



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Relazione di impatto 2022





EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Sommario

1) La nostra azienda e il bene comune	4
Il nostro manifesto	4
I nostri valori	5
Proprietà e organo amministrativo	10
Vision	11
Mission	11
Dallo Statuto	11
Certificazioni	12
Partnership, collaborazioni, adesioni a aggregazioni	13
2) Misurazione e rendicontazione dell'impatto	14
Strumento per la misurazione dell'Impatto	14
Struttura della presente Relazione d'Impatto	14
3) La gestione dell'impatto socio ambientale	15
Il Responsabile dell'Impatto e le sue attribuzioni	15
Individuazione dei principali fattori d'impatto e dei KPI socio ambientali	15
Individuazione dei principali stakeholder	16
4) Valutazione generale	17
Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo	17
Risultati del BIA generali	18
5) Valutazione per aree	19
Governare d'impresa	19
Lavoratori	20
Altri portatori d'interesse	21
Ambiente	23
6) Risultati e obiettivi specifici	24
SDG1 Sconfiggere la povertà	24
Azioni, metodi e risultati	24
Obiettivi per l'esercizio seguente	24
SDG3 Salute e benessere	24
Azioni, metodi e risultati	24
Obiettivi per l'esercizio seguente	24
SDG4 Istruzione di qualità	25
Azioni, metodi e risultati	25
Obiettivi per l'esercizio seguente	25
SDG5 Parità di genere	25
Azioni, metodi e risultati	25
Obiettivi per l'esercizio seguente	25



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

SDG7 Energia pulita e accessibile	25
Azioni, metodi e risultati	25
Obiettivi per l'esercizio seguente	26
SDG8 Lavoro dignitoso	26
Azioni, metodi e risultati	26
Obiettivi per l'esercizio seguente	26
SDG9 Imprese, innovazione e infrastrutture	27
Azioni, metodi e risultati	27
Obiettivi per l'esercizio seguente	27
SDG10 Ridurre le disuguaglianze	27
Azioni, metodi e risultati	27
Obiettivi per l'esercizio seguente	27
SDG11 Città e comunità sostenibili	28
Azioni, metodi e risultati	28
Obiettivi per l'esercizio seguente	28
SDG12 Consumo e produzione responsabili	28
Obiettivi per l'esercizio seguente	28
SDG13 Lotta contro il cambiamento climatico	28
Azioni, metodi e risultati	28
Obiettivi per l'esercizio seguente	29
SDG15 Vita sulla terra	29
Azioni, metodi e risultati	29
Obiettivi per l'esercizio seguente	29
SDG17 Partnership per gli obiettivi	30
Azioni, metodi e risultati	30
Obiettivi per l'esercizio seguente	30
7) Riepilogo degli obiettivi per l'esercizio seguente	31



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

1) La nostra azienda e il bene comune

Il nostro manifesto

Crediamo che la Persona sia al centro di tutto l'Universo.

L'Etica è tutto ciò che stimola gli esseri umani.

È la Fiducia che rende indivisibili le persone.

L'Unione rende possibile ogni impossibile.

Tendere all'Eccellenza ci spinge sempre verso un futuro migliore.

L'Entusiasmo rende indimenticabile tutti i momenti.

Salvare la vita umana sul Pianeta per lasciare condizioni migliori alle generazioni future è il nostro compito più importante. Lavoriamo per sostenere aziende e famiglie nel concepire la transizione, accompagnandoli passo dopo passo lungo il processo di cambiamento necessario.

L'energia è ciò che ci aiuta nella realizzazione del nostro destino. Ci impegniamo ogni giorno ad offrire idee e soluzioni concrete per formare i giovani di oggi che saranno i professionisti di domani; per aiutare aziende e famiglie con soluzioni di risparmio ed efficienza energetica per costruire insieme un sistema di vita sul Pianeta più sostenibile; per accompagnare le persone nel futuro con le innovazioni del Metaverso, degli NFT e della blockchain; per assistere i nostri clienti con progetti green di marketing e comunicazione che promuovano al meglio il cambiamento e la crescita delle loro realtà aziendali. Vogliamo creare relazioni di lungo periodo verso un futuro costruito sulle fondamenta delle scelte e delle azioni che compiamo oggi.

Agiamo per sostituire il rapporto Cliente/Fornitore/Responsabile con le parole Amicizia e Partnership; persone che credono nella Libertà di scegliere, nella Lealtà, nella Trasparenza, nella Forza della squadra, nel Coraggio di intraprendere, nella Realizzazione dell'individuo, nell'Ambizione, nel Non mollare mai, nella Generosità del sempre.

Così il mondo di domani sarà un luogo migliore di quello di oggi con persone realizzate, felici e piene di energia per se stesse e per coloro che amano.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

I nostri valori



Nel corso degli ultimi decenni si è diffusa l'abitudine, da parte di grandi aziende, di diffondere i Valori Aziendali come simbolo di spirito di appartenenza ad un gruppo coeso verso obiettivi importanti.

Il nostro gruppo nasce dal sogno di Paolo Michielin, di poter creare un'Azienda unica nel suo genere, in cui i Valori fossero realmente un punto di riferimento e, come ha sempre dichiarato lui stesso, "I Nostri Valori sono i veri Presidenti del nostro gruppo, noi dobbiamo avere la forza di esserne un faro guida per tutte le persone che entrano in contatto con EarthCare Group"

LA PERSONA

In EarthCare Group le persone sono al primo posto.
La squadra è uno dei principali valori sui quali si basa il successo della nostra Azienda.

Per questo sviluppiamo politiche di risorse umane basate sul senso della nostra missione: "aiutare le persone a crescere per salvare la loro vita sulla Terra".

Questa convinzione è una delle chiavi per generare un valore aggiunto nella qualità dei nostri servizi e nelle persone che fanno parte della nostra squadra di lavoro.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Come azienda cerchiamo di aiutare coloro che vogliono crescere a livello personale e professionale.

Lo facciamo perché, se è vero che il valore di una persona è intrinseco ed intangibile, è altrettanto provato che, se anche le condizioni dell'ambiente stimolano i collaboratori a esprimere con azioni tangibili il proprio valore ed il proprio potenziale, questi troveranno nell'ambiente di lavoro il proprio luogo di realizzazione e costruiranno una squadra e un'azienda di successo.

Grazie all'impegno assunto da EarthCare Group nei confronti del proprio capitale umano, siamo riusciti a creare un sistema di gestione del personale che ci consente di promuovere e mantenere squadre di lavoro che si identificano con una cultura aziendale.

Ci avvaliamo di professionisti eccellenti a tutti i livelli del nostro Progetto.

La nostra Leadership si basa sul supporto fornito ai singoli collaboratori, affinché in ognuno dei nostri Consulenti si crei la volontà di vivere l'ambiente di lavoro basato sul rispetto delle persone.

In questo modo, ogni impiegato, professionista, Manager o Consulente scopre e sviluppa il proprio potenziale.

LA FIDUCIA

La fiducia è la convinzione secondo cui una persona o un gruppo desidererà o sarà capace di agire adeguatamente in una determinata situazione. La fiducia verrà più o meno rafforzata dalle azioni.

E' possibile sviluppare l'attività di EarthCare Group alimentando la fiducia in se stessi, nelle persone con cui si collabora e nell'azienda.

Tutti i giorni aiutiamo le persone a fidarsi delle proprie capacità ed abilità per poter aver successo nel proprio lavoro.

Diamo loro una buona preparazione per eseguire il proprio compito e, inoltre, dimostriamo loro costantemente di credere che possono raggiungere gli obiettivi richiesti dal business.

EarthCare Group ha sviluppato negli anni diversi strumenti tecnologici propri che consentono massima trasparenza nelle gestioni commerciali, finanziarie ed amministrative.

In questo modo, tutti i consulenti possono controllare i propri risultati tutti i giorni. Tutto questo per creare fiducia.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

A ciò si aggiunge anche il supporto costante tramite ognuno degli uffici della nostra struttura aziendale e grazie ad azioni che generano fiducia nella squadra umana e che si riflettono nei risultati globali.

L'ETICA

Il termine "etica" viene dal greco ethos, che significa "condotta", "carattere", "consuetudine".

Di fatto è quella branca della filosofia che studia i comportamenti umani e li distingue in buoni, giusti o moralmente leciti rispetto a comportamenti ritenuti cattivi o moralmente non appropriato.

Nella convinzione che l'etica si basa sui comportamenti, in EarthCare Group siamo abituati a promuovere il lavoro eseguito con il massimo livello di onestà possibile in modo tale da ottenere ogni giorno più credibilità.

Vogliamo essere onesti ed integri nella nostra selezione di nuovi consulenti e vogliamo che, a loro volta, vedano la serietà e la trasparenza del nostro impegno nei loro confronti per poter raggiungere l'obiettivo comune: il successo.

Aiutiamo i nostri collaboratori commerciali e non affinché possano lavorare allo stesso modo con i propri clienti.

Vogliamo che ogni Consulente sia un punto di riferimento ad un passo dalle attività commerciali e industriali e delle famiglie della zona in cui si trova.

Trasmettiamo un messaggio preciso a tutti i collaboratori: le persone che ci conoscono vogliono essere nostri clienti grazie alla dimostrata credibilità della nostra azienda, capace di ispirare fiducia.

Questo porta i consumatori ad accettare le offerte che proponiamo loro.

Non offriamo solo un prodotto, ma una serie di servizi e prodotti di cui ogni realtà ha bisogno.

Come Azienda non siamo disposti a percorrere il nostro cammino di successo senza l'etica e senza l'integrità che stanno alla base della nostra credibilità.

Non lesiniamo mai gli sforzi per conquistare la fiducia dei nostri clienti e per fidelizzarli nel tempo prendendoci cura e premura di ogni attività.

A ciò si aggiunge anche il supporto costante agli Office Manager tramite ognuno degli uffici della nostra struttura aziendale e grazie ad azioni che generano fiducia nella squadra umana e che si riflettono nei risultati globali.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

L'ENTUSIASMO

Il termine "entusiasmo" viene dal greco e significa "ispirato da Dio". Nell'antica Grecia si denominavano entusiasti tutti coloro che avevano la capacità di trasformare il mondo circostante e fare in modo che qualcosa succedesse.

Si diceva che avevano Dio dentro di sé a guidarli con forza e saggezza.

Ralph Waldo Emerson affermava: "Senza entusiasmo non si raggiunge nulla di grandioso".

Infatti esso è una delle qualità necessarie per continuare ad essere motivati e raggiungere ciò che si desidera.

L'entusiasmo viene dall'animo di una persona, scaturisce da una mente positiva e cresce tramite azioni positive.

E' necessario credere in noi stessi, nella nostra capacità di agire, trasformarci e trasformare la realtà che ci circonda.

Per essere una persona entusiasta è necessario avere una meta nella vita e sapere perché viviamo.

Dobbiamo essere innamorati dei nostri sogni e delle nostre mete ed avere una passione contagiosa, consapevoli che, se ci crediamo, ce la possiamo fare e che, se ce la possiamo fare, ce la faremo.

Uno dei principali pilastri del business del nostro Gruppo è l'entusiasmo.

Esso è qualcosa che non si vede e non si tocca, ma si sente.

E' come un'energia che ci riempie, ci fa muovere, ci attiva, ci toglie il sonno e fa accelerare.

Ci fa sentire passione per quello che siamo e per quello che facciamo e ci spinge ad ottenere grandi risultati perché aumenta le nostre possibilità di successo

La nostra attività consiste nell'aiutare le aziende a raggiungere il successo aumentando il proprio business e visibilità con la caratteristica fondamentale di agire nella salvaguardia del Pianeta e per svolgere questo compito è necessario avere molto entusiasmo.

Il nostro lavoro richiede un livello elevato di produttività e di iniziativa per raggiungere i nostri obiettivi e, a dire la verità, solo l'entusiasta può essere altamente produttivo.

Aiutiamo le micro e medie aziende a risparmiare sui costi dei servizi di utilità pubblica grazie alla diffusione della cultura dell'efficienza energetica e all'utilizzo di fonti rinnovabili.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Come Azienda siamo alla ricerca di persone piene di entusiasmo: entusiaste del proprio potenziale, delle proprie capacità, dell'apprendimento, della crescita, dello sviluppo di un'attività che offre possibilità illimitate e, soprattutto di agire per la Cura della Terra.

L'ECCELLENZA

Come azienda ci impegniamo quotidianamente nella ricerca costante dell'eccellenza, della crescita e del progresso, per poter rendere tutti i giorni di più e meglio.

Non ci accontentiamo dei risultati ottenuti sino ad ora, ma ci sforziamo di continuare a crescere con azioni sempre più eccellenti.

Facciamo del nostro meglio per essere un'azienda composta da persone che vogliono migliorare e crescere tutti i giorni.

Persone che non si accontentano, ma che aspirano al successo.

Consideriamo l'eccellenza come un invito a svegliarci, a sviluppare capacità latenti in noi e ad adottare un atteggiamento di crescita verso la produttività, l'iniziativa e l'innovazione e non l'immobilismo. Uno sviluppo continuo del proprio personale umano.

Lavoriamo tutti i giorni per conoscere, soddisfare e superare le aspettative del cliente. Solo così tendiamo ad offrire un servizio di eccellenza per divenire una realtà davvero "clientecentrica".

Grazie a questa modalità di pensiero i nostri partner vedano risultati superiori alle proprie aspettative.

Ci sforziamo per fare tutto con eccellenza, perché l'eccellenza attrae l'eccellenza.

Vogliamo che il nostro personale sia eccellente e si circonda di persone che lo siano altrettanto o che, almeno, desiderino esserlo.

Potranno fare parte della nostra squadra solamente coloro che non si accontentano dei risultati ottenuti, ma che cercano un'opportunità di crescita costante, persone compatibili con i nostri valori e disposte a pagare il prezzo richiesto dalla crescita.

Al tempo stesso, queste persone devono volere realizzare i propri sogni applicando un elevato sentimento etico che, tra l'altro, è uno dei nostri valori.

L'UNIONE

L'unione è il valore che fa del nostro Gruppo un'azienda vincente.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

In quanto parte di EarthCare sappiamo che dobbiamo essere disposti ad imparare ed ad apportare qualcosa tutti i giorni.

Dobbiamo imparare dai nostri colleghi e mettere a disposizione di tutti quello che conosciamo perché anche gli altri possano imparare.

L'unione consente alla squadra di funzionare come un'orchestra ovvero come un insieme coordinato ed armonioso composto da elementi interdipendenti, che insieme creano belle armonie.

Ogni persona integra l'altra.

Ognuno si fida dei propri compagni e tutti fanno il possibile per mantenere questa unità, che assicura il raggiungimento delle mete.

La nostra Azienda ed i nostri Office Manager si sono impegnati ad applicare questo valore, non solo come concetto teorico, ma come un fattore da mettere in pratica tutti i giorni.

Per poter raggiungere l'unità è necessaria una comunicazione trasparente ed efficace dei compiti e degli obiettivi, attraverso leader capaci di provocare e stimolare tutti i giorni un sano lavoro di squadra.

E' proprio per questo che la nostra Azienda, tramite l'apposito ufficio di Risorse Umane e la Mind+ Academy, crea costantemente programmi di formazione e coaching che aiutano a sviluppare capacità di direzione negli Office Manager e i consulenti a sviluppare il loro potenziale.

Tutto ciò riduce la rotazione del personale e consente un aumento della produttività che, a sua volta, si traduce in migliori risultati.

Un'altra ragione grazie alla quale riusciamo a svolgere questo lavoro in assoluta unione è che crediamo in un altro valore: la fiducia.

Proprietà e organo amministrativo

L'azienda è al momento una società unipersonale di Paolo Michielin, che riveste il ruolo di Amministratore Unico.

Nel secondo semestre dell'anno si è iniziato a lavorare dialogando informalmente con alcune persone nell'ottica che su questa base si vada a costituire nel 2023 un Comitato Consultivo.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Vision

Vogliamo aiutare il genere umano ad affrontare il cambiamento per riuscire a vivere sul pianeta con rispetto e cura, consapevole di esserne ospite e custode per le future generazioni.

Mission

Creiamo occasioni ed opportunità per reinventare il ruolo dell'essere persona nei confronti del Pianeta, attraverso cultura e strumenti necessari alla salvaguardia del futuro della Terra e di conseguenza dell'intera specie umana, a partire dallo sviluppo del territorio in cui siamo radicati.

Dallo Statuto

“Le finalità specifiche di beneficio comune (come definite dall'articolo unico comma 378 lettera a) della legge n. 208/2015) che la società intende perseguire, nell'esercizio della propria attività, consistono nel contribuire, nel compimento delle sopra indicate attività o con altre azioni dedicate, al perseguimento di alcuni degli obiettivi indicati nell'Agenda 2030 dell'ONU, secondo il seguente elenco:

- SDG1 Sconfiggere la povertà:

offrire ai clienti le migliori soluzioni sul mercato per ridurre i costi che le famiglie o le imprese sostengono per quanto riguarda le utilities;

- SDG3 Salute e benessere:

selezionare solo partner commerciali che offrano prodotti e servizi che tutelino la salute e il benessere dei clienti;

- SDG4 Istruzione di qualità:

creare e diffondere formazione basata su competenze basate sull'eccellenza;

- SDG5 Parità di genere:

ricercare nel rapporto con i collaboratori equilibrio e uniformità nel rispetto dell'unicità di ogni essere umano;

- SDG7 Energia pulita e accessibile:

ridurre in tutti gli aspetti delle attività svolte l'uso di energia;

preferire l'energia elettrica e ricorrere solo a quella da fonti rinnovabili, soprattutto per le partnership commerciali;

- SDG8 Lavoro dignitoso:

sviluppare un contesto lavorativo che lasci spazio all'evoluzione del collaboratore, incentivandone la crescita a livello anche personalizzato;

- SDG9 Imprese, innovazione e infrastrutture:

aiutare le imprese ad avere un approccio proattivo verso ogni forma di innovazione tecnologica e non, essendone un esempio, nell'ottica di favorire uno sviluppo economico disaccoppiato dall'impiego di risorse naturali;



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

- *SDG10 Ridurre le disuguaglianze:*
preferire prodotti e servizi realizzati nel totale rispetto del valore persona, quindi anche con riferimento alle condizioni economiche per i lavoratori impiegati;
- *SDG11 Città e comunità sostenibili:*
Contribuire alla diffusione di una cultura che valorizzi la condivisione delle risorse rispetto all'utilizzo esclusivo del proprietario;
- *SDG12 Consumo e produzione responsabili:*
Coadiuvare le imprese clienti nel migliorare il loro impatto sociale e ambientale attraverso strumenti di gestione dell'impatto;
- *SDG13 Lotta contro il cambiamento climatico:*
proporre al mercato servizi e prodotti che contribuiscono alla mitigazione del cambiamento climatico; la società si impegna ad attuare una evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica;
- *SDG15 Vita sulla terra:*
alimentare la riforestazione per favorire un recupero di biodiversità;
- *SDG17 Partnership per gli obiettivi:*
rafforzare le collaborazioni con entità che perseguano la diffusione dei valori orientati ad un modello di sviluppo sostenibile.”;

A fini di sintesi e chiarezza, nel seguito del presente documento ci riferiremo alle specifiche aree di impatto sopra indicate con le seguenti denominazioni:

- SDG1 Sconfiggere la povertà
- SDG3 Salute e benessere
- SDG4 Istruzione di qualità
- SDG5 Parità di genere
- SDG7 Energia pulita e accessibile
- SDG8 Lavoro dignitoso
- SDG9 Imprese, innovazione e infrastrutture
- SDG10 Ridurre le disuguaglianze
- SDG11 Città e comunità sostenibili
- SDG12 Consumo e produzione responsabili
- SDG13 Lotta contro il cambiamento climatico
- SDG15 Vita sulla terra
- SDG17 Partnership per gli obiettivi

Certificazioni

L'Amministratore Unico è in possesso della Certificazione come "Utility Manager" rilasciata da Intertek, secondo la norma di riferimento UNI 11782:2020.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Partnership, collaborazioni, adesioni a aggregazioni

L'azienda ha aderito a [CO2alizione](#), un'aggregazione di imprese impegnate da Statuto a perseguire la neutralità climatica.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

2) Misurazione e rendicontazione dell'impatto

Strumento per la misurazione dell'Impatto

Lo strumento individuato per la misurazione dell'impatto, con riferimento all'allegato 4 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208, è il B Impact Assessment (BIA) di B Lab.

Tale strumento è pienamente conforme ai requisiti definiti dal sopracitato Allegato.

Struttura della presente Relazione d'Impatto

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

3. Una descrizione a livello metodologico degli aspetti operativi della gestione dell'impatto
4. La valutazione dell'andamento generale dell'impatto socio ambientale, avvalendosi dell'indicatore sintetico costituito dal punteggio BIA
5. La valutazione sintetica dell'andamento dell'impatto nelle aree previste dall'allegato 5 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208
6. Risultati e obiettivi specifici, con riferimento alle specifiche finalità di bene comune indicate nella parte Benefit dello Statuto
7. Un riepilogo degli obiettivi per l'esercizio seguente
8. Una parte conclusiva che riepiloghi ed evidenzi i tratti salienti del modo in cui l'azienda sta contribuendo e si propone di contribuire al Bene Comune.

La numerazione inizia da 3 per essere allineate con quella delle sezioni che seguono.



EARTH CARE

CHANGE OR NOTHING

3) La gestione dell'impatto socio ambientale

Il Responsabile dell'Impatto e le sue attribuzioni

Responsabili dell'impatto sono Sarah Bianca Puccinelli nata a Viareggio il 19/06/70 e Leonardo Poltronieri nato a Ferrara il 23/03/73.

Queste sono le attività che verranno coordinate congiuntamente dai due responsabili:

1. interfacciarsi con i consulenti di cui l'azienda si avvale
2. supervisionare, o svolgere in prima persona, le attività interne (come ad esempio la produzione di documenti), necessarie per la corretta attuazione dei piani d'azione, anche ai fini dell'ottenimento di certificazioni, rating e simili
3. provvedere all'esecuzione di audit interni
4. provvedere all'aggiornamento dei rilievi (e delle relative eventuali elaborazioni) di dati, misuratori e KPI nonché al loro inserimento sul Registro Socio Ambientale
5. provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari socio ambientali per i fornitori
6. provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari di soddisfazione dei clienti
7. provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari di soddisfazione dei lavoratori
8. individuare una strategia di sensibilizzazione, informazione e formazione interna in tema di sostenibilità
9. contribuire alla produzione di documenti, report, interviste e quant'altro utile per la valorizzazione anche a livello marketing della condotta socio ambientale dell'azienda

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

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

KPI1	Numero di kg CO2 sequestrati grazie a piantumazione di alberi	Kg CO2
KPI2	Consumo elettrico medio annuale complessivo dei clienti acquisiti nell'anno	KWh
KPI3	Consumo gas medio annuale complessivo dei clienti acquisiti nell'anno (compensato)	smc
KPI4	Quantità di CO2 emessa dai viaggi di lavoro compensata	TonCO2
KPI5	Quantità di stazioni di ricarica vendute nell'anno	N
KPI6	Potenza totale degli impianti FV venduti nell'anno	KW
KPI7	Numero di collaboratori medio durante l'anno	N



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Individuazione dei principali stakeholder

- **Utenti:** aziende e privati che scelgono i prodotti e servizi environment-friendly da noi commercializzati
- **Clienti:** il principale è la società Enegan, che ci fornisce le forniture energetiche e i prodotti di efficientamento energetico
- **Collaboratori:** sono i nostri agenti e i consulenti esterni che ci accompagnano nella nostra attività
- **Altri fornitori:** hanno peso relativamente inferiore rispetto ai precedenti; la tendenza avviata da anni è quella di scegliere quelli che offrono un miglior impatto socio ambientale



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

4) Valutazione generale

Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo

Il 2022 è stato caratterizzato da un lato dalla graduale uscita dalla fase emergenziale causata dal Covid-19, e dall'altro dallo scoppio della guerra in Ucraina, con la conseguente crisi energetica.

Per il percorso verso lo sviluppo sostenibile ciò ha purtroppo determinato un regresso su diversi degli obiettivi dell'Agenda 2030: ritorno al carbone, riabilitazione del gas e del nucleare nella Tassonomia Europea degli investimenti sostenibili, crisi umanitaria per l'esodo dalle zone di guerra, oltre agli effetti diretti, a livello di ricadute sul territorio e sull'atmosfera, dell'uso delle armi. In presenza di questo scenario si è riscontrato un arretramento del processo di dirottamento del capitale finanziario verso la finanza sostenibile, che era stato invece chiaramente in corso nei due anni precedenti.

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

I mercati dell'energia hanno subito un irrigidimento nel 2021 a causa di molteplici fattori, tra cui la straordinariamente rapida ripresa economica post-Covid. A seguito dell'invasione russa dell'Ucraina nel febbraio 2022, tuttavia, la situazione è degenerata in una vera e propria crisi energetica globale: il prezzo del gas naturale ha raggiunto livelli record e, di conseguenza, è accaduto lo stesso per il prezzo dell'elettricità in alcuni mercati. Anche i prezzi del petrolio hanno seguito lo stesso trend toccando livelli massimi mai registrati dal 2008 ad oggi.

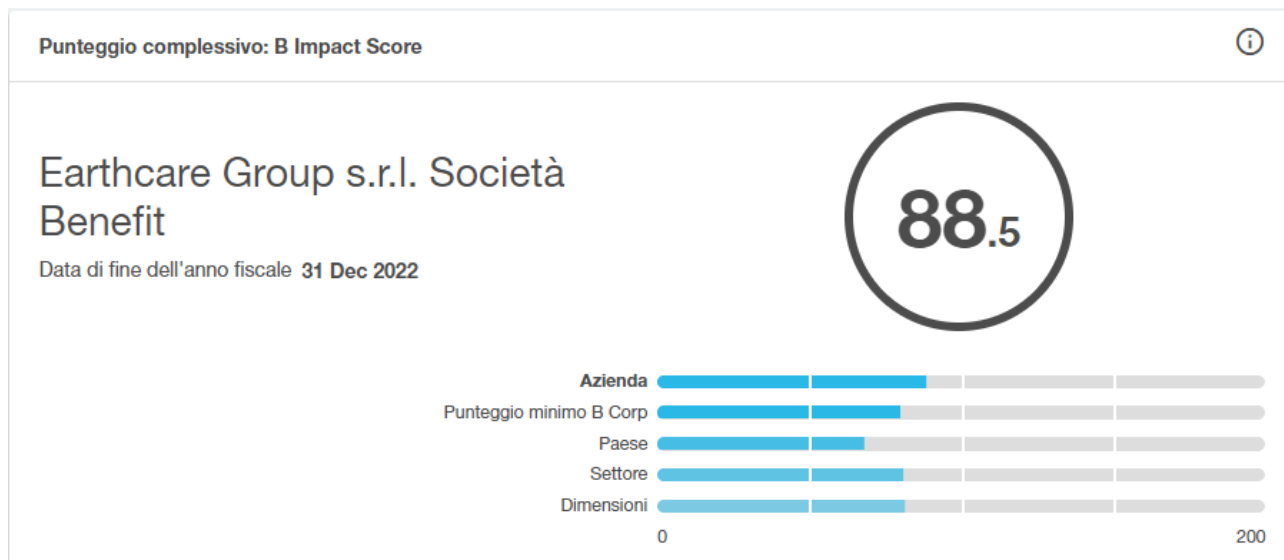
L'aumento dei prezzi dell'energia ha contribuito ad innescare livelli di inflazione elevati, spingendo le famiglie verso la povertà, costringendo alcune fabbriche a ridurre i loro livelli di produzione o addirittura a fermare le produzioni. Questo effetto domino ha rallentato la crescita economica al punto che alcuni Paesi sono ormai prossimi ad entrare in una fase di grave recessione. L'Europa, straordinariamente vulnerabile in materia di approvvigionamento di gas a causa della sua storica dipendenza dalla Russia, potrebbe sperimentare il razionamento delle forniture di gas quest'inverno e numerose economie emergenti registrano già un forte aumento dei prezzi delle importazioni di energia e carenza di combustibili. Una maggiore offerta di fonti e tecnologie energetiche pulite avrebbe protetto i consumatori e attenuato parte della pressione al rialzo dei prezzi dei combustibili.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Risultati del BIA generali



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



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

5) Valutazione per aree

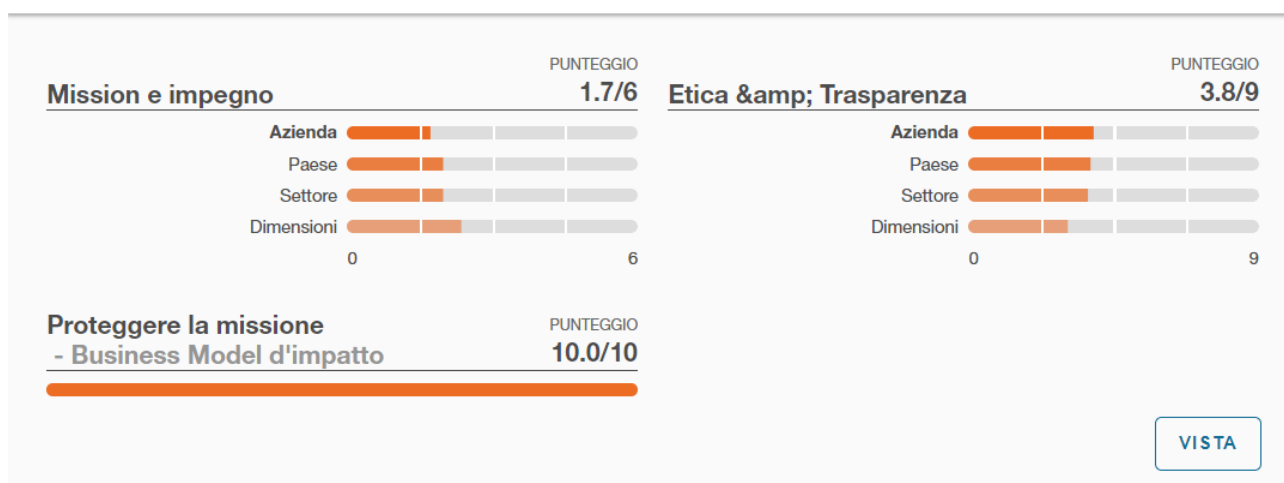
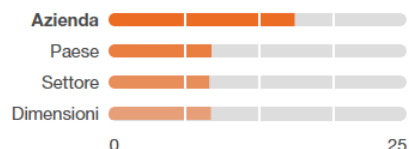
Governo d'impresa



Governance

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
19/19 15.6



Per EarthCare Group l'orientamento al bene comune è tanto forte da avere deciso la trasformazione in Società Benefit effettuata in data 28/12/2022. La valutazione migliorabile (rispetto ai benchmark) riguardo a mission e impegno è imputabile al fatto che alcuni aspetti formali, anche a causa delle limitate risorse disponibili, soprattutto di tempo, non sono ancora stati adeguatamente curati, ma al riguardo si provvederà al più presto.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Lavoratori



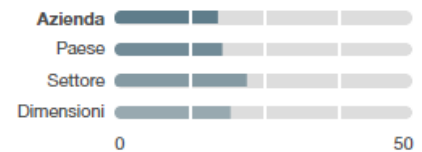
Lavoratori

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE

41/41

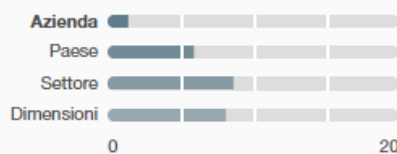
17.3



Sicurezza finanziaria

PUNTEGGIO

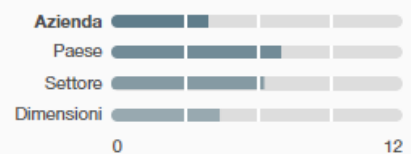
1.4/20



Salute, benessere, & sicurezza

PUNTEGGIO

4.0/12



Sviluppo professionale

PUNTEGGIO

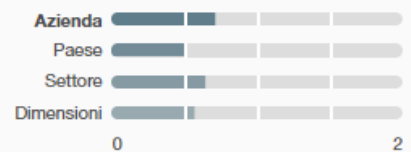
4.6/6



Sviluppo professionale (salariati)

PUNTEGGIO

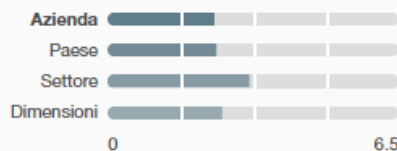
0.7/2



Livello di coinvolgimento e soddisfazione

PUNTEGGIO

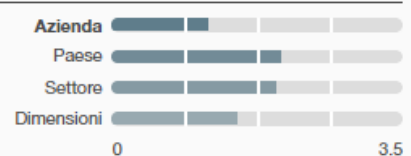
2.3/6.5



Livello di coinvolgimento e soddisfazione (salariati)

PUNTEGGIO

1.1/3.5



VISTA

EarthCare Group è una struttura molto particolare dal punto di vista dei lavoratori. Infatti se da un lato gestisce una certa quantità di collaboratori commerciali, questi in alcuni casi non hanno un rapporto di collaborazione formale con EarthCare ma con l'azienda cliente della stessa. Questo fa sì che, dovendo far rientrare questa modalità nella griglia dei criteri del BIA, le risposte date a volte non possano rispecchiare pienamente la realtà del lavoro e delle relazioni che quotidianamente hanno luogo. Proprio per questo lo score della voce 'sicurezza finanziaria' risulta fortemente coinvolto.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Altri portatori d'interesse

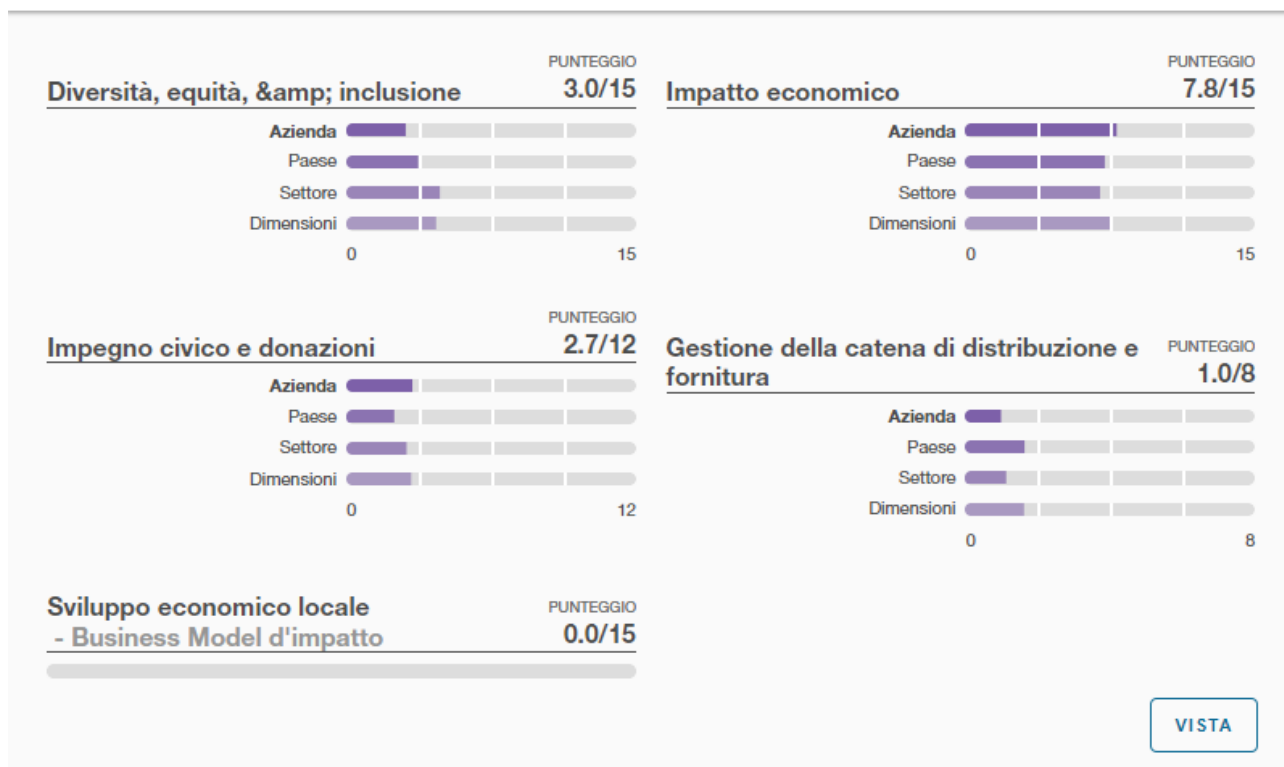
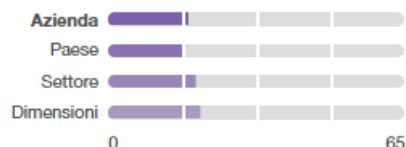


Comunità

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE

33/33 17.6



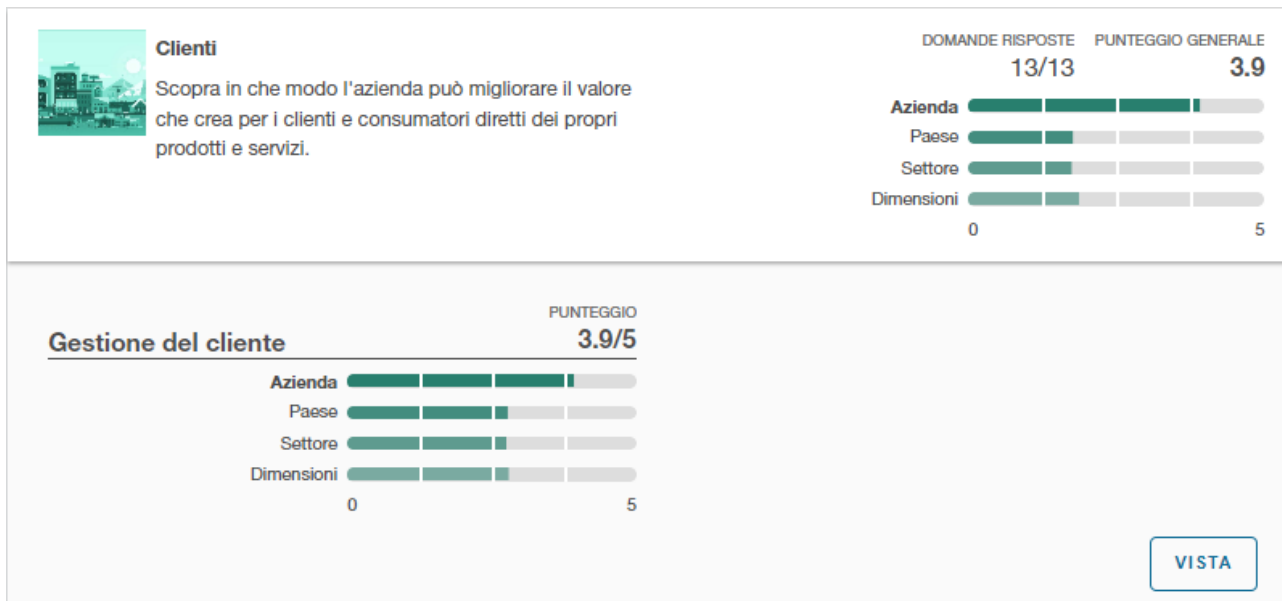
VISTA

Se sostanzialmente gli score sono in linea o migliorativi rispetto ai vari benchmark, quello per la Gestione della catena di distribuzione e fornitura dipende soprattutto dal fatto che l'azienda non ha ancora messo in atto meccanismi di verifica dell'impatto dei fornitori. Va però evidenziato che, in base al modello di business dell'azienda, il *fornitore* più importante, cioè l'azienda energetica di cui si rivendono i servizi, è formalmente un cliente. E va considerato che invece su questo *fornitore* è stata fatta un'attenta analisi proprio riguardo alla sua qualità socio ambientale.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING



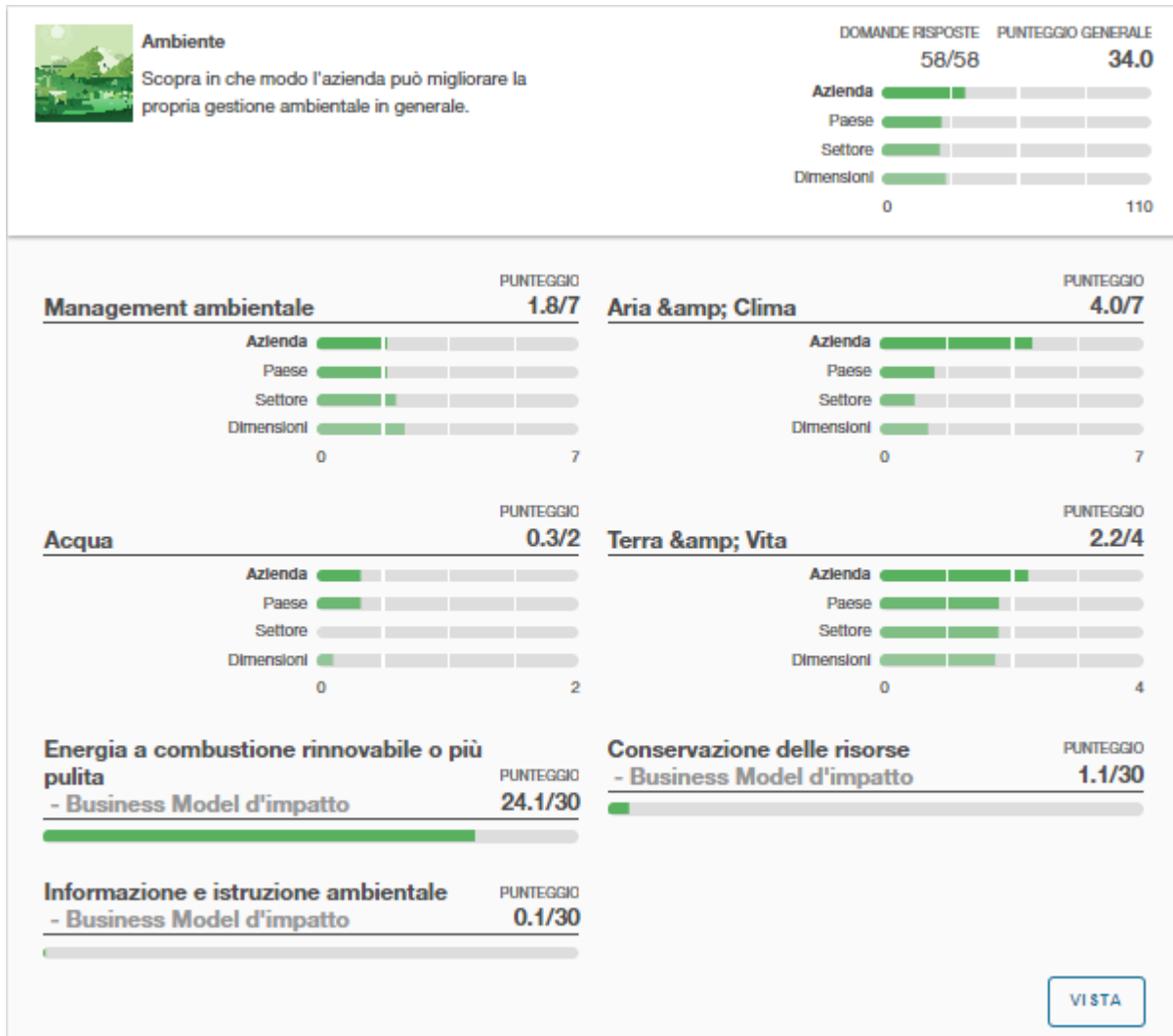
Anche riguardo ai clienti va considerata la particolare configurazione di EarthCare: formalmente sono clienti i fornitori dei servizi di cui EarthCare ha un mandato di vendita. E' però evidente che l'impatto dell'attività dell'azienda è soprattutto dipendente dagli effetti generati a favore dei clienti delle aziende mandanti, ed è infatti a questi che ci si è riferiti rispondendo alle domande della presente sezione. Adottando questo approccio vediamo che lo score risulta fortemente positivo, dato peraltro coerente con la sostanza dell'attività che EarthCare sta svolgendo.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Ambiente



La salvaguardia dell'ambiente è uno dei due pilastri di EarthCare (dal quale deriva anche il nome scelto). Il nostro impegno consiste quindi non solo nel svolgere le nostre attività nel modo maggiormente rispettoso dell'ambiente, ma anche e soprattutto nell'ottenere un effetto moltiplicativo generando con la nostra attività miglioramento d'impatto per i destinatari della nostra attività commerciale, anche grazie al trasferimento di conoscenza sulle tematiche ambientali e di sostenibilità che la nostra attività verso gli utenti comprende.



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

6) Risultati e obiettivi specifici

SDG1 Sconfiggere la povertà

Azioni, metodi e risultati

- Nello svolgimento del nostro lavoro l'attenzione è stata posta sull'ottimizzazione dei consumi dei clienti, con la conseguente riduzione dell'impatto economico per la famiglia o l'impresa. E' stata sempre effettuata in via preventiva un'attenta analisi delle utenze del potenziale cliente, in particolare valutando l'energia reattiva per verificare possibilità di ottimizzazione dell'impianto, con riduzione dei consumi. I consumi, e i conseguenti costi, sono poi stati ulteriormente ridotti grazie all'omaggio (o vendita) di lampade led da parte della mandante.
- Per i privati la principale scelta di commercializzazione tra le varie offerte è stata quella del prodotto *Condivisa*, che ha permesso a molte famiglie, grazie alla segnalazione di possibili nuovi clienti, di ottenere un beneficio economico anche importante, tale da, in numerosi casi, azzerare le loro bollette.

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Incrementare l'azione commerciale verso famiglie e imprese individuali, per le quali le bollette sono una voce che impatta in modo significativo sugli equilibri economici, per incrementare il risparmio energetico ed economico delle stesse

SDG3 Salute e benessere

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo venduto purificatori d'aria (per il Covid-19) e lampade UVA atte a igienizzare gli ambienti domestici e di lavoro

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Selezionare un partner altamente qualitativo con prodotti e servizi per la salute e il benessere, diffondendo anche la cultura del valore di queste due tematiche
- Fare partnership con Banca delle Visite per assicurare l'accesso alle cure a soggetti meno abbienti: Earthcare sosterrà economicamente questa organizzazione, che potrà così dare assistenza a persone svantaggiate



EARTH CARE

CHANGE OR NOTHING

SDG4 Istruzione di qualità

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo fornito ai collaboratori informazione e formazione dedicata e specializzata anche sui temi della sostenibilità in ambito sia commerciale che di sviluppo personale
- Nei confronti degli utenti abbiamo fornito formazione e informazione continua sui temi della sostenibilità, con particolare attenzione all'efficientamento energetico

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Selezionare un partner altamente qualitativo con prodotti e servizi dedicati alla formazione personale e aziendale
- Realizzare una newsletter mensile che tratti di sostenibilità e sviluppo dell'essere umano
- Offrire attraverso l'emittente radiofonica rubriche di formatori interni o esterni in ambito di sviluppo personale e sostenibile

SDG5 Parità di genere

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo sempre tenuto tutte le posizioni ricercate aperte ad ogni genere

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Continuare a mantenere questa politica, cercando di incrementare anche nel reparto commerciale le quote rosa
- Monitorare la differenziazione di genere delle persone che vengono ai nostri colloqui per la selezione di collaboratori

SDG7 Energia pulita e accessibile

Azioni, metodi e risultati

KPI2	Consumo elettrico medio annuale complessivo dei clienti acquisiti o rinnovati nell'anno	KWh	10.107.229
KPI5	Quantità di stazioni di ricarica vendute nell'anno	N	3
KPI6	Potenza totale degli impianti FV venduti nell'anno	KW	20

- Abbiamo commercializzato solo energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili, principalmente da Fotovoltaico
- Abbiamo veicolato ai nuovi utenti l'omaggio da parte della mandante di lampade a Led
- Intrapresa la proposizione di impianti fotovoltaici



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Obiettivi per l'esercizio seguente

			Consuntivo 2022	Target 2023
KPI2	Consumo elettrico medio annuale complessivo dei clienti acquisiti o rinnovati nell'anno	KWh	10.107.229	20.000.000
KPI5	Quantità di stazioni di ricarica vendute nell'anno	N	3	5
KPI6	Potenza totale degli impianti FV venduti nell'anno	KW	20	40

- vendere 10 impianti fotovoltaici
- iniziare un percorso di formazione specifica sul tema delle comunità energetiche

SDG8 Lavoro dignitoso

Azioni, metodi e risultati

KPI7	Numero di collaboratori medio durante l'anno	N	15
------	--	---	----

- Si è preferita come mandante l'azienda che offriva, a parità di altre condizioni, il trattamento degli agenti più tutelante sul piano economico grazie a un bonus mensile significativo ottenibile con un minimo venduto facilmente raggiungibile
- Si è preferita come mandante l'azienda che offriva una parte formativa molto intensa, per elevare la qualità del lavoro dei collaboratori
- I collaboratori indiretti (attraverso EarthCare) vengono retribuiti in egual misura rispetto a quelli diretti della mandante

Obiettivi per l'esercizio seguente

			Consuntivo 2022	Target 2023
KPI7	Numero di collaboratori medio durante l'anno	N	15	20

- Migliorare gli strumenti di lavoro a disposizione dei venditori, anche per migliorare il loro profilo professionale rispetto al riconoscimento del mercato



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

SDG9 Imprese, innovazione e infrastrutture

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo iniziato nella nostra azienda a porre le basi per la costruzione di un sistema CRM, e per gli agenti abbiamo abbandonato la gestione cartacea dei contratti, lasciando solo quella digitale
- Molte delle riunioni sono state svolte in videoconferenza, cogliendo l'occasione per migliorare la conoscenza di questi strumenti da parte di chi non ce l'aveva

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Vendere servizi di consulenza per l'innovazione sostenibile
- Aggiungere strumenti commerciali digitali, a testimonianza della coerenza operativa a cui vogliamo tendere
- Utilizzare i nostri ambienti virtuali di metaverso per avvicinare i nostri commerciali e clienti alle nuove generazioni native digitali
- Realizzare una collezione proprietaria di NFT (Non Fungible Tokens) per evidenziare la nostra valenza di innovatori nel mercato

SDG10 Ridurre le disuguaglianze

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo iniziato a fare formazione finanziaria ai nostri commerciali potenziare la competenza sul tema del denaro per ridurre l'"ignoranza" che alimenta disuguaglianza sociale
- Avendo finanziato progetti di riforestazione abbiamo anche contribuito all'economia locale di aree svantaggiate

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Attivare per ogni collaboratore continuativo un wallet digitale; questa attivazione consentirà al collaboratore di mettere in pratica ciò che ha appreso
- Implementare l'impegno in progetti di riforestazione



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

SDG11 Città e comunità sostenibili

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo iniziato a formarci su questo argomento anche grazie a materiale messo a disposizione dalla APS *Save the Planet*
- Promosso il tema presso gli utenti in particolare riguardo alla installazioni di impianti fotovoltaici

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Rafforzare la nostra competenza sul tema e la sua diffusione della stessa presso collaboratori e clienti
- Valutare se attivare partnership con soggetto dedicato

SDG12 Consumo e produzione responsabili

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Ridurre ulteriormente l'utilizzo della carta, consolidando l'abitudine al riuso e riciclo
- Attivare partnership con società che distribuisca prodotti informati rigenerati o riciclati

SDG13 Lotta contro il cambiamento climatico

Azioni, metodi e risultati

KPI1	Numero di ton CO2 sequestrate nell'intero ciclo di vita grazie a piantumazione di alberi nell'anno	TonCO2	80
KPI3	Consumo gas medio annuale complessivo dei clienti acquisiti nell'anno (compensato)	smc	2.199,496
KPI4	Quantità di CO2 emessa dai viaggi di lavoro compensata	TonCO2	30

- Abbiamo finanziato la compensazione di CO2 grazie a vari progetti di riforestazione
- Abbiamo stretto un accordo con un partner internazionale per rafforzare il nostro impegno verso la piantumazione
- Abbiamo deciso di cambiare nome, dopo molti anni nei quali si era costruito il valore reputazionale dell'azienda con il nome precedente (Albatros), per evidenziare sin da questo la priorità per noi della lotta a favore della salvaguardia del pianeta



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

Obiettivi per l'esercizio seguente

			Consuntivo 2022	Target 2023
KPI1	Numero di ton CO2 sequestrate nell'intero ciclo di vita grazie a piantumazione di alberi nell'anno	TonCO2	80	200
KPI3	Consumo gas medio annuale complessivo dei clienti acquisiti nell'anno (compensato)	smc	2.199,496	2.500.000
KPI4	Quantità di CO2 emessa dai viaggi di lavoro compensata	TonCO2	30	30

- Regalare l'intestazione della piantumazione di un albero ad ogni cliente che acquisisce prodotti o servizi online dalla nostra piattaforma

SDG15 Vita sulla terra

Azioni, metodi e risultati

- Contribuendo alla piantumazione di alberi
- Piantati 130 alberi attraverso Treedom e Treenation

Riportiamo qui i progetti di ripiantumazione finanziati, con i dati aggiornati non alla data del 31/12/2022 ma a quella della redazione del presente documento



Obiettivi per l'esercizio seguente

- Installare un'arnia per le api presso il Parco Reale di Monza



EARTHCARE
CHANGE OR NOTHING

SDG17 Partnership per gli obiettivi

Azioni, metodi e risultati

- Abbiamo attivato partnership con operatori impegnati in diversi ambiti dello sviluppo sostenibile al fine di veicolare la promozione dei loro prodotti o servizi, rafforzando sul territorio l'opera di evangelizzazione sulla sostenibilità

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Consolidare le partnership già esistenti e attivarne di nuove



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

7) Riepilogo degli obiettivi per l'esercizio seguente

			Consuntivo 2022	Target 2023
KPI1	Numero di kg CO2 sequestrati grazie a piantumazione di alberi	Kg CO2	80	200
KPI2	Consumo elettrico medio annuale complessivo dei clienti acquisiti nell'anno	KWh	10.107.229	20.000.000
KPI3	Consumo gas medio annuale complessivo dei clienti acquisiti nell'anno (compensato)	smc	2.199,496	2.500.000
KPI4	Quantità di CO2 emessa dai viaggi di lavoro compensata	TonCO2	30	30
KPI5	Quantità di stazioni di ricarica vendute nell'anno	N	3	5
KPI6	Potenza totale degli impianti FV venduti nell'anno	KW	20	40
KPI7	Numero di collaboratori medio durante l'anno	N	15	20

- Incrementare l'azione commerciale verso famiglie e imprese individuali, per le quali le bollette sono una voce che impatta in modo significativo sugli equilibri economici, per incrementare il risparmio energetico ed economico delle stesse
- Selezionare un partner altamente qualitativo con prodotti e servizi per la salute e il benessere, diffondendo anche la cultura del valore di queste due tematiche
- Fare partnership con Banca delle Visite per assicurare l'accesso alle cure a soggetti meno abbienti: Earthcare sosterrà economicamente questa organizzazione, che potrà così dare assistenza a persone svantaggiate
- Selezionare un partner altamente qualitativo con prodotti e servizi dedicati alla formazione personale e aziendale
- Realizzare una newsletter mensile che tratti di sostenibilità e sviluppo dell'essere umano
- Offrire attraverso l'emittente radiofonica rubriche di formatori interni o esterni in ambito di sviluppo personale e sostenibile
- Continuare a mantenere questa politica, cercando di incrementare anche nel reparto commerciale le quote rosa
- Monitorare la differenziazione di genere delle persone che vengono ai nostri colloqui per la selezione di collaboratori
- vendere 10 impianti fotovoltaici
- iniziare un percorso di formazione specifica sul tema delle comunità energetiche
- Migliorare gli strumenti di lavoro a disposizione dei venditori, anche per migliorare il loro profilo professionale rispetto al riconoscimento del mercato
- Vendere servizi di consulenza per l'innovazione sostenibile
- Aggiungere strumenti commerciali digitali, a testimonianza della coerenza operativa a cui vogliamo tendere
- Utilizzare i nostri ambienti virtuali di metaverso per avvicinare i nostri commerciali e clienti alle nuove generazioni native digitali



EARTHCARE

CHANGE OR NOTHING

- Realizzare una collezione proprietaria di NFT (Non Fungible Tokens) per evidenziare la nostra valenza di innovatori nel mercato
- Attivare per ogni collaboratore continuativo un wallet digitale; questa attivazione consentirà al collaboratore di mettere in pratica ciò che ha appreso
- Implementare l'impegno in progetti di riforestazione
- Rafforzare la nostra competenza sul tema e la sua diffusione della stessa presso collaboratori e clienti
- Valutare se attivare partnership con soggetto dedicato
- Ridurre ulteriormente l'utilizzo della carta, consolidando l'abitudine al riuso e riciclo
- Attivare partnership con società che distribuisca prodotti informati rigenerati o riciclati
- Regalare l'intestazione della piantumazione di un albero ad ogni cliente che acquisisce prodotti o servizi online dalla nostra piattaforma
- Installare un'arnia per le api presso il Parco Reale di Monza
- Consolidare le partnership già esistenti e attivarne di nuove

Governance

Mission e impegno

OPERAZIONI

1.7

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.

Creiamo occasioni ed opportunità per guidare il cambiamento del ruolo dell'essere persona nei confronti del Pianeta, attraverso cultura e strumenti necessari alla salvaguardia del futuro della Terra e di conseguenza dell'intera specie umana.

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
- Il Consiglio di Amministrazione revisiona la performance sociale e ambientale
- L'azienda misura le esternalità in termini monetari e le incorpora nei bilanci finanziari
- Altro (Per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.60 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)
- Non c'è un coinvolgimento formale degli stakeholder

Punti guadagnati: 0.75 su 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?

- 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 disponibili: 1.50

OPERAZIONI

Etica & Trasparenza

3.8

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: 0.53 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

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
- L'azienda ha una politica scritta di tutela del lavoratore che segnala illeciti
- 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
- Performance finanziaria (deve essere comunicata come minimo ai lavoratori)
- Performance sociale e ambientale (report degli impatti)
- Membri del Consiglio di amministrazione
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.53 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
- L'azienda divulga informazioni finanziarie (eccetto quelle riguardanti gli stipendi) almeno una volta all'anno
- 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
- Oltre a condividere l'informazione finanziaria con i lavoratori, l'azienda pubblica i propri bilanci di esercizio

Punti guadagnati: 0.53 su 1.06

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

Ultimo esercizio

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

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

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

Punti disponibili: 0.00

Valuta utilizzata nel reporting

Si prega di selezionare la valuta utilizzata nei reporting

Euro (EUR)

Punti disponibili: 0.00

Fatturato del penultimo esercizio

Totale dei ricavi

Relativo al penultimo esercizio

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

Relativo al penultimo esercizio

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Fatturato dell'ultimo anno

Totale dei ricavi

Dall'ultimo anno fiscale

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

Dall'ultimo anno fiscale

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Reddito netto dell'ultimo anno

Reddito netto

Dall'ultimo anno fiscale

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

Dall'ultimo anno fiscale

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Reddito netto del penultimo esercizio

Reddito netto

Relativo al penultimo esercizio

Relativo al penultimo esercizio

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Proteggere la missione - Business Model d'impatto

BUSINESS MODEL D'IMPATTO
10.0

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

Protezione della missione

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

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

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

Punti guadagnati: 10.00 su 10.00

Lavoratori

Metriche di lavoratore

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, l'azienda assume professionisti indipendenti con contratti di più di 20 ore settimanali a tempo indeterminato, o per periodi più lunghi di 6 mesi
 Sì, l'azienda utilizza servizi esterni ma questi non lavorano più di 20 ore settimanali per periodi superiori a sei mesi
 Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 0.00

Istruzioni per collaboratori o liberi professionisti

Per il resto della sezione "Lavoratori" si devono includere come “lavoratori” anche i liberi professionisti che lavorano per l'azienda più di 20 ore settimanali per periodi maggiori di sei mesi

- Ok, l'azienda considererà come “Lavoratori” nella restante parte della sezione, tutti i liberi professionisti che lavorano per l'azienda più di 20 ore settimanali e per periodi maggiori di sei mesi.

Punti disponibili: 0.00

Introduzione al business model di impatto per i lavoratori

La tua azienda è strutturata in maniera tale da generare benefici per i dipendenti nel modo seguente?

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)
- 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

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

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

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

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

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

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Sicurezza finanziaria

OPERAZIONI

1.4

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?

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.

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

Punti guadagnati: 0.49 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: 0.37 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: 0.56 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?

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

Punti disponibili: 1.48

Servizi finanziari per i dipendenti

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 dipendenti
- Assegni di pagamento emessi fuori programma a seconda dei bisogni
- Servizi di preparazione fiscale
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti
- N/A - L'azienda non assume lavoratori all'ora

Punti disponibili: 0.74

OPERAZIONI

Salute, benessere, & sicurezza

4.0

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.

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

Punti disponibili: 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
- N/A - L'azienda non ha lavoratori part-time

Punti disponibili: 4.00

Sviluppo professionale

OPERAZIONI

4.6

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.

- L'azienda ha un processo formale di formazione iniziale dei nuovi lavoratori
- 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)
- 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: 1.20 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: 1.00 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)

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: 0.29 su 0.29

Offerta di Formazione per competenze trasversali

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 su competenze per tutte le funzioni oltre le normali responsabilità (es. parlare in pubblico, formazione manageriale per non manager)

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

Punti guadagnati: 0.29 su 0.29

Partecipazione ai corsi di formazione per lo sviluppo personale

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 su abilità per lo sviluppo personale (ad es. Alfabetizzazione, pianificazione finanziaria personale)

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

Punti guadagnati: 0.14 su 0.29

Livello di coinvolgimento e soddisfazione

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 disponibili: 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 risposte pertinenti, ma selezionare una sola risposta che indichi l'importo totale equivalente al tempo pagato (risposte 2-4). Vedere "Per saperne di più" per ulteriori istruzioni.

- 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)
- 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 disponibili: 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
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 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
- 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: 0.43 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
- 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: 0.65 su 0.87

Dipendenti che hanno smesso di lavorare presso l'azienda

Quantità di impiegati a tempo pieno e part-time che hanno smesso di lavorare presso l'azienda negli ultimi 12 mesi

Selezionare 0 se Nessuno.

Quantità di impiegati a tempo pieno e part-time che hanno smesso di lavorare presso l'azienda negli ultimi 12 mesi

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Soddisfazione dei lavoratori

Quale percentuale dei lavoratori dell'azienda si definisce "Soddisfatta" o "Con alto grado di coinvolgimento"?

Selezionare N/A se non si realizzano sondaggi sulla soddisfazione e coinvolgimento dei lavoratori.

- Meno del 65%
- 65-80%
- 81-90%
- 90% o più
- N/A

Punti guadagnati: 1.30 su 1.73

Livello di coinvolgimento e soddisfazione (salariati)

OPERAZIONI
1.1

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 disponibili: 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)
- 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 disponibili: 1.17

Tasso di abbandono dei lavoratori

Quale percentuale di lavoratori a tempo pieno e part-time ha lasciato l'azienda negli ultimi dodici mesi?

Il calcolo deve includere il licenziamento volontario e involontario, ma non i lavoratori licenziati con causa.

- 20% o più
- 11-20%
- 0-10%

Punti guadagnati: 1.17 su 1.17

Comunità

Introduzione all'area d'impatto "Comunità"

OPERAZIONI

0.0

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

Modello di business orientato all'impatto sulla comunità

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Modelli di business orientati alla comunità

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

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

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

Punti disponibili: 0.00

Azienda orientata verso la comunità

L'azienda è orientata verso la comunità, avendo come obiettivo quello di contribuire all'economia locale?

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Aziende locali e indipendenti

L'azienda è una compagnia locale e indipendente?

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Modello di business formale sulla comunità locale

Le pratiche con focus locale saranno preservate, indipendentemente dalla crescita aziendale, con un impegno formale o attraverso la progettazione del modello di business?

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

Punti disponibili: 0.00

OPERAZIONI
3.0

Diversità, equità, & inclusione

Diversità nella partecipazione societaria e nella leadership dell'azienda

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

Si prega di selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

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

Punti 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
- 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: 0.10 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.

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

Punti guadagnati: 0.52 su 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 disponibili: 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 guadagnati: 1.03 su 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

Politiche e programmi per la diversità dei fornitori

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

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

Punti 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 guadagnati: 0.39 su 1.03

Impatto economico

OPERAZIONI

7.8

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.

L'azienda ha un'unica sede a Sesto San Giovanni (MI)

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 guadagnati: 1.43 su 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:

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: 2.14 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 guadagnati: 2.14 su 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: 2.14 su 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
- Una banca cooperativa o cooperativa di credito
- Una banca locale al servizio della comunità
- Una banca indipendente
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 2.14

Impegno civico e donazioni

OPERAZIONI

2.7

Programma di cittadinanza aziendale

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

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

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

Punti guadagnati: 0.77 su 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
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.48 su 0.96

Somma totale di donazioni in beneficenza

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

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

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

- Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Percentuale del fatturato donato

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

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

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

Punti guadagnati: 0.77 su 3.84

Promozione di politiche per la definizione di standard sociali e ambientali

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

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

Punti guadagnati: 0.24 su 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?

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

Punti guadagnati: 0.48 su 0.48

Descrizione dei fornitori principali

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

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

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

Punti disponibili: 0.00

Valutazione delle performance sociali e ambientali dei fornitori

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

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

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Servizi di reclutamento in outsourcing

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

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

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Procedure con collaboratori esterni

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

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

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

Punti guadagnati: 1.00 su 1.00

Sviluppo economico locale - Business Model d'impatto

BUSINESS MODEL D'IMPATTO
0.0

Questa sezione IBM applica per aziende progettate per fortificare la loro economia locale attraverso l'impegno di effettuare una parte significativa dei loro acquisti e vendite a livello locale.

Impegno con le comunità locali

L'azienda ha qualche impegno scritto ed esplicito di mettersi al servizio delle comunità locali?

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

- L'azienda ha l'impegno di acquisire prodotti basici (almeno un 50% delle spese) a fornitori indipendenti considerati locali rispetto all'area geografica in cui verrà utilizzato il prodotto o in cui opera l'azienda
- L'azienda ha l'impegno di servire almeno un 75% dei clienti o consumatori locali e indipendenti
- L'azienda non ha nessun impegno formale riguardante le pratiche orientate verso la comunità locale

Punti disponibili: 5.11

Ambiente

Introduzione all'area d'impatto "Ambiente"

OPERAZIONI
0.0

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

Tipo di strutture

In che tipo di strutture opera principalmente l'azienda?

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

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

Punti disponibili: 0.00

Modello di Business ambientale

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

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

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

Punti disponibili: 0.00

Descrizione dell'impatto ambientale positivo del prodotto/servizio

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

Tutti i nostri clienti acquistano da noi energia elettrica 100% rinnovabile e gas compensato da crediti di carbonio secondo il protocollo Carbon Sink. Il risultato positivo è pertanto la riduzione delle emissioni di gas climalteranti

Punti disponibili: 0.00

Impatto ambientale positivo di prodotti e servizi

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

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

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

Punti disponibili: 0.00

Benefici ambientali del prodotto

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

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

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

Punti disponibili: 0.00

Descrizione 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 gestisce parte della forza vendita di una compagnia energetica specializzata in energia da fonti rinnovabili e gas compensato con l'acquisto di crediti di carbonio. La stessa forza vendita vende anche prodotti e consulenze per il risparmio energetico.

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.

Il servizio dell'azienda, cioè la vendita di energia, contribuisce alla riduzione delle emissioni di gas climalteranti, in quanto gli acquirenti nella maggioranza dei casi utilizzavano in precedenza energia non totalmente rinnovabile.

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

Uno dei servizi commercializzati dalla rete di vendita gestita dall'azienda è costituito da report di sostenibilità e relative consulenze.

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

OPERAZIONI

1.8

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
- 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: 0.93 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
- 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?

Per favore selezioni tutte le opzioni corrispondenti.

- 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
- L'azienda non possiede un SGA (Sistema di gestione ambientale)

Punti guadagnati: 0.93 su 1.40

Monitoraggio del consumo di energia

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

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

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

Punti guadagnati: 0.17 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:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Consumo totale di energia rinnovabile

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

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

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Utilizzo di energia rinnovabile

Che percentuale del consumo di energia proviene da fonti rinnovabili?

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

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

Punti guadagnati: 0.13 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: 0.53 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: 0.22 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?

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

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

Punti guadagnati: 0.17 su 0.67

Gas a effetto serra Scope 1 totali

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

Scope 1:

Scope 1:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Gas a effetto serra Scope 2 totali

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

Scope 2:

Scope 2:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Gas a effetto serra Scope 3 totali

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

Scope 3:

Scope 3:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Indice di Intensità di carbonio

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

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

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

Punti guadagnati: 0.67 su 0.67

Indice di Intensità di carbonio

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

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

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

Punti guadagnati: 1.33 su 1.33

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
- Gli impianti aziendali sono progettati per facilitare l'uso dei mezzi pubblici o la bicicletta
- 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: 0.17 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 guadagnati: 0.67 su 0.67

Monitoraggio e gestione dei consumi di acqua

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

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

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

Punti disponibili: 1.00

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.

- 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

Terra & Vita

OPERAZIONI

2.2

Monitoraggio e reporting di rifiuti non pericolosi

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

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

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

Punti disponibili: 1.00

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.

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

Punti guadagnati: 1.00 su 1.00

Smaltimento rifiuti pericolosi

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

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

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

Punti guadagnati: 1.00 su 1.00

Metodi di riduzione dell'uso di sostanze chimiche

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

- Prodotti di pulizia non tossici
- Carta non sbiancata e priva di cloro
- Inchiostri a base di soia o altri inchiostri a basso tenore di composti organici volatili
- 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: 0.25 su 1.00

Energia a combustione rinnovabile o più pulita - Business Model d'impatto

BUSINESS MODEL D'IMPATTO
24.1

Questa sezione IBM applica se i prodotti o servizi dell'azienda riducono le emissioni di gas a effetto serra attraverso la fornitura di energia di combustione rinnovabile o più pulita (esempio produttori o installatori di pannelli solari, veicolo ibridi, prodotti che si auto-alimentano con energia rinnovabile)

Descrizione del consumo di energia rinnovabile o a combustione più pulita

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

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

- Il prodotto/servizio è auto-alimentato da energia a base di combustibili fossili più pulita rispetto alle alternative presenti sul mercato (ad esempio auto a GPL; caldaia a gas naturale)
- Il prodotto/servizio è auto-alimentato da energie rinnovabili senza combustibili fossili (es. energia solare)
- Il prodotto/servizio fornisce o contribuisce alla disponibilità di energia a combustione più pulita o di energie rinnovabili non a basso impatto (ad esempio, distribuzione di GPL)
- Il prodotto/servizio fornisce o contribuisce alla disponibilità di energie rinnovabili a basso impatto che non emettono gas serra (ad esempio installazione di pannelli fotovoltaici, fabbricazione di turbine eoliche)
- Queste descrizioni non sono applicabili al prodotto/servizio dell' azienda (Ometta il resto di questa sezione)

Punti disponibili: 0.00

Tipi di Energia Rinnovabile

Quali dei seguenti tipi di energia rinnovabili sono offerti dal prodotto/ servizio?

- Energia Solare
- Energia Eolica
- Biodiesel / biomassa
- Idroelettrico di piccola scala
- Altro

Punti disponibili: 0.00

Certificazione della compensazione di carbonio

I prodotti/servizi di energie rinnovabili dell'azienda hanno ricevuto una verifica o certificazione di terze parti per la loro compensazione di carbonio?

- Crediti di carbonio ottenuti grazie alla riduzione certificata delle emissioni (verificata e registrata dalle Nazioni Unite ONU)
- Crediti di carbonio ottenuti grazie alla riduzione verificata delle emissioni (crediti di carbonio "non ufficiali", non assegnati dalle Nazioni Unite ONU)
- Crediti di energia rinnovabile o equivalente locale (unità di energia rinnovabile verificata da ente terzo)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.52 su 1.03

Monitoraggio di metriche ambientali

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

Verrà chiesto di indicare ogni metrica ambientale selezionata

- CO2 risparmiata o compensata per prodotto o servizio (in tonnellate metriche)
- Litri di acqua risparmiata o compensata per prodotto o servizio
- kWh generati da fonti alternative più pulite
- Tonnellate metriche di rifiuti che non sono stati inceneriti o che non sono finiti nelle discariche
- Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 0.00

Tonnellate di compensazione di carbonio

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

Tonnellate di CO2 risparmiate/compensate

Tonnellate di CO2 risparmiate/compensate

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

kWh generati

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

kWh generati da fonti alternative più pulite

kWh generati da fonti alternative più pulite

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Fatturato generato

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

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

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

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Gestione delle energie rinnovabili/ a combustione più pulita

In che modo si misurano e gestiscono i risultati diretti, i risultati indiretti, gli effetti o l'impatto del prodotto o servizio dell'azienda?

Si prega di selezionare tutte le risposte valide.

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

Punti guadagnati: 1.03 su 1.03

Efficienza delle energie rinnovabili/ a combustione più pulita

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

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

Punti disponibili: 1.03

Misurazione dei risultati

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

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

Punti guadagnati: 1.03 su 1.03

Innovazione in energia a combustione più pulita/energia rinnovabile

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

L'azienda scelta come mandante è stata tra le prime ad adottare la fonte 100% rinnovabile dell'energia elettrica venduta e la compensazione con crediti di carbonio delle emissioni derivanti dal metano venduto. I competitor successivamente hanno adottato proposte analoghe

Punti disponibili: 0.00

Conservazione delle risorse - Business Model d'impatto

BUSINESS MODEL D'IMPATTO

1.1

Questa sezione IBM applica se i prodotti o servizi dell'azienda riducono l'utilizzo di risorse e/o limitano la quantità di rifiuti nelle discariche (per esempio prodotti fatti con materiali riciclati/ riutilizzati, servizi di riciclaggio, applicativi con efficienza energetica)

Descrizione del metodo di conservazione delle risorse

Quale delle seguenti affermazioni descrive nel modo più accurato il modo in cui il prodotto o servizio dell'azienda conserva o riutilizza risorse?

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.

- Il prodotto/servizio utilizza le risorse o minimizza l'emissione di carbonio in modo più efficiente rispetto alle alternative disponibili sul mercato (ad esempio apparecchiatura ad alta efficienza energetica; erogatori per doccia a basso flusso)
- I prodotti/servizi utilizzano materie prime riciclate, usate o compostabili (ad esempio carta riciclata, mobili usati, sacchetti biodegradabili)
- Il prodotto/servizio è progettato per condividere le risorse in modo efficiente, con il fine di minimizzarne il consumo complessivo
- Il prodotto o servizio crea sistemi per la conservazione delle risorse (ad esempio programmi di riciclo, servizi di compostaggio, software di valutazione dei consumi di acqua ed energia, sistemi di riciclo dell'acqua)
- Queste descrizioni non applicano al prodotto/servizio dell'azienda

Punti disponibili: 0.00

Monitoraggio di metriche ambientali

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

Verrà chiesto di indicare ogni metrica ambientale selezionata

- CO2 risparmiata o compensata per prodotto o servizio (in tonnellate metriche)
- Litri di acqua risparmiata o compensata per prodotto o servizio
- La percentuale media di riduzione del consumo di acqua raggiunta dal prodotto o servizio
- kWh risparmiati/compensati
- La percentuale media di riduzione del consumo di energia raggiunta dal prodotto o servizio
- Tonnellate metriche di rifiuti che non sono stati inceneriti o che non sono finiti nelle discariche
- Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 0.00

Percentuale di riduzione del consumo di energia

Qual è la percentuale media di risparmio energetico raggiunta dal prodotto o servizio?

Qual è la percentuale media di risparmio energetico raggiunta dal prodotto o servizio?

- Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

kWh generati

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

kWh generati da fonti alternative più pulite

kWh generati da fonti alternative più pulite

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Fatturato generato dalla conservazione di risorse

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

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

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

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Gestione della conservazione di risorse

In che modo si misurano e gestiscono i risultati diretti, i risultati indiretti, gli effetti o l'impatto del prodotto o servizio dell'azienda?

Si prega di selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

L'azienda ha definito formalmente i risultati indiretti che mira a generare con il proprio prodotto o servizio, e ha sviluppato una theory of change per raggiungerli

L'azienda ha basato la definizione del modello di business del proprio prodotto o servizio in ricerche secondarie che ne dimostrano l'impatto potenziale

L'azienda ha lavorato in modo diretto e formale con tutti gli stakeholder per capire i loro desideri e bisogni al momento di sviluppare, perfezionare e / o offrire i propri prodotti o servizi

L'impatto dell'azienda è stato verificato in relazione a standard indipendenti (per esempio, i prodotti hanno certificazioni riguardanti il loro impatto)

L'azienda misura i risultati indiretti a breve termine del proprio prodotto o servizio per determinare se raggiungono i bisogni e aspettative dei suoi beneficiari

L'azienda misura i risultati indiretti a lungo termine per valutare se i risultati del proprio prodotto generano un impatto positivo durevole per i propri beneficiari

Oltre a tenere conto degli effetti positivi voluti, l'azienda ha identificato, misurato e gestito gli impatti negativi potenziali e non intenzionali del proprio prodotto o servizio

L'azienda ha identificato e gestito le possibili cause per cui potrebbe non generarsi il risultato positivo previsto, si potrebbero generare risultati meno efficienti o potrebbero generarsi altri effetti negativi

Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.27 su 1.07

Metodo innovativo per la conservazione delle risorse

C'è qualcosa di innovativo o di diverso nel prodotto/servizio dell'azienda 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

Informazione e istruzione ambientale - Business Model d'impatto

BUSINESS MODEL D'IMPATTO

0.1

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

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

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

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

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

Punti disponibili: 0.00

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

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

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

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

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Monitoraggio di metriche ambientali

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

Verrà chiesto di indicare ogni metrica ambientale selezionata

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

Punti disponibili: 0.00

Gestione dell'informazione o educazione ambientale

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

Si prega di selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

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

Punti disponibili: 1.07

Informazione o educazione ambientale innovativa

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

Abbiamo tra i primi reso questo servizio commercialmente più accessibile

Punti disponibili: 0.00

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?

Diminuzione dei costi famigliari o aziendali

Punti disponibili: 0.00

Tipo di prodotto d'impatto positivo

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

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

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

Punti disponibili: 0.00

Descrizione generale del Prodotto/Servizio - Empowerment (autonomia) economico

Si prega di allegare più informazioni sul modo in cui il prodotto o servizio dell'azienda offre o migliora opportunità economiche e di empowerment per le persone e/o comunità.

Rendiamo disponibile per i clienti privati la possibilità di ridurre/azzerare l'importo della bolletta energetica grazie ad una quota di sconto in relazione ai consumi derivanti dalle segnalazioni di nuovi possibili clienti trasformate in nuovi contratti

Punti disponibili: 0.00

Verifica di beneficiari appartenenti a gruppi sottoserviti

Si potrebbe affermare che almeno una parte dei beneficiari del prodotto o servizio dell'azienda sono sottoserviti?

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

Punti disponibili: 0.00

Impatto nelle popolazioni in situazione di vulnerabilità

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

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

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

Punti disponibili: 0.00

Numero di clienti: Organizzazioni

Numero totale di clienti

Organizzazioni servite negli ultimi 12 mesi:

Organizzazioni servite negli ultimi 12 mesi:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Numero di clienti: Persone fisiche

Numero totale di clienti

Individui serviti negli ultimi 12 mesi:

Individui serviti negli ultimi 12 mesi:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Gestione del cliente

OPERAZIONI

3.9

Gestione dei rapporti con i clienti

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

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

Punti guadagnati: 1.25 su 1.25

Monitoraggio della soddisfazione e fidelizzazione dei clienti

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

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

Punti guadagnati: 1.00 su 1.25

Gestione dell'impatto dei prodotti

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

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

Punti guadagnati: 0.42 su 1.25

Uso di dati e privacy

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

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

Punti guadagnati: 1.25 su 1.25

Questionario sulla trasparenza

Divulgazione d'informazione - Industrie

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

Dettaglio delle attività relate all'alcol

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

L'azienda realizza attività in relazione all'alcol

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

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di pratiche riguardanti il tabacco

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

Tabacco

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

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure di pratiche riguardanti il gioco d'azzardo

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

Gioco d'azzardo

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di pratiche riguardanti armi da fuoco

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

Armi da fuoco, armi o munizioni

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di pratiche riguardanti la pornografia

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

Pornografia

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

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

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

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

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti combustibili fossili

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

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di pratiche riguardanti l'attività mineraria

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

Industria mineraria

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti energia nucleare o materiali pericolosi

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

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure di pratiche riguardanti le prigioni

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

Prigioni

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche del settore di assicurazioni sulla vita

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

Prodotti assicurativi sulla vita

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche di inserzione di volontari negli orfanotrofi

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

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche del settore di consulenza fiscale

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

Servizi di consulenza fiscale

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche riguardanti prodotti e servizi che coinvolgono animali

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

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti organismi geneticamente modificati

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

Organismi geneticamente modificati

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

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

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

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure settori a rischio di violazioni dei diritti umani

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

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure per altri settori

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

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

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

Nel caso in cui si sia selezionato "Sì" nelle "Disclosures 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.

La nostra azienda coordina parte della forza vendita di un'azienda energetica che fornisce anche contratti di fornitura di gas metano nel mercato libero.

Punti disponibili: 0.00

Pratiche di divulgazione d'informazione

Domande di divulgazione su pratiche sensibili.

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

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

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

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Evasione fiscale attraverso società di comodo

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

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

L'azienda opera in zone in conflitto

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

L'azienda opera in zone di conflitto

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Vendita di dati

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Stabilimenti aziendali situati in ecosistemi sensibili

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Marketing dei prodotti sostituti del latte materno

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

Commercializzazione di sostituti del latte materno

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Attività contro la libertà di associazione o la negoziazione collettiva

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

L'azienda 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

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

L'azienda assume lavoratori attraverso contratti a zero ore

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

I lavoratori dell'azienda sono prigionieri

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

L'azienda assume prigionieri

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

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

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

L'azienda assume lavoratori 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

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

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

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

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

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

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

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

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

Non applica

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di informazione - risultati e sanzioni

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

Decessi sul posto di lavoro

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Controversie arbitrali o processi

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

L'azienda ha presentato istanza di fallimento

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

L'azienda ha presentato istanza di fallimento

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Concussione, Frode o Corruzione

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

Concussione, Frode o Corruzione

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Condotta anticoncorrenziale

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

Condotta anticoncorrenziale

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Reporting finanziario, tasse, investimenti o crediti

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

Reporting finanziario, pagamento di tasse, investimenti o crediti

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Contributi politici o relazioni internazionali

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

Contributi politici o relazioni internazionali

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Questioni legate ai diritti sul lavoro

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

Problematiche lavorative (comprese sicurezza e discriminazione)

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Violazione della privacy e/o perdita di dati confidenziali

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Indice di licenziamenti significativo

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

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

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Acquisizione, conversione o rilocalizzazione di terreni a grande scala

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

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

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Violazione dei diritti delle popolazioni indigene

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure - risultati e penalità

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

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

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

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

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

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

Non applica

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione d'informazione - catena di distribuzione e fornitura

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

Fornitori in zone di conflitto

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

Operazioni in zone in conflitto

- Sì
 No
 Non si sa

Punti disponibili: 0.00

Impatti negativi a livello sociale dei fornitori

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

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

- Sì
 No
 Non si sa

Punti disponibili: 0.00

Impatto ambientale negativo dei fornitori

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

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

- Sì
 No
 Non si sa

Punti disponibili: 0.00