PLANGREEN SRL

Rapporto di Impatto per l'anno 2025

Introduzione

Siamo lieti di presentare il Report di Sostenibilità 2025 di PlanGreen Srl, che illustra i progressi compiuti e le principali sfide affrontate nel corso dell'ultimo anno, in continuità con il percorso intrapreso a partire dalla prima edizione del 2023. Anche nel 2025, la sostenibilità ha rappresentato un elemento centrale della nostra strategia aziendale, guidando le nostre scelte verso soluzioni sempre più efficienti, innovative e orientate alla riduzione dell'impatto ambientale.
In un contesto economico e normativo in costante evoluzione, PlanGreen ha proseguito con impegno nel rafforzare l'integrazione dei principi di sostenibilità nelle proprie attività, consolidando le iniziative avviate negli anni precedenti e introducendo nuovi interventi volti a migliorare le performance ambientali ed energetiche dei nostri clienti. Questo approccio ci ha permesso di affrontare con resilienza le complessità del mercato, mantenendo saldo il nostro obiettivo di generare valore sostenibile nel lungo periodo.
Nel presente report vengono evidenziati i risultati raggiunti, le criticità incontrate e le prospettive di sviluppo futuro, con la volontà di rendere sempre più strutturato e misurabile il nostro impegno. Siamo consapevoli che il nostro percorso di sostenibilità richieda costanza, responsabilità e capacità di adattamento; siamo convinti che le azioni intraprese possano contribuire a un cambiamento positivo.
Desideriamo infine esprimere un sincero ringraziamento a tutti coloro che ci supportano e ci motivano a proseguire con determinazione nel nostro impegno per un futuro più sostenibile, per le generazioni a venire.

L'AZIENDA
PlanGreen ha fatto della sostenibilità e della responsabilità sociale il suo cuore pulsante. Nata undici anni fa con una visione ambiziosa e un impegno incrollabile per un futuro migliore, ha compiuto un importante passo avanti diventando Società Benefit nel dicembre 2022 e ottenendo la certificazione B Corp nell'ottobre 2023.
Fin dalla nostra fondazione, ci siamo distinti per il nostro impegno a promuovere un'economia più sostenibile, equa e inclusiva. Siamo guidati da una forte convinzione che il successo aziendale non debba essere misurato solo in termini di profitti, ma anche in base all'impatto che generiamo sul pianeta e sulla società.
Dall'ottobre 2016, siamo una Società Certificata ESCO (Energy Service Company) ai sensi della norma UNI CEI 11352: 2014, impegnata nel fornire servizi di efficientamento energetico e soluzioni più sostenibili per contribuire alla riduzione dell'impatto ambientale e al risparmio energetico. Questa certificazione sottolinea il nostro impegno nel campo dell'efficienza energetica e conferma la nostra competenza nel fornire soluzioni innovative e sostenibili ai nostri clienti.
Inoltre, a fine 2023, abbiamo ottenuto la certificazione SOA OG9, attestazione che abilita alla partecipazione a gare d'appalto pubbliche per l'esecuzione di lavori legati a impianti che producono energia. Questa certificazione ci consente di lavorare su progetti di maggiore portata e complessità, garantendo la qualità e l'affidabilità dei nostri servizi.
Come Società Benefit, abbiamo giuridicamente vincolato il nostro impegno a perseguire obiettivi sociali e ambientali insieme a quelli finanziari. Questo ci ha permesso di integrare la sostenibilità nel nostro DNA aziendale e di adottare pratiche e politiche che promuovono il bene comune.
Ottenendo la certificazione B Corp, abbiamo aderito a una comunità globale di imprese che si impegnano a **utilizzare il potere del business per contribuire a risolvere i problemi sociali ed ambientali**. Questa certificazione ha riconosciuto ufficialmente il nostro impegno perseguito nel corso degli anni e ci ha ispirato a continuare il percorso di sostenibilità che abbiamo intrapreso.

Con le nostre certificazioni ESCO, SOA OG9 e la trasformazione in Società Benefit e B Corp, ci presentiamo come un'azienda all'avanguardia, pronta a promuovere il cambiamento e a ispirare altre imprese a seguire il nostro esempio.
In questo percorso di crescita e consolidamento, il 18 giugno 2025 PlanGreen è stata acquisita dal Vivigas S.p.A. uno dei principali operatori italiani nella vendita di gas metano ed energia elettrica nel mercato libero, dando vita, con la sua controllata VIVIesco a un polo dedicato all'efficientamento energetico, un traguardo che rappresenta il riconoscimento concreto del valore generato nel tempo e dell'impegno costante verso modelli di sviluppo più sostenibili. Guardando al futuro, siamo determinati a continuare a crescere e a innovare, mantenendo sempre al centro dei nostri sforzi il benessere delle persone e del pianeta. Continueremo a mettere in pratica i nostri valori fondamentali, lavorando instancabilmente per generare un impatto positivo e contribuire a costruire un futuro migliore.
Siamo grati per il sostegno della nostra comunità di clienti, partner, collaboratori e altre parti interessate, e non vediamo l'ora di continuare questo viaggio insieme.

MISSION
Creare valore pianificando verde: PlanGreen.
Alla base della nostra strategia: sostenibilità, innovazione e risparmio come driver di sviluppo delle imprese e delle comunità locali.
La redditività della nostra azienda è fortemente legata alla crescita del fatturato e del risparmio energetico delle imprese clienti e delle comunità locali.
Il nostro business prescinde sia dagli aiuti di stato, che dalle tariffe incentivanti e vive nel mercato delle imprese che guardano con ambizione verso il futuro.

STATUTO SOCIETA' BENEFIT
Nel nostro statuto come Società Benefit, ufficialmente registrato il 16 dicembre 2022, emerge chiaramente l'intento di allineare l'oggetto sociale ai principi e alle disposizioni previste dalla legge n. 208/2015, focalizzando in particolare l'attenzione sugli articoli 1, commi da 376 a 382, che riguardano le "società benefit". Questo sottolinea l'impegno dell'azienda a operare non solo per il profitto finanziario, ma anche per il beneficio pubblico e l'impatto positivo sulla società e sull'ambiente. Tra i nuovi punti inseriti nell'oggetto sociale, troviamo il seguente:
- perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.
[...] La società, con riferimento alla qualifica di società benefit, persegue le specifiche finalità di beneficio comune di seguito descritte:

Finalità di Beneficio Comune

1. Tutela e salvaguardia della natura e dell'ambiente
PlanGreen ha a cuore la tutela, la difesa e la salvaguardia della natura e dell'ambiente e cerca di dare il suo miglior contributo mediante lo sviluppo, la promozione, la diffusione ed il sostegno dell'utilizzo delle energie rinnovabili o non inquinanti e, conseguentemente, generando un miglioramento della qualità della vita e della salute delle persone

2. Divulgazione della cultura della sostenibilità
Plangreen si impegna a diffondere e divulgare la cultura della sostenibilità, della comunicazione ambientale, dell'economia sostenibile e circolare e del bene comune

3. Soddisfazione e cura del cliente
PlanGreen ritiene fondamentale raggiungere la soddisfazione dei propri clienti nel rispetto di alti standard qualitativi e nell'ottica di qualificare la società come partner sicuro ed affidabile. Per questo, si impegna ad aiutarli a consumare meno, spendere meno ed a ridurre il loro impatto ambientale intervenendo nella gestione dei vettori energetici e fornendo loro un sistema di monitoraggio dei consumi energetici

4. Sviluppo e promozione progetti per la transizione energetica
PlanGreen persegue l'attività di promozione, creazione, sviluppo e sponsorizzazione di idee, progetti imprenditoriali ed attività a beneficio del pianeta innovativi, basati su soluzioni naturali, sicure ed efficaci, che si pongano nell'ottica della tutela e rispetto dell'ambiente, dello sviluppo sostenibile e che mirino alla piena soddisfazione e al benessere delle comunità e delle persone.

Azioni e KPI

1. Tutela e salvaguardia della natura e dell'ambiente

L'ambiente e il suo benessere sono fondamentali per la salute degli organismi che lo abitano. Il Pianeta Terra, su cui viviamo, continua ad affrontare sfide ambientali sempre più gravi, spesso provocate dall'intervento umano. Questi problemi minacciano seriamente la salute degli esseri viventi e la vita sulla Terra come la conosciamo. In questo contesto, è essenziale che ognuno di noi contribuisca attivamente a una causa comune. Per questo motivo, Plangreen ha deciso di fare la sua parte, con un impegno quotidiano verso la sostenibilità.

Nel 2025. Plangreen, grazie all'impianto fotovoltaico installato presso la sua Sede, attivo dal 2023, ha continuato a generare energia da fonti rinnovabili, coprendo il 56% del proprio consumo totale annuale, in continuità con l'anno precedente. Questo risparmio energetico ha portato a una riduzione delle emissioni di CO2 pari a quelle assorbite da circa 228 alberi, rappresentando un contributo concreto alla tutela dell'ambiente.

Consuntivo delle azioni per il 2025

Azione	KPI	Progresso
Utilizzo di energie rinnovabili - PlanGreen si impegna ad utilizzare energie rinnovabili all'interno della sua attività	% di autosufficienza energetica di PlanGreen nel 2025 grazie al fotovoltaico - Obiettivo raggiunto per più della metà	56%(Obiettivo: 100, Risultato: 56)
Riduzione delle emissioni di CO2 - PlanGreen si impegna, attraverso l'utilizzo di energie rinnovabili per lo svolgimento della sua attività, a ridurre le emissioni di CO2.	Numero di alberi equivalenti alle emissioni di CO_2 evitate - Obiettivo raggiunto per più della metà	56%(Obiettivo: 515,Risultato: 228)

Azioni pianificate per il 2026

Utilizzo di energie rinnovabili

PlanGreen continuerà ad utilizzare energie rinnovabili all'interno della sua attività, cercando di raggiungere percentuali di autosufficienza energetica maggiori.

Riduzione delle emissioni di CO2

PlanGreen continuerà, attraverso l'utilizzo di energie rinnovabili per lo svolgimento della sua attività, a cercare di ridurre le emissioni di CO2 in percentuali sempre maggiori.

2. Divulgazione della cultura della sostenibilità

In PlanGreen, siamo convinti che la sostenibilità vada oltre un insieme di pratiche aziendali: è un principio cardine della nostra società. Per questo motivo, ci dedichiamo a promuovere la cultura della sostenibilità non solo tra i nostri dipendenti e le parti interessate, ma anche all'interno delle comunità locali, delle istituzioni educative e del pubblico in generale.
Attraverso interviste sui social media, la partecipazione a eventi e conferenze di settore, e i nostri contributi a riviste specializzate, lavoriamo per raggiungere un pubblico ampio e variegato. In questi spazi, offriamo informazioni dettagliate e spunti di riflessione su temi fondamentali riguardanti la sostenibilità ambientale. Vogliamo far capire che ogni persona ha il potere di fare la differenza e che, insieme, possiamo costruire un futuro più sostenibile per il nostro pianeta.
Perseguiamo questo impegno quotidianamente, anche con i nostri clienti, dimostrando con i fatti che investire nella sostenibilità non rappresenti un costo, ma sia una scelta vantaggiosa anche dal punto di vista economico.
Questo rapporto testimonia il nostro impegno concreto nel diffondere la cultura della sostenibilità, mettendo in evidenza come le nostre azioni di comunicazione stiano contribuendo ad aumentare la consapevolezza pubblica e a incoraggiare comportamenti più responsabili e sostenibili.
Illustriamo di seguito alcuni esempi come testimonianza del nostro impegno:

- Il **16/04/2025** abbiamo partecipato all'**evento** dedicato alle Comunità Energetiche Rinnovabili, organizzato da **AESS – Agenzia per l'Energia e lo Sviluppo Sostenibile** in collaborazione con il Comune di Misano Adriatico, condividendo la nostra esperienza sul campo e presentando la nostra CER Clorofilla, la prima Comunità Energetica in Italia dedicata al welfare aziendale;
- Come l'anno scorso, anche quest'anno (**24/02/2025**) siamo stati intervistati da **Video Regione** durante la trasmissione *Fatti e Opinioni*, un'importante occasione per raccontare nuovamente la nostra realtà e i traguardi raggiunti;
- Il **07/07/2025** abbiamo presentato, con un evento aperto a tutta la cittadinanza in Piazza Mazzini, la piazza principale del Comune, la **prima CER del Comune di San Mauro Pascoli**: un progetto concreto orientato a un futuro più sostenibile e condiviso. La serata si è conclusa con l'intervento di Roberto Mercadini, che ha portato in scena uno spettacolo dedicato ai temi della sostenibilità;
- Il **04/11/2025** in occasione della fiera **Ecomondo 2025**, il nostro Direttore Generale è intervenuto come ospite a ***Terra Therapy Talks***, format TV live e in streaming dedicato ai temi della sostenibilità e della transizione ecologica, in vista della COP30 di Belém, con il contributo in collegamento del climatologo Luca Lombroso. Un momento di

confronto tra esperti, innovatori e protagonisti del cambiamento, volto ad approfondire le sfide globali e le soluzioni locali per un futuro più sostenibile;

- Il **01/12/2025** Abbiamo presentato, con un evento aperto a tutta la cittadinanza presso il **Teatro Galli di Rimini**, il lancio della **prima CER del Comune di Rimini**: un'iniziativa che coinvolge cittadini, imprese e istituzioni in un nuovo modello di produzione e condivisione dell'energia, capace di generare benefici economici e ambientali per famiglie, aziende e l'istituzione pubblica stessa.
  La serata si è conclusa con l'intervento di Roberto Mercadini, che ha portato in scena uno spettacolo dedicato al tema dell'energia condivisa. Già in questa prima occasione di presentazione, PlanGreen ha raccolto 400 preadesioni da parte di cittadini interessati ad aderire alla CER
- Abbiamo rilasciato numerose interviste e sono stati pubblicati articoli su di noi in importanti quotidiani e media, tra cui: **Corriere di Brescia**, **Milano Finanza**, **IFEC (Italian Forum of Energy Communities)**, **CesenaToday**, **Il Resto del Carlino**, **RiminiToday**, **Quotidiano Energia**, **Comune di Rimini**, **Quotidiano Nazionale Network, Staffetta Quotidiana, Brescia Oggi, Bebeez Italia e Confindustria Romagna**.

Questi sono solo alcuni esempi concreti del nostro impegno nel promuovere la sostenibilità e sensibilizzare sulle tematiche ambientali. Siamo fermamente determinati a continuare a investire nelle persone e nelle risorse necessarie per rendere la sostenibilità parte integrante della vita quotidiana di ciascuno di noi. Invitiamo tutti coloro che condividono la nostra visione a unirsi a noi in questo importante impegno per costruire un mondo più consapevole, responsabile e sostenibile.

Consuntivo delle azioni per il 2025

Azione	KPI	Progresso
Partecipazione attiva agli eventi sociali - PlanGreen si impegna a partecipare attivamente ad eventi ed iniziative locali, allo scopo di divulgare la cultura della sostenibilità	Numero eventi - Obiettivo quasi raggiunto	80%(Obiettivo: 5, Risultato: 4)
Numero di interviste pubblicate - PlanGreen si impegna a divulgare attraverso i giornali e i siti di informazione la sua attività.	Numero di interviste pubblicate - Obiettivo quasi raggiunto	89%(Obiettivo: 18, Risultato: 16)
Aumento engagement sulle nostre pagine social (Facebook, Instagram, Linkedin)	Numero followers raggiunti (crescita %) - Obiettivo raggiunto	100%(Obiettivo: +25%, Risultato: +25%)

Azioni pianificate per il 2026

Partecipazione attiva agli eventi sociali

Nel 2026, PlanGreen si ripropone di partecipare attivamente ad almeno 5 eventi ed iniziative locali, con l'obiettivo di intensificare la nostra presenza nella diffusione della cultura della sostenibilità.

Numero di articoli pubblicati

Nel 2026, PlanGreen si impegnerà a continuare a diffondere la sua attività attraverso giornali e siti di informazione, riproponendo di raggiungere l'obiettivo di almeno 18 interviste pubblicate.

Presenza attiva sui canali social

Nel 2026, PlanGreen si impegnerà a rafforzare la sua presenza sui social media, ampliando ulteriormente la sua visibilità e interazione con il pubblico. L'obiettivo sarà di aumentare l'engagement sui nostri canali social, puntando a una crescita del +30% nel numero di follower e a una maggiore interazione con i nostri contenuti su Facebook, LinkedIn e Instagram.

3. Soddisfazione e cura del cliente

In PlanGreen, riteniamo che la soddisfazione dei nostri clienti non sia solo un obiettivo commerciale, ma un valore fondamentale per noi. Ci impegniamo a raggiungere la soddisfazione dei nostri clienti nel rispetto di alti standard qualitativi e nell'ottica di qualificare la società come partner sicuro ed affidabile.
Lavoriamo costantemente per comprendere le esigenze e le aspettative dei nostri clienti, offrendo soluzioni personalizzate e innovative che li aiutino a raggiungere i propri obiettivi di efficienza energetica e sostenibilità. Ci impegniamo ad aiutarli a consumare meno, spendere meno ed a ridurre il loro impatto ambientale, intervenendo nella gestione dei vettori energetici e fornendo loro un sistema di monitoraggio dei consumi energetici.
Nel corso del 2025 PlanGreen ha realizzato, per i propri clienti, impianti di efficienza energetica o produzione rinnovabile in grado di risparmiare all'ambiente l'equivalente CO_2 di quella assorbita da una foresta di 9.626 Alberi. Abbiamo ridotto emissioni per un valore di 326,94 tonnellate di CO_2.
Per noi, la soddisfazione del cliente va oltre la semplice erogazione di un prodotto o servizio; si tratta di costruire relazioni di fiducia durature e diventare un punto di riferimento affidabile nel settore dell'efficienza energetica.
Vogliamo essere partner attenti alle esigenze dei nostri clienti, offrendo supporto costante e soluzioni innovative che li aiutino a raggiungere i loro obiettivi di sostenibilità.
Questo rapporto riflette il nostro impegno per la soddisfazione e cura del cliente, evidenziando le azioni che abbiamo intrapreso per garantire un servizio di alta qualità e una partnership affidabile. Siamo determinati a continuare a superare le aspettative dei nostri clienti e a costruire relazioni di fiducia che durino nel tempo.
Invitiamo tutti i nostri clienti a condividere con noi le loro esperienze e feedback, in modo da poter continuare a migliorare e ad offrire soluzioni sempre più efficaci e personalizzate. Insieme, possiamo creare un futuro in cui la soddisfazione del cliente e la sostenibilità ambientale vanno di pari passo.

Consuntivo delle azioni per il 2025

Azione	KPI	Progresso
Energia risparmiata - PlanGreen si impegna a far consumare meno i propri clienti fornendo soluzioni sostenibili su misura	% di autosufficienza energetica (kWh) dei Clienti PlanGreen nel 2025 grazie al fotovoltaico - Obiettivo quasi raggiunto	83% (Obiettivo: 855.060 kWh, Risultato: 710.741 kWh)
Risparmio in bolletta - PlanGreen si impegna a far risparmiare i propri clienti riducendo i costi in bolletta	% di € risparmiati dai Clienti PlanGreen nel 2025 grazie al fotovoltaico - Obiettivo parzialmente raggiunto	40%(Obiettivo: 100, Risultato: 40)
Beneficio ambientale - PlanGreen realizza, per i propri clienti, impianti di efficienza energetica o produzione rinnovabile in grado di ridurre l'emissione di CO2.	Numero di alberi equivalenti alle emissioni di CO_2 evitate - Obiettivo quasi raggiunto	83%(Obiettivo: 11.581, Risultato: 9.626)

Azioni pianificate per il 2026

Energia risparmiata

PlanGreen continuerà ad impegnarsi per far consumare sempre meno i propri clienti fornendo soluzioni sostenibili su misura.

Risparmio in bolletta

PlanGreen continuerà ad impegnarsi per far risparmiare i propri clienti riducendo i costi in bolletta.

Beneficio ambientale

PlanGreen continuerà ad impegnarsi per far ridurre le emissioni di CO2 dei suoi clienti in percentuali sempre maggiori.

4. Sviluppo e promozione progetti per la transizione energetica

Presentiamo la nostra ultima finalità di beneficio comune: lo sviluppo e la promozione di progetti per la transizione energetica, con un focus particolare sulle comunità energetiche rinnovabili. In PlanGreen, ci impegniamo a progettare, realizzare e gestire comunità energetiche rinnovabili al fine di favorire lo sviluppo di una produzione energetica sostenibile nel territorio fornendo benefici ambientali nonché economici e sociali ai soci membri delle comunità.
Le comunità energetiche rinnovabili rappresentano una pietra miliare nella nostra missione di creare un futuro sostenibile e inclusivo. Ci impegniamo attivamente ad investire, gestire e garantire le performance di queste comunità, lavorando in collaborazione con le comunità locali, le istituzioni e le altre parti interessate per promuovere un cambiamento positivo e duraturo.

Queste comunità non solo forniscono energia pulita e accessibile a tutti i membri della comunità, ma favoriscono anche la partecipazione attiva dei cittadini alla transizione energetica, promuovendo la consapevolezza e l'educazione sui temi della sostenibilità. Inoltre, creano opportunità di lavoro e sviluppo economico locale nelle aree in cui sono implementate.
Siamo fermamente convinti che lo sviluppo e la promozione di progetti per la transizione energetica siano fondamentali per costruire un futuro migliore per tutti. Con la nostra dedizione e il nostro impegno, intendiamo continuare a promuovere il cambiamento verso un'economia più, equa e sostenibile, in cui l'energia pulita è accessibile a tutti.

Consuntivo delle azioni per il 2025

Azione	KPI	Progresso
Progettare, realizzare e gestire comunità energetiche rinnovabili al fine di favorire lo sviluppo di una produzione energetica sostenibile nel territorio fornendo benefici ambientali nonché economici e sociali ai soci membri delle comunità	Numero di Comunità Energetiche Rinnovabili costituite – obiettivo parzialmente raggiunto	50%(Obiettivo: 2, Risultato: 1)
Welfare aziendale - PlanGreen, attraverso la Comunità Energetica costituita dai suoi collaboratori, ha reso possibile lo sviluppo di un welfare aziendale ulteriore, derivante dalla messa a disposizione dei suoi pannelli fotovoltaici.	Soddisfazione dei collaboratori – obiettivo quasi raggiunto	98%(Obiettivo: 100, Risultato: 98)

Azioni pianificate per il 2026

Sviluppo e promozione di Comunità Energetiche Rinnovabili

Nel 2025, PlanGreen, in ATI con PlanGreen 2e, è risultata vincitrice della gara pubblica per la costituzione della Comunità Energetica Rinnovabile (CER) di Rimini. Avendo raggiunto solo metà dell'obiettivo prefissato per l'anno, nel 2026 PlanGreen si impegnerà a completare l'approvazione e l'avvio di almeno **1 nuovo progetto di comunità energetiche**, con l'obiettivo di accelerare il processo e ampliare il nostro contributo alla transizione energetica.

Welfare aziendale

Nel 2026, PlanGreen si impegnerà a consolidare e ampliare il suo welfare aziendale, cercado di continuare a mantenere **una soddisfazione dei collaboratori superiore al 90%** attraverso l'ottimizzazione dell'incentivo legato alla Comunità Energetica. L'obiettivo sarà di **incrementare l'efficienza del sistema fotovoltaico** e **introdurre nuove iniziative** che favoriscano il benessere dei collaboratori, migliorando ulteriormente il supporto offerto e aumentando la partecipazione alla comunità energetica.

Misurazione dell'impatto

Nel 2025, il nostro terzo anno come Società Benefit e azienda certificata B CORP, abbiamo proseguito nel percorso di monitoraggio e analisi dell'impatto delle nostre attività, seguendo le indicazioni del B Impact Assessment. Questo processo ha rappresentato un passo cruciale verso una maggiore trasparenza e responsabilità sociale, confermando il nostro impegno a generare effetti positivi sull'ambiente, sulla società e sulle comunità in cui operiamo.
Abbiamo aumentato le risorse dedicate alla raccolta, all'elaborazione e alla valutazione dei dati aziendali, focalizzandoci sulle aree con margini di miglioramento e sulle opportunità di sviluppo. Durante l'anno, l'area Clienti ha mostrato un progresso significativo, con un incremento di 3,4 punti, a dimostrazione del nostro costante impegno nel promuovere iniziative che favoriscono la loro soddisfazione.
La diminuzione di 0,9 punti nell'area Governance è riconducibile al cambio della compagine societaria intervenuto a metà 2025, che ha comportato una revisione della composizione del Consiglio di Amministrazione e della Direzione, con una riduzione dei membri indipendenti e della rappresentanza femminile. Si evidenzia tuttavia che, sotto il profilo industriale, la governance risulta essere stata rafforzata, grazie alla presenza, sia nel CdA, che nella Direzione, di cinque manager con consolidata e comprovata esperienza nel settore.
La riduzione di 1,9 punti nell'area Comunità è legata al medesimo cambiamento della compagine societaria, a seguito del quale la maggioranza (oltre il 50%) della proprietà aziendale non è presente sul territorio.
Per garantire l'accuratezza, l'affidabilità e la comparabilità dei dati, abbiamo collaborato a stretto contatto con consulenti esperti. Allo stesso tempo, abbiamo coinvolto attivamente i nostri collaboratori e altre parti interessate, riconoscendo che la misurazione dell'impatto richiede un impegno condiviso.
I risultati ottenuti ci hanno offerto una visione chiara dei progressi compiuti, evidenziando sia le aree di successo sia quelle su cui intervenire per migliorare ulteriormente. Queste informazioni guideranno azioni future che rafforzeranno il nostro percorso verso maggiore sostenibilità e responsabilità sociale.
Guardando avanti, useremo i risultati di questa valutazione come punto di riferimento per orientare le strategie future e consolidare il nostro impegno a generare un impatto positivo in tutte le nostre attività. Siamo orgogliosi di far parte della comunità delle aziende B Corp e grati per il sostegno e l'ispirazione ricevuti dalla nostra rete di partner, collaboratori, clienti e stakeholder.

Punteggio ottenuto con lo strumento di misurazione (punteggio del BIA) 83.5

Punteggio area Governance	**19.1**
Punteggio area Lavoratori	**26.3**
Punteggio area Comunità	**8.2**
Punteggio area Ambiente	**5.1**
Punteggio area Clienti	**24.6**

Conclusioni

Essere una Società Benefit rappresenta un impegno legale che va oltre la ricerca del profitto, includendo una forte attenzione al benessere sociale, ambientale e comunitario. Nel 2025, PlanGreen ha consolidato questo impegno, continuando a perseguire obiettivi di beneficio pubblico insieme a quelli economici. Questo impegno è sancito nel nostro statuto aziendale, che ci obbliga legalmente a considerare l'impatto delle nostre decisioni non solo sugli utili, ma anche sulle persone e sull'ambiente. Essere una Società Benefit ci offre una solida base su cui costruire e rafforzare il nostro impatto positivo, dimostrando che è possibile perseguire il successo economico senza compromettere il benessere delle persone e del pianeta.

Nel 2025, abbiamo continuato a dimostrare il nostro impegno con l'obiettivo di mantenere la trasparenza e la responsabilità sociale, puntando sul miglioramento continuo delle nostre pratiche. La certificazione B Corp che abbiamo ottenuto nel 2023 ha confermato il nostro impegno. Le B Corp sono aziende che soddisfano alti standard di performance in vari ambiti, tra cui l'ambiente, la comunità, i collaboratori, la governance e i clienti. Sottoporci alla valutazione rigorosa del **B Impact Assessment** nel 2025 ci ha permesso di misurare e migliorare il nostro impatto, rafforzando ulteriormente la nostra trasparenza e responsabilità. In sintesi, il nostro status di Società Benefit e la certificazione B Corp sono i pilastri fondamentali della nostra identità aziendale. Questi riconoscimenti ci motivano a proseguire il nostro percorso verso un'economia più sostenibile, equa e inclusiva, e ci ispirano a crescere e innovare, mantenendo sempre al centro dei nostri sforzi il benessere delle persone e del pianeta.

Governance

Mission e impegno

OPERAZIONI
3.0

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: 0.38 su 0.75

Mission aziendale

Per favore condividere qui il testo della mission aziendale.

> Creare valore pianificando verde: PlanGreen. Alla base delle nostre strategie: sostenibilità, innovazione e risparmio come driver di sviluppo delle imprese.

Punti disponibili: 0.00

Integrazione della performance sociale e ambientale nel processo decisionale

In che modo l'azienda integra la performance sociale e ambientale nel processo decisionale?

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

- [ ] Si fornisce formazione ai lavoratori su aspetti sociali e ambientali rilevanti per l'azienda o per la sua missione
- [ ] Il ruolo dei manager include esplicitamente performance a livello sociale e ambientale
- [ ] L'azienda conduce audit interni che comprendono formalmente aspetti sociali e ambientali
- [ ] I compensi e le mansioni dei membri del team di dirigenti includono la performance sociale e ambientale
- [x] Il Consiglio di Amministrazione revisiona la performance sociale e ambientale
- [ ] L'azienda misura le esternalità in termini monetari e le incorpora nei bilanci finanziari
- [x] Altro (Per favore descriva)
- [ ] Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.45 su 1.50

Review della performance sociale o ambientale da parte del Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione o l'organo di governo equivalente valuta la performance sociale o ambientale dell'azienda almeno una volta all'anno?

- ( ) No, Il Consiglio di Amministrazione dell'azienda non valuta questi aspetti
- ( ) Sì, il Consiglio di amministrazione riceve informazione generale sulla performance sociale o ambientale dell'azienda
- (•) Sì, il Consiglio di Amministrazione valuta gli indicatori chiave di performance (KPI) riguardanti lo sviluppo sociale o ambientale dell'azienda
- ( ) N/A - L'azienda non ha un Consiglio di Amministrazione o un organo di governo equivalente

Punti guadagnati: 1.50 su 1.50

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)
- [x] Non c'e un coinvolgimento formale degli stakeholder

Punti disponibili: 0.75

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?

- [x] 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: 0.75 su 1.50

OPERAZIONI
6.0

Etica & Trasparenza

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 guadagnati: 1.06 su 1.06

Buona governance interna

In che modo l'azienda facilita la gestione interna e la buona governance?

- ☑ L'azienda ha un organigramma formale che determina la struttura gerarchica dell'organizzazione
- ☑ L'azienda ha descrizioni scritte delle mansioni di tutti i lavoratori dove sono definite le responsabilità e l'autorità nel processo decisionale
- ☐ L'azienda conduce riunioni del team di Management per pianificare la strategia e prendere decisioni
- ☐ Altri (per favore descriva)
- ☐ Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.71 su 1.06

Caratteristiche dell'organo di governo

Quale delle seguenti opzioni si applicano al consiglio di amministrazione o altro organo di governo dell'azienda?

Si prega di selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

- ☑ Si tengono riunioni almeno 2 volte all'anno
- ☐ Tra gli integranti c'è almeno un membro indipendente
- ☐ Supervisiona la remunerazione dei dirigenti
- ☐ L'azienda è una cooperativa ed elegge i membri del Consiglio di Amministrazione tra i propri membri
- ☐ Nessuna delle precedenti
- ☐ N/A - L'azienda non ha nessun Consiglio di Amministrazione o altro organo equivalente di governo

Punti guadagnati: 0.35 su 1.06

Rappresentanza degli stakeholders nell'organo di governo

Il Consiglio di Amministrazione o organo di governo equivalente dell'azienda ha rappresentanti con diritto a voto nei seguenti gruppi di stakeholders:

Si prega di selezionare tutte le risposte valide.

- [x] Dirigenti
- [ ] Dipendenti non dirigenti
- [ ] Specialisti della comunità (per esempio, rappresentanti dell'università locale)
- [ ] Esperti ambientali (per esempio, organizzazioni ambientali senza scopo di lucro)
- [ ] Clienti
- [ ] Nessuna delle precedenti
- [ ] N/A - L'azienda non ha un Consiglio d'amministrazione

Punti disponibili: 0.53

Politiche e pratiche etiche

Quali delle seguenti pratiche mette in atto l'azienda per promuovere un processo decisionale etico e prevenire così la corruzione?

- [ ] L'azienda ha un codice etico scritto
- [x] L'azienda ha una politica scritta di tutela del lavoratore che segnala illeciti
- [x] L'azienda implementa controlli finanziari interni
- [ ] L'azienda ha condotto negli ultimi due anni un'analisi dei rischi legati a temi etici
- [ ] Altro (Per favore, descriva)
- [ ] Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.53 su 1.06

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: 1.06 su 1.06

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
- [x] Performance finanziaria (deve essere comunicata come minimo ai lavoratori)
- [x] Performance sociale e ambientale (report degli impatti)
- [x] Membri del Consiglio di amministrazione
- [ ] Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.79 su 1.06

Trasparenza finanziaria con i lavoratori

In che modo l'azienda condivide formalmente informazioni sulla performance finanziaria con i lavoratori a tempo pieno?

Si prega di omettere le informazioni sui compensi e di selezionare tutte le opzioni valide.

- [ ] L'azienda non ha un processo formale documentato per condividere informazioni finanziarie con i lavoratori
- [x] L'azienda divulga informazioni finanziarie (eccetto quelle riguardanti gli stipendi) almeno una volta all'anno
- [x] L'azienda divulga informazioni finanziarie (eccetto quelle riguardanti gli stipendi) almeno ogni tre mesi
- [ ] Oltre a condividere informazioni finanziarie, l'azienda offre un programma di formazione per spiegare le informazioni divulgate
- [x] Oltre a condividere l'informazione finanziaria con i lavoratori, l'azienda pubblica i propri bilanci di esercizio

Punti guadagnati: 0.79 su 1.06

Divulgazione dell'impatto dell'azienda

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

- [x] L'azienda fornisce descrizioni dei programmi in corso e della performance sociale e ambientale
- [x] L'azienda divulga, in modo volontario, indicatori della propria performance sociale o ambientale
- [x] L'azienda divulga pubblicamente risultati e indicatori specifici e quantificabili della propria performance sociale o ambientale
- [x] 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
- [x] 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: 0.79 su 1.06

OPERAZIONI
0.0

Metriche di governance

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? 31 Dec 2025

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

Fatturato totale

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 1815058

- [ ] Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Fatturato dell'ultimo anno

Fatturato totale

Dall'ultimo anno fiscale

Questa domanda verrà utilizzata in seguito per calcolare il punteggio di altre domande dell'assessemnt. 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 1377500

- [ ] 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 -261495

☐ Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Reddito netto del penultimo esercizio

Reddito netto

Relativo al penultimo esercizio

Relativo al penultimo esercizio -318590

☐ Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Protezione della 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

Introduzione all'area d'impatto "Lavoratori"

OPERAZIONI
0.0

Questa sezione identifica chi dovrebbe essere considerato come “lavoratore” nel B Impact Assessment e indica le metriche relative ai lavoratori dell’azienda. Inoltre si può identificare se l’azienda è organizzata per fornire un impatto positivo specifico e significativo per i propri lavoratori, e se fosse il caso, permette di aprire la sezione Business Model d’impatto per i lavoratori che più applica al caso dell’azienda.

Maggioranza di lavoratori a ore rispetto a quelli salariati

Il lavoro della maggior parte dei lavoratori dell'azienda (più del 50%) è retribuito con un salario fisso mensile o con una tariffa giornaliera o a ore?

Questa è una domanda OBBLIGATORIA che determina la serie di domande aggiuntive alla quale l'azienda risponderà sull'impatto dei lavoratori.

- (●) Stipendiati
- ( ) Tariffe giornaliere o a ore

Punti disponibili: 0.00

Utilizzo di servizi esterni

L'azienda affida alcune delle proprie funzioni ad organizzazioni o individui terzi, come servizi di personale esterno o liberi professionisti indipendenti?

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

- [ ] Sì, l’azienda affida a terze parti la gestione di una parte della forza lavoro
- [ ] Sì, assumiamo collaboratori indipendenti che lavorano per l’azienda più di 20 ore settimanali a tempo indeterminato o per periodi più lunghi di 6 mesi
- [ ] Utilizziamo collaboratori indipendenti che non lavorano per l’azienda più di 20 ore settimanali a tempo indeterminato o per periodi più lunghi di 6 mesi
- [x] Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 0.00

Introduzione al business model di impatto per i lavoratori

L' azienda è strutturata in maniera tale da generare benefici per i propri lavoratori in uno qualsiasi dei seguenti modi?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment applicano alle caratteristiche dell'azienda.

- [ ] Strutture di partecipazione societaria che riconoscono percentuali importanti di partecipazione (più del 40%) e crescita professionale a tutti i lavoratori (per esempio cooperative o aziende che appartengono ai lavoratori)
- [ ] Fornire lavoro di alta qualità o sviluppo professionale per persone con barriere croniche all'occupazione (programmi di sviluppo della forza lavoro)
- [x] Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 0.00

Quantità di lavoratori a tempo pieno

Numero totale di lavoratori a tempo pieno

Numero di lavoratori a tempo pieno

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

Numero di lavoratori a tempo pieno 7

☐ Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Numero di lavoratori a tempo pieno scorso anno

Numero totale di lavoratori a tempo pieno

Numero di lavoratori a tempo pieno scorso anno

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

Numero di lavoratori a tempo pieno scorso anno 7

☐ Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Numero di lavoratori part time

Numero totale di lavoratori part-time

Quantità complessiva di lavoratori part time

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

Quantità complessiva di lavoratori part time 0

☐ Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Numero di lavoratori part time scorso anno

Numero totale di lavoratori part-time

Numero totale di lavoratori part time scorso anno

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

Numero totale di lavoratori part time scorso anno 0

☐ Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Numero di lavoratori temporanei

Numero totale di lavoratori temporanei

Quantità complessiva di lavoratori temporanei

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

Quantità complessiva di lavoratori temporanei 0

☐ Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Numero di lavoratori temporanei scorso anno

Numero totale di lavoratori temporanei

Numero totale di lavoratori temporanei scorso anno

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

Numero totale di lavoratori temporanei scorso anno 0

☐ Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

OPERAZIONI

Sicurezza finanziaria

4.6

Retribuzione più bassa

Qual è il salario più basso pagato dall'azienda calcolato su base oraria?

Escludere studenti e stagisti da questo calcolo.

Qual è il salario più basso pagato dall'azienda calcolato su base oraria? 8.44

☐ Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Percentuale dei lavoratori al di sopra del salario di sussistenza

Che percentuale dei lavoratori su base FTE (Full Time Equivalent) riceve almeno l'equivalente del salario di sussistenza calcolato in base individuale?

Escludere studenti e stagisti da questo calcolo.

- ○ < 75%
- ○ 75-89%
- ○ 90-99%
- ○ 100%
- ◉ N/A

Punti disponibili: 2.96

% di lavoratori che riceve un salario di sussistenza per il nucleo familiare

Che percentuale dei lavoratori su base FTE (Full Time Equivalent) riceve almeno l'equivalente del salario di sussistenza calcolato per nucleo familiare?

Escludere studenti e stagisti da questo calcolo.

- ○ < 75%
- ○ 75-89%
- ○ 90-99%
- ○ 100%
- ◉ N/A

Punti disponibili: 2.96

Percentuale al di sopra del salario minimo

Che percentuale al di sopra del salario minimo di legge viene riconosciuta al lavoratore a ore che riceve lo stipendio più basso?

Si prega di rispondere questa domanda considerando SOLO i lavoratori a ore. Se l'azienda non ha lavoratori a ore, selezionare N/A.

- ○ 0% - Il salario più basso è equivalente al salario minimo
- ○ 1-9%
- ○ 10-29%
- ○ 30-49%
- ○ 50-75%
- ○ Più del 75%
- ◉ N/A - L'azienda non assume lavoratori a ore

Punti disponibili: 1.48

Iniziative per aumentare i salari e i benefit

Se nel paese dove opera l'azienda non fosse possibile calcolare un salario di sussistenza, l'azienda ha partecipato a qualche iniziativa di leadership per aumentare i salari o i benefit dei lavoratori nel paese o nel settore?

Un esempio potrebbe essere l'assegnazione del compito di calcolare il salario di sussistenza. Selezionare N/A se il salario di sussistenza esiste già.

- ○ Sì
- ○ No
- ◉ N / A - Il salario di sussistenza esiste già

Punti disponibili: 1.48

Pratiche e politiche retributive

L'azienda offre uno dei seguenti benefit finanziari aggiuntivi ai lavoratori non esecutivi?

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

- [x] Adeguamenti salariali in funzione al costo della vita locale e in linea con i tassi d'inflazione del paese
- [x] L'azienda offre bonus e partecipazione agli utili
- [ ] L'azienda offre opportunità di partecipazione societaria ai lavoratori
- [ ] Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.99 su 1.48

Dipendenti che hanno ricevuto un bonus

Quale percentuale dei lavoratori a tempo pieno e part-time, senza contare i fondatori e i dirigenti, ha ricevuto un bonus durante l'ultimo anno fiscale?

- ( ) 0%
- ( ) 1-24%
- ( ) 25-49%
- (•) 50-74%
- ( ) 75-99%
- ( ) 100%
- ( ) N/A

Punti guadagnati: 0.74 su 1.48

Percentuale di profitti distribuita come bonus ai lavoratori

Qual è stata la percentuale equivalente dei profitti che si è distribuita come bonus ai dipendenti non esecutivi nell'ultimo anno fiscale?

- ( ) L'azienda non offre nessun pagamento di incentivo o non conta su un piano di incentivi
- ( ) 5% o meno
- ( ) 5-10%
- ( ) 10-15%
- ( ) 15-20%
- ( ) oltre il 20%
- (•) Sono stati pagati bonus ai lavoratori non esecutivi, nonostante l'azienda non abbia generato profitti

Punti guadagnati: 1.48 su 1.48

Percentuale di lavoratori con partecipazione societaria

Che percentuale di lavoratori a tempo pieno ha ricevuto azioni, stock options o stock equivalents (come ad esempio la partecipazione a un ESOP - employee stock ownership plan - o altri piani di partecipazione societaria)?

Si prega di selezionare N/A se l'azienda è una cooperativa di consumatori, di servizi condivisi o una o di produttori, o un'organizzazione senza fini di lucro.

- (●) 0%
- ( ) 1-24%
- ( ) 25-49%
- ( ) 50-74%
- ( ) 75-99%
- ( ) 100%
- ( ) N/A

Punti disponibili: 1.48

Programmi pensionistici

I lavoratori hanno accesso a uno dei seguenti piani di risparmio pensionistici?

- [x] Piani pensionistici sponsorizzati dal governo
- [x] Piani pensionistici privati
- [ ] Un piano specifico che comprende opzioni di investimenti socialmente responsabili Sri (Socially Responsible Investing)
- [ ] Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 1.48 su 1.48

Servizi finanziari per i lavoratori

Che prodotti, programmi o servizi finanziari offre l'azienda per agevolare i lavoratori a ore nella loro gestione finanziaria?

Si prega di rispondere questa domanda considerando SOLO i lavoratori a ore. Se l'azienda non ha lavoratori a ore, selezionare N/A.

- [ ] Deposito diretto
- [ ] Accesso a servizi bancari gratuiti o vantaggiosi, o a carte per l'accredito dello stipendio (per esempio carta di debito gratuita)
- [ ] Strumenti di gestione finanziaria o coaching
- [ ] Programmi di emergenza o di risparmio a breve termine
- [ ] Prestiti con un tasso di interesse basso o senza interesse
- [ ] Gestione del debito, rifinanziamento o contributi di pagamento di prestiti
- [ ] Il datore di lavoro versa il proprio contributo ai piani di risparmio previdenziale o sanitario dei lavoratori
- [ ] Assegni di pagamento emessi fuori programma a seconda dei bisogni
- [ ] Servizi di assistenza fiscale
- [ ] Altri (per favore descriva)
- [ ] Nessuna delle precedenti
- [x] N/A - L'azienda non assume lavoratori all'ora

Punti disponibili: 0.74

Salute, benessere, & sicurezza

Assistenza sanitaria governativa

Come viene fornita l'assistenza sanitaria nel paese in cui risiede la maggior parte dei lavoratori?

- (●) Copertura sanitaria di base universale (come ad esempio nel Regno Unito)
- ( ) Piani di assicurazione malattia obbligatori o finanziati dal settore pubblico (come ad esempio in Svizzera)
- ( ) Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 0.00

Copertura sanitaria

Che percentuale di lavoratori riceve una copertura sanitaria attraverso un piano governativo o aziendale?

Se l'assistenza sanitaria è coperta dall'azienda, considerare solo i lavoratori per i quali l'azienda copre la maggioranza (più del 50%) delle spese sanitarie.

- ( ) < 75%
- ( ) 75-84%
- ( ) 85-94%
- (●) Più del 95%

Punti guadagnati: 4.00 su 4.00

Benefit sanitari supplementari

Quali benefit offre l'azienda a tutti i dipendenti a tempo pieno ad integrazione dei programmi governativi?

Selezionare solo i benefit per cui l'azienda copre la maggioranza dei costi per dipendenti con più di un anno di anzianità a tempo pieno. Selezionare Altro se l'azienda copre meno del 50% dei costi dei benefit elencati o di altri benefit offerti.

- [x] Copertura in caso di disabilità o assicurazione per incidenti
- [ ] Assicurazione vita
- [ ] Assicurazione dentistica privata
- [ ] Assicurazione sanitaria privata integrativa
- [ ] Altri (per favore descriva)
- [ ] Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.00 su 4.00

Accesso ai benefit sanitari supplementari per lavoratori part-time

Quando i lavoratori part-time possono avere accesso ai benefit offerti dall'azienda?

Se applicabile, selezionare una risposta che indichi i requisiti necessari di tempo di appartenenza all'azienda (risposte 1-2) e una risposta che indichi i requisiti di orario settimanali (risposte 3-4).

- [ ] I lavoratori part-time non accedono a questi benefit al momento dell'assunzione, ma entro i primi sei mesi di lavoro
- [ ] I lavoratori part-time hanno accesso a questi benefit fin dal momento della loro assunzione
- [ ] I lavoratori part-time hanno accesso a questi benefit solo se lavorano più di 20 ore settimanali
- [ ] I lavoratori part-time hanno accesso a questi benefit anche se lavorano meno di 20 ore a settimana
- [ ] L'azienda non offre benefit sanitari supplementari ai lavoratori part time
- [x] N/A - L'azienda non ha lavoratori part-time

Punti disponibili: 4.00

OPERAZIONI

Sviluppo professionale

4.5

Politiche e pratiche legate allo sviluppo professionale

L'azienda offre una delle seguenti opportunità di formazione ai lavoratori per lo sviluppo professionale?

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

- [x] L'azienda ha un processo formale di formazione iniziale dei nuovi lavoratori
- [x] Nell'ultimo anno l'azienda ha offerto formazione continua sulle responsabilità lavorative di base dei lavoratori
- [ ] L'azienda ha una politica che incoraggia le promozioni e la selezione interna per posizioni di alto livello (per es. pubblicando prima internamente annunci di posizioni aperte)
- [ ] L'azienda offre formazione su competenze trasversali per promuovere lo sviluppo professionale
- [ ] L'azienda offre formazione su competenze per lo sviluppo personale che non sono legate direttamente alla carriera (per es. corsi in ambito finanziario, corsi d'inglese)
- [x] L'azienda facilita o alloca risorse per opportunità di sviluppo professionale esterno (per esempio per assistere a conferenze, corsi online)
- [ ] L'azienda offre rimborsi o programmi per ottenere certificati di formazione continua e intensiva (per esempio lauree, licenze professionali)
- [ ] Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.60 su 1.50

Giorni di formazione per nuovi lavoratori

Quanti giorni di formazione in media ha ricevuto ogni lavoratore assunto negli ultimi 12 mesi?

Calcolare in media per i lavoratori sia a tempo pieno che part-time.

- ○ Non si offre nessuna formazione
- ○ Formazione on-the-job (da un giorno a una settimana)
- ○ Formazione on-the-job (da una settimana a un mese)
- ◉ Apprendistato professionale o tecnico (più di un mese)
- ○ N/A - Non si sono fatte nuove assunzioni durante gli ultimi 12 mesi

Punti guadagnati: 1.50 su 1.50

Processo di valutazione dei lavoratori

Quali delle seguenti opzioni sono comprese nel processo formale di feedback per i dipendenti?

Si prega di selezionare tutte le risposte pertinenti.

- ☑ Il processo segue un'agenda regolare e si realizza almeno una volta all'anno
- ☑ Include feedback di pari e di subordinati
- ☐ Include indicazioni scritte sullo sviluppo della carriera
- ☐ Include obiettivi sociali e ambientali
- ☑ Include obiettivi chiaramente identificati e raggiungibili
- ☐ Si tratta di un processo di feedback a 360 gradi
- ☑ Tutti i lavoratori di ruolo ricevono un feedback
- ☐ Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 2.40 su 3.00

Sviluppo professionale (salariati)

OPERAZIONI
0.6

Partecipazione a corsi di formazione concentrati su competenze

Escludendo i lavoratori assunti di recente, che % di lavoratori full-time e part-time ha ricevuto uno dei seguenti tipi di training formale durante gli ultimi 12 mesi?

Formazione professionale su competenze utili ad ampliare le capacità del personale nelle mansioni e responsabilità del proprio lavoro

- ○ 0%
- ◉ 1-24%
- ○ 25-49%
- ○ 50-75%
- ○ Più del 75%
- ○ Non lo so

Punti guadagnati: 0.07 su 0.29

Partecipazione in programmi di sviluppo professionale esterni

Che percentuale dei lavoratori a tempo pieno dell'azienda ha partecipato a opportunità di sviluppo professionale esterne o in opportunità di aggiornamento continuo durante l'ultimo anno fiscale?

Le opportunità di sviluppo professionale dovrebbero essere pagate in anticipo, rimborsate o sovvenzionate dall'azienda.

- ○ 0%
- ○ 1-24%
- ○ 25-49%
- ○ 50-75%
- ◉ Più del 75%

Punti guadagnati: 0.57 su 0.57

Livello di coinvolgimento e soddisfazione

OPERAZIONI
1.6

Manuale di informazione per i lavoratori

Quali delle seguenti politiche sono scritte nel manuale del dipendente e sono di facile accesso?

- ☑ Dichiarazione anti discriminazione
- ☑ Una politica anti-abuso con meccanismi di segnalazione, processi e procedure disciplinari
- ☐ Una dichiarazione sull'orario di lavoro
- ☐ Politiche su questioni di pagamenti e performance
- ☑ Politiche in materia di benefit, formazione, permessi e congedi
- ☐ Processo di risoluzione di reclami
- ☑ Procedure disciplinari e possibili sanzioni
- ☐ Una dichiarazione di neutralità riguardante il diritto dei lavoratori di negoziare in modo collettivo e la libertà di associazione
- ☑ Divieto di lavoro minorile e lavoro forzato/coatto
- ☐ L'azienda non ha nessun manuale per lavoratori

Punti guadagnati: 0.43 su 0.43

Congedo parentale retribuito per la figura secondaria

Quali politiche di congedo parentale per la figura secondaria sono a disposizione dei lavoratori dell'azienda, sia attraverso l'azienda stessa sia attraverso un programma statale?

Selezionare tutte le opzioni applicabili, ma selezionare solo una risposta per indicare l'importo totale equivalente al tempo retribuito (risposte 2-4). Consultare la sezione "Per saperne di più" per ulteriori istruzioni.

- [x] I lavoratori hanno diritto a un congedo parentale per la figura secondaria non retribuito
- [ ] I lavoratori ricevono fino a 2 settimane di congedo retribuito (o l'equivalente in termini salariali)
- [ ] I lavoratori hanno diritto da 2 a 5 settimane di congedo retribuito (o l'equivalente in termini salariali)
- [ ] I lavoratori hanno diritto a più di 5 settimane di congedo retribuito (o l'equivalente in termini salariali)
- [x] La politica di congedo non fa una distinzione tra figura primaria e secondaria, o stabilisce lo stesso periodo di congedo e di retribuzione per entrambi
- [ ] L'azienda non offre un congedo parentale per la figura secondaria

Punti guadagnati: 0.35 su 0.87

Benefit addizionali

Quali benefit addizionali vengono offerti alla maggioranza dei lavoratori con posizioni non manageriali?

Si prega di considerare sia i lavoratori a tempo pieno che part-time. Selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

- [ ] Servizi per l'infanzia negli stabilimenti dell'azienda
- [ ] Assistenza all'infanzia sussidiata, al di fuori degli stabilimenti dell'azienda
- [ ] Pasti gratuiti o buoni pasto
- [ ] Politica di sostegno a madri che allattano
- [x] Altri (per favore descriva)
- [ ] Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.43 su 1.73

Responsabilizzazione dei lavoratori

In che modo l'azienda incentiva e responsabilizza i lavoratori?

- [ ] L'azienda ha formalizzato meccanismi di feedback e denunce oltre le linee di segnalazione dirette per affrontare le preoccupazioni dei lavoratori e migliorare le pratiche aziendali
- [x] L'azienda ha processi interni per ricevere input dai lavoratori prima di realizzare cambiamenti importanti nella politica operativa e/o strategica o nelle pratiche aziendali
- [ ] I meccanismi di segnalazione/input per i lavoratori sono revisionati almeno una volta l'anno, con la partecipazione dei lavoratori stessi al processo
- [ ] L'azienda monitora l'utilizzo dei meccanismi di feedback e input dei lavoratori e la velocità di soluzione e implementazione
- [ ] L'azienda ha adottato un sistema di Open Book Management o di self-management
- [ ] I lavoratori hanno l'opportunità di eleggere uno o più membri del Consiglio di amministrazione
- [ ] Altri (per favore descriva)
- [ ] Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.22 su 0.87

Monitoraggio e valutazione della soddisfazione e del coinvolgimento dei lavoratori

L'azienda monitora e valuta la soddisfazione e il coinvolgimento dei propri lavoratori in uno dei seguenti modi?

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

- [ ] L'azienda calcola il tasso di abbandono dei lavoratori
- [ ] L'azienda paragona i propri tassi di abbandono con parametri di riferimento rilevanti
- [ ] L'azienda realizza regolarmente (almeno una volta l'anno) sondaggi di soddisfazione e prestazione dei lavoratori
- [ ] L'azienda paragona il grado di soddisfazione dei lavoratori con parametri rilevanti del settore
- [ ] L'azienda calcola in modo disaggregato a seconda dei diversi gruppi demografici per identificare tendenze
- [x] I tassi di abbandono dell'azienda sono inferiori a quelli del settore in media
- [ ] I tassi di soddisfazione dei lavoratori dell'azienda sono superiori a quelli del mercato
- [ ] Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.22 su 0.87

OPERAZIONI

Livello di coinvolgimento e soddisfazione (salariati) 1.5

Numero di giorni di ferie retribuiti

Qual è il numero minimo annuale di giorni di ferie retribuiti (comprese le festività) per i lavoratori a tempo pieno?

- ○ 0-15 giorni lavorativi (0%)
- ○ 16-22 giorni lavorativi (50%)
- ○ 23-29 giorni lavorativi (75%)
- ○ 30-35 giorni lavorativi (90%)
- ◉ 36+ giorni lavorativi (100%)

Punti guadagnati: 1.17 su 1.17

Congedo parentale (figura primaria) retribuito per i lavoratori

Quali delle seguenti opzioni descrive le politiche di congedo parentale per la figura primaria offerte ai lavoratori, sia dall'azienda che da un programma del governo?

Se applica, si prega di selezionare una risposta per indicare il tempo totale di congedo (risposte 1-3), e una risposta per indicare il tempo totale di congedo retribuito (risposte 4-7).

- [ ] Si concedono tra 4 e 12 settimane di congedo per maternità alla figura primaria (comprese le ferie non retribuite e retribuite)
- [ ] Si concedono da 13 settimane a 6 mesi di congedo parentale alla figura primaria (comprese le ferie non retribuite e retribuite)
- [x] Si concedono più di 6 mesi di congedo parentale alla figura primaria (comprese le ferie non retribuite e retribuite).
- [ ] Da 4 a 12 settimane (o l'equivalente) di congedo parentale totalmente retribuite
- [ ] Da 13 a 18 settimane (o l'equivalente) di congedo parentale totalmente retribuite
- [ ] Da 19 a 24 settimane (o l'equivalente) di congedo parentale totalmente retribuite
- [ ] Più di 24 settimane (o l'equivalente) di congedo parentale totalmente retribuite
- [ ] Si concedono meno di 4 settimane di congedo o nessun congedo ai lavoratori per congedo parentale per figura primaria

Punti guadagnati: 0.35 su 1.17

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

OPERAZIONI
Diversità, equità, & inclusione
2.9

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.)
- [x] Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 1.03

Creazione e gestione di ambienti di lavoro inclusivi

Quali delle seguenti pratiche per temi come la diversità, equità e inclusione sono implementate dall'azienda?

- [ ] L'azienda include in tutte le ricerche di lavoro un messaggio che afferma il proprio impegno nei confronti della diversità, l'equità e l'inclusione
- [ ] L'azienda valuta i curriculum e le richieste di lavoro senza avere accesso ai nomi o ad altre caratteristiche che permettano di identificare i candidati
- [x] L'azienda analizza i requisiti e il linguaggio utilizzato nelle descrizioni della richiesta di lavoro per garantire che siano equi e inclusivi
- [ ] L'azienda offre formazioni a tutti i lavoratori su argomenti riguardanti la diversità, l'equità e l'inclusione
- [ ] L'azienda ha definito obiettivi di miglioramento specifici e misurabili di diversità
- [ ] L'azienda ha condotto un'analisi di equità salariale per genere, razza/etnia o altri fattori demografici e ha implementato politiche o piani per migliorare questa metrica (all'occorrenza)
- [ ] Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.21 su 1.03

Misurazione della diversità

Quali dei seguenti attributi di una forza di lavoro diversa vengono monitorati dall'azienda, sia attraverso sondaggi anonimi che altri metodi legali vigenti nella sua giurisdizione?

If collecting this type of demographic data is not legal in your jurisdiction, select None of the Above.

- [x] Livello socioeconomico (stabilito attraverso parametri quali vivere in una zona a basso reddito, livello educativo, ecc.)
- [x] Razza o etnia
- [x] Genere
- [x] Età
- [ ] Altro (Per favore descriva)
- [ ] Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.03 su 1.03

Dipendenti a basso reddito

Quale percentuale della forza lavoro proviene da comunità a basso reddito o non possiede un diploma d'istruzione superiore?

- (●) 0%
- ( ) 1-9%
- ( ) 10-19%
- ( ) 20-29%
- ( ) Più del 30%
- ( ) Non lo so

Punti disponibili: 1.03

Dipendenti di minoranze etniche o razziali

Che percentuale del personale dell'azienda si identifica come appartenente a una minoranza razziale o etnica?

- (●) 0%
- ( ) 1-9%
- ( ) 10-19%
- ( ) 20-29%
- ( ) 30% o più
- ( ) Non lo so

Punti disponibili: 1.03

Lavoratori donne

Quanti lavoratori dell'azienda non manager si identificano come donne?

- ○ 0%
- ○ 1-9%
- ○ 10-24%
- ◉ 25-39%
- ○ 40-49%
- ○ 50% o più
- ○ Non lo so

Punti guadagnati: 0.69 su 1.03

Diversità d'età nella forza lavoro

Quale percentuale della forza lavoro dell'azienda ha meno di ventiquattro anni o più di cinquanta?

- ◉ 0%
- ○ 1-9%
- ○ 10-19%
- ○ 20-29%
- ○ 30% o più
- ○ Non lo so

Punti disponibili: 1.03

Rapporto tra la remunerazione più alta e quella più bassa

Qual è il rapporto tra la remunerazione più alta, compresi i bonus, e quella più bassa pagata dall'azienda?

- ○ Più di 20x più alto
- ○ 16-20x più alto
- ○ 11-15x più alto
- ○ 6-10x più alto
- ◉ 1-5x più alto

Punti guadagnati: 1.03 su 1.03

Manager donne

Quanti dei manager dell'azienda si identificano come donne?

- (●) 0%
- ( ) 1-9%
- ( ) 10-24%
- ( ) 25-39%
- ( ) 40-49%
- ( ) 50% o più
- ( ) Non lo so
- ( ) N/A

Punti disponibili: 1.03

Manager provenienti da gruppi sottorappresentati

Che parte dei manager dell'azienda si identifica come appartenente a un gruppo sociale sottorappresentato?

If collecting this type of demographic data is not legal in your jurisdiction, select Don't Know.

- (●) 0%
- ( ) 1-9%
- ( ) 10-19%
- ( ) 20-29%
- ( ) Più del 30%
- ( ) Non lo so

Punti disponibili: 1.03

Direttrici donne

Quanti dei membri appartenenti al Consiglio di Amministrazione dell'azienda sono donne?

- (●) 0%
- ( ) 1-9%
- ( ) 10-24%
- ( ) 25-39%
- ( ) 40-49%
- ( ) 50% o più
- ( ) Non lo so
- ( ) N/A

Punti disponibili: 1.03

Membri del Consiglio di Amministrazione appartenenti a gruppi sottorappresentati

Quanti membri del Consiglio di Amministrazione dell'azienda si identificano come appartenenti a un gruppo sociale sottorappresentato?

Si prega di non considerare tematiche di genere in questa domanda. Queste sono valutate in un'altra domanda.

- (●) 0%
- ( ) 1-9%
- ( ) 10-19%
- ( ) 20-29%
- ( ) Più del 30%
- ( ) Non lo so
- ( ) N/A

Punti disponibili: 1.03

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
- [x] 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 disponibili: 0.52

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 disponibili: 1.03

Impatto economico

OPERAZIONI
4.2

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.

Unico ufficio Misano Adriatico (RN)

Punti disponibili: 0.00

Tasso di crescita dei posti di lavoro

Qual è stato il tasso di crescita dell'occupazione netta dell'azienda per le posizioni a tempo pieno e part-time negli ultimi 12 mesi? Si prega di considerare SOLO i lavori di nuova creazione pagati con salario minimo.

Se non sono disponibili dati sul salario di sussistenza per il proprio paese di attività, considerare i nuovi posti di lavoro pagati almeno il 10% in più rispetto al salario minimo.

- (●) 0% (nessuna crescita su base netta)
- ( ) 1-24%
- ( ) 25-49%
- ( ) 50% +

Punti disponibili: 4.29

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: 0

- [ ] Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Partecipazione societaria di investitori non accreditati

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

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

Punti guadagnati: 1.43 su 2.14

Proprietà locale

La maggioranza (oltre il 50%) della proprietà della società si trova a livello locale, ovvero dove risiedono almeno due terzi della forza lavoro?

Si definisce "Locale" come facente parte della stessa comunità. Mentre le dimensioni e la distanza di una comunità dall'azienda possono variare a seconda del contesto, in genere per essere locali dovrebbero essere basate su un'area collegata economicamente e culturalmente su piccola scala come un'area metropolitana o una città/paese.

- ○ Sì
- ◉ No
- ○ Non lo so

Punti disponibili: 2.14

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: 0.71 su 2.14

Stabilimenti dell'azienda situati in comunità a basso reddito

Quale percentuale della forza lavoro dell'azienda è a basso reddito o non ha un titolo di studi ed è anche impiegata in strutture aziendali situate in comunità a basso reddito?

- ◉ Meno del 10%
- ○ 10-19%
- ○ 20-29%
- ○ Più del 30%
- ○ Non lo so

Punti disponibili: 2.14

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
- [x] Una banca cooperativa o cooperativa di credito
- [ ] Una banca locale al servizio della comunità
- [x] Una banca indipendente
- [ ] Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 2.14 su 2.14

Impegno civico e donazioni

OPERAZIONI
0.4

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 di denaro o in natura (beni materiali o servizi donati al posto di denaro) - 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)
- [x] Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 0.96

Procedure e politiche di donazioni benefiche e investimenti nella comunità

Quali delle seguenti procedure riguardanti le donazioni e gli investimenti orientati alla comunità vengono implementate dall'azienda?

- [ ] L'azienda ha una dichiarazione formale riguardante l'impatto sociale o ambientale che spera di generare attraverso le sue attività filantropiche
- [ ] L'azienda ha un impegno formale riguardante le donazioni benefiche (per esempio 1% for the Planet)
- [ ] L'azienda fa donazioni benefiche per lo stesso valore di quelle che vengono fatte dai singoli lavoratori
- [ ] L'azienda permette che i lavoratori o i clienti scelgano le organizzazioni a cui verranno destinate le donazioni benefiche
- [ ] L'azienda ha procedure per monitorare le donazioni benefiche o meccanismi per misurare l'impatto dei suoi investimenti nella comunità
- [x] Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 0.96

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?

- [x] 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
- [x] 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: 0.48 su 0.48

OPERAZIONI

Gestione della catena di distribuzione e fornitura

0.5

Descrizione dei fornitori principali

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

I Fornitori principali rappresentano l'80% degli acquisti aziendali in termini monetari (escludendo salari sul libro paga e bonus, affitti, servizi e tasse).

- [x] Fabbricanti di prodotti
- [x] Aziende di servizi professionali (consulenza, assistenza legale, contabile)
- [x] Liberi professionisti indipendenti
- [x] Marketing/Pubblicità
- [x] Materiali per ufficio
- [ ] Fornitori di benefit per i lavoratori
- [x] 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.

- ( ) Si
- (•) No

Punti disponibili: 0.00

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.

- (•) Si
- ( ) No

Punti disponibili: 0.00

Argomenti di revisione per servizi in outsourcing

L'azienda esamina o fissa i requisiti relativi alle pratiche di lavoro dei propri fornitori di servizi in outsourcing considerando i seguenti argomenti?

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

- [x] Conformità con tutte le leggi e i regolamenti locali
- [x] Rispetto dei diritti umani e degli standard lavorativi internazionali (per lavoratori e appaltatori)
- [x] Pagamento a livello o al di sopra del benchmark del settore
- [ ] Pagamento di un salario di sussistenza (per lavoratori ed esterni)
- [ ] Benefici forniti ai lavoratori
- [x] Opportunità di sviluppo professionale
- [ ] Altre pratiche lavorative
- [ ] Nessuna delle precedenti
- [ ] N/A

Punti guadagnati: 0.47 su 0.50

% di servizi in outsourcing soggetti al codice di condotta dell'azienda

Quale percentuale dei servizi in outsourcing (in termini di valuta) è soggetta al codice di condotta o ai requisiti formali stabiliti nella domanda precedente?

- (●) 0%
- ( ) 1-20%
- ( ) 21-49%
- ( ) 50-74%
- ( ) 75-99%
- ( ) 100%
- ( ) N/A

Punti disponibili: 2.00

Valutazione / monitoraggio dei servizi

Quali dei seguenti metodi si utilizzano per valutare l'impatto sociale o ambientale dei servizi in outsourcing dall'azienda?

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

- [x] L'azienda condivide le politiche e regole con i suoi subappaltatori, ma non conta su un processo di verifica
- [ ] L'azienda richiede che i subappaltatori completino una autovalutazione
- [ ] L'azienda utilizza strumenti di valutazione di rischi o di impatto creati da entità indipendenti (come il B Impact Assessment)
- [ ] L'azienda conduce un audit/valutazione dei propri subappaltatori almeno una volta ogni due anni
- [ ] L'azienda affida a soggetti terzi un audit di routine / revisioni dei subappaltatori almeno ogni due anni
- [ ] Altro
- [ ] Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.05 su 0.50

% dei servizi in outsourcing valutata/ monitorata

Che % dei servizi in outsourcing (in termini di valuta) è valutata secondo le metodologie selezionate nella domanda precedente?

- (●) 0%
- ( ) 1-20%
- ( ) 21-49%
- ( ) 50-74%
- ( ) 75-99%
- ( ) 100%
- ( ) N/A

Punti disponibili: 2.00

Ambiente

OPERAZIONI

Introduzione all'area d'impatto "Ambiente"

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 avrá 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
- [x] 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?

Con gli interventi effettuati dalla nostra società (ESCO) viene generato un risparmio anche in termini ambientali. In pratica viene ridotto il fabbisogno di energia, quindi l'impatto ambientale dell'attività del cliente. In questo modo si risparmiano all'ambiente tonnellate di anidride carbonica ogni anno.

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 istallazioni 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.

- [x] 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)
- [x] 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, detergenti non tossici)
- [x] 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 dell'uso di energia rinnovabile o a combustione più pulita

Per favore spieghi in dettaglio in che modo il prodotto o servizio dell'azienda fornisce o utilizza energia rinnovabile o energia più pulita rispetto a altre alternative del mercato.

L'azienda ha come obiettivo di sviluppare il business dell'efficientamento energetico presso operatori del mercato della Grande Distribuzione Organizzata, dell'Industria, della Ricezione Turistica e del Settore Privato. La società in qualità di ESCO effettua interventi di efficientamento energetico specifici a seconda delle caratteristiche del cliente con l'obiettivo di generare un risparmio anche in termini ambientali. Esempio degli interventi effettuati dall'azienda: sostituzione impianti illuminotecnici, installazione fotovoltaico, ecc.

Punti disponibili: 0.00

Impatto diretto sull'energia rinnovabile o a combustione più pulita

Il fatto di fornire o essere alimentato da energia rinnovabile o a combustione più pulita è un impatto diretto ambientale positivo del prodotto o servizio dell'azienda?

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

- ○ Sì
- ◉ No, è un risultato indiretto di una delle risposte selezionate nella domanda “Benefici ambientali del prodotto”

Punti disponibili: 0.00

Descrizione dei metodi di conservazione delle risorse

Per favore fornire ulteriore informazione su come il prodotto o servizio dell'azienda contribuisce a ridurre l'uso di energia, le emissioni di gas a effetto serra, il consumo di acqua e/o la generazione di rifiuti.

I servizi offerti da Plangreen riducono i consumi principalmente di energia elettrica e gas metano attraverso l'impiego di impianti, tecnologie e macchinari di ultima generazione. In questo modo viene direttamente ridotta l'emissione di CO2, gas serra e altre sostanze inquinanti in ambiente. In aggiunta, l'installazione di impianti di produzione di energia da fonte rinnovabile (fotovoltaico, solare termico, ecc) dedicati all'autoconsumo generano ulteriori riduzioni nei consumi e nell'emissioni.

Punti disponibili: 0.00

Impatto diretto sulla conservazione delle risorse

La conservazione delle risorse è un impatto ambientale positivo diretto del prodotto o servizio dell'azienda?

- ○ Sì
- ◉ No, è un risultato indiretto di una delle risposte selezionate nella domanda “Benefici ambientali del prodotto”

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

In fase di prima offerta vengono illustrati i benefici che a seguito dell'implementazione del servizio il cliente andrà ad apportare all'ambiente e alla proprio azienda; nella seconda fase, dopo il collaudo del servizio, viene fatto al cliente un training di illustrazione su come andrà a produrre risparmio energetico. Negli anni successivi al collaudo in cui il cliente usufruisce del servizio, grazie al monitoraggio attivo e continuo dei consumi elettrici, potrà constatare se i benefici stimati nella fase di offerta sono effettivamente stati realizzati. Inoltre, l'azienda è attiva sui canali web e social in cui giornalmente diffonde notizie e informazioni relative alle iniziative che imprese e privati possono attuare nei confronti dell'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

Management ambientale

Standard di Green Building

Quale % delle strutture aziendali (mq. di proprietà della società o in locazione) è certificata secondo i requisiti di un programma di bioedilizia accreditato?

- (●) Meno del 20%
- ( ) 20-49%
- ( ) 50-79%
- ( ) 80% o più
- ( ) N/A

Punti disponibili: 1.40

Miglioramento delle strutture aziendali con la proprietà

Se le strutture aziendali non sono di proprietà ma sono affittate, in quali delle seguenti pratiche si è lavorato insieme alla proprietà per promuoverne l'implementazione e la manutenzione?

- [ ] Miglioramenti dell'efficienza energetica
- [ ] Miglioramenti dell'efficienza idrica
- [x] Programmi di riduzione dei rifiuti (incluso il riciclo)
- [ ] Nessuna delle opzioni precedenti
- [ ] N / A - L'azienda non affitta la maggior parte delle strutture

Punti guadagnati: 0.47 su 1.40

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
- [x] Nessuna delle opzioni precedenti
- [ ] N/A

Punti disponibili: 2.80

Sistemi di gestione ambientale

L'azienda dispone di un sistema di gestione ambientale (EMS) che copra la produzione di rifiuti, il consumo di energia, l'utilizzo di acqua e le emissioni di anidride carbonica? Quale dei seguenti elementi fanno parte del sistema?

È possibile selezionare le Caselle 3 solo se è applicabile la Casella 2.

- [ ] Dichiarazione di politica che documenta l'impegno dell'azienda nei confronti dell'ambiente
- [ ] Valutazione effettuata dell'impatto ambientale delle attività dell'azienda
- [ ] Obiettivi e target quantificabili definiti riguardo ad aspetti ambientali e sociali delle attività dell'azienda
- [x] L'azienda non possiede un SGA (Sistema di gestione ambientale)

Punti disponibili: 1.40

OPERAZIONI

Aria & Clima

2.1

Monitoraggio del consumo di energia

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

Selezionare un'opzione di risposta che indichi se l'azienda monitora il consumo energetico e imposti potenzialmente degli obiettivi (risposte 1-4). Se l'azienda imposta degli obiettivi, anche le risposte 5 potrebbero essere selezionabili.

- [ ] Al momento l'azienda non monitora né registra i consumi
- [ ] L'azienda controlla e registra i consumi ma non ha fissato obiettivi di riduzione
- [x] 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: 0.33 su 0.67

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: 107.69

- [ ] 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 60.57

- [ ] 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: 0.21 su 0.33

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: 0.80 su 1.33

Efficienza energetica delle strutture aziendali

Per quali sistemi l'azienda ha implementato misure di efficienza e risparmio di energia nella maggior parte degli stabilimenti (per metro quadrato) nell'ultimo anno?

- ☑ Attrezzatura: apparecchi Energy Star, stand-by automatico, timer per controllare i consumi dopo l'orario lavorativo ecc.
- ☑ Illuminazione: luce naturale, lampade fluorescenti compatte, sensori di presenza, regolatori d'intensità, illuminazione diretta (in base all'attività), ecc.
- ☐ Climatizzazione: termostato programmabile, timer, sensori di presenza, pareti protette dalla luce solare, finestre con vetri doppi ecc.
- ☐ Altri (per favore descriva)
- ☐ Nessuna delle opzioni precedenti
- ☐ N/A - Utilizziamo un ufficio virtuale

Punti guadagnati: 0.44 su 0.67

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?

Selezionare solo un'opzione di risposta che indichi se l'azienda monitora le emissioni di gas serra e imposti potenzialmente degli obiettivi (risposte 1-4). Se l'azienda imposta degli obiettivi e/o ottiene l'obiettivo di emissioni zero, anche le risposte 5 e/o 6 potrebbero essere selezionabili.

- [x] Al momento l'azienda non monitora né registra le proprie emissioni
- [ ] L'azienda controlla e registra i consumi ma non definisce obiettivi di riduzione
- [ ] Controlliamo regolarmente e registriamo le emissioni e abbiamo fissato obiettivi di riduzione specifici rispetto alle emissioni 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
- [ ] L'azienda ha raggiunto gli obiettivi di riduzione specifici fissati durante questo periodo di riferimento
- [ ] L'azienda ha raggiunto l'obiettivo di emissioni zero

Punti disponibili: 0.67

Riduzione dell'impatto causato da viaggi e pendolarismo

L'azienda ha messo in atto programmi o politiche per ridurre l'impronta ecologica dovuta a viaggi/pendolarismo?

- [ ] Ai lavoratori sono offerti incentivi economici per utilizzare i mezzi pubblici, il car pooling o la bicicletta negli spostamenti casa-lavoro
- [x] Gli impianti aziendali sono progettati per facilitare l'uso dei mezzi pubblici o la bicicletta
- [x] I lavoratori sono incoraggiati a utilizzare le tecnologie di meeting virtuale per ridurre le riunioni di tipo tradizionale
- [ ] L'azienda ha una politica scritta di limitazione dei viaggi aziendali
- [ ] Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.33 su 0.67

Percentuale di Gas a effetto serra compensata

Se l' azienda ha acquistato crediti di carbonio certificati nel periodo di riferimento, quale percentuale delle emissioni di Scope 1 e 2 di gas a effetto serra è stata compensata?

- (●) 0%
- ( ) 1-24%
- ( ) 25-49%
- ( ) 50-75%
- ( ) 75-99%
- ( ) 100%
- ( ) Non lo so
- ( ) N / A - Non si sono acquistate delle compensazioni di emissioni di carbonio

Punti disponibili: 0.67

OPERAZIONI

Acqua

0.5

Monitoraggio e gestione dei consumi di acqua

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

Selezionare solo un'opzione di risposta che indichi se l'azienda monitora il consumo idrico e imposti potenzialmente degli obiettivi (risposte 1-4). Se l'azienda imposta degli obiettivi, anche le risposte 5 potrebbero essere selezionabili.

- [ ] L'azienda non monitora né registra attualmente i propri consumi d'acqua
- [x] 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 guadagnati: 0.25 su 1.00

Consumo totale di acqua

Consumo totale di acqua (litri) negli ultimi 12 mesi

Consumo totale di acqua (litri) negli ultimi 12 mesi 79000

- [ ] Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Pratiche di conservazione delle risorse idriche

Quali metodi di conservazione delle risorse idriche sono stati implementati nella maggior parte degli uffici o degli stabilimenti dell'azienda:

Si prega di selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

- [x] Rubinetti, WC, orinatoi e docce per il risparmio di acqua
- [ ] Uso delle acque grigie per l'irrigazione
- [ ] Irrigazione a basso volume
- [ ] Raccolta dell'acqua piovana
- [ ] Altri (per favore descriva)
- [ ] Nessuna delle opzioni precedenti
- [ ] N/A - L'azienda ha un Ufficio virtuale

Punti guadagnati: 0.33 su 1.00

OPERAZIONI

Terra & Vita

2.0

Monitoraggio e reporting di rifiuti non pericolosi

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

Selezionare un'opzione di risposta che indichi se l'azienda monitora la produzione di rifiuti e imposti potenzialmente degli obiettivi (risposte 1-4). Se l'azienda imposta degli obiettivi, anche le risposte 5 e/o 6 potrebbero essere selezionabili.

- [ ] L'azienda non monitora né registra attualmente la propria generazione di rifiuti
- [x] 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
- [ ] L'azienda ha raggiunto gli obiettivi di riduzione specifici fissati durante questo periodo di riferimento
- [ ] We produce zero waste to landfill / ocean

Punti guadagnati: 0.25 su 1.00

Rifiuti non pericolosi generati

Rifiuti generati: rifiuti non pericolosi (tonnellate metriche) negli ultimi 12 mesi

Rifiuti generati: rifiuti non pericolosi (tonnellate metriche) negli ultimi 12 mesi 0.53

- [ ] Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Totale di rifiuti eliminati

Rifiuti indifferenziati (tonnellate) degli ultimi 12 mesi

Rifiuti indifferenziati (tonnellate) degli ultimi 12 mesi 0.14

- [ ] Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Totale di rifiuti riciclati

Smaltimento di rifiuti: Quantità di rifiuti riciclati o riutilizzati (espressa in tonnellate metriche) durante gli ultimi 12 mesi

Smaltimento di rifiuti: Quantità di rifiuti riciclati o riutilizzati (espressa in tonnellate metriche) durante gli ultimi 12 mesi

0.39

- [ ] Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Programmi di riciclo

L'azienda ha un programma generale di recupero e riciclaggio per i seguenti tipi di materiali?

Si prega di selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

- [x] Carta
- [x] Cartone
- [x] Plastica
- [x] Vetro e Metallo
- [x] Compostaggio
- [ ] Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 1.00 su 1.00

Riduzione dei rifiuti

Metriche non ponderate opzionali: qual è orientativamente la riduzione percentuale di rifiuti solidi e rifiuti pericolosi prodotti dall'azienda nei seguenti periodi (normalizzata secondo le variazioni del fatturato)?

Gli ultimi due anni

Gli ultimi due anni

- [x] Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

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 disponibili: 1.00

Metodi di riduzione dell'uso di sostanze chimiche

Quali dei seguenti prodotti ecologici sono stati acquisiti per la maggior parte degli stabilimenti dell'azienda?

- [x] Prodotti di pulizia non tossici
- [x] Carta non sbiancata e priva di cloro
- [ ] Inchiostri a base di soia o altri inchiostri a basso tenore di composti organici volatili
- [x] Forniture per ufficio con materiali riciclati e/o acquistati dall'elenco dei fornitori preferiti per il rispetto dell'ambiente (carta, penne, quaderni, ecc)
- [ ] Altri (per favore descriva)
- [ ] Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.75 su 1.00

Clienti

OPERAZIONI

Introduzione all'area d'impatto "Clienti"

0.0

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

Introduzione al modello di business a impatto per i clienti

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

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

- (•) Sì
- ( ) No

Punti disponibili: 0.00

Prodotto incentrato sulle necessità del cliente

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

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

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

Punti disponibili: 0.00

Impatto positivo dei prodotti/servizi

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

Con gli interventi effettuati dalla nostra società (ESCO) viene generato per il cliente un risparmio in termini di energia elettrica, di conseguenza un risparmio in termini economici. In pratica viene ridotto il fabbisogno di energia, quindi l'impatto ambientale dell'attività del cliente.

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?

Selezionare più opzioni di risposta solo se l'azienda vende diversi prodotti o servizi con risultati distinti o se un singolo prodotto o servizio ottiene risultati multipli.

- [ ] 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)
- [x] 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

Attenzione diretta al miglioramento dell'impatto delle organizzazioni

Per i prodotti e/o servizi dell'azienda focalizzati sull'incrementare l'impatto delle aziende, si sono selezionate più opzioni di risposta nella domanda "Tipo di prodotto d'impatto positivo"?

Selezionare più opzioni di risposta nella domanda "Tipo di prodotto d'impatto positivo" solo se l'azienda vende diversi prodotti o servizi con risultati distinti o se un singolo prodotto o servizio ottiene risultati multipli.

- ○ Sì, ho selezionato più opzioni di risposta nella domanda "Tipo di prodotto d'impatto positivo", anche se i prodotti e/o servizi venduti non ottengono risultati multipli.
- ◉ No, non ho selezionato più opzioni di risposta oppure ho selezionato più opzioni di risposta nella domanda "Tipo di prodotto d'impatto positivo" perché i prodotti e/o servizi venduti ottengono risultati multipli.

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: 22

- ☐ 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: 10

- ☐ Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Gestione del cliente

Gestione dei rapporti con i clienti

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

- [ ] L'azienda offre garanzie, contrattuali o non, e politiche di protezione rispetto ai propri prodotti o servizi
- [x] L'azienda possiede certificazioni di qualità erogate da enti terzi
- [x] L'azienda possiede meccanismi formali di controllo di qualità
- [x] L'azienda possiede processi per ricevere feedback, commenti o lamentele dei clienti
- [x] L'azienda monitora il livello di soddisfazione dei clienti
- [x] L'azienda valuta i risultati indiretti ottenuti dai propri clienti attraverso l'utilizzo dei propri prodotti o servizi
- [x] L'azienda possiede politiche scritte di marketing etico, pubblicità o coinvolgimento dei clienti
- [x] 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?

- [x] L'azienda monitora la soddisfazione dei propri clienti
- [x] 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
- [x] 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?

- [x] L'azienda monitora regolarmente i risultati e il benessere dei clienti
- [x] 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: 0.83 su 1.25

Uso di dati e privacy

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

- [x] L'azienda ha una politica disponibile al pubblico sull'uso di dati e privacy
- [x] 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)
- [x] I clienti hanno l'opzione di decidere in che modo i propri dati possono essere utilizzati
- [x] 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

Miglioramento dell'impatto - Business Model d'impatto

BUSINESS MODEL D'IMPATTO
20.5

Questa sezione IBM applica se i prodotti o servizi dell'azienda migliorano l'impatto sociale o ambientale delle organizzazioni clienti dell'azienda (per esempio consulting in temi di sostenibilità).

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?

1169678

☐ 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.

Abbiamo un sistema di monitoraggio che viene fornito al cliente che ci permette di monitorare il raggiungimento del risparmio energetico generato

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
- [x] 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)
- [x] 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
- [x] 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: 1.07 su 1.07

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
- [x] L'azienda utilizza dati aggregati forniti da terzi per definire benchmark e paragonare la performance del proprio impatto
- [x] 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: 1.07 su 1.07

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: 0.94 su 1.07

Risultati a lungo termine

I risultati ottenuti dimostrano che l'azienda sta generando impatti permanenti o a lungo termine per i beneficiari?

- ◉ Sì
- ○ No

Punti guadagnati: 1.07 su 1.07

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?

No.

Punti disponibili: 0.00

Disclosure Questionnaire

Divulgazione d'informazione - Industrie

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

Dettaglio delle attività relazionate all'alcol

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Attività 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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Prodotti assicurativi sulla vita

Selezionare "Sì" solo se l'80% o piè 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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Servizi di consulenza fiscale

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche riguardanti prodotti e servizi che coinvolgono animali

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti organismi geneticamente modificati

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

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

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda opera in zone di conflitto

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Vendita di dati

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

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

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Stabilimenti aziendali situati in ecosistemi sensibili

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

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

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Marketing dei prodotti sostituti del latte materno

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

Commercializzazione di sostituti del latte materno

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Attività contro la libertà di associazione o la negoziazione collettiva

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda ha preso posizione pubblicamente contro la sindacalizzazione, si è impegnata in attività che potrebbero essere percepite come una presa di posizione pubblica contro le organizzazioni sindacali, o proibisce ai lavoratori di associarsi o negoziare in modo collettivo le condizioni di lavoro

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Contratti a zero ore

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda assume lavoratori attraverso contratti a zero ore

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

I lavoratori dell'azienda sono prigionieri

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda assume prigionieri

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

L'azienda assume lavoratori di età inferiore ai 15 anni (o altra età minima ILO)

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda assume lavoratori di età inferiore ai 15 anni (o un'altra età minima coperta dalla Convenzione N° 138 dell'Organizzazione Mondiale del Lavoro) e/o non conta su registri del personale con documentazione che accrediti la data di nascita di ogni lavoratore

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Il lavoro straordinario per i lavoratori a ore è obbligatorio

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

Il lavoro straordinario è obbligatorio e supera le 48 ore in una settimana

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure per altri tipi di pratiche

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

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 "Disclosure 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

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

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

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Controversie arbitrali o processi

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

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

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

L'azienda ha presentato istanza di fallimento

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Concussione, Frode o Corruzione

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Concussione, Frode o Corruzione

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Condotta anticoncorrenziale

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Condotta anticoncorrenziale

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Reporting finanziario, tasse, investimenti o crediti

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Reporting finanziario, pagamento di tasse, investimenti o crediti

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Contributi politici o relazioni internazionali

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Contributi politici o relazioni internazionali

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Questioni legate ai diritti sul lavoro

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Problematiche lavorative (comprese sicurezza e discriminazione)

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Violazione della privacy e/o perdita di dati confidenziali

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

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

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Indice di licenziamenti significativo

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

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)

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

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 rilocazione di terreni a grande scala

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

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

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

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

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Violazione dei diritti delle popolazioni indigene

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

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 consentimento documentato

- ○ Sì
- ◉ No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure - risultati e penalità

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

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