



Lettera agli Stakeholders

Cari Lettori,

Il 2021 è stato fortemente caratterizzato dalle conseguenze derivanti dall'emergenza pandemica del Covid-19 e da una profonda evoluzione nei modelli socio- economici senza precedenti nella storia contemporanea.

La Delivery Care Srl – SB ha dimostrato la tua tenace resilienza, la forza della propria mission e il profondo legame con il territorio, facendo sì che l'esercizio del 2021 si chiudesse con un risultato positivo oltre ogni previsione.

Nonostante queste criticità pandemiche e di mercato sono proseguite le attività di ricerca e sviluppo e di innovazione di processo, con specifica attenzione all'ambiente, alla qualità ed alle specifiche esigenze dei nostri clienti.

Infatti, il distanziamento sociale, le paure e le incertezze, così come la chiusura di molte attività produttive, non hanno fermato la nostra digitalizzazione.

La creazione sostenibile di valore è da sempre la principale mission strategica di Delivery Care Srl - SB.

Il concetto di sostenibilità non dipende soltanto dall'attenzione alla comunità, ai lavoratori, alla tutela dell'ambiente, ma costituisce una grande opportunità per definire le linee strategiche di medio-lungo termine e comprendere le variabili che ci permettono di avere una crescita economica sostenibile e il successo duraturo nel tempo.

Al fine di diffondere, prima di tutto all'interno dell'azienda, ma anche nei nostri numerosi stakeholder, una cultura dello sviluppo sostenibile e della responsabilità sociale, questo processo di creazione di valore ha avuto un impatto rilevante sulla governance e sull'organizzazione aziendale.

Per prima cosa, il Consiglio di Amministrazione, nel definire le linee guida, si assicura: che gli elementi relativi alla sostenibilità siano inclusi all'interno del proprio business plan; che sia svolto un monitoraggio mensile tramite revisioni periodiche e un controllo di terza parte indipendente; che tutti gli aspetti sociali e relativi alla comunità siano adeguatamente coperti nel bilancio di sostenibilità approvato formalmente.

Il "Responsabile della Sostenibilità" lavora in modo specifico alla definizione del piano di sostenibilità ed alla sua attuazione, informando l'Amministratore Delegato, che sovraintende alla gestione complessiva della Corporate Social Responsibility in azienda.

Oltre ai ruoli specifici relativi alla sostenibilità, ciascun responsabile di funzione cura anche aspetti che rispondono all'impegno comune e alla conduzione responsabile dell'impresa, nel perseguimento di obiettivi di shared value creation.

Lettera agli Stakeholders

Questi aspetti impattano sulle nostre relazioni esterne, come per esempio l'impegno dei fornitori a rispettare il codice etico dell'azienda.

La pubblicazione del bilancio di sostenibilità testimonia la volontà della Delivery Care Srl – SB di includere in questo processo virtuoso tutti gli stakeholder e al contempo artefici e destinatari delle politiche sociali, sostenibili e ambientali.

"Mentre i nostri principi seguono l'impegno di erogare servizi di qualità e assistenza sanitaria completa, siamo certi che proseguiremo il nostro viaggio aziendale con attenzione agli obiettivi di sostenibilità, in tutte le fasi della nostra organizzazione, per una crescita virtuosa per il territorio e le comunità, individuando e modificando tutti quei fattori che influiscono negativamente sulla salute delle persone".

Luigi Pisante

Presidente del CDA

Luigi Pisante

Aldo Rossi

Vice Presidente del CDA

Introduzione

2020

DELIVERY CARE SRL – SB è nata nel mese di Maggio del 2020 in piena crisi sanitaria ed economia, come startup innovativa e società benefit, con l'obiettivo di fornire un servizio di assistenza innovativo, accessibile, sostenibile e di qualità.

I primi mesi sono stati dedicati all'avvio delle attività come da business plan, allo sviluppo del portale web e alla ricerca dei professionisti sanitari, per arrivare alla fine del 2020 con il go-to-market.

Abbiamo investito in ricerca e sviluppo, in quanto l'innovazione e la digitalizzazione sono stati fattori trainanti in un periodo di lock-down generale e in relazione alle tendenze positive di mercato per i servizi online.

Per questo motivo la nostra sfida è guidare l'assistenza domiciliare del futuro, in modo Smart.

Vision

Al servizio delle persone per rendere l'assistenza Socio – Sanitaria a domicilio un servizio di qualità e facilmente accessibile a tutti.

Diventare il punto di riferimento nell'assistenza socio-sanitaria privata in Italia.

Mission

Vogliamo aiutare le persone e offrire servizi di assistenza sanitaria a domicilio digitali accessibili e sostenibili.

Vogliamo essere un'impresa che migliora nel rispetto dell'ambiente delle persone e delle comunità in cui viviamo.

_____ Indice

IDENTITÀ	6
Chi siamo e valori	6
Obiettivi di beneficio comune indicati a statuto	7
Codice Etico	8
I nostri numeri	9
Comunicazione	10
Ritratto dei nostri professionisti	11
Parlano di noi	12
Ritratto dei nostri pazienti	14
Videoconsulti e Telemedicina	15
Aziende clienti e condomini serviti	16
Ritratto dei dipendenti	17
RELAZIONE DI IMPATTO	18
Governance	19
Lavoratori	20
Comunità	21
Ambiente	22
Clienti	23
PIANO STRATEGICO DI SOSTENIBILITÀ E OBIETTIVI 2022	24
ALLEGATI TECNICI	27
NOTA METODOLOGICA	85
CONTATTI	86



Chi siamo e valori

Siamo un'azienda fondata sulle persone. Delivery Care Srl – SB ispira il proprio agire quotidiano sul benessere psico-fisico dell'utente/paziente.

Saper ascoltare in maniera empatica è fondamentale, collaborare e co-operare per fornire le risposte utili e un servizio migliore è imprescindibile in ambito socio-sanitario.

Studiamo per sperimentare e innovare, con attenzione al territorio, alle persone e all'ambiente.

Sosteniamo la formazione e la divulgazione del sapere, rafforzando i rapporti con i dipendenti e gli stakeholders.

Ci impegniamo per costruire un futuro migliore, esprimendo quello che da sempre contraddistingue l'identità aziendale.

Il risultato è una prenotazione semplice e veloce ed un'erogazione attenta e professionale.

Obiettivi di beneficio comune indicati a statuto

In qualità di Società Benefit, DELIVERY CARE SRL - SB intende perseguire, in aggiunta al suo oggetto sociale primario, una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse. In particolare, la società persegue le specifiche finalità di beneficio comune di seguito descritte:

- la partecipazione attiva e pro bono a comunità virtuali e territoriali che promuovono la diffusione della cultura dell'innovazione e della condivisione, svolgendo attività di orientamento strategico anche attraverso la promozione e realizzazione di conferenze, seminari, corsi, workshop, campagne di comunicazione, dialoghi ed eventi correlati a partecipazione gratuita o comunque calmierata;
- 2 la collaborazione e sinergia con organizzazioni non profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società per contribuire al loro sviluppo e amplificare l'impatto positivo e sostenibile del loro operato;
- l'erogazione di consulenze e la realizzazione di interventi formativi verso nuove imprese o startup il cui scopo e oggetto sociale siano in linea con quelli della società, di educazione finanziaria per consentire un'ottimizzazione della pianificazione delle risorse, proprie e di terzi, riducendo sensibilmente il rischio di default delle iniziative imprenditoriali, anche avvalendosi di strumenti legati al microcredito e credito agevolato in genere;
- un'attività di informazione e diffusione della cultura di diagnostica e autodiagnostica personale al fine di generare un impatto positivo e sostenibile sul sistema di cura e prevenzione e, quindi, sul Sistema Sanitario Nazionale generando, in termini di impatto, un risparmio del costo sociale collettivo;
- in favore dell'ambiente attraverso la dematerializzazione documentale che coinvolge l'intero ciclo dei servizi offerti.

Codice Etico _

Si rivolge a tutti coloro che hanno rapporti di lavoro dipendente o qualsiasi forma di collaborazione con DELIVERY CARE SRL – SB.

L'Etica rappresenta l'insieme di tutti quei comportamenti, valori e criteri di adeguatezza su cui fondare la buona condotta nell'agire quotidiano.

Si definisce, pertanto, comportamento etico il modo di agire tenuto dai singoli soggetti che costituiscono e operano all'interno del processo aziendale, nel rispetto dei principi e valori dell'azienda.

Per tutelare il valore, l'immagine e la reputazione di Delivery Care, è indispensabile che i rapporti nei confronti di soggetti esterni all'azienda siano improntati alla massima correttezza e integrità in tutti i rapporti con persone ed enti esterni alla società.

La DELIVERY CARE SRL – SB, consapevole che tali principi appartengono al patrimonio genetico dell'azienda e di ogni suo collaboratore, da un lato, ne auspica la spontanea condivisione, adesione e diffusione e, dall'altro lato, ne richiede l'osservanza e l'applicazione da parte di ogni individuo, che operi per conto della Società o che venga in contatto con la stessa.

Privacy Policy

In materia di protezione dei dati DELIVERY CARE SRL - SB ha adeguato la propria compliance interna alla disciplina normativa dettata dal Reg. UE 679/2016.

In qualità di Titolare del trattamento ha provveduto a dare ai terzi con cui mantiene rapporti, le informazioni sul trattamento dei dati personali forniti o acquisiti nel corso del rapporto contrattuale, nel pieno rispetto dei principi di liceità, correttezza, trasparenza e riservatezza.

I nostri numeri

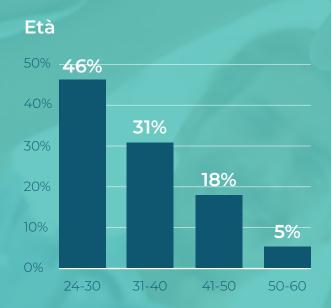


Comunicazione



Ritratto dei nostri professionisti







Parlano di noi

Osservatorio medico - scientifico

Marzo 2022 - Pag. 28

Innovazione

L'assistenza a portata di click

L'innevazione lesnologica coinvolge l'assistenza sanitaria attraverso sistemi semplici e intuitivi che consentono la gestione di richiente aggrugate con un grande beneficio in termini economici, ambientali e sociali. Luigi Pinante e Aldo Rossi descrivano il rivolutionario approccio di Delivery Care:

other to sensor a person of emietalente e mermitile un un stick tin appearin misologimusia guida Patrient do delivery Cap o response to arrest to rich min note th moretic appropriat fragety may de tastent ruelet boortum. Capreda è sex iran taja democratifica er auda moglemia bersardin che, attorecció una platiaforma on tion, it in grade at attitue services disenciationi di accommisa sente sentrama (earden), helenneen, Doubregoed, referenteri, corò, retresonalemen, chaactroverest groups th acquires, in mode the resident princement, analysis tale a speversone (veresiones-natures a distriction all protradal stregularia repetita a comprime per springs II procedurer Lings Posser -Went of stoplichtumes make all assumethes. manuflace per suggest fragth is present new automathiciers in greenchance to curicy want I conquerous! della famiglia che, attraverna alcuni. Bente Alch Panni - La ritoria di cui



termiphies introductions to appeals at . Stelling Combined will be littooty.

Of nearth barger promiseds it makes mo da neogenitare na 155 e 145 ann. He hanne confedence con le terrete gire and revenue the amplifier platfor with en om spinner gemme met trigeten propinskalitätik ha gum e it beterdere in large minus. In proticule austricastate del presen gendere e fagta, il hamme othe occurs green party skelle. Note proposed - suppliers in Vergoria-

one a godeov di nome il proprie il colegos. Colores: suis gramates per loss romo l'aminossia del propri curo, por tombi i servizi direttimente a coox e three per i priv pocceda.

III progressio ruper platia reminimariane della manetti di menti apogsati per questa tipologia di branger e dall'intes. spece di gestire un sintento il abbanamed attaces to starphine ski numero ili trivitetti, atten 24 om se 28, stopposée il nomini medera di have affected 25 approaches seeing per elidentennado medias gratical per un intere anno. L'offrette rigiunte una prima bacia di vocir modulo di car foreign, percent appropriate or participations at cursiane a lenigle. Ne la vica pateratore rispetto all'auditimes demonstrace tradepopular e quetta di superate allower meditioning lightly

La morreli há per enempeo arrelato ana trattunia estabatumene con il groupe Deirone Kolta Sance Lorerenti stratuando d'espernenza manucaca da. Alotto Morest well recently remain metiliar proposesse del telegratic Grazie - tim teripiali, w Luggas Costa,

a quiese collaboration stores of aggl personal to Elimita condomina in the los, di cue destin este e Milleria. Olive alta considet di richiedere i mercial la sambi napole, praspire e terruities, an alternoic passe in respit # Capternomanio dalla reconstituti di aggregater de rachterde et di conseguerran, another & billionest, A. tiltufe. d'exemple, un mediomina può ripesees Craftelessastine storytopassia it procesions atrives de un informações gentralis prà deltione e com ill abhations a posts - clic toll modeenfrencenta di scala a tavore dei mostri atmedi ni rascolguna piti bias ant che vernanno sostdottatti in ordinates contto e grantonado, la primelogs, so emitteness and impate meaning to exterior der cost of intanti significative. Secondaria secretar, or redeveloped and constraint attenuate reference staggs r sports strett, wil cost of appropriate of the colorest. Select extrations and or tenetiria suciale gossie alla passirabut its modification grouppy confirmed the sirrit per l'eroganteur della minis Impelligite di servizioni tre deciriora sonant è la giunantica didee per gli analysis of posts over colony de trabate. емена за заделия залотно и 50 есяхо тил, ne of very past though the analysis the acceptations della arress arretto, la espicial field, into reside surrought nonsecurity assets in sociality mentioner t confirming. La verteaux of climate deposite t "seventi" designated a backet che dignali rende il zinin di permittationer, del necessors amplicationers er, per quanto digicale, rende sale serno resttlere e tamentice em datte

CAGGREGAZIONE DELLE RICHIESTE

Straccolgono più bisogni che verranno soddisfatti In un'unica uscita generando un abbattimento dell'impatto economico e ambientale



Le prospettive delle smart carrie

La pordensi ha soro accumoro un modello gdi provedible nei sellare santino, tumpo più mirriale veno faccioneza a dereción. Colórome accordos nell'articledefiatività favorativa con le serant working, anche le serant carring diversir la ura formalo di ollorto dei construito persono di la farigiaria della antisdiri quolidiano. La completti di acquele, la simpiestatti, la professionatti e la professione del dients sone gli alcrienti chean che Dalvary Cara valorizza per cesare un nuovo modelo di santii sistembili. Ili finizi con riprindo diri fini.



Parlano di noi

"**24 ORE

LEGGI ARTICOLO

CORRIERE DELLA SERA

I EGGLARTICOLO

la Repubblica

LEGGI ARTICOLO



LEGGLARTICOLO



FGGLARTICOLO



LEGGI ARTICOLO



ASCOLTA INTERVISTE



LEGGI ARTICOLO

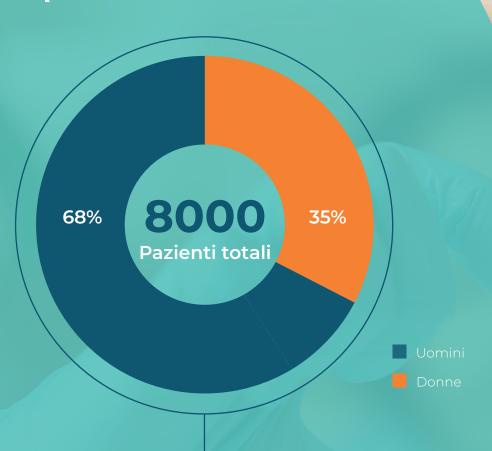


LEGGI ARTICOLO



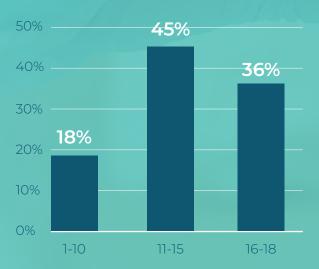
LEGGI ARTICOLO

Ritratto dei nostri pazienti



2011

Minori di 18 anni –



Videoconsulti e Telemedicina

Il servizio di Teleassistenza – Teleconsulto prevede una risposta immediata da parte di uno dei medici in base all'esigenza del cliente, grazie al quale poter ricevere un primo riscontro e, a seguito della diagnosi, valutare le azioni necessarie per rispondere al bisogno.

L'utente può prenotare (9.00-18.00) videoconsulti con +25 specializzioni e accedere a sconti con le cliniche convenzionate.

Al termine di ogni video consulto, verrà rilasciato un report medico con indicati:

- motivo della chiamata
- storia clinica
- · consulenza medica
- · terapia consigliata
- ricetta bianca

Aziende Clienti e ____ Condomini



Condomini serviti







Dipendenti FTE



Relazione di impatto

Per rendicontare l'impatto generato, l'azienda pubblica il proprio Bilancio di Sostenibilità sul proprio portale e dal 2021 si avvale del B Impact Assessment, con punteggio certificato.

Nel seguente prospetto si evidenzia il punteggio raggiunto da DELIVERY CARE SRL – SN nelle diverse aree e gli obiettivi di miglioramento che l'azienda si è posta per il prossimo triennio.

PUNTEGGIO 18,5 **Governance** voratori 23,7 omunità 42,7 **Ambiente** 39,9 Clienti 34,4 10 20 30 40 50

TOTALE 159,5/200

Governance _

Nel 2021 sono state portate avanti numerose attività di coordinamento sinergico tra l'azienda e i diversi stakeholders.

Per questo è stato strutturato un Team di professionisti sanitari a supporto della diffusione territoriale dell'erogazione dei servizi sanitari di assistenza domiciliare.

Con il Team di Web marketing e comunicazione è stata promozionata la vendita online dei prodotti e servizi, attraverso investimenti nei canali social, e- commerce, formazione e vendita online.



Lavoratori -

Formazione online e digitalizzazione interna

L'azienda si è impegnata in programmi di formazione e meeting, ottimizzando il più possibile gli spostamenti di auto e incontri fisici.

Per questo motivo è incentivato l'uso di telecomunicazioni per i colloqui e gli incontri di lavoro, ovvero per le sessioni di formazione.

Anche i dipendenti e tutte le aree sono direttamente coinvolti nel programma di digitalizzazione di tutte le attività aziendali, con uso di CRM, video-meeting, scambio email etc.

Impegno alla diversità

L'azienda impiega il 100% di personale sesso femminile, con forte impegno e rispetto della gender equality e offrendo pari opportunità di impiego e assunzione.



Comunità -

Potenziamento della rete di vendita

È stata ampliata la rete di infermieri e specialisti sanitari, con l'obiettivo di incrementare la presenza territoriale e riuscire a soddisfare tutte le esigenze della clientela privata e aziende.

Campagna di sensibilizzazione

Con lo scopo di informare e sensibilizzare il pubblico è stata impostate una campagna online sui social network, pagine internet e testate giornalistiche.

L'azienda ha avuto la possibilità di raccontare le nuove tecnologie utilizzate, la mission e la vision di DELIVERY CARE SRL – SB, sottolineando l'importanza della telemedicina e l'assistenza sanitaria a domicilio, 24 giorni su 24 e 7 giorni su 7.

Benessere cittadino

Durante il periodo pandemico di Covid-19 sono state distribuite gratuitamente mascherine e kit di primo soccorso, sponsorizzando l'iniziativa attraverso i canali social.

In questo modo sono stati servizi i nuovi clienti privati, spiegando le attività dell'azienda e fidelizzando sull'assistenza domiciliare.

Area di impatto Comunità





Ambiente ____

L'azienda ha promosso l'utilizzo di una centrale operativa, in grado di concentrare un solo professionista su gruppi di acquisto e ridurre i viaggi, l'emissione di CO2 e l'inquinamento.

Ai dipendenti viene offerto l'abbonamento per i trasporti pubblici, in modo da disincentivare l'utilizzo di mezzi privati e trasporti più inquinanti.

I fornitori aziendali di materie prime e accessori sono selezionati per rispondere a standard qualitativi sempre più rigidi a livello di impatto ambientale e sociale.

Per la stampa sono state utilizzate materiali 100% FSC con materiale riciclato, come garanzia il certificato FSC garantisce che la filiera legno- carta arrivi a standard elevati di rispetto ambientale, socialmente utile e economicamente sostenibile.



Clienti ____

Nel sostenere i nostri clienti e gestire al meglio le attività l'azienda ha accelerato l'utilizzo di Telemedicina, nel particolare proponendo un abbonamento per tutta la famiglia offrendo autonomia e digitalizzazione nell'erogazione di cura e assistenza sanitaria.

Inoltre, per rispondere in puntuale alla trasformazione digitale sono stati attivati strumenti specifici di digital marketing per la promozione e la vendita online, che hanno sostituito gli strumenti cartacei di locandine, volantini e cataloghi cartacei.

Oltre al sistema di archiviazione digitale, il 2021 ha permesso un risparmio notevole di tempo e costi, grazie all'utilizzo di CRM automatizzato.

Area di impatto Clienti



Piano strategico di sostenibilità e obiettivi 2021

Con l'obiettivo di sviluppare un approcciosempre più strutturato e di lungo periodo nella gestione delle tematiche di sostenibilità, nel corso del 2021, è proseguito l'obiettivo di definizione di un Piano Strategico di Sostenibilità.

Il Piano Strategico di Sostenibilità identifica, su un orizzonte temporale di medio-lungo periodo, tutti gli obiettivi e le azioni che si intendono mettere in atto, associando alle stesse le risorse e i target da raggiungere.

I 17 obiettivi di sviluppo sostenibile



Inoltre, attraverso l'assegnazione di responsabilità per ciascuna azione identificata, sarà possibile garantire un costante monitoraggio del piano, fornendo un riscontro periodico sul raggiungimento degli obiettivi prefissati, all'interno della Relazione di Impatto.

Lo sviluppo del Piano di Sostenibilità ha preso avvio con l'analisi dei 17 Sustainable Development Goals (SDGs) definiti dall'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, tenendo conto in maniera equilibrata delle tre dimensioni dello sviluppo sostenibile, ossia economica, sociale ed ecologica.

Tutti gli obiettivi si posizionano su 5 concetti chiave:

- · Persone: eliminare fame e povertà in tutte le forme e garantire dignità e uguaglianza;
- Prosperità: garantire vite prospere e piene in armonia con la natura; Pace: promuovere società pacifiche, giuste e inclusive; Partnership: implementare l'agenda attraverso solide partnership;
- · Pianeta: proteggere le risorse naturali e il clima; del nostro pianeta per le generazioni future.

Prospettive future

La pandemia ha avuto effetti severi in parecchi settori e ha costretto molte imprese a ripensare e innovare il proprio modello di business. Anche il settore sanitario ha subito forti mutazioni: cambiando le modalità di acquisto, a scapito delle vendite tradizionali, per alcune attività commerciali è diventato molto più difficile rimanere in equilibrio, non potendosi recare in studio per effettuare le visite specialistiche.

L'azienda, così come si evince dal bilancio, ha registrato un incremento notevole dei ricavi, grazie alla strategia di diversificazione dei canali di vendita, avviata "in tempi non sospetti", che ha permesso all'azienda di mantenere il sostanziale equilibrio economico e finanziario che la contraddistingue. I dati del 2021, rilevati alla chiusura di questo report, confermano tra l'altro la tendenza positiva di crescita delle vendite on-line ed il forte modello di business etico e sostenibile, basato su solidità e presenza territoriale.

Piano strategico di sostenibilità e obiettivi 2021

Permane la decisa politica aziendale finalizzata a generare maggiore valore da distribuire ai vari stakeholder, nel rispetto dei valori etici dichiarati.

Dall'analisi dei 17 Sustainable Development Goals (SDGs) e delle caratteristiche aziendali interne gli obiettivi che DELIVERY CARE SRL – SB ritiene più inerenti al proprio business e sulle quali costruire il Piano Strategico sono 3:

GOALS	Target identificativi	Impegno Delivery Care	Target 2022
5 GENDER EQUALITY	5.5 Garantire alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership a tutti i livelli del processo decisionale nella vita politica, economica e pubblica.	parantisce il principio delle pari opportunità, sia nei processi di selezione che nelle altre aree di collaborazione. La parità di genere è assicurata sia nella politica retributiva e sia nella politica di assunzione.	100% assunzione donne
8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	8.2 Raggiungere livelli più elevati di produttività economica attraverso la diversificazione, l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione, anche attraverso un focus su settori ad alto valore aggiunto e settori ad alta intensità di manodopera.	sistemi incentivanti: i sistemi incentivanti valorizzano e motivano il personale. Inoltre viene promossa la partecipazio- ne dei dipendenti e il coinvol- gimento nel monitoraggio dei risultati aziendali e nelle scelte strategiche riguardanti in parti- colare la scelta di implementa- zioni innovative.	Applicazione Contratto di lavoro con livelli in linea o superiore al mercato Coinvolgimento nei comitati di monitoraggio aziendale
9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	9.1 Sviluppare infrastrutture di qualità, affidabili, sostenibili e resilienti, comprese le infrastrutture regionali e transfrontaliere, per sostenere lo sviluppo economico e il benessere umano, con particolare attenzione alla possibilità di accesso equo per tutti.	SOLUZIONI INNOVATIVE: implementazione di soluzioni innovative che impattano sulla struttura logistica/organizzativa/ formativa e sui canali di vendita, generando vantaggio competiti- vo per l'impresa, migliore qualità del lavoro e benefici per i clienti in termini di esperienza di acquisto.	Avviare n. progetti innovativi: 1 Aumentare le ore di formazione dei dipendenti

Piano strategico di sostenibilità e obiettivi 2021

Puntiamo molto alla valorizzazione delle risorse umane e dei propri dipendenti.

La DELIVERY CARE SRL – SB, attraverso la Direzione, si occupa della formazione e dell'aggiornamento continuo, incentivando percorsi di formazione finalizzati a far conoscere il contesto lavorativo, la vendita dei servizi e l'organizzazione aziendale.

A loro, oltre alla formazione di carattere generale, sono riservati anche dei progetti individuali di crescita legati a precise implementazioni, erogati anche in modalità training on the job.

La governance valuta la missione complessiva di un'azienda, l'impegno rispetto al suo impatto sociale/ambientale, l'etica e la trasparenza.

Questa sezione valuta anche la capacità di un'azienda di proteggere la propria missione e di considerare formalmente le parti interessate nel processo decisionale attraverso la propria struttura aziendale (ad es. società di beneficienza) o documenti di governo aziendale.

Area di impatto Domande/Risposte Governance Punteggio delle operazioni Punteggio generale 18.5 N/A Punteggio **Punteggio IBM** 10.0 0.0 Benchmark **Azienda** Paese Settore Dimensioni 0 20

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibil
Livello di impegno per creare impatto visivo	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.	L'azienda prende costantemente in considerazione l'impatto sociale e ambientale nel processo decisionale, perchè lo ritiene importante per il successo e la redditività del proprio business.	0	0
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'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).	0,5	0,5
Mission aziendale	Per favore condividere qui il testo della mission aziendale.	Tutta la sanità a portata di smartphone e accessibile di un click. Assistenza socio-sanitaria per tutta la famiglia, nel comfort e nella privacy di casa.	0	0
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. Il Consiglio di Amministrazione revisiona la performance sociale e ambientale. L'azienda misura le esternalità in termini monetari e le incorpora nei bilanci finanziari.	1	1

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Review della performance sociale e ambientale da parte del Consiglio di Amministrazione	Il Consiglio di Amministrazione o l'organo di governo equivalente valuta la performance sociale o ambientale dell'azienda almeno una volta all'anno?	Sì, il Consiglio di Amministrazione valuta gli indicatori chiave di performance (KPI) riguardanti lo sviluppo sociale o ambientale dell'azienda.	1	1
Coinvolgimento degli stakeholder	L'azienda ha intrapreso una delle seguenti azioni per coinvolgere gli stakeholder sulla performance sociale e ambientale?	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, 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.	0,5	0,5
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 e ambientali?	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.)	1	1

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Strutture di governance	Qual è il livello di supervisione più alto in azienda?	Board of Directors (with at least one member who is not an executive or owner of the company)	0,71	0,71
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.	0,71	0,71
Caratteristiche dell'organo di governo	Quale delle seguenti opzioni si applicano al consiglio di amministrazione o altro organo di governo dell'azienda?	Si tengono riunioni almeno 2 volte all'anno	0,24	0,71
Rappresentanza degli stakeholders nell'organo di governo	Il Consiglio di Amministrazione o organo di governo equivalente dell'azienda ha rappresentanti con diritto a voto nei seguenti gruppi di stakeholders.	Dirigenti Specialisti della comunità (per esempio, rappresentanti dell'università locale)	0,09	0,35
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 implementa controlli finanziari interni. L'azienda ha condotto negli ultimi due anni un'analisi dei rischi legati a temi etici.	0,53	0,71

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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	0,71	0,71
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.	0,71	0,71
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 le opzioni valide.	Oltre a condividere l'informazione finanziaria con i lavoratori, l'azienda pubblica i propri bilanci di esercizio.	0,18	0,71
Divulgazione dell'impatto dell'azienda	In che modo l'azienda diffonde pubblicamente e annualmente informazioni riguardanti la propria performance sociale o ambientale?	L'azienda fornisce descrizioni dei programmi in corso e della performance sociale e ambientale. L'azienda divulga, in modo volontario, indicatori della propria performance sociale o ambientale. L'azienda divulga pubblicamente risultati e indicatori specifici e quantificabili della propria performance sociale o ambientale. L'azienda fissa obiettivi e divulga pubblicamente il progresso raggiunto.	0,71	0,71

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
		L'azienda presenta le informazioni in un rapporto formale che consente il confronto con periodi precedenti. Le informazioni pubblicate aderiscono ad uno standard terzo (per esempio, GRI o B Impact Assessment). Una terza parte ha convalidato /assicurato l'accuratezza delle informazioni riportate. L'informazione sull'impatto generato dall'azienda è integrata nel suo reporting finanziario.		
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.	2021 - 12 - 31	0	0
Valuta utilizzata nel reporting	Si prega di selezionare la valuta utilizzata nei reporting	Euro (EUR)	0	0
Fatturato del penultimo esercizio	Totale dei ricavi Relativo al penultimo esercizio	88634	0	0
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.	502823	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Reddito netto dell'ultimo anno	Reddito netto Dall'ultimo anno fiscale	-67425	0	0
Reddito netto del penultimo esercizio	Reddito netto Relativo al penultimo esercizio	1113	0	0
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.	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 un società benefit o emendamento legale delle B Corp completo)	10	10

Analizza I lavoratori e valutano i contributi di un'azienda alla sicurezza finanziaria, alla salute e sicurezza, al benessere, allo sviluppo della carriera e al coinvolgimento dei dipendenti. Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati a beneficio dei lavoratori, come le aziende che sono possedute per almeno il 40% da dipendenti non dirigenti e quelle che hanno programmi di sviluppo della forza lavoro per sostenere le persone con ostacoli all'occupazione. il modo con il quale l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

Nota

La società per lo sviluppo di alcune attività (comunicazione; grafica; sviluppo informatico) utilizza risorse esterne (professionisti) legati con contratto professionale continuativo e per i quali si adottano politiche retributive sostenibili e metodi di coinvolgimento e valutazione delle performance oltre che comunicazione dei feedback, pertanto pur non risultando l'area d'impatto rilevante, forniamo il quadro relativo alle domande e risposte applicabili (e ritenute rilevanti) con relativo punteggio. Il tutto per massima trasparenza.

Area di impatto

Lavoratori

Domande/Risposte 40/40

Punteggio generale 23.7

Punteggio delle operazioni

3. *1*

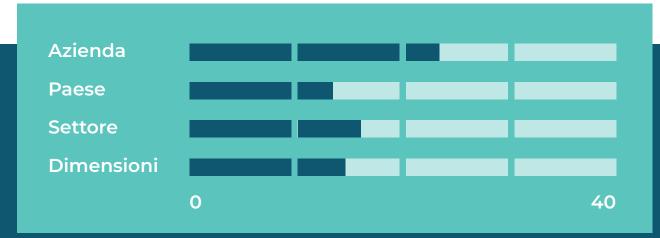
23.7

Punteggio IBM

O.O

N/A Punteggio
O.O

Benchmark



Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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	0	0
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.	0	0
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.	Fornire lavoro di alta qualità o sviluppo professionale per persone con barriere croniche all'occupazione (programmi di sviluppo della forza lavoro).	0	0
Lavoratori provenienti da gruppi con sottoccupazione cronica	L'azienda assume lavoratori che è stato verificato provengano da gruppi demografici con sottoccupazione cronica? Queste risposte determinano quali future domande della valutazione sono valide per la sua azienda.	No	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Quantità di lavoratori a tempo pieno	Numero totale di lavoratori a tempo pieno Numero di lavoratori a tempo pieno	1	0	0
Numero di lavoratori a tempo pieno scorso anno	Numero totale di lavoratori a tempo pieno Numero di lavoratori a tempo pieno scorso anno	1	0	0
Numero di lavoratori part time	Numero totale di lavoratori part time Quantità complessiva di lavoratori part time	1	0	0
Numero di lavoratori part time scorso anno	Numero totale di lavoratori part time Numero totale di lavoratori part time scorso anno	1	0	0
Numero di lavoratori temporanei	Numero totale di lavoratori temporanei Quantità complessiva di lavoratori temporanei	1	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Numero di lavoratori temporanei scorso anno	Numero totale di lavoratori temporanei Numero totale di lavoratori temporanei scorso anno	1	0	0
Retribuzione più bassa	Qual è il salario più basso pagato dall'azienda calcolato su base oraria? Escludere studenti e stagisti da questo calcolo.	11,36	0	0
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.	100%	2,52	2,52
Percentuale di lavoratori che riceve un salario di sussitenza 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.	100%	2,52	2,52
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.	Più del 75%	1,26	1,26

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Iniziative per aumentare i salari e i benefit	Se nel paese dove opera l'azienda non fosse possibile calcolare un salario di sussitenza, 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.	Sì	1,26	1,26
Pratiche e politiche retributive	L'azienda offre uno dei seguenti benefit finanziari aggiuntivi ai lavoratori non esecutivi? Queste risposte determinano quali future domande del'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.	0,42	1,26
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?	0%	0	1,26
Programmi pensionistici	I lavoratori hanno accesso a uno dei seguenti piani di risparmio pensionistici?	Piani pensionistici sponsorizzati dal governo	0,94	1,26

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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.	Nessuna delle precedenti	0	0,63
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)	0	0
Copertura sanitaria	Che percentuale dei lavoratori ha diritto all'assistenza sanitaria attraverso un piano aziendale o governativo?	Più del 95%	3,33	3,33
Benefit sanitari supplementari	Quali benefit offre l'azienda a tutti i lavoratori a tempo pieno ad integrazione dei programmi governativi?	Altri (per favore descriva)	0,33	3,33
Accesso ai benefit sanitari supplementari per lavoratori part-time	Quando i lavoratori part-time possono avere accesso ai benefit offerti dall'azienda?	I lavoratori part-time hanno accesso a questi benefit fin dal momento della loro assunzione	1,67	3,33
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'as- sessment saranno valide per l'azienda.	Nell'ultimo anno l'azienda ha offerto formazione continua sulle responsabilità lavorative di base dei lavoratori. L'azienda offre su competenze trasversali per promuovere lo sviluppo professionale.	0,88	0,88

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
		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)		
Processo di valutazione dei lavoratori	Quali delle seguenti opzioni sono comprese nel processo formale di feedback per i dipendenti?	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 feedback.	1,75	1,75
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.	Più del 75%	0,21	0,21
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)	Più del 75%	0,21	0,21

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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)	Più del 75%	0,21	0,21
Partecipazione in programmi di sviluppo professionale esterni	Che percentuale dei lavoratori a tempo pieno dell'azienda ha partecipato a opportunità di sviluppo professionale esterne o in opportunità di aggiornamento continuo durante l'ultimo anno fiscale? Le opportunità di sviluppo professionale dovrebbero essere pagate in anticipo, rimborsate o sovvenzionate dall'azienda).	Più del 75%	0,43	0,43
Opportunità di formazione sovvenzionate	Quale percentuale di lavoratori a tempo pieno ha ricevuto un anticipo o un rimborso per opportunità di formazione continua nell'ultimo anno fiscale? Opportunità di formazione continua sono GED, crediti universitari, accreditamento riconosciuto nel settore, ecc.	Più del 15%	0,43	0,43
Manuale di informazione per i lavoratori	Quali delle seguenti politiche sono scritte nel manuale del dipendente e sono di facile accesso?	Una dichiarazione sull'orario di lavoro. Politiche su questioni di pagamenti e performance. Politiche in materia di benefit, formazione, permessi e congedi. Divieto di lavoro minorile e lavoro forzato/coatto.	0,27	0,33

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Congedo parentale retribuito per la figura secondaria	Quali politiche di congedo parentale per la figura se- condaria sono a disposizione per i lavoratori dell'azienda, sia attraverso l'azienda stessa sia attraverso un proramma statale?	I lavoratori ricevono fino a 2 settimane di congedo retribuito (o l'equivalente in termini salariali).	0,27	0,67
Benefit addizionali	Quali benefit addizionali vengono offerti alla maggio- ranza dei lavoratori con posi- zioni non manageriali? Si prega di considerare sia i lavoratori a tempo pieno che part-time.	Pasti gratuiti o buoni pasto. Altri (per favore descriva)	0,6	1,33
Responsabilizzazione dei lavoratori	In che modo l'azienda incentiva e responsabilizza i lavoratori?	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 all'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.	0,5	0,67

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Monitoraggio e valutazione della soddisfazione e del coinvolgimento dei lavoratori	L'azienda monitora e valuta la soddisfazione e il coinvolgi- mento 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 realizza regolarmen- te (almeno una volta l'anno) sondaggi di soddisfazione e prestazione dei lavoratori. 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.	0,67	0,67
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.	0	0	0
Soddisfazione dei lavoratori	Quale percentuale dei lavoratori dell'azienda si definisce "Soddisfatta" o "Con alto grado di coinvolgimento"?	90% o più	1,33	1,33
Numero di giorni di ferie retribuiti	Qual è il numero minimo annuale di giorni di ferie retribuite (comprese le festività) per i lavoratori a tempo pieno?	16-22 giorni lavorativi (50%)	0,5	1
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?	La figura primaria riceve da 12 settimane a 6 mesi di tempo libero per il congedo parentale (comprese le ferie non retribuite e rertibuite).	0,2	1

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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.	O-10%	1	1

La Community valuta il coinvolgimento e l'impatto di un'azienda sulle comunità in cui opera, assume e da cui proviene.

Gli argomenti includono diversità, equità & inclusione, impatto economico, impegno civico, donazioni di beneficenza e gestione della catena di approvvigionamento.

Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati per affrontare problemi specifici orientati alla comunità, come l'alleviamento della povertà attraverso l'approvvigionamento o la distribuzione del commercio equo tramite microimprese, modelli di cooperative di produttori, sviluppo economico incentrato a livello locale e impegni formali di beneficenza.

Area di impatto

Comunità

Punteggio generale

42.7

Punteggio IBM

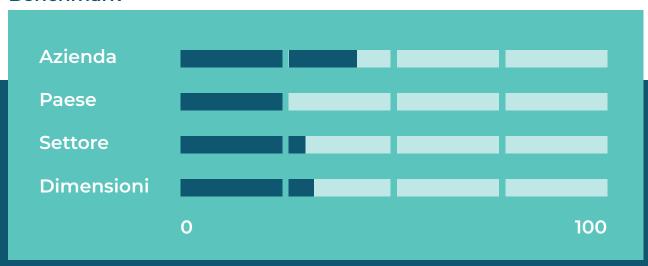
20.8

Domande/Risposte

Punteggio delle operazioni

N/A Punteggio

Benchmark



Ambiti di valutazione delle risposte

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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	0	0
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 svataggiati della catena di fornitura. 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.	0	0
Produttori membri della cooperativa	L'azienda è una cooperativa di produttori in cui i proprietari sono piccoli produttori (con meno di 50 dipendenti) che organizzano la produzione? Questo comprende cooperative agricole e artigianali. Rispondendo in modo affermativo, avrà accesso a ulteriori sezioni del B Impact Asessment che includono domande specifiche su questo Business Model d'impatto.	No	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Sostegno a fornitori in situazione di vulnerabilità	L'azienda acquista e/o dà sostegno a gruppi demografici di mercati a basso reddito, al di sotto della soglia di povertà, o in condizioni di povertà assoluta, tramite le procedure di acquisto nella catena di fornitura (per esempio prodotti certificati di commercio equo, o diretto)?	Sì	0	0
Modello di impegno formale per donazioni in beneficenza	L'azienda possiede una politica formale scritta che regoli le donazioni annuali fatte a organizzazioni di beneficenza? Rispondere in modo affermativo offre la possibilità di aprire nuove sezioni del BIA.	No	0	0
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	0	0
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	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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	0	0
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?	Nessuna delle precedenti	0	0,69
Creazione e gestioni di ambienti di lavoro inclusivi	Quali delle seguenti pratiche per temi come la diversità, equità e inclusione sono implementate dell'azienda?	Nessuna delle precedenti	0	0,69
Misurazione della diversità	Quali seguenti attributi di una forza lavoro diversa vengono monitorati dall'azienda, sia attraverso sondaggi anonimi che altri metodi legali vigenti nella sua giurisdizione?	Nessuna delle precedenti	0	0,69

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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?	1-5x più alto	0,69	0,69
Manager donne	Quanti dei manager dell'azienda si identificano come donne?	O%	0	0,69
Manager provenienti da gruppi sottorappresentati	Che parte dei manager dell'azienda si identifica come appartenente ad un gruppo sociale sottorappresentato?	Non lo so	0	0,69
Direttrici donne	Quanti membri appartenenti al Consiglio di Amministrazione dell'azienda sono donne?	O%	0	0,69
Membri del Consiglio di Amministrazione appartenenti a gruppi sottorappresentati	Quanti membri del Consiglio di Amministrazione dell'azienda si identificano come appartenenti a un gruppo sociale sottorappresentato?	O%	0	0,69
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 una politica che stabilisce le preferenze per i fornitori i cui proprietari appartengono a gruppi sottorappresentati	0,17	0,34

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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?	50% +	0,69	0,69
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.	Delivery Care Srl - SB ha una sede territoriale in Lombardia, ma da propria mission aziendale punta ad essere un poliambulatorio virtuale su scala nazionale.	0	0
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 lavoratori 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.	50% +	2,5	2,5
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 O se la risposta è nessuno, o se la tua azienda non ha lavoratori. Negli ultimi 12 mesi:	1	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Partecipazione societaria di investitori non accreditati	Quale percentuale della partecipazione societaria è in mano a individui che qualificherebbero come investitori non accreditati?	50% o più	1,25	1,25
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	1,25	1,25
Approvvigiona- mento da aziende nazionali	Che percentuale del costo del venduto della compagnia (comprese attività e valore aggiunto) è stato acquisito nel paese in cui opera da compagnie registrate a livello nazionale o con cittadini del paese?	80% o più	1,25	1,25
Spesa con i fornitori locali	Quale % delle spese dell'azienda dell'ultimo anno fiscale (esclusa la manodopera) è attribuibile ai fornitori indipendenti che si trovano nella stessa area della sede aziendale o di impianti importanti?	60% o più	1,25	1,25

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Servizi bancari	Quali caratteristiche descrivono al meglio l'istituto finanziario che fornisce la maggior parte dei servizi bancari dell'azienda?	Una B Corporation certificata. Una banca indipendente.	1,25	1,25
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.	0,64	0,64
Politiche e pratiche del servizio alla comunità	In che modo l'azienda gestisce il servizio alla comunità fatto dai lavoratori?	L'azienda ha ospitato o organizzato giornate dedicate ai servizi alla comunità nell'ultimo anno. L'azienda offre del tempo libero retribuito ai lavoratori per servizi alla comunità. L'azienda monitora e registra la quantità totale di ore di volontariato.	0,64	0,64

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Quantità totale di ore di servizio di volontariato	Quantità di ore di lavoro di volontariato realizzato da lavoratori dell'azienda a tempo pieno e part-time durante l'ultimo anno fiscale. Si dovrebbe comprendere in questa somma il tempo pagato e il tempo non pagato dedicato al volontariato durante le ore di lavoro tradizionali, sia per gli eventi organizzati dall'azienda sia per le iniziative proprie dei lavoratori.	320	0	0
Servizi di volontariato pro capite	Qual è stata la percentuale del tempo pro capite dedicato da ogni lavoratore a lavori di volontariato, servizi alla comunità o servizi pro bono nel periodo considerato? Per calcolare questo parametro, dividere la quantità totale di ore di volontariato per la quantità totale di ore lavorate, considerando generalmente un anno lavorativo di 2000 ore (sulla base dell'equivalente di un lavoratore a tempo pieno).	Più del 2% del tempo	1,28	1,28
Procedure e politiche di dona- zioni benefiche e investimenti nella comunità	Quali delle seguenti procedure riguardanti le donazioni e gli investimenti orientati alla comunità vengono implementate dall'a- zienda?	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.	0,51	0,64

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Input relativo per investimenti nella comunità	Se l'azienda utilizza una metodologia indipendente per misurare l'impegno totale per gli investimenti nella comunità, che percentuale equivalente del fatturato è destinata agli investimenti nella comunità?	Più del 2% del fatturato	1,28	1,28
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.	Più del 2% del tempo	2,56	2,56
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.	10200	0	0
Promozione di politiche per la definizione di standard sociali e ambientali	L'azienda ha collocato con policymakers per sviluppare o promuovere cambiamenti esplicitamente progettati per migliorare i risultati sociali o ambientali negli utlimi due anni?	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.	0,64	0,64

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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 utlimi 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 indagine accademiche su questioni sociali o ambientali. L'azienda offre pubblicamente risorse utili per aiutare le altre compagnie o stakeholder a migliorare il proprio sviluppo sociale o ambientale.	0,32	0,32
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.	Aziende di servizi professionali (consulenza, assistenza legale, contabile). Liberi professionisti indipendenti. Marketing/Pubblicità. Tecnologia.	0	0
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.	No	0	0
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	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Argomenti di revisione per servizi in outsourcing	L'azienda esamina o fissa i requisiti relativi alle pratiche di lavoro dei propri fornitori di servizi in outsourcing considerando i seguenti argomenti? Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment saranno valide per l'azienda.	Conformità con tutte le leggi e i regolamenti locali. Rispetto dei diritti umani e degli standard lavorativi internazionali (per lavoratori e appaltatori). Pagamento a livello o al di sopra del benchmark del settore. Benefici forniti ai lavoratori. Opportunità di sviluppo professionale.	0,52	0,52
% di servizi in outsourcing soggetti al codice di condotta dell'azienda	Quale percentuale dei servizi in outsourcing (in termini di valuta) è soggetta al codice di condotta o ai requisiti formali stabiliti nella domanda precedente?	1-20%	0,26	2,09
Valutazione / monitoraggio dei servizi	Quali dei seguenti metodi si utilizzano per valutare l'impatto sociale o ambientale dei servizi in outsourcing dell'azienda? Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment saranno valide per l'azienda.	L'azienda condivide le politiche e regole con i suoi subappaltatori, ma non conta su un processo di verifica. L'azienda richiede che i subappaltatori completino una autovalutazione. L'azienda utilizza strumenti di valutazione di rischi o di impatto creati da entità indipendenti (come il B Impact Assessment).	0,44	0,52
% dei servizi in outsourcing valutata/monitorata	Che % dei servizi in outsourcing (in termini di valuta) è valutata secondo le metodologie selezionate nella domanda precedente?	1-20%	0,26	2,09
Fornitori di comunità a basso reddito	Che percentuale dei fornitori principali sono situati in zone appartenenti a comunità a basso reddito o creano delle opportunità di lavoro per gruppi demografici interessati da sottoccupazione costante?	10-19%	0,17	0,52

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Codice di condotta dei fornitori	Esiste una politica formale scritta nel codice di condotta dei fornitori che li rende esplicitamente responsabili per la propria performance a livello sociale e ambientale?	No	0	1,04
Durata dei rapporti con i fornitori	Qual è la durata media dei rapporti dell'azienda con i fornitori?	L'azienda mantiene rapporti con la maggioranza dei fornitori (in valori monetari) dal primo anno di operazioni.	1,04	1,04
Acquisti con criteri sociale o ambientali	Quale percentuale di materiale o prodotti acquistati ha una certificazione sociale o ambientale rilasciata da terzi oppure proviene da Fornitori Principali purpose-driven o certificati da un organismo indipendente?	Più del 75%	1,04	1,04
Acquisti fatti a fornitori con scarse risorse	L'azienda acquista direttamente da fornitori svantaggiati che ppartengono a mercati a basso reddito, al di sotto della soglia di povertà o in condizioni di estrema povertà?	Sì, l'azienda acquista direttamente da fornitori con scarse risorse	0	0
Tipi di fornitori in situazione di vulnerabilità	Che tipi di fornitori appartenenti ai mercati sottoserviti sono parte della catena di fornitura dell'azienda?	Fornitori/piccole aziende agricole (meno di 50 lavoratori) che appartengono a mercati in situazione di vulnerabilità. Microimprenditori/artigiani appartenenti a mercati in situazione di vulnerabilità	0	0
Condizioni commerciali vantaggiose per fornitori in situazione di vulnerabilità	L'azienda offre qualcuna delle seguenti condizioni commer- ciali ai fornitori sottoserviti della propria catena di fornitura? La risposta a questa domanda, che non assegna punti diret- tamente, si combina con altre risposte per calcolare automa- ticamente il suo punteggio in questa sezione dell'assessment.	Si paga un prezzo maggiore al prezzo di mercato per sostenere la comunità e fomentare il suo sviluppo	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Percentuale di acquisti con condizioni commerciali vantaggiose per i fornitori	Che percentuale del costo dei materiali proviene da acquisti fatti a gruppi di fornitori sottoserviti secondo le condizioni commerciali indicate precedentemente? 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.		0	0
Acquisti fatti da fornitori che godono di condizioni commerciali vantaggiose	Qual è il costo totale dei materiali acquisiti da fornitori a cui vengono offerte delle condizioni commerciali vantaggiose?	205000	0	0
Monitoraggio dei sovrapprezzi pagati ai fornitori	L'azienda tiene un registro dei sovrapprezzi pagati ai fornitori?	Sì	0,58	0,58
Sovrapprezzo pagato ai fornitori	In caso di risposta affermativa, qual è il sovrapprezzo pagato ai fornitori in media durante l'ultimo anno (sia in prodotto che in salario)? Si prega di indicare il sovrapprezzo come % del prezzo pagato per prodotto o per ora.	40	0	0
Metodologia per calcolare i sovrap- prezzi pagati ai fornitori	Utilizzare la scheda per descrivere la metodologia utilizzata dall'azienda per calcolare i sovrapprezzi pagati ai produttori.	L'azienda ha una politica di sostegno del professionista e ottimizzazione dei risultati/ servizi erogati in base al luogo di destinazione.	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Gestione innovativa della catena di fornitura per ridurre la povertà	Riconosce qualcosa di diverso o d'innovativo nell'approccio dell'azienda per quanto riguarda i piccoli fornitori che abbia generato un cambiamento nel settore? È stato qualcosa di unico ed esclusivo al momento della creazione e poi è stato imitato da altre organizzazioni? Si prega di fondare la risposta.	L'azienda ha una politica formale per l'assunzione di fornitori locali o professionisti vicini alle comunità servite.	0	0
Sostegno ai piccoli fornitori	L'azienda offre servizi di soste- gno a fornitori in situazione di vulnerabilità o partecipa nella prestazione di questo tipo di servizi? Questa domanda è considerata per calcolare il punteggio di un'altra domanda che contribuisce al punteggio totale.	Sviluppo della capacità per migliorare l'efficienza delle operazioni del fornitore. Sviluppo della capacità per migliorare le pratiche sociali o ambientali del fornitore. Supporto e formazione per migliorare la qualità dei prodotti e mantenere lo standard di garanzia della qualità del fornitore.	0	0
Percentuale degli acquisti fatti a piccoli fornitori che ricevono un sostegno da parte dell'azienda	Che percentuale del costo totale dei materiali dell'ultimo anno fiscale proviene dai fornitori sottoserviti che abbiano ricevuto il sostegno precedentemente menzionato per sviluppare le loro capacità?		0	0
Verifica delle condizioni lavorative e dei giusti stipendi	L'azienda verifica che le condizioni di lavoro e i salari offerti dai fornitori soddisfino standard affidabili e permettano di garantire la dignità e l'autonomia dei loro lavoratori? La risposta a questa domanda, che non assegna punti direttamente, si combina con altre risposte per calcolare autonaticamente il suo punteggio in questa sezione dell'assessment.	I lavoratori ricevono un salario uguale o superiore al salario equo di terze parti o al salario minimo per l'industria/il prodotto/ il mercato.	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Acquisti fatti a fornitori in situazione di vulnerabilità	Che percentuale dei costi dei materiali dell'ultimo anno fiscale dell'azienda provenivano da acquisti fatti con fornitori che sono stati verificati essere sottoserviti secondo qualcuna delle metodologie selezionate nella domanda precedente? La risposta a questa domanda, che non assegna punti direttamente, si combina con altre risposte per calcolare autonaticamente il suo punteggio in questa sezione dell'assessment.		0	0
Monitoraggio dei salari e delle condizioni di lavoro	Come si controllano e monitorano le condizioni di lavoro per poter garantire il rispetto costante degli standard anteriormente descritti?	Nessuna delle opzioni precedenti	0	0,58
Certificazione esterna della catena di fornitura	Le pratiche commerciali o gli acquisti dell'azienda sono certificati da un'entità esterna?	No	0	0
Monitoraggio dell'impatto sui lavoratori	L'azienda monitora l'impatto del lavoro affidato a fornitori di piccole dimensioni sulla vita dei dipendenti dei fornitori?	No	0	0,58
Accesso ai processi della catena di distribuzione e fornitura	I clienti e/o il pubblico hanno accesso alle informazioni sui processi della supply chain?	Nessuna delle opzioni precedenti	0	0,58
Descrizione della Comunità locale	Si prega di descrivere il modo in cui l'azienda definisce la comunità locale in cui opera (ad esempio l'area metropolitana della città, la regione, ecc.)	La comunità locale è l'area metropolitana di Milano. Più di 8000 condomini e utenti finali serviti si trovano nella provincia di Milano.	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibil
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.	10,21	10,21
Acquisti da fornitori locali	Durante l'ultimo anno fiscale, qual è stato l'importo totale degli acquisti realizzati dall'a- zienda ai fornitori indipendenti locali (in termini di valuta)?	205000	0	0
Acquisti realizzati da compagnie locali indipendenti	Che percentuale delle spese non lavorative dell'azienda è stata effettuata con fornitori locali indipendenti?	0-49%	0	5,11
Vendite ai consumatori locali	Che parte del fatturato totale è stato generato da vendite realizzate a clienti locali nell'ultimo anno fiscale?	100	0	0
Clienti locali e indipendenti	Quale percentuale del fatturato dell'azienda proviene da clienti o consumatori locali e indipendenti?	96%-100%	5,11	5,11
Pratiche addizionali per modelli di business locali	In quali altri modi l'azienda sostiene la comunità locale?	L'azienda lavora con banche locali e indipendenti, (comprese banche in cui almeno il 50% dei prestiti/depositi provenienti da o verso fonti locali all'interno di 3 stati/province se negli Stati Uniti o in Canada ed entro 300km se in un altro paese). L'azienda fornisce spazi condivisi per le organizzazioni locali. L'azienda ha patrocini o programmi di investimento nella comunità locale.	3,06	5,11

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Servizio alle comunità locali in situazioni di vulnerabilità	La comunità in cui opera l'azienda, e che l'azienda sostiene tramite le pratiche precedentemente descritte, è una comunità in situazione di vulnerabilità?	No	0	2,55
Misurazione dei risultati	In che modo l'azienda ha misurato risultati o determinato se gli impegni formali identificati precedentemente contribuiscono allo sviluppo dell'economia locale?	L'azienda ha fatto dei sondaggi ai beneficiari per conoscere e capire i risultati generati. L'azienda utilizza gruppi di controllo non randomizzatiper paragonare la propria prestazione. L'azienda utilizza dati aggregati forniti da terzi per definire benchmark e paragonare le performance del proprio impatto.	0,64	0,64
Efficacia del modello di business locale	Per quale percentuale dei beneficiari si può verificare l'impatto positivo del risultato indicato precedentemente?	100%	0,64	0,64
Risultati a lungo termine	I risultati ottenuti dimostrano che l'azienda sta generando impatti permanenti o a lungo termine per i beneficiari?	Sì	0,64	0,64
Modello di aziende locali innovativo	Riconosce qualcosa di diverso o d'innovativo nell'approccio della Sua azienda verso lo sviluppo economico locale in modo tale che abbia generato un cambiamento nell'industria? È stato qualcosa di unico ed esclusivo al momento della creazione e poi è stato imitato da altre organizzazioni? Si prega di spiegare.	Delivery Care si dedica all'assistenza sanitaria domiciliare non solo dei soggetti fragili e anziani, ma prende in carico tutti i componenti della famiglia.	0	0

L'ambiente valuta le pratiche complessive di gestione ambientale di un'azienda, nonché il suo impatto su aria, clima, acqua, territorio e biodiversità.

Ciò include l'impatto diretto delle operazioni di un'azienda e, ove applicabile, della sua catena di approvvigionamento e dei canali di distribuzione.

Questa sezione riconosce anche le aziende con processi produttivi innovativi dal punto di vista ambientale e quelle che vendono prodotti o servizi che hanno un impatto ambientale positivo.

Alcuni esempi potrebbero includere prodotti e servizi che creano energia rinnovabile, riducono il consumo o gli sprechi, preservano la terra o la fauna selvatica, forniscono alternative meno tossiche al mercato o istruiscono le persone sui problemi ambientali.

Area di impatto							
Am	bi	ie	nte				

Domande/Risposte

Punteggio generale

Punteggio delle operazioni

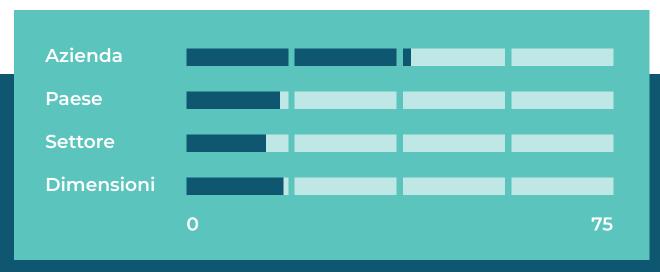
39.9

7.6

Punteggio IBM

N/A Punteggio

Benchmark



Ambiti di valutazione delle risposte

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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 affittati dall'azienda	0	0
Maggioranza degli acquisti: prodotti fisici o servizi	La maggior parte delle spese non lavorative dell'azienda sono per servizi o prodotti fisici? Queste risposte determinano quali future domande della valutazione sono valide per la sua azienda.	Servizi e prodotti non fisici come per esempio software.	0	0
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 valutato 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 vendita o di produzione 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.	0	0
Descrizione dell'impatto ambientale positivo del prodotto/servizio	Come descriverebbe il risultato positivo per l'ambiente generato dal prodotto/servizio dell'azienda?	L'azienda propone un modello innovativo basato sui gruppi d'acquisto in modo da rendere smart, sostenibile e conveniente l'esperienza sanitaria a domicilio.	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Impatto ambientale positivo di prodotti e servizi	L'impatto ambientale positivo descritto i precedenza è dato dal prodotto o servizio (escluso il packaging), oppure è 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).	0	0
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.	Riduce l'uso di sostanze tossiche o è realizzato con sostanze meno tossiche/ pericolose (ad esempio servizi di bonifica aree industriali dismesse, alimenti biologici certificati, detergenti non tossici). Educa, misura, cerca o fornisce informazioni per risolvere i problemi ambientali (ad esempio, consulenza o audit ambientali).	0	0
Descrizione dei metodi di riduzione di tossine e inquinamento	Si prega di spiegare il dettaglio in che modo il prodotto o servizio dell'azienda contribuisce a ridurre l'utilizzi di sostanze tossiche o pericolose, previene l'inquinamento o aiuta a ridurre gli scarichi nell'aria, nel suolo o nelle acque.	Attraverso la centrale operativa attiva 24/7, l'azienda riesce a tenere sotto controllo gli spostamenti dei propri professionisti, ridurne il tragitto e la conseguente emissione di CO2.	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Impatto diretto sulla riduzione o bonifica della tossicità del prodotto o servizio	Essere meno tossici o fornire un rimedio alle tossine, oltre a quello che è richiesto per legge, è un impatto ambientale positivo e diretto del prodotto o servizio dell'azienda? Rispondendo in modo affermativo, avrà accesso ad ulteriori sezioni del B Impact Assessment che includono domande specifiche su questo Business Model.	Sì	0	0
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 o fornisce consulenza strategica su tematiche ambientali.	Attraverso la piattaforma online molti servizi vengono gestiti direttamente da smartphone, PC o tablet. In questo modo fin dalle prime comunicazioni, ad arrivare alla consegna del referto online l'impatto è notevole e sostanziale.	0	0
Prodotto o servizio focalizzato sull'educazione ambientale	L'educazione ambientale è direttamente un prodotto o 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.	No, forniamo educazione ambientale in altri modi (attraverso il packaging, campagne di sensiilizzazione, ecc) ma il prodotto o servizio dell'azienda non lo fa direttamente.	0	0
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?	N/A	0	1,43

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibil
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?	Programmi di riduzione dei rifiuti (incluso il riciclo).	0,48	1,43
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 es. efficienza energetica, riciclaggio, ecc.). È 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.	2,86	2,86
Sistemi di gestione ambientale	L'azienda dispone di un sistema di gestione ambienta-le (EMS) che copra la produzione di rifiuti, il consumo di energia, l'utilizzio di acqua e le emissioni di anidride carbonica? Quale dei seguenti elementi fanno parte del sistema? Per favore selezioni tutte le opzioni corrispondenti.	L'azienda non possiede una SGA (Sistema di Gestione Ambientale)	0	1,43

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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.	0	0,97
Utilizzo di energia rinnovabile	Che percentuale del consumo di energia proviene da fonti rinnovabili? Includere l'elettricità ed altri consumi energetici da riscaldamento, acqua calda, ecc.	Non lo so	0	0,48
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.	Non lo so	0	1,94
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?	Nessuna delle opzioni precedenti	0	0,97

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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 sartanno valide per l'azienda.	Attualmente non controlliamo e registriamo le emissioni.	0	0,97
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?	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.	0,73	0,97
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?	N/A - Non si sono acquistate delle compensazioni di emissioni di carbonio.	0	0,97
Monitoraggio e gestione dei consumi d'acqua	In che modo l'azienda gestisce e controlla i consumi d'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.	0	3,5
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?	Nessuna delle opzioni precedenti.	0	3,5

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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.	0	1,44
Programmi di riciclo	L'azienda ha un programma generale di recupero e riciclaggio per i seguenti materiali?	Carta Cartone Plastica Vetro e metallo	1,44	1,44
% di materiali riutilizzabili/ riciclabili	Quale percentuale dei materiali utilizzati per i prodotti (in volume) è costituita da materiali riciclabili (ed etichettati come tali) o materiali biodegradabili nelle aree in cui vengono venduti (prodotto + imballaggio)?	Non lo so.	0	1,44
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	1,44	1,44
Metodi di riduzione dell'uso di sostanze chimiche	Quali dei seguenti prodotti ecologici sono stati acquisiti per la maggior parte dagli stabilimenti dell'azienda?	Prodotti di pulizia non tossici. Forniture per ufficio con materiali riciclati e/o acquistati dall'elenco dei fornitori preferiti per il rispetto dell'ambiente (carta, penne, quaderni, ecc).	0,72	1,44

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Descrizione della riduzione di tossine e inquinamento	Quali delle seguenti descrizioni è applicabile al prodotto o servizio offerto dall'azienda? La risposta a questa domanda non assegna punti direttamente ma si combina con altre risposte per calcolare automaticamente il punteggio in questa sezione dell'assessment.	Il prodotto/servizio contribuisce a rimediare ai danni ambientali causati dagli scarichi nell'aria, nella terra o nell'acqua (es. ripristino di aree contaminate, bonifica di perdite di petrolio).	0	0
Fatturato generato dai prodotti/ servizi di risanamento ambientale/ riduzione delle tossine	Quale 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.	502823	0	0
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.	Nessuna delle precedenti.	0	0
Riduzione di sostanze tossiche	Quale è la percentuale media di riduzione di sostanze tossiche /nocive o di prevenzione dell'inquinamento (in peso o in volume) raggiunta dal prodotto o servizio?		0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Gestione della riduzione di tossine	In che modo vengono misurati e gestiti i risultati diretti, i risultati indiretti, gli effetti o l'impatto del prodotto o servizio dell'azienda?	L'azienda ha lavorato in modo diretto 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'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 e duraturo per i propri beneficiari.	1,07	1,07
Efficiacia del risanamento/ riduzione delle tossine	In caso di avere condotto delle ricerche direttamente su prodotti e servizi dell'azienda, i risultati confermano che si stanno raggiungendo risultati indiretti positivi per l'ambiente?	N/A - Non si sono condotte ricerche.	0	1,07
Misurazione dei risultati	In che modo l'azienda ha misurato i risultati o ha determinato che il suo prodotto o servizio contribuisce a generare i risultati positivi precedentemente identificati nella domanda "Caratteristiche del prodotto/servizio: riduzione di tossine e inquinamento"?	L'azienda ha fatto sondaggi ai beneficiari per conoscere e capire i risultati generati.	0,27	1,07
Risultati a lungo termine	I risultati ottenuti dimostrano che l'azienda sta generando impatti permanenti a lungo termine per i beneficiari?	Sì	1,07	1,07

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Metono innovatore di risanamento/ riduzione delle tossine	C'è qualcosa di innovativo o diverso nell'azienda per quanto riguarda il proprio prodotto/servizio basico che abbia generato un cambiamento nel settore? È stato qualcosa che si può replicare, unico al momento della creazione, e che poi è stato imitato da altre organizzazioni?	L'azienda pone la propria mission di assitenza sanitaria domiciliare in modo smart. Attraverso la propria piattaforma riesce a lavorare con gruppi di acquisto presenti nei condimini ed erogare servizi sostenibili e di qualità.	0	0

"Clienti" valuta la gestione dei propri clienti da parte di un'azienda attraverso la qualità dei suoi prodotti e servizi, il marketing etico, la privacy e la sicurezza dei dati e i canali di feedback.

Inoltre, questa sezione riconosce i prodotti o servizi progettati per affrontare un particolare problema sociale per o tramite i suoi clienti, come prodotti sanitari o educativi, prodotti & artistici, servire clienti/clienti svantaggiati e servizi che migliorano l'impatto sociale di altre aziende o organizzazioni.

Area di impatto Clienti

Domande/Risposte

24/24

Punteggio generale

34.4

Punteggio delle operazioni

3.8

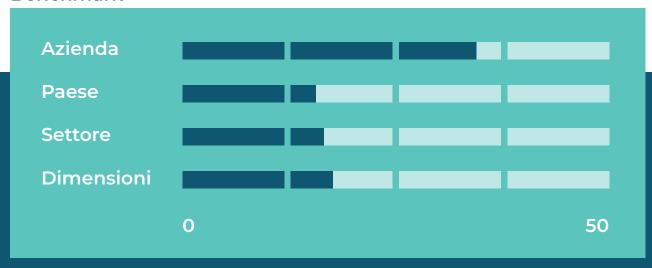
Punteggio IBM

30.6

N/A Punteggio

0.0

Benchmark



Ambiti di valutazione delle risposte

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
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?	Sì	0	0
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	0	0
Impatto positivo dei prodotti/ servizi	Come descriverebbe l'esito positivo per i clienti che genera il prodotto/servizio dell'azienda?	Attraverso la piattaforma i pazienti sono più attenti alle cure e possono ricevere consulti in qualsiasi momento e luogo 24/7, nel comfort e nella privacy di casa.	0	0
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?	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 o per promuovere lo sport, occhiali con prescrizione). Maggiore accesso al mercato attraverso infrastruttura fisica e tecnologica (per esempio telecomunicazione cellulare, tecnologia o software aziendale, strade, ponti, vie ferroviarie, porti, costruzione e materiali da costruzione che prima non erano disponibili).	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Impatto sulla salute e sull'ambiente	L'impatto sulla salute del prodotto/servizio dell'azienda ha anche un significativo impatto ambientale positivo? Prodotti meno tossici, per esempio, hanno un impatto ambientale positivo oltre all'impatto nella salute umana. Questo impatto è considerato nell'Area di Impatto Ambientale e non in questa sezione.	Sì	0	0
Accesso all'infrastruttura	I progetti di infrastruttura di base che l'azienda sostiene o sviluppa, sono destinati specificamente ad aree in cui precedentemente non c'era accesso a quel tipo di infrastruttura? Se risponde in modo affermativo, avrà accesso a ulteriori sezioni del B Impact Assessment che includono domande specifiche su questo Business Model d'impatto.	No	0	0
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.	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Numero di clienti: Organizzazioni	Numero totale di clienti. Organizzazioni servite negli ultimi 12 mesi:	46	0	0
Numero di clienti: Persone fisiche	Numero totale di clienti. Individui serviti negli ultimi 12 mesi:	1871	0	0
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 e consumatori?	L'azienda offre garanzie contrattuali e non, e politiche di protezione rispetto ai propri prodotti e 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 riceveder 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.	1	1
Canali per lasciare feedback e reclami	Qualcuna delle seguenti affermazioni è vera rispetto ai meccanismi messi a disposizione dei clienti per lasciare feedback, domande o reclami?	I prodotti e/o siti web contengono l'informazione necessaria per contattare il servizio clienti. L'azienda risponde a tutti i reclami e le richieste entro un mese dalla loro ricezione. L'azienda offre supporto in tempo reale ai propri clienti.	0,75	1

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibil
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 ha obiettivi specifici di soddisfazione dei consumatori/clienti. Nell'ultimo anno l'azienda ha raggiunto gli obiettivi specifici di soddisfazione.	0,8	1
Gestione dell'impatto dei prodotti	L'azienda mette in pratica alcune 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.	0,33	1
Uso di dati e privacy	Come usa e protegge i dati l'azienda?	L'azienda ha una politica disponibile al pubblico sull'uso di dati a 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.	1	1
Descrizione dei beneficiari appartenenti a comunità in situazione di vulnerabilità	Descriva i beneficiari o gli utenti finali dei prodotti o servizi e specifichi che caratteristiche sono tenute in conto per determinare che sono persone appartenenti a duna comunità in situazione di vulnerabilità.	L'azienda offre i propri servizi a disabili, minori, donne e persone svantaggiate occupandosi con focus specifico di tutti i condomini presenti sul territorio e nelle comunità di riferimento.	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Monitoraggio di beneficiari di popolazioni in situazione di vulnerabilità	In che modo viene determinato che i beneficiari dei prodotti o servizi dell'azienda appartengono a gruppi in situazione di vulnerabilità?	L'azienda raccoglie dati demografici sui beneficiari delle organizzazioni con cui lavora (per esempio il loro livello di redditi) che potrebbero essere utili per determinare se appartengono a comunità tradizionalmente in situazione di vulnerabilità. L'azienda raccoglie dati sull'accesso dei suoi beneficiari ad altri prodotti o servizi che generano i risultati desiderati. L'azienda utilizza o conduce indagini secondarie sui mercati e sui beneficiari per stabilire il livello di accesso ai prodotti e ai risultati generati.	0	0
Tipi di beneficiari in situazione di vulnerabilità	In base ai risultati ottenuti attraverso il monitoraggio dei gruppi demografici beneficiari, quali delle seguenti opzioni descrive meglio le comunità a cui l'azienda offre i suoi servizi? La risposta a questa domanda, che non assegna punti direttamente, si combina con altre risposte per calcolare automaticamente il punteggio di questa sezione dell'assessment.	Individui alla base della piramide sociale.	0	0
Gruppi in situazione di vulnerabilità	Se pertinente, a quale dei seguenti gruppi di beneficiari si rivolge il prodotto/servizio dell'azienda?	Bambini (di età inferiore ai 5 anni). Bambini e adolescenti (più di 5 anni ma minori di 18 anni). Adulti. Terza età/adulti anziani. Persone disabili. Minoranze/popolazioni precedentemente escluse. Donne. Donne in gravidanza.	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibil
Fatturato proveniente dalla vendita di prodotti/ servizi a popolazioni in difficoltà	Quanto fatturato è stato generato nell'ultimo anno fiscale dalle vendite a gruppi demografici sottoserviti identificati nella domanda "Tipi di beneficiari sottoserviti".	200000	0	0
Percentuale di clienti in difficoltà	Che percentuale di consumatori/beneficiari finali del prodotto o servizio dell'azienda negli ultimi 12 mesi provengono da gruppi demografici sottoserviti identificati nella domanda "Tipi di beneficiari sottoserviti"? La risposta a questa domanda, che non assegna punti direttamente, si combina con altre risposte per calcolare automaticamente il punteggio in questa sezione dell'assessment.	60	0	0
Monitoraggio dei beneficiari	Se l'azienda ha un registro della quantità di beneficiari dei suoi prodotti/servizi, che unità di misura utilizza a tale scopo? Verrà chiesto di indicare il numero di beneficiari raggiunti per ogni categoria selezionata.	Persone fisiche. Famiglie. Comunità. Istituzioni Governative.	0	0
Comunità sottoservite	Quanti comunità servite dall'azienda negli ultimi 12 mesi potrebbero essere considerate come appartenenti ai gruppi in situazione di vulnerabilità precedentemente selezionati? Le stime entro il +/-5% sono accettabili.	5	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Famiglie in situazione di vulnerabilità	Quante famiglie servite dall'azienda negli ultimi 12 mesi potrebbero essere considerate come appartenenti ai gruppi in situazione di vulnerabilità selezionati precedentemente? Si assicuri di non contare persone fisiche e famiglie per non duplicare il risultato. Le stime entro +/-5% sono accettabili.	500	0	0
Individui sottoserviti	Quanti clienti personali serviti dall'azienda negli ultimi 12 mesi potrebbero essere considerati come appartenenti ai gruppi svantaggiati selezionati precedentemente? Si assicuri di non contare persone fisiche e famiglie per non duplicare il risultato. Le stime entro +/-5% sono accettabili.	5	0	0
Entità Governative in situazione di vulnerabilità	Quante istituzioni governative servite dall'azienda negli ultimi 12 mesi potrebbero essere considerate come appartenenti ai gruppi in situazione di vulnerabilità precedentemente selezionati? Le stime entro il +/-5% sono accettabili.	0	0	0
Monitoraggio dei clienti in situazione di vulnerabilità	In che modo calcolerebbe il totale dei clienti/consumatori sottoserviti che sono stati raggiunti dall'azienda?	La maggioranza dei clienti continuano con l'azienda anno dopo anno e le cifre più recenti rispettive agli ultimi 12 mesi riflettono grossomodo la quantità totale di beneficiari fino a oggi.	0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Aumentare l'accessibilità per i gruppi in situazione di vulnerabilità	L'azienda realizzza qualcuna delle seguenti azioni per migliorare l'accessibilità o l'impatto del suo prodotto per le popolazioni in situazione di vulnerabilità che serve?	L'azienda utilizza un modello di sussidi incrociato, in cui stabilisce prezzi più alti per i clienti a reddito medio-alto, con lo scopo di facilitare l'offerta di prezzi più bassi/ sussidiati a clienti a basso reddito. Il prodotto/servizio include opzioni di finanziamento senza interesse o al di sotto del tasso di interesse del mercato (offerte direttamente dall'azienda o attraverso un socio finanziario) con rate basse affinchè le persone al di sotto della soglia di povertà possano accedere al prodotto/servizio. Il modello di determinazione del prezzo è trasparente per tutti i clienti. Il fornitore fornisce formazione per l'uso sicuro e/o la manutenzione del prodotto/servizio. Si può verificare che i prezzi siano uguali o più bassi delle alternative del mercato che non sono focalizzate su comunità sottorappresentate. L'informazione del prodotto si valuta e si elabora a seconda del livello di alfabetizzazione e i bisogni degli utenti finali. La progettazione del prodotto ha specifiche diverse alle alternative comuni pensate specificamente per gruppi svantaggiati (per esempio contenitori più piccoli per minimizzare i costi iniziali).	1,8	1,8

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Pratiche innovative per migliorare l'accessibilità	Per favore utilizzi l'apposito spazio qui sotto per descrivere qualsiasi tecnologia innovativa, di distribuzione, o modelli di pricing selezionati precedentemente.	Software online e e-commerce proprietario	0	0
Clienti alla base della piramide sociale (BoP) serviti	Se rilevante, quante delle persone fisiche servite dall'azienda durante gli ultimi 12 mesi qualificano come appartenenti alla base della piramide sociale con un reddito inferiore a USD 2.50 al giorno? Le stime entro un rango di +/-5% sono accettabili. Si prega di non contare due volte lo stesso cliente (per esempio, se ha riportato 5 famiglie, non sommare anche gli stessi individui che le compongono).		0	0
Clienti domestici alla base della piramide sociale (BoP) serviti	Se rilevante, quante delle persone fisiche servite dall'azienda durante gli ultimi 12 mesi qualificano come appartenenti alla base della piramide sociale con un reddito inferiore a USD 2.50 al giorno? Le stime entro un rango di +/-5% sono accettabili. Si prega di non contare due volte lo stesso cliente (per esempio, se ha riportato 5 famiglie, non sommare anche gli stessi individui che le compongono).		0	0

Riepilogo delle domande	Domanda	Risposte fornite	Punti Ottenuti	Punti Disponibili
Percentuale di beneficiari alla base della piramide sociale (BoP)	Che percentuale dei clienti o beneficiari dell'azienda negli ultimi 12 mesi, sono considerati appartenenti alla base della piramide con un reddito inferiore a USD 2,50 al giorno? Le stime entro un intervallo di +/-5% sono accettabili. Per vedere il valore in valuta locale, consulti il convertitore di divise provvisto nel Testo di Aiuto.	Software online e e-commerce proprietario	0	14,4
Fatturato generato da vendite alla popolazione appartenente alla base della piramide sociale	Quanto fatturato si è generato nell'ultimo anno fiscale a partire dalla vendita ai clienti che vivono con meno di USD 2,50 al giorno i cui ingressi siano stati verificati?		0	0

Nota metodologica.

Questo report di sostenibilità rappresenta un passaggio importante del percorso di innovazione verso un business model sostenibile.

DELIVERY CARE SRL – SB è spinta dalla volontà di comunicare i risultati ottenuti nell'ultimo anno in ambito economico, sociale e ambientale circoscritte nell'anno.

Scopo della relazione di impatto

Per ottemperare agli obblighi stabiliti dalla Legge 28-12-2015 n. 208, commi 376-384, in materia di Società Benefit, DELIVERY CARE SRL – SB misura e rendiconta il proprio impatto sociale e ambientale attraverso la Relazione di Impatto annuale che è composta da due parti:

- a) valutazione dell'impatto complessivo di DELIVERY CARE SRL SB attraverso uno standard di terza parte: il BIA (Benefit Impact Assesment);
- b) risultati raggiunti da DELIVERY CARE SRL SB nel 2021 in riferimento alle finalità specifiche di beneficio comune inserite nello statuto dell'azienda insieme agli obbiettivi da raggiungere.

La relazione di impatto rappresenta lo strumento con il l'azienda comunica all'interno e all'esterno gli impegni, la strategia, le modalità di azione, la gestione e i risultati dell'attività aziendale.

Percorso di rendicontazione e approvazione

La relazione è stata predisposta considerando i contenuti degli standard internazionali del BIA (Benefit Impact Assesment) e viene approvato dal Consiglio di Amministrazione di Delivery Care Srl – SB in data 27/04/2022.

I dati e le informazioni contenute in questa relazione fanno riferimento all'anno 2021 (dal 1° gennaio al 31 dicembre).

Dove disponibile sono presenti dati comparativi riferiti all'anno precedente, al fine di presentare un andamento delle performance su un orizzonte temporale più lungo.

Periodicità

Annuale

Assurance esterna

Il presente report viene revisionato da parte di professionisti indipendenti esterni.

Contatti

- www.deliverycare.it
- https://www.facebook.com/deliverycare.it
- (i) https://www.instagram.com/delivery_care
- https://www.linkedin.com/in/delivery-care info@deliverycare.it
- info@deliverycare.it

Lettera agli Stakeholders

Le attività di rendicontazione richiedono un periodo di circa 4 mesi, da gennaio fino all'approvazione del bilancio.

Si articolano in cinque fasi:

1 Raccolta, verifica e analisi dei dati ricevuti

È stato strutturato un sistema interno di raccolta che consente la completa tracciabilità dei dati utilizzati in questo documento per assicurarne la veridicità e la correttezza, garantendo allo stesso tempo il completo rispetto del criterio di trasparenza

2 Valutazione impatto complessivo

I dati raccolti vengono utilizzati anche per tracciare l'impatto complessivo dell'impresa tramite standard creati da terze parti indipendenti, come richiesto dalla normativa sulle Società Benefit. Al momento utilizziamo: il Benefit Impact Assessment, che analizza le aree di Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti, riconsegnando una singola valutazione complessiva;

3 Attivazione degli uffici interni

Al fine di collaborare alla definizione dei contenuti della relazione, sono state identificate le persone responsabili del perseguimento delle attività relative alle finalità specifiche di beneficio comune.

4 Stesura della relazione

In conformità ai requisiti di legge sulle Società Benefit, la relazione viene redatta tenendo conto degli ultimi sviluppi in ambito di reportistica non finanziaria..

5 Elaborazione della grafica e dei testi

Al fine di rendere più intellegibili le informazioni contenute nella relazione, i nostri professionisti della creatività hanno realizzato un prodotto che si presti a differenti livelli di lettura.

Si tratta di un lavoro di squadra che portiamo avanti con orgoglio e con la consapevolezza che sia sempre necessario migliorarsi.

Tutto è studiato per rendere questo documento reale interprete del cambiamento che Delivery Care contribuisce a generare quotidianamente, consegnando l'immagine più completa e veritiera del suo impatto, coerentemente con le finalità di divulgazione che impone la legge sulle Società Benefit.

Un ringraziamento speciale a tutti quanti hanno collaborato alla redazione di questo documento e a tutti coloro che dedicheranno del tempo alla nostra Relazione di Impatto.

La presente Relazione di Impatto è stata redatta in collaborazione con CREAZIONEIMPRESA SRL-SB, soggetto indipendente da Delivery Care ed esperto nella predisposizione di documentazione non finanziaria.



CREAZIONEIMPRESA SRL -SB Viale Majno 28, Milano info@creazioneimpresa.it Tel: +39 02 87 17 86 74 Web: www.creazioneimpresa.net



Il Consiglio di Amministrazione di Delivery Care Srl SB ha nominato responsabile dell'impatto sociale il Sig.: Aldo Rossi.
Foro Buonaparte, 59 - 20121 Milano +39 02 50047124 | a.rossi@deliverycare.it www.deliverycare.it

Foro Buonaparte, 59 – 20121 Milano Sede operativa: Piazza Luigi di Savoia, 2 Milano



