fatturato totale dell'ultimo anno per i prodotti o servizi precedentemente menzionati?

La risposta a questa domanda, che non assegna punti direttamente, si combina con altre risposte per calcolare automaticamente il suo punteggio in questa sezione dell'assessment.

Qual è stato il fatturato totale dell'ultimo anno per i prodotti o servizi precedentemente menzionati?

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Monitoraggio dei beneficiari

L'azienda monitora la quantità delle seguenti categorie di beneficiari?

Verrà chiesto di indicare il numero di beneficiari raggiunti per ogni categoria selezionata

- Persone fisiche
- Famiglie
- Comunità
- Aziende o organizzazioni senza scopo di lucro
- Istituzioni Governative
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 0.00

Imprese/organizzazioni senza scopo di lucro

Quanti dei beneficiari delle categorie elencate in seguito sono stati serviti attraverso la fornitura dei prodotti/servizi dell'azienda per migliorare il proprio impatto negli ultimi 12 mesi? Si prega di stimare con una tolleranza accettabile di +/- 5%. Si prega inoltre di non contare due volte beneficiari per categoria diverse.

Aziende e organizzazioni senza scopo di lucro

Aziende e organizzazioni senza scopo di lucro

- Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Monitoraggio del totale dei clienti/beneficiari

Per favore descriva brevemente in che modo l'azienda fa un monitoraggio del totale dei clienti/beneficiari.

I clienti sono in piccolo numero e seguiti direttamente

Punti disponibili: 0.00

Gestione dei miglioramenti nell'impatto

In che modo vengono misurati e gestiti i risultati diretti, i risultati indiretti, gli effetti o l'impatto del prodotto o servizio dell'azienda?

- L'azienda ha definito formalmente i risultati indiretti che mira a generare con il proprio prodotto o servizio, e ha sviluppato una theory of change per raggiungerli
- L'azienda ha basato la definizione del modello di business del proprio prodotto o servizio in ricerche secondarie che ne dimostrano l'impatto potenziale
- L'azienda ha lavorato in modo diretto e formale con tutti gli stakeholder per capire i loro desideri e bisogni al momento di sviluppare, perfezionare e / o offrire i propri prodotti o servizi
- L'impatto dell'azienda è stato verificato in relazione a standard indipendenti (per esempio, i prodotti hanno certificazioni riguardanti il loro impatto)
- L'azienda misura i risultati indiretti a breve termine del proprio prodotto o servizio per determinare se raggiungono i bisogni e aspettative dei suoi beneficiari
- L'azienda misura i risultati indiretti a lungo termine per valutare se i risultati del proprio prodotto generano un impatto positivo duraturo per i propri beneficiari
- Oltre a tenere in conto gli effetti positivi voluti, l'azienda ha identificato, misurato e gestito gli impatti negativi potenziali e non intenzionali del proprio prodotto o servizio
- L'azienda ha identificato e gestito le possibili cause per cui potrebbe non generarsi il risultato positivo previsto, si potrebbero generare risultati meno efficienti o potrebbero generarsi altri effetti negativi
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 1.21 su 1.61

Misurazione dei risultati

In che modo l'azienda ha misurato i risultati o ha determinato se il suo prodotto o servizio contribuisce a generare i risultati positivi precedentemente identificati nella domanda "Caratteristiche dei prodotti: miglioramento dell'impatto"?

- L'azienda ha fatto dei sondaggi ai beneficiari per conoscere e capire i risultati generati
- L'azienda utilizza gruppi di controllo non randomizzati per paragonare la propria prestazione
- L'azienda utilizza gruppi di controllo randomizzati per determinare il livello di causalità del proprio prodotto o servizio
- L'azienda utilizza dati aggregati forniti da terzi per definire benchmark e paragonare la performance del proprio impatto
- I metodi selezionati hanno determinato che il prodotto o servizio ha contribuito a generare quei risultati
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.40 su 1.61

Efficacia dei miglioramenti nell'impatto

Per quale percentuale dei beneficiari dell'azienda si può confermare l'impatto positivo del risultato precedentemente indicato?

- 0%
- 1-25%
- 26-49%
- 50-75%
- 75-99%
- 100%
- Non lo so

Punti guadagnati: 1.00 su 1.61

Innovazione: miglioramento dell'impatto

C'è qualcosa di innovativo o diverso nell'azienda per quanto riguarda il proprio prodotto/servizio basico che abbia generato un cambiamento nel settore? È stato qualcosa di unico al momento della creazione, e che poi è stato imitato da altre organizzazioni?

C'è qualcosa di innovativo o diverso nell'azienda per quanto riguarda il proprio prodotto/servizio basico che abbia generato un cambiamento nel settore? È stato qualcosa di unico al momento della creazione, e che poi è stato imitato da altre organizzazioni?

L'elemento innovativo consis

Punti disponibili: 0.00

Questionario sulla trasparenza

Divulgazione d'informazione - Industrie

Domande di divulgazione su pratiche specifiche di produzione e gestione commerciale.

Dettaglio delle attività relate all'alcol

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

L'azienda realizza attività in relazione all'alcol

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di pratiche riguardanti il tabacco

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Tabacco

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure di pratiche riguardanti il gioco d'azzardo

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Gioco d'azzardo

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di pratiche riguardanti armi da fuoco

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Armi da fuoco, armi o munizioni

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di pratiche riguardanti la pornografia

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Pornografia

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti Payday loans (prestiti del giorno di paga), a breve termine o con alti interessi

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

L'azienda offre prestiti a breve termine o prestiti con alti interessi

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti combustibili fossili

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

L'azienda lavora con estrazione, distribuzione o vendita di carbone, gas naturale o combustibili fossili come il petrolio.

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di pratiche riguardanti l'attività mineraria

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Industria mineraria

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti energia nucleare o materiali pericolosi

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Le operazioni dell'azienda coinvolgono energia nucleare, materiali radioattivi o rifiuti pericolosi

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure di pratiche riguardanti le prigioni

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Prigioni

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche del settore di assicurazioni sulla vita

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Prodotti assicurativi sulla vita

Selezionare "Sì" solo se l'80% o più del fatturato dell'azienda deriva da prodotti assicurativi sulla vita.

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche di inserzione di volontari negli orfanotrofi

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Organizzazione di programmi di volontariato per orfanotrofi o organizzazioni di assistenza all'infanzia

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche del settore di consulenza fiscale

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Servizi di consulenza fiscale

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche riguardanti prodotti e servizi che coinvolgono animali

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Prodotti o servizi che coinvolgono animali (compresi i frutti di mare)

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti organismi geneticamente modificati

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Organismi geneticamente modificati

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti prodotti illegali o soggetti all'eliminazione progressiva

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

L'azienda ha prodotti o realizza attività che sono illegali secondo le leggi o le regole del paese dove opera, attività o prodotti che sono proibiti da convenzioni o accordi internazionali o che subiranno conseguenze per regolamentazione o per l'eliminazione progressiva internazionale

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure settori a rischio di violazioni dei diritti umani

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Settori che dipendono dall'utilizzo di materiali con alta probabilità di generare violazioni ai diritti umani (per esempio minerali provenienti da zone in conflitto)

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure per altri settori

Indica se l'azienda è coinvolta nella produzione o nella commercializzazione di uno qualsiasi dei seguenti prodotti. Seleziona Sì per tutte le opzioni valide.

Altri settori che potrebbero provocare danni sociali e ambientali, che sono soggette a critiche da stakeholder o che sono motivo di preoccupazione per questi gruppi

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Spiegazione dell'azienda sulle osservazioni fornite nelle risposte del questionario di divulgazione d'informazione

Nel caso in cui si sia selezionato "Sì" nelle "Disclosure di settore" sopra elencate, di prega di fornire una spiegazione dettagliata del coinvolgimento dell'azienda per ciascuna risposta affermativa:

Se questo non applica all'azienda, per favore scriva "Non applica" nella casella di testo qui di seguito.

Non applica

Punti disponibili: 0.00

Pratiche di divulgazione d'informazione

Domande di divulgazione su pratiche sensibili.

Le leggi nazionali non stabiliscono obbligo di registrazione formale per le aziende

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, per quanto riguarda l'eventuale impegno dell'azienda nelle pratiche di seguito elencate. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

L'azienda non è formalmente registrata in conformità con tutte le normative e i requisiti vigenti

Se l'azienda è formalmente registrata, selezionare "No."

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Evasione fiscale attraverso società di comodo

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, per quanto riguarda l'eventuale impegno dell'azienda nelle pratiche di seguito elencate. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

L'azienda utilizza società fantasma o altri mezzi (per esempio la costruzione di varie società) per minimizzare la quantità di tasse da pagare

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

L'azienda opera in zone in conflitto

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, per quanto riguarda l'eventuale impegno dell'azienda nelle pratiche di seguito elencate. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

L'azienda opera in zone di conflitto

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Vendita di dati

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, per quanto riguarda l'eventuale impegno dell'azienda nelle pratiche di seguito elencate. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

L'azienda vende o offre accesso ai dati degli utenti o consumatori

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Stabilimenti aziendali situati in ecosistemi sensibili

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, per quanto riguarda l'eventuale impegno dell'azienda nelle pratiche di seguito elencate. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

Gli stabilimenti dell'azienda sono accanto a o dentro ecosistemi sensibili

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Marketing dei prodotti sostituti del latte materno

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, per quanto riguarda l'eventuale impegno dell'azienda nelle pratiche di seguito elencate. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

Commercializzazione di sostituti del latte materno

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Contratti a zero ore

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, per quanto riguarda l'eventuale impegno dell'azienda nelle pratiche di seguito elencate. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

L'azienda assume lavoratori attraverso contratti a zero ore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

I lavoratori dell'azienda sono prigionieri

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, per quanto riguarda l'eventuale impegno dell'azienda nelle pratiche di seguito elencate. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

L'azienda assume prigionieri

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure per altri tipi di pratiche

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, per quanto riguarda l'eventuale impegno dell'azienda nelle pratiche di seguito elencate. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

Altre pratiche sensibili che potrebbero provocare danni sociali e ambientali, che sono soggette a critiche da parte di stakeholder o che sono motivo di preoccupazione per questi gruppi

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Spiegazione dell'azienda sulle osservazioni fornite nelle risposte del questionario di divulgazione d'informazione

Nel caso in cui si sia selezionato "Sì" nelle "Disclosures di pratiche" sopra elencate, di prega di fornire una spiegazione dettagliata del coinvolgimento dell'azienda per ciascuna delle pratiche selezionate con risposta affermativa:

Se questo non applica all'azienda, per favore scriva "Non applica" nella casella di testo qui di seguito.

Non applica

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di informazione - risultati e sanzioni

Domande di divulgazione su temi come cause legali, trasferimento di comunità, incidenti e morte sul lavoro.

Decessi sul posto di lavoro

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, relativamente all'esperienza dell'azienda negli ultimi 5 anni. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

L'azienda ha registrato decessi di lavoratori in funzione o sul posto di lavoro

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Controversie arbitrali o processi

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, relativamente all'esperienza dell'azienda negli ultimi 5 anni. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

Controversie arbitrali o processi in corso nei confronti dell'azienda, o nei quali si è arrivati a un accordo o nei quali l'azienda è stata condannata

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

L'azienda ha presentato istanza di fallimento

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, relativamente all'esperienza dell'azienda negli ultimi 5 anni. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

L'azienda ha presentato istanza di fallimento

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Concussione, Frode o Corruzione

Indica se nell'arco degli ultimi 5 anni l'azienda è stata oggetto di una denuncia formale presso un'autorità di regolamentazione o se è incorsa in multe o sanzioni per una delle seguenti pratiche o politiche. Seleziona tutte le opzioni valide.

Concussione, Frode o Corruzione

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Condotta anticoncorrenziale

Indica se nell'arco degli ultimi 5 anni l'azienda è stata oggetto di una denuncia formale presso un'autorità di regolamentazione o se è incorsa in multe o sanzioni per una delle seguenti pratiche o politiche. Seleziona tutte le opzioni valide.

Condotta anticoncorrenziale

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Reporting finanziario, tasse, investimenti o crediti

Indica se nell'arco degli ultimi 5 anni l'azienda è stata oggetto di una denuncia formale presso un'autorità di regolamentazione o se è incorsa in multe o sanzioni per una delle seguenti pratiche o politiche. Seleziona tutte le opzioni valide.

Reporting finanziario, pagamento di tasse, investimenti o crediti

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Contributi politici o relazioni internazionali

Indica se nell'arco degli ultimi 5 anni l'azienda è stata oggetto di una denuncia formale presso un'autorità di regolamentazione o se è incorsa in multe o sanzioni per una delle seguenti pratiche o politiche. Seleziona tutte le opzioni valide.

Contributi politici o relazioni internazionali

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Questioni legate ai diritti sul lavoro

Indica se nell'arco degli ultimi 5 anni l'azienda è stata oggetto di una denuncia formale presso un'autorità di regolamentazione o se è incorsa in multe o sanzioni per una delle seguenti pratiche o politiche. Seleziona tutte le opzioni valide.

Problematiche lavorative (comprese sicurezza e discriminazione)

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Violazione della privacy e/o perdita di dati confidenziali

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, relativamente all'esperienza dell'azienda negli ultimi 5 anni. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

Violazione della privacy individuale e/o perdita di dati personali confidenziali

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Indice di licenziamenti significativo

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, relativamente all'esperienza dell'azienda negli ultimi 5 anni. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

L'azienda ha licenziato più del 20% dei propri lavoratori

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Scariche di sostanze pericolose in aria/terra/acqua (negli ultimi 5 anni)

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, relativamente all'esperienza dell'azienda negli ultimi 5 anni. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

Si sono prodotte scariche incidentali di sostanze pericolose nell'aria, acqua o nella terra nei dintorni degli stabilimenti dell'azienda

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Acquisizione, conversione o rilocalizzazione di terreni a grande scala

Indica se le seguenti affermazioni sono vere, relativamente all'esperienza dell'azienda negli ultimi 5 anni. Seleziona tutte le opzioni valide. Se l'affermazione è vera, seleziona "Vero." Se è falsa, seleziona "Falso".

La costruzione o le operazioni dell'azienda coinvolgono l'acquisizione, convergenza o degradazione di terreni a grande scala (compresa la costruzione o la restaurazione di dighe) o provocano la risistemazione o lo sradicamento economico 5000 persone o più

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Penalità dovute a questioni ambientali che sono state sottoposte a un assessment

Indica se nell'arco degli ultimi 5 anni l'azienda è stata oggetto di una denuncia formale presso un'autorità di regolamentazione o se è incorsa in multe o sanzioni per una delle seguenti pratiche o politiche. Seleziona tutte le opzioni valide.

Penalità in relazione alla gestione ambientale, compresa la salvaguardia degli animali

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Violazione dei diritti delle popolazioni indigene

Indica se nell'arco degli ultimi 5 anni l'azienda è stata oggetto di una denuncia formale presso un'autorità di regolamentazione o se è incorsa in multe o sanzioni per una delle seguenti pratiche o politiche. Seleziona tutte le opzioni valide.

Infrazione dei diritti delle popolazioni indigene, per esempio tramite l'utilizzo di terre appartenenti a popolazioni originarie o utilizzate da loro, senza un loro previo consentimiento documentato

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure - risultati e penalità

Indica se nell'arco degli ultimi 5 anni l'azienda è stata oggetto di una denuncia formale presso un'autorità di regolamentazione o se è incorsa in multe o sanzioni per una delle seguenti pratiche o politiche. Seleziona tutte le opzioni valide.

Altre penalità, reclami o lamentele presentate o imposte contro l'azienda a causa dell'impatto negativo sulle comunità locali, diritti umani o altri ambiti rilevanti per gli stakeholder

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Spiegazione dell'azienda sulle osservazioni fatte nelle risposte del questionario di divulgazione d'informazione

Nel caso in cui si sia selezionato "Sì" nelle "Disclosure di penalità e impatti" sopra elencate, di prega di fornire una spiegazione dettagliata dell'esperienza dell'azienda per ciascuna risposta affermativa:

Se questo non applica all'azienda, per favore scriva "Non applica" nella casella di testo qui di seguito.

Non applica

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione d'informazione - catena di distribuzione e fornitura

Domande di divulgazione d'informazione sui fornitori principali dell'azienda

Fornitori in zone di conflitto

Indica se una delle seguenti affermazioni è vera, per quanto riguarda i fornitori principali della tua azienda.

Operazioni in zone in conflitto

Sì

No

Non si sa

Punti disponibili: 0.00

Impatti negativi a livello sociale dei fornitori

Indica se una delle seguenti affermazioni è vera, per quanto riguarda i fornitori principali della tua azienda.

Pratiche o risultati indiretti che hanno prodotto impatti negativi sostanziali in materia di diritti umani, condizioni di lavoro o comunità locali

- Sì
- No
- Non si sa

Punti disponibili: 0.00

Impatto ambientale negativo dei fornitori

Indica se una delle seguenti affermazioni è vera, per quanto riguarda i fornitori principali della tua azienda.

Pratiche o risultati indiretti che hanno prodotto un impatto negativo sostanziale a livello ambientale

- Sì
- No
- Non si sa

Punti disponibili: 0.00