



PRAGMETICA
Società Benefit
Sviluppo Organizzativo Sostenibile

Certificazione



Relazione di impatto 2022



Sommario

1) La nostra azienda e il bene comune	4
L'azienda in breve	4
Certificazioni.....	4
Partnership e collaborazioni	4
2) Misurazione e rendicontazione dell'impatto.....	5
Strumento per la misurazione dell'Impatto	5
Struttura della presente Relazione d'Impatto	5
3) La gestione dell'impatto socio ambientale.....	6
Il Responsabile dell'Impatto e le sue attribuzioni	6
La procedura di gestione dell'Impatto socio ambientale.....	7
Individuazione dei principali fattori d'impatto e dei KPI socio ambientali	7
Individuazione dei principali stakeholder.....	7
4) Valutazione generale	9
Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo	9
Risultati del BIA generali	10
Serie storica	10
5) Valutazione per aree.....	11
Governance d'impresa	11
Vision.....	11
Mission	11
Dallo Statuto	12
Lavoratori	13
Altri portatori d'interesse	13
Ambiente.....	16
6) Risultati e obiettivi specifici	18
Consulenza per lo sviluppo organizzativo sostenibile	18
Modalità, azioni e risultati.....	18
Obiettivi e target per l'esercizio seguente.....	19
Facilitazione dell'apprendimento individuale e organizzativo	20
Modalità, azioni e risultati.....	20
Obiettivi e target per l'esercizio seguente.....	20
Donazioni in denaro o in natura.....	21



Modalità, azioni e risultati.....	21
Obiettivi per l'esercizio seguente.....	21
Operato Responsabile, Sostenibile e Trasparente nei confronti di ambiente e stakeholder	21
Modalità, azioni e risultati.....	21
Obiettivi per l'esercizio seguente.....	22
7) Riepilogo degli obiettivi e target per l'esercizio seguente	23
8) Conclusioni	24



PRAGMETICA

Società Benefit
Sviluppo Organizzativo Sostenibile

Certificazione



1) 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.

Certificazioni

E' stata ottenuta la certificazione B Corp in data 15 aprile 2022 col punteggio di 84/200.

Partnership e collaborazioni

Siamo soci di Assobenefit, Italian Institute for the Future, Sardex.



PRAGMETICA

Società Benefit
Sviluppo Organizzativo Sostenibile

Certificazione



Corporation

2) Misurazione e rendicontazione dell'impatto

Strumento per la misurazione dell'Impatto

Lo strumento individuato per la misurazione 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 sopraccitato Allegato.

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:

3. Una descrizione a livello metodologico degli aspetti operativi della gestione dell'impatto
4. La valutazione dell'andamento generale dell'impatto socio ambientale, avvalendosi dell'indicatore sintetico costituito dal punteggio BIA
5. La valutazione sintetica dell'andamento dell'impatto nelle aree previste dall' all'allegato 5 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208
6. Risultati e obiettivi specifici, con riferimento alle finalità specifiche di bene comune indicate nella parte Benefit dello Statuto
7. Riepilogo di tutti gli obiettivi e target per l'esercizio seguente
8. Una parte conclusiva che riepiloghi ed evidenzi 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 alla numerazione delle sezioni che seguono.



PRAGMETICA

Società Benefit
Sviluppo Organizzativo Sostenibile

Certificazione



Corporation

3) La gestione dell'impatto socio ambientale

Il Responsabile dell'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:

- 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
- provvedere all'esecuzione di audit interni
- provvedere all'aggiornamento dei rilievi (e delle relative eventuali elaborazioni) di dati, misuratori e KPI nonché al loro inserimento sul Registro Socio Ambientale
- provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari socio ambientali per i fornitori
- provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari di soddisfazione dei clienti

Responsabilità:

- Supervisionare la gestione dell'impatto socio ambientale dell'azienda
- Proporre all'Assemblea obiettivi e target
- Monitorare lo svolgimento delle attività aziendali necessarie per il raggiungimento degli obiettivi
- Segnalare tempestivamente all'Assemblea situazioni che pregiudichino il raggiungimento degli obiettivi e proporre interventi di correzione
- Predisporre annualmente la relazione d'impatto
- Assicurare il rispetto di tutte le scadenze
- 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
- 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
- Individuare opportunità per valorizzare l'impatto socio ambientale dell'azienda a livello reputazionale e di mercato
- Assicurarci che l'azienda ottemperi all'obbligo di pubblicazione della relazione d'impatto sul sito Internet entro il mese di febbraio 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	% 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)	N.
KPI4	numero di ore di attività pro-bono a favore di organizzazioni no-profit (accordi+progettazione+erogazione)	N.
KPI5	% di utile utilizzata per sostegno attraverso donazioni a organizzazioni no-profit	%
KPI6	numero di ore di attività di informazione e formazione gratuita su temi della sostenibilità (inclusi webinar e relative progettazioni)	N.

Individuazione dei principali stakeholder

- i clienti
- i partner
- le organizzazioni destinatarie delle donazioni in natura o in denaro



PRAGMETICA

Società Benefit
Sviluppo Organizzativo Sostenibile

Certificazione



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, tra 2021 e 2022 si sono adottati approcci diversificati, includendo organizzazioni molto piccole e altre invece di rilevanza internazionale.



PRAGMETICA

Società Benefit
Sviluppo Organizzativo Sostenibile

Certificazione



4) Valutazione generale

Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo

Il 2022 è stato caratterizzato da un lato dalla graduale uscita dalla fase emergenziale causata dal Covid-19, e dall'altro dallo scoppio della guerra in Ucraina, con la conseguente crisi energetica. Per il percorso verso lo sviluppo sostenibile ciò ha purtroppo determinato un regresso su diversi degli obiettivi dell'Agenda 2030: ritorno al carbone, riabilitazione del gas e del nucleare nella Tassonomia Europea degli investimenti sostenibili, crisi umanitaria per l'esodo dalle zone di guerra, oltre agli effetti diretti, a livello di ricadute sul territorio e sull'atmosfera, dell'uso delle armi. In presenza di questo scenario si è riscontrato un arretramento del processo di dirottamento del capitale finanziario verso la finanza sostenibile, che era stato invece chiaramente in corso nei due anni precedenti.

A Novembre la Commissione europea ha definitivamente approvato la Corporate Sustainability Reporting Directive. Si è svolto il COP27 a Sharm-el-Scheik con un esito ritenuto dai più molto deludente, limitato al riconoscimento del principio di 'Loss and Damage', che prevede risarcimenti economici per i paesi più colpiti dagli effetti del cambiamento climatico. Il COP15 ha portato all'adozione del nuovo *Global Biodiversity Framework*, un insieme di misure che mira a ridurre drasticamente la perdita di biodiversità su scala globale entro il 2030.

Il percorso, da tempo in atto nel mondo e in particolare in Italia, verso la conversione del tessuto economico in ottica sostenibile si è nonostante tutto mantenuto su livelli positivi, sebbene ancora non adeguati a quanto la situazione richiederebbe. Infatti ha continuato ad esempio ad aumentare sensibilmente il numero di aziende che si certificano come B Corp e di quelle che si trasformano in Società Benefit. Va infine citata la proroga al 31/12/2022 della scadenza per ottenere il rimborso del 50% dei costi sostenuti per la trasformazione in Società Benefit.

Questo ha significato la presenza di condizioni favorevoli per quanto riguarda la domanda della parte 'sostenibile' dell'attività di Pragmetica SB, e a conferma di ciò sul mercato della consulenza per la transizione sostenibile si sono affacciati diversi nuovi attori, tra i quali anche grandi nomi che hanno costituito divisioni specializzate per l'accompagnamento alla transizione sostenibile.

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.



Risultati del BIA generali



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'.

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.

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

Serie storica

Data	Punteggio
Dicembre 2020	59
Novembre 2021	128
Aprile 2022	84 verificato
Dicembre 2022	127

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.



5) Valutazione per aree

Governo d'impresa



Vision

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

- rendendo il lavoro interno sempre più umano e creativo
- valorizzando ogni tipo di diversità tra gli individui
- costituendo una comunità di apprendimento per tutti gli stakeholder
- producendo prodotti e servizi che generino più valore di quello di cui necessitano
- recuperando, tutelando e valorizzando l'ambiente naturale e urbano
- mitigando le disuguaglianze sociali a livello locale e globale
- 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:



- 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.

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 specifiche finalità specifiche di bene comune sopra indicate con le seguenti denominazioni:

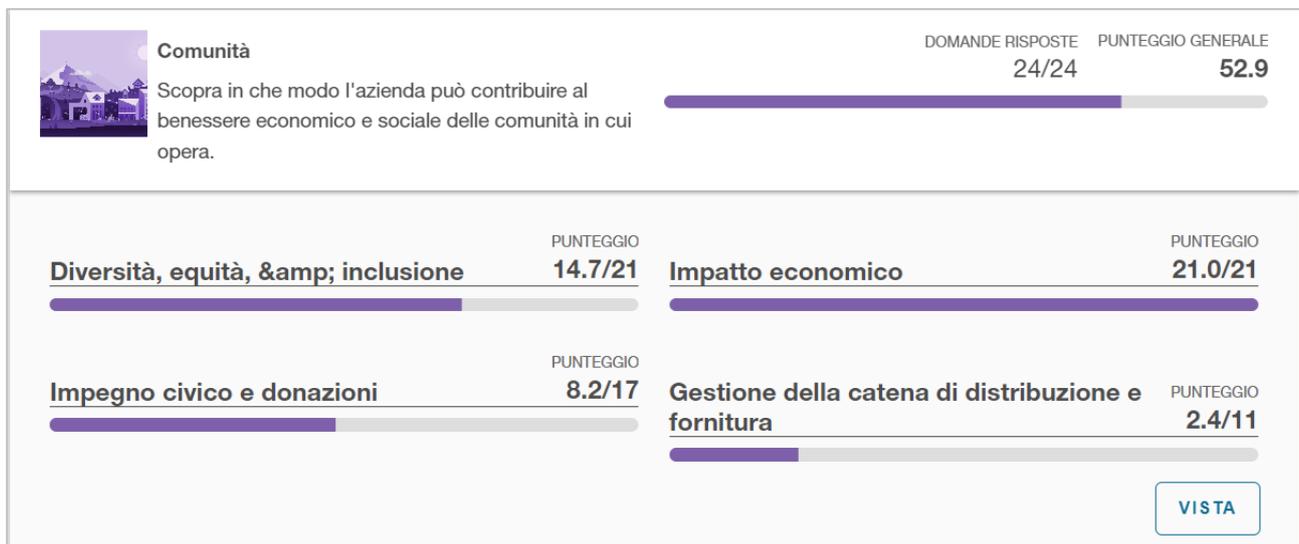
- **Consulenza per lo sviluppo organizzativo sostenibile**
- **Facilitazione dell'apprendimento individuale e organizzativo**
- **Donazioni in denaro o in natura**

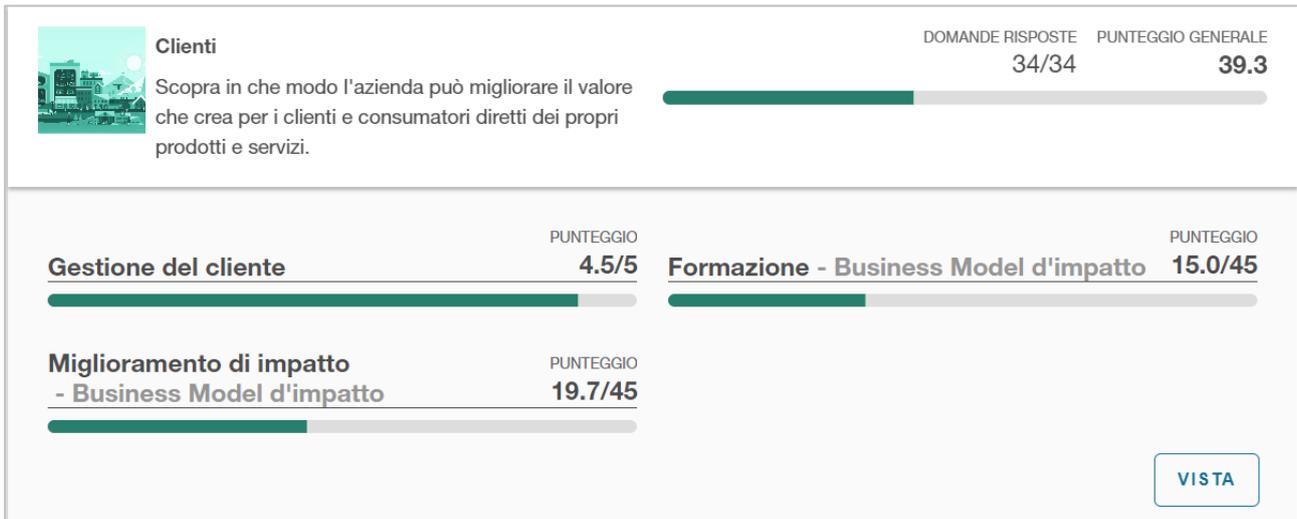
Lavoratori

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.

Altri portatori d'interesse





INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE	unità di misura	Consuntivo
Comunità		
Valore donazioni in denaro		788,75
Valore economico donazioni in natura		1.000,00
Totale donazioni in denaro o in natura		1.788,75
% fatturato devoluto in donazioni	%	1,57%
% utile netto devoluto in donazioni	%	90,90%
% valore beni o servizi ceduti a titolo gratuito su fatturato	%	0,88%
N.B. si assume come riferimento un valore di 500€ a giornata (8 ore) di prestazione erogata pro bono		
Clients		
% clienti (attivi nell'ultimo anno) cui è stato proposto il questionario di soddisfazione	%	100%
% clienti rispondenti al questionario di soddisfazione	%	81,82%
% valutazione media della soddisfazione complessiva (voto medio/massimo previsto)	%	8,4

Riportiamo qui i risultati del questionario di soddisfazione clienti somministrato nel 2022.

Il questionario è stato inviato ai 22 clienti attivi nei 12 mesi precedenti, di cui 18 hanno inviato la risposta.

Per ogni domanda, che prevedeva una scala likert da 1 a 10, riportiamo la media delle risposte e la deviazione standard.

DOMANDA	media	stdev
Come valutate la nostra concreta attenzione agli obiettivi di sostenibilità?	9,4	0,6
Con quale probabilità, se ce ne fosse l'occasione, consigliereste la nostra azienda?	9,1	0,8



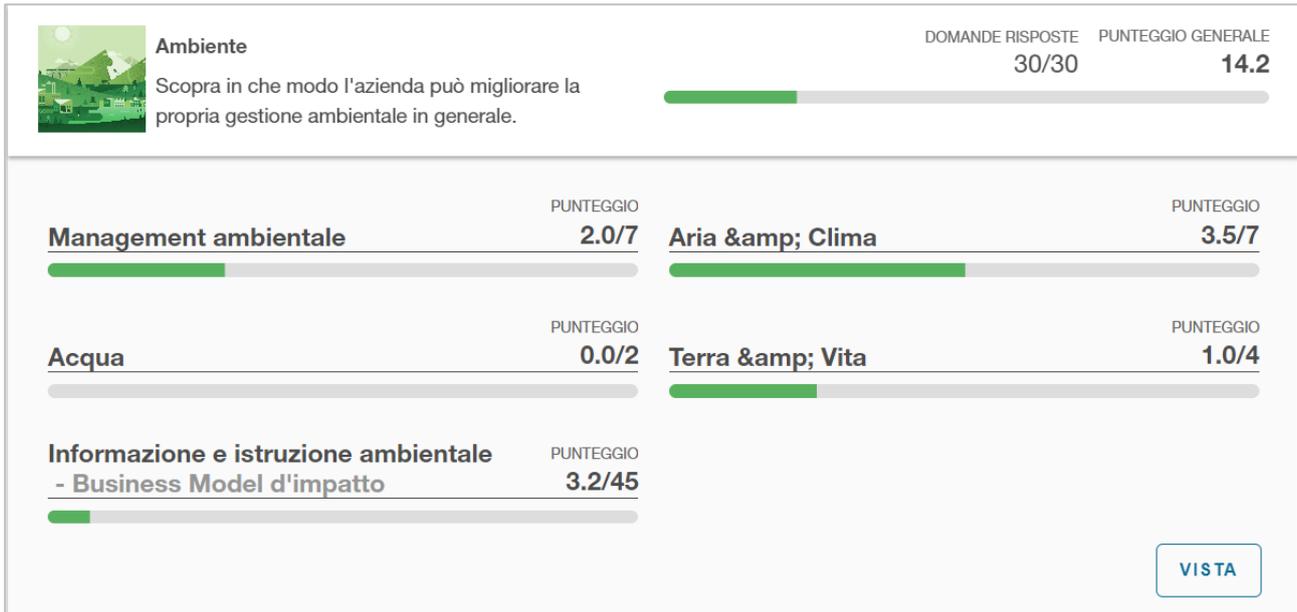
Come valutate la nostra gestione amministrativa?	9,1	0,8
Come valutate la cortesia e disponibilità dei nostri addetti con cui interagite?	9,1	0,9
Come valutate la nostra tempestività nel rispondere alle vostre richieste?	8,9	0,9
Come valutate la chiarezza delle nostre comunicazioni?	8,8	0,9
In quale misura la vostra azienda è oggi sensibile ai temi della sostenibilità?	8,7	0,9
Come valutate la nostra flessibilità?	8,7	1,2
Come valutate la nostra volontà di contribuire al successo della vostra azienda?	8,6	1,2
Con quale probabilità continuerete a sottoporci i vostri fabbisogni relativi alla nostra offerta?	8,4	1,3
Come valutate la nostra capacità di gestire imprevisti ed emergenze?	8,4	1,3
Come valutate in generale la qualità dei nostri servizi?	8,4	1,1
Qual è il livello generale di soddisfazione della vostra azienda rispetto alla nostra?	8,4	1,1
In quale misura la vostra azienda è oggi concretamente attiva per migliorare il proprio impatto socio ambientale?	8,4	0,9
Come valutate la nostra volontà di venire incontro alle vostre necessità particolari?	8,4	1,2
Come valutate la nostra capacità di comprendere le vostre richieste?	8,1	1,4

Le risposte ricevute mostrano un livello di soddisfazione generalmente positivo. Procedendo ad una valutazione più dettagliata prendiamo atto che la valutazione relativamente più bassa, comunque in assoluto ben positiva, riguarda la capacità di comprendere le richieste. Su questo tema abbiamo voluto approfondire con alcuni clienti e realizzato che in parte la percezione può considerarsi attribuibile ad alcune aspettative eccessive, mentre in parte ci sono state alcune limitate inefficienze da parte nostra.

Andando nella parte alta della classifica, ci colpisce positivamente che la valutazione massima sia sulla domanda riguardo alla nostra concreta attenzione agli obiettivi di sostenibilità e poi la probabilità con cui, se ce ne fosse l'occasione, il cliente consiglierebbe la nostra azienda.



Ambiente



Non avendo l'azienda una sede (l'ha avuta fino a metà 2021) e lavorando i soci o in home working o presso i clienti, non è possibile rilevare i consumi di acqua, energia elettrica e per la climatizzazione. 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.

Visti numerosi cambiamenti intervenuti nella situazione non hanno senso confronti storici.

INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE	unità di misura	2022
		Consuntivo
Fatturato	€	€ 113.858
Fonti energetiche		
Energia totale consumata	GJ	43,8
Rapporto energia totale consumata / fatturato	GJ/K€	0,385
% di energia totale di provenienza rinnovabile	%	0
% di energia totale di provenienza sostenibile	%	0
Emissioni di gas climalteranti		
Emissioni assolute di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2)	tCO2	3,7
Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2) / fatturato	tCO2/M€	32,5
Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2)	tCO2	20



Emissioni assolute di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 3)	tCO2	n.d.
Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 3) / fatturato	tCO2/K€	n.d.
Emissioni di CO2 compensate (Scope 3)	tCO2	n.d.
Per gas diversi da CO2 esprimere il valore sempre in tCO2 utilizzando fattore di conversione		
Viaggi		
distanza percorsa totale	km	26.549
rapporto distanza percorsa/Fatturato	km/K€	233,176
distanza percorsa su mezzi pubblici	km	2.235
% km di trasporti su mezzi pubblici rispetto al totale spostamenti per lavoro	%	8,42%
distanza percorsa su mezzi privati	km	24.314
distanza percorsa su mezzi privati a minor impatto (metano, GPL, ibridi)	km	6.434
distanza percorsa su mezzi Full Electric	km	0
% distanza percorsa su mezzi privati a minor impatto	%	24,23%
% distanza percorsa su mezzi privati full electric	%	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		



6) Risultati e obiettivi specifici

Consulenza per lo sviluppo organizzativo sostenibile

Modalità, azioni e risultati

Raggiungimento dei target per i KPI

	Descrizione		Obiettivo 2022	Consuntivo 2022
KPI1	% di fatturato proveniente da attività di consulenza per lo sviluppo sostenibile	%	60	50,7
KPI2	miglioramento percentuale del punteggio BIA dei clienti di servizi di transizione sostenibile serviti durante l'anno per almeno 3 mesi	%	30	55,7
KPI3	livello medio di soddisfazione clienti di servizi di transizione sostenibile (da sondaggi range 1-10)	N.	7,5	8.4

- Il mancato raggiungimento del target di 60 per la percentuale di fatturato proveniente da attività di consulenza per lo sviluppo sostenibile (KPI1) è stato causato da due fattori: i risultati inferiori a quelli attesi del nostro business in questo specifico ambito e il contemporaneo imprevisto aumento della quota di business derivante dalla generica facilitazione dell'apprendimento.
- Ampiamente superato il target di miglioramento percentuale del punteggio BIA dei clienti di servizi di miglioramento dell'impatto.
- Ampiamente superato anche il target del livello di soddisfazione dei clienti di servizi di transizione sostenibile.

Raggiungimento degli obiettivi da relazione d'impatto 2021

Presentare la domanda di certificazione B Corp per 7 clienti	✓
Attivare 10 nuovi clienti per i servizi di transizione sostenibile	90%
Accompagnare 10 clienti verso la trasformazione in Società Benefit	✓
Portare a regime la raccolta e l'elaborazione dei dati d'impatto dei clienti, oltre ai valori BIA	✗

- Nel corso del 2022 l'azienda ha accompagnato alla trasformazione in Società Benefit 13 clienti. 8 di questi, avendo superato il punteggio di 80, hanno anche inoltrato la richiesta di certificazione B Corp
- I nuovi clienti attivati per servizi di transizione sostenibile sono stati 9



- La raccolta ed elaborazione dei dati d'impatto dei clienti al di fuori dei risultati BIA non è stata messa a regime in quanto si è data priorità ad altri obiettivi, essendo considerato questo relativamente meno importante

Altri risultati e azioni

- L'azienda ha proseguito le attività di web marketing. Sono arrivate anche alcune segnalazioni da passaparola.
- E' 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, in particolare:
 - Green Future Project, per la compensazione della CO2
 - Goodify, per destinare parte del business a donazioni con beneficiario a scelta
 - Wow Lab, per la comunicazione su web dell'impegno sostenibile

Obiettivi e target per l'esercizio seguente

	Descrizione		Consuntivo 2022	Target 2023
KPI1	% di fatturato proveniente da attività di consulenza per lo sviluppo sostenibile	%	50,7	30
KPI2	miglioramento percentuale del punteggio BIA dei clienti di servizi di transizione sostenibile serviti durante l'anno per almeno 3 mesi	%	55,7	30
KPI3	livello medio di soddisfazione clienti di servizi di transizione sostenibile (da sondaggi range 1-10)	N.	8.4	8,0

Ottenere la certificazione B Corp per 5 clienti
Presentare la domanda di certificazione B Corp per 7 clienti
Attivare 8 nuovi clienti per i servizi di transizione sostenibile
Accompagnare 5 clienti verso la trasformazione in Società Benefit
Portare a regime la raccolta e l'elaborazione dei dati d'impatto dei clienti, oltre ai valori BIA
Attivare 2 collaborazioni commerciali con partner che portino clienti



Facilitazione dell'apprendimento individuale e organizzativo

Modalità, azioni e risultati

Raggiungimento dei target per i KPI

	Descrizione		Obiettivo 2022	Consuntivo 2022
KPI4	numero di ore di attività di informazione e formazione gratuita su temi della sostenibilità (inclusi webinar e relative progettazioni)	N.	32	32

- Sono stati tenuti 4 webinar gratuiti, che hanno visto un totale di 135 partecipazioni

Raggiungimento degli obiettivi da relazione d'impatto 2021

Intensificare l'attività di diffusione a titolo gratuito di infoprodotti relativi alla divulgazione, sensibilizzazione e informazione sulla sostenibilità	
---	--

- Si è intrapresa a maggio 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 500 a dicembre 2022.
- Si è proseguita la periodica pubblicazione di articoli di approfondimento sul blog del sito www.pmisostenibile.it

Obiettivi e target per l'esercizio seguente

	Descrizione		Consuntivo 2022	Target 2023
KPI4	numero di ore di attività di informazione e formazione gratuita su temi della sostenibilità (inclusi webinar e relative progettazioni)	N.	32	32

Effettuare 4 webinar in tema di sostenibilità aziendale o apprendimento e crescita personale
Proseguire la pubblicazioni di articoli su Blog
Rendere disponibile sul sito www.pmisostenibile.it una guida alla sostenibilità



Donazioni in denaro o in natura

Modalità, azioni e risultati

Raggiungimento dei target per i KPI

	Descrizione		Obiettivo 2022	Consuntivo 2022
KPI5	numero di ore di attività pro-bono a favore di organizzazioni no-profit (accordi+progettazione+erogazione)	N.	32	16
KPI6	% di utile utilizzata per sostegno attraverso donazioni a organizzazioni no-profit	%	20	90,9

- Le attività pro bono presso enti del terzo settore sono state inferiori al previsto in quanto alcune delle organizzazioni con le quali si era intrapreso il percorso non hanno dato disponibilità per gli incontri e non si è riuscito a consolidare accordi con altre organizzazioni. Le prestazioni pro bono sono state svolte con l'Associazione Jam Session di Bologna, una scuola di musica che svolge un'attività fortemente inclusiva, anche nei confronti di persone diversamente abili.
- Sono state effettuate donazioni in occasione dei regali natalizi, in collaborazione con il partner Goodify. I destinatari dei regali (nostri clienti) hanno avuto la possibilità di scegliere il beneficiario della donazione a loro intestata.

Obiettivi per l'esercizio seguente

	Descrizione		Consuntivo 2022	Target 2023
KPI5	numero di ore di attività pro-bono a favore di organizzazioni no-profit (accordi+progettazione+erogazione)	N.	16	16
KPI6	% di utile utilizzata per sostegno attraverso donazioni a organizzazioni no-profit	%	90,9	50

Proseguire il supporto consulenziale Pro Bono verso Jam Session
Intraprendere una nuova collaborazione pro bono con ente del terzo settore
Fare donazioni a enti del terzo settore preferibilmente in ambito educativo

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

Modalità, azioni e risultati

Raggiungimento degli obiettivi da relazione d'impatto 2021



Dotarsi di un automezzo aziendale a basso impatto	✓
Conseguire la Certificazione B Corp	✓

- A maggio 2022 è stato attivato il noleggio a lungo termine per una automezzo a propulsione ibrida elettrico-benzina. Tale mezzo è assegnato in uso ad uno dei soci ed è andato a sostituire un assai vetusto (e quindi inquinante) mezzo diesel di proprietà dello stesso
- Il 15 aprile 2022 è stata ottenuta con il punteggio di 84 la Certificazione B Corp
- Sono state compensate emissioni di CO2 nella misura di 20 tonnellate, quindi ben più delle 3,7 determinate dai viaggi aziendali, le uniche misurabili. I crediti sono stati acquistati tramite il partner Green Future Project e indirizzati al progetto di conservazione forestale Copalinga, in Ecuador

Obiettivi per l'esercizio seguente

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



7) Riepilogo degli obiettivi e target per l'esercizio seguente

			Cons. 2022	Target 2023
KPI1	% di fatturato proveniente da attività di consulenza per lo sviluppo sostenibile	%	50,7	30
KPI2	miglioramento percentuale del punteggio BIA dei clienti di servizi di transizione sostenibile serviti durante l'anno per almeno 3 mesi	%	55,7	30
KPI3	livello medio di soddisfazione clienti di servizi di transizione sostenibile (da sondaggi range 1-10)	N.	8.4	8,0
KPI4	numero di ore di attività pro-bono a favore di organizzazioni no-profit (accordi+progettazione+erogazione)	N.	16	16
KPI5	% di utile utilizzata per sostegno attraverso donazioni a organizzazioni no-profit	%	90,9	50
KPI6	numero di ore di attività di informazione e formazione gratuita su temi della sostenibilità (inclusi webinar e relative progettazioni)	N.	32	32

Ottenere la certificazione B Corp per 5 clienti
Presentare la domanda di certificazione B Corp per 7 clienti
Attivare 8 nuovi clienti per i servizi di transizione sostenibile
Accompagnare 5 clienti verso la trasformazione in Società Benefit
Portare a regime la raccolta e l'elaborazione dei dati d'impatto dei clienti, oltre ai valori BIA
Attivare 2 collaborazioni commerciali con partner che portino clienti
Effettuare 4 webinar in tema di sostenibilità aziendale o apprendimento e crescita personale
Proseguire la pubblicazioni di articoli su Blog
Rendere disponibile sul sito www.pmisostenibile.it una guida alla sostenibilità
Proseguire il supporto consulenziale Pro Bono verso Jam Session
Intraprendere una nuova collaborazione pro bono con ente del terzo settore
Fare donazioni a enti del terzo settore preferibilmente in ambito educativo
Compensare le emissioni di CO2 sulla base della misura delle emissioni causate dai viaggi e di una stima delle altre emissioni



8) Conclusioni

Per Pragmetica l'impegno per il beneficio comune nasce come fondamento dell'idea di business che sta all'origine dell'azienda.

Come è noto, mettere al primo posto aspetti valoriali non sempre o non immediatamente paga, per cui in un mercato in cui dei tre pilastri della sostenibilità, quello ambientale, quello sociale e quello economico, è solitamente l'ultimo a ricevere le attenzioni di gran lunga maggiori, nel nostro caso è invece quello relativamente meno presidiato e meno soddisfacente, e questo per un'azienda è un problema.

Come già evidenziato all'inizio, in particolare il mercato della consulenza per la transizione sostenibile delle aziende, sebbene l'interesse sia molto alto, nella nostra visuale a livello concreto si sta muovendo ancora lentamente, all'insegna della procrastinazione, e questo ci sta creando delle criticità.

E' da queste osservazioni che derivano i target non tanto ambiziosi che ci siamo dati per il 2023 per i nostri KPI socio ambientali.

Anche se sarebbe meraviglioso potere fare sempre 'la cosa giusta' dal punto di vista dell'orientamento al medio e lungo termine, nel nostro caso ci troviamo in questa fase in qualche modo indotti a portare maggiore attenzione all'immediato, perché un miglior equilibrio economico ci è necessario.

Certamente abbiamo tutte le intenzioni di onorare il nostro status di Società Benefit e di azienda certificata B Corp cercando sempre di ricavare da ciò che facciamo il miglior bilanciamento tra profitto e bene comune, ma non abbiamo difficoltà a riconoscere che per il 2023 probabilmente ci sarà possibile realizzare meno di quanto ci piacerebbe e vorremmo.

Ovviamente speriamo di essere smentiti dai fatti, in positivo, e abbiamo fiducia che accadrà.

Per il semplice motivo che sarebbe un segnale a testimonianza di un processo di cui l'umanità, molto più della nostra azienda, ha fortissimamente bisogno.

Governance

Mission e impegno

OPERAZIONI

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'assesemnt. 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

14.7

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: 8.40 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 qualificerebbero 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: 7.00 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

8.2

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: 2.59 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

2.4

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: 1.03 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

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

OPERAZIONI
2.0

Management ambientale

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
3.5

Aria & Clima

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: 0.62 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: 0.66 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

3.2

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: 1.61 su 1.61

Efficacia dell'Informazione o educazione ambientale

In caso di avere condotto ricerche direttamente su prodotti e servizi dell'azienda, i risultati confermano che si stanno raggiungendo risultati indiretti positivi per l'ambiente?

- Sì
- No
- N / A - Non si sono condotte ricerche

Punti disponibili: 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 "Descrizione di educazione/informazione ambientale offerta dai prodotti o servizi dell'azienda"?

- L'azienda ha fatto 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
- Altro (Per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.61 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

Clienti

Introduzione all'area d'impatto "Clienti"

OPERAZIONI

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 deselectare 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

Gestione del cliente

OPERAZIONI

4.5

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: 0.75 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

15.0

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 destinatarie degli interventi pro bono

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
19.7

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 relazionate 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