

NATIVA

EMBRACE RADICALITY

RELAZIONE DI INTERDIPENDENZA 02021



Giugno 02022





IL VIOLA

**Il viola rappresenta il futuro, l'immaginazione e i sogni.
È il colore dei rivoluzionari, dei visionari, dei pensatori liberi e dei Nativer.
A causa della sua scarsità in natura è legato alla creatività sfrenata.**

Risiedendo per la maggior parte nello spettro ultravioletto, solo una parte del viola è chiaramente visibile, proprio come il futuro.

Per NATIVA, il viola ispira radicalità ed evoluzione e porta alla luce la realtà che da sempre immaginiamo e che vogliamo realizzare.



IL NOSTRO MANIFESTO

N

NON SIAMO ADATTI AGLI INDECISI, AI SONNAMBULI, A CHI RESTA A GUARDARE COMPORTANDOSI COME SE LA CRISI CLIMATICA NON FOSSE REALE, IGNORANDO LE DISUGUAGLIANZE E DIMENTICANDO CHE NOI ESSERI UMANI FACCIAMO PARTE DI UN MONDO INTERDIPENDENTE.

SIAMO QUI PER I LEADER CHE VOGLIONO LASCIARE IL SEGNO, CHE HANNO SCELTO DI AGIRE E DI LASCIARE IL MONDO IN CONDIZIONI MIGLIORI DI QUELLE IN CUI L'HANNO TROVATO. PER QUELLI CHE DICONO NO ALLE SOLUZIONI DI FACCIATA. PER QUELLI CHE VOGLIONO GENERARE UN IMPATTO POSITIVO E SVILUPPARE IL POTENZIALE DEL

PROPRIO BUSINESS NEL FARE ALTRETTANTO.

NOI DI NATIVA CREDIAMO CHE SOLO PRENDENDO UNA POSIZIONE FORTE PUOI METTERE IN MOTO L'EVOLUZIONE. CHE SOLO QUANDO SENTI DI POTER ABBRACCIARE IDEE RADICALI E RIPENSARE IL MODO IN CUI FAI BUSINESS, IL CAMBIAMENTO POSITIVO PUÒ DIVENTARE REALTÀ.

TI AFFIANCHIAMO NEL TUO PERCORSO DI CAMBIAMENTO, AIUTANDOTI A REALIZZARE UNA RADICALE EVOLUZIONE DEL BUSINESS, METTENDO IN ATTO IL TUO PURPOSE, SOSPINTI DALL'ISPIRAZIONE UMANA E DA STRUMENTI FIGHISSIMI.

PREPARATI PER IL TUO PERCORSO DI EVOLUZIONE!



LETTERA DEI FOUNDER

Europa, Terra, Maggio 02022.

NATIVA è guidata dal futuro, dalla visione di una nuova configurazione in cui i paradigmi economici diventano rigenerativi per le persone e per il pianeta Terra. Tuttavia, quando si considerano orizzonti temporali brevi e si guarda a quanto è accaduto negli ultimi due anni, questo futuro potrebbe sembrare allontanarsi. In questo scenario NATIVA ha risposto rilanciando e crescendo a una velocità mai vista prima. Da anni parliamo di urgenza e di imperativi di cambiamento ma di fronte alla magnitudo delle sfide ci siamo chiesti se 'crescere' fosse la risposta adeguata: non basterebbero 100 NATIVA e 1000 anni per operare la grande trasformazione che immaginiamo. La NATIVA che ci ha portato fino a qui non è la stessa NATIVA che funzionerà nel futuro e per questo ci siamo messi in discussione per attuare un cambio di paradigma anche su noi stessi.

Nel 2021 abbiamo rimesso a fuoco la nostra identità e abbiamo realizzato meglio cosa ci definisce: la *Radicality*. Una definizione di 'radicale' che ci ha ispirato è "forme spettacolari di azioni che mutano un ordinamento e/o le istituzioni dalle fondamentali." Da sempre la nostra vocazione è di andare in profondità delle cose per comprenderle e per cambiarle, per modificarne il corso. Abbiamo riflettuto su come applicare questo mindset e attuare le 'azioni spettacolari' nel nostro agire quotidiano. Vogliamo che dove mettiamo mano - la nostra *Handprint* - le cose migliorino e abbiamo compreso che sempre più la Radicality deve permeare il nostro operato. Vogliamo *abbracciare* questo concetto, e l'abbraccio richiama una dimensione piena, profonda, di contatto. Umana. *Embrace Radicality*.

La conferma è venuta anche dai nostri principali interlocutori esterni a cui abbiamo chiesto come loro ci vedono: eravamo e rimaniamo *Regenerative Designer* che applicano il *Backcasting*, immaginiamo futuri desiderabili per realizzarli. E nel contempo l'aspettativa è che NATIVA sia sempre proiettata in avanti, che per noi significa connettere tutte le attività progettuali in un *flow* di evoluzione sistemico e applicare sempre principi di interdipendenza. Verso l'interno, abbiamo sentito la priorità di rispondere alle aspettative dei giovani che hanno scelto di affidare a NATIVA una parte importante della loro vita. Dopo anni proiettati al di fuori, ci siamo rifocalizzati su un migliore e necessario equilibrio in termini di benessere fisico e mentale delle persone, una dimensione complementare alla felicità. Siamo consapevoli di avere ancora molto da fare su questo fronte. Abbiamo scelto di curare con più attenzione il nostro 'viaggio' insieme, perché il nostro è un viaggio lungo e ogni singolo istante è prezioso e importante, forse ancora più della destinazione. Nel 02021, un anno di accelerazione, abbiamo scelto di trovare il tempo per andare in profondità. Perché solo un albero che abbia profonde, salde e ben curate le proprie radici può crescere, stagliarsi verso l'alto e moltiplicare i propri frutti.

**EMBRACE RADICALITY.
EVOLUTION WILL FLOW.**

Eric Boehlert *Federico Amore*



WHY

ESISTIAMO PER ACCELERARE LA TRANSIZIONE VERSO UN PARADIGMA RIGENERATIVO.

WHO

SIAMO DESIGNER RIGENERATIVI



ACCOMPAGNIAMO I LEGACY LEADER IN UNA RADICALE EVOLUZIONE DEL PROPRIO BUSINESS, ATTRAVERSO L'ISPIRAZIONE UMANA E STRUMENTI POTENTI.

WHAT

PERCHÈ LA RIGENERAZIONE?

Un nuovo paradigma, oltre la sostenibilità. Oggi i sistemi sociali e ambientali sono troppo compromessi e la sostenibilità non basta più. C'è bisogno di un modo radicale di pensare, che porti il mondo del business a diventare una **forza rigenerativa** per gli esseri umani e la biosfera.

Un'azienda adotta un paradigma rigenerativo quando capisce che il suo futuro dipende dalla capacità di creare più valore di quello che estrae dall'esterno per funzionare. Non si tratta di "dare indietro", la rigenerazione è "**dare in avanti**", è un viaggio che mira a creare valore economico, ambientale e sociale per il benessere delle attuali generazioni e di quelle future.

Negli ultimi 15 anni sono stati fatti grandi progressi nella capacità di misurare e migliorare il valore sociale e ambientale, di ridisegnare la governance per includervi gli stakeholder e contribuire al cambiamento dei sistemi economici. Queste sono innovazioni fondamentali che definiscono le imprese leader del futuro.

Ecco perché oggi migliaia di aziende scelgono di esistere per uno scopo diverso dal semplice profitto e di generare valore per le persone e il pianeta.

VALORE DI OUTPUT



VALORE DI INPUT

economico
sociale
ambientale

economico
sociale
ambientale

HOW

Grazie a un mix unico di attivazione del purpose, **ispirazione umana e strumenti potenti**, aiutiamo le imprese a disegnare la mappa per un impatto positivo e iniziare il loro percorso di cambiamento.



INDICE

IL NOSTRO MANIFESTO	1
LETTERA DEI FOUNDER	2
NATIVA	3
PREFAZIONE	5
NATIVA REFOCUS	6
USARE IL BUSINESS COME FORZA POSITIVA	8
IMPATTO 02021	9
1 FELICITÀ DELLE PERSONE	10
2 SISTEMI ECONOMICI E SOCIALI A PROVA DI FUTURO	16
3 EVOLUZIONE DI PRATICHE E MODELLI DI BUSINESS	28
4 SINERGIE	44
5 RESPONSABILITÀ, SOSTENIBILITÀ E TRASPARENZA	54
NOTA METODOLOGICA	61



PREFAZIONE

"The Earth is what we all have in common"
Wendell Berry

La relazione di interdipendenza dello scorso anno, dal titolo *Stop.Look.Go.*, si concentrava sul fermarsi, osservare, prendere consapevolezza e ripartire. Con il titolo di quest'anno sottolineiamo la necessità di un'evoluzione radicale, con radici profonde nel percorso fatto e l'aspirazione a 'portare il futuro nel presente', ovvero contribuire a fare in modo che tutte le più importanti scelte che facciamo siano finalizzate a creare condizioni favorevoli alla vita.

La pandemia, le guerre e la crisi climatica ci insegnano che il momento per agire è adesso. L'emergenza, oltre che sanitaria e climatica, è umana. Nel 2021, le disuguaglianze di distribuzione della ricchezza sono aumentate come mai prima dal 1945 ad oggi e il progresso verso il raggiungimento dei Sustainable Development Goal (SDGs) è diventato regresso. Andiamo incontro a una crisi alimentare di proporzioni mai viste negli ultimi decenni. La condizione delle donne ha vissuto un netto peggioramento - nel 2020 oltre il 90% dei nuovi disoccupati erano donne - e la fiducia nel futuro, soprattutto da parte dei giovani, è crollata.

Vogliamo contribuire a riportare umanità e pensiamo che per farlo sia necessario creare

più valore economico, sociale e ambientale di quanto ne utilizziamo per operare. Evolvere verso nuovi paradigmi è una scelta sempre possibile che i *legacy leader* sono in grado di prendere o, come diremmo noi, di abbracciare (*embrace*).

La registrazione di NATIVA presso la Camera di Commercio è avvenuta nel 02012, ma diciamo "NATIVA Est. 02023". Il nostro 'Established' è un target mobile, così come lo è il cammino verso la sostenibilità, che non è mai un punto di arrivo ma un continuo inizio. NATIVA è stata fondata nel futuro perché è lì che vuole guidarci.

Vogliamo lasciare il **nostro handprint radicale un'azione alla volta**, affiancando tutte le aziende e i *legacy leader* che, come noi, si prefiggono di portare il futuro nel presente. Questa relazione di interdipendenza racconta come lo facciamo, giorno per giorno, partendo da un'introduzione che si focalizza sull'analisi dei maggiori cambiamenti che NATIVA ha vissuto nel 02021, passando al racconto delle storie che mostrano il nostro contributo nelle cinque aree d'impatto principali per NATIVA, rappresentate dalle finalità specifiche di beneficio comune.



NATIVA REFOCUS

A dieci anni dalla nostra nascita 'giuridica' e data la crescita che stiamo vivendo, abbiamo deciso di fare il punto attraverso un processo di *stakeholder engagement*. Questo processo ha coinvolto i Nativer e 12 attori chiave del nostro ecosistema inclusi *legacy leader*, clienti, partner e media. Il dialogo con queste persone, avvenuto tramite la modalità delle *deep immersion*, è stato complementato da un'ana-

lisi del nostro mercato di riferimento e ci ha portati a individuare 11 temi materiali rispetto alle cinque finalità di beneficio comune di NATIVA. Queste conversazioni hanno dato il via ad un refocus sul nostro *brand* e un riallineamento sul nostro *purpose*, riassunto nella *Believer's Pyramid*: ovvero, attivare il pieno potenziale rigenerativo dei leader nelle imprese e in altri ambiti della società.

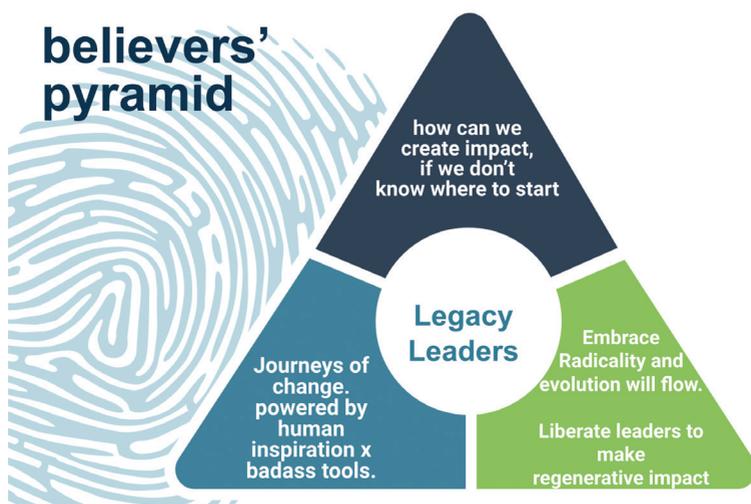


Figura 1. Believers' Pyramid

Guardarci dentro ci ha aiutati a capire e venire incontro alle necessità dei Nativer che sono arrivati ad essere più di 30 nel 02021. Per questo, dal 02021 si è unita a noi una persona dedicata alla crescita e allo sviluppo del *full potential* umano e professionale dei Nativer.

Abbiamo deciso di mantenerci fedeli alla nostra struttura originaria priva di gerarchie ma abbiamo messo a punto un **sistema di organizzazione interna, l'XYZ**, un quadro per lo sviluppo del pieno potenziale di NATIVA riportato qui sotto.



XYZ, the Physiology of NATIVA as a Living System

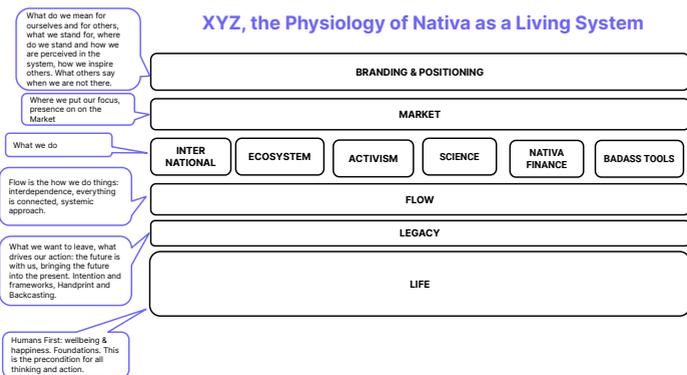


Figura 2. XYZ Framework

X, Y, e Z sono le coordinate, il punto spaziale e metaforico in cui NATIVA e le sue componenti si trovano oggi. E sono le coordinate di dove vogliamo essere in futuro. NATIVA è la risultante, la moltiplicazione delle componenti di NATIVA stessa, viste come un unico organismo vivente e interdipendente. Ma queste lettere possono voler dire molte altre cose: X è anche l'incognita e la moltiplicazione, Y è il Why, il perché agiamo, e Z è sia l'asse della profondità, sia la generazione che sempre più permea il nostro team.

Ogni Nativer si è collocato all'interno di uno di queste componenti e contribuisce al suo sviluppo, definendone gli obiettivi. LIFE serve da base per tutte le altre componenti, che si sviluppano come membrane permeabili

e rappresentano la mappatura degli organi interni a NATIVA. Il nostro obiettivo è consolidare ed implementare questo framework affinché accompagni la nostra crescita.

Già dal 02019, mettiamo al centro della relazione di impatto il concetto di interdipendenza fino ad attribuire questo nome alla relazione stessa. Riconosciamo di essere dipendenti l'uno dall'altro e responsabili verso le generazioni future. Crediamo che solo **agendo con il nostro ecosistema** possiamo creare il futuro che abbiamo immaginato. Per questo scegliamo intenzionalmente le nostre *partnership* con gli stakeholder del nostro ecosistema, programmando con ognuno di essi azioni condivise per la moltiplicazione dell'impatto.

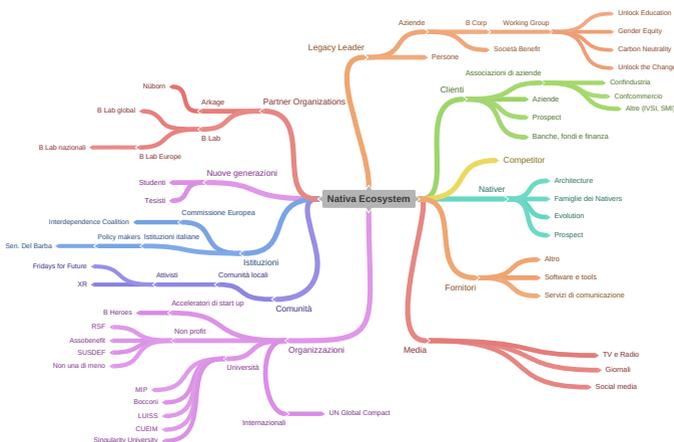


Figura 3. NATIVA Ecosystem & Stakeholder Mapping



USARE IL BUSINESS COME FORZA POSITIVA

NATIVA è nata come Società Benefit (SB), il nostro statuto ricalcava quello delle Benefit Corporation che da due anni esistevano negli USA. Quando l'abbiamo fondata non sapevamo di avere creato la prima Benefit Corporation in Europa. E quando siamo diventati B Corp, non sapevamo di essere anche la prima B Corp® certificata in Italia. Quello che stavamo facendo ci sembrava ovvio, ma le istituzioni non la vedevano allo stesso modo. Prima che fosse riconosciuta in Italia una forma giuridica *ad hoc*, abbiamo dovuto lottare per avere il nostro scopo riconosciuto nello Statuto: per quattro volte ci è stato respinto dalla Camera di Commercio di Milano, perché per un'azienda non era ammessa una finalità diversa da quella del profitto.

Al momento della trasformazione in Società Benefit abbiamo riflettuto sul **perché esistiamo e vogliamo continuare a esistere**. La felicità di chi lavora in NATIVA e l'impatto positivo sulla Società e sulla Biosfera sono lo scopo che perseguiamo, il profitto è uno degli strumenti per farlo. Questa gerarchia è distillata in 5 punti chiave che esprimono il nostro DNA e sono scolpiti nello Statuto di NATIVA Srl SB:

1. Vogliamo contribuire alla felicità di tutti quanti facciano parte di NATIVA, sia come soci che in altri ruoli, attraverso un moti-

vante e soddisfacente impegno in una prospera attività economica.

2. Promuoviamo e diffondiamo modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro, in particolare il modello di B Corp e la forma giuridica di Società Benefit in diversi settori economici italiani.
3. Sviluppiamo il design e l'introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibili nelle imprese e nelle istituzioni per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali.
4. Collaboriamo strettamente con organizzazioni non profit, il mondo accademico, fondazioni e altri il cui scopo sia allineato e sinergico con quello di NATIVA, per amplificare l'impatto positivo.
5. Operiamo in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.

La relazione di interdipendenza 02021 prende vita a partire da queste finalità e quest'anno è redatta in conformità ai Global Reporting Initiative standard (GRI Standard) secondo l'opzione *core*.



IMPATTO 02021

In NATIVA misuriamo costantemente il raggiungimento dei nostri obiettivi di medio e lungo termine. Nelle sezioni che seguono raccontiamo, per ciascuno dei 5 punti cardine, cosa abbiamo fatto nel 02021, dove siamo arrivati e cosa vogliamo fare nel 02022 per portare il futuro nel presente.

Siamo una società di Business Transformation Rigenerativa e applichiamo un approccio di Backcasting, o 'First Principles Design':

- definiamo, insieme a tutti gli attori che devono essere coinvolti, il futuro che desideriamo creare;

- progettiamo la strategia e le azioni necessarie per colmare il gap tra la Visione e la realtà presente: in questo modo attiviamo un meccanismo di 'tensione creativa';
- agiamo.

Questi design principles influenzano il nostro modus operandi. Nel 02021 siamo stati impegnati in **152 progetti strategici** in cui abbiamo avuto l'opportunità di applicare l'approccio di backcasting per la promozione di un'evoluzione di paradigma economico verso la rigenerazione. I settori che ci hanno visto maggiormente impegnati sono rappresentati nel **Grafico 1**.

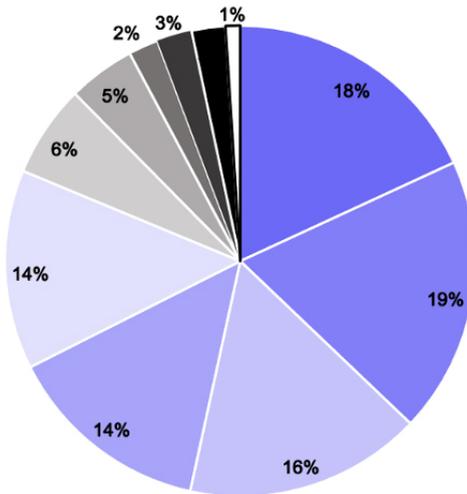


Grafico 1. Fatturato per settore 02021¹

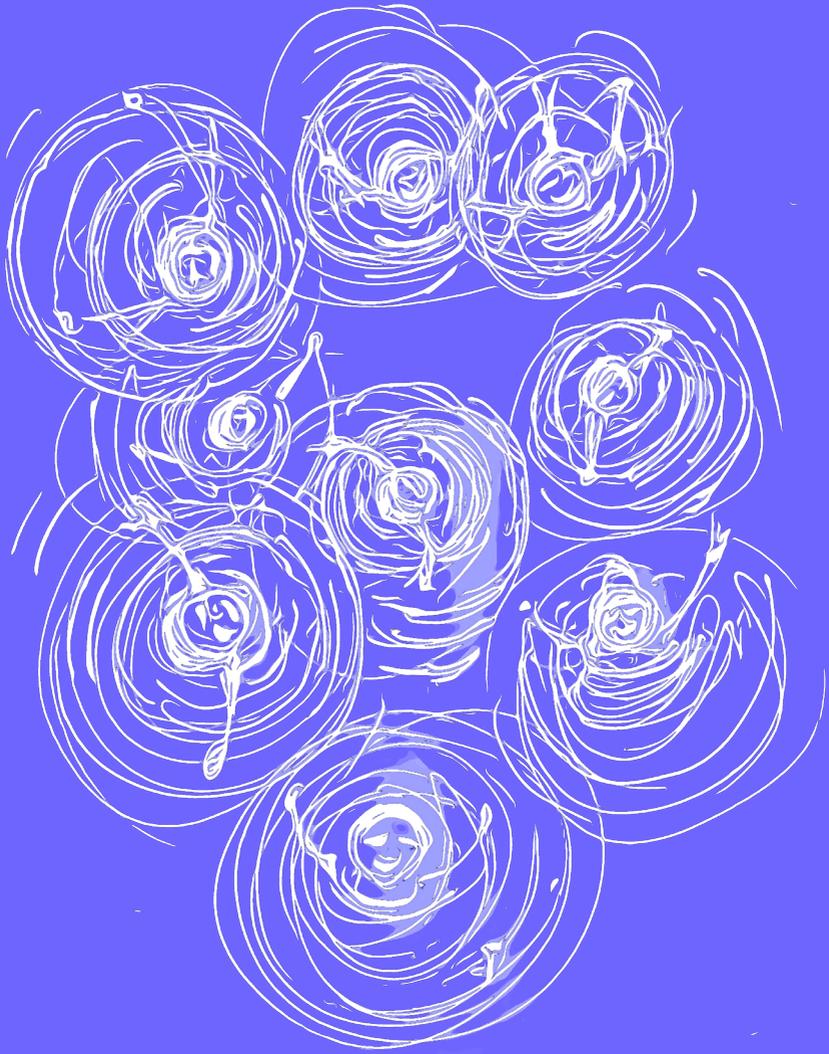
152

progetti strategici Farmaceutico, Banking & Finance, Agroalimentare e Tessile come settori prioritari

1

FELICITÀ DELLE PERSONE

Lo scopo ultimo di NATIVA è la felicità di tutti quanti ne facciano parte, sia come soci che in altri ruoli, attraverso un motivante e soddisfacente impegno in una prospera attività economica.



SFIDA

Immaginare e creare una cultura in cui ognuno possa esprimere il proprio *full potential*.

Nel 02021, abbiamo intenzionalmente ricalizzato la nostra attenzione verso i Nativer e la loro crescita tanto umana quanto professionale. Questo è coinciso con l'ingresso di Claudia Mormino, responsabile di Human Potential Development e dello sviluppo della **componente fondativa LIFE di XYZ**. Con un team core composto da 32 persone, l'ingresso di Claudia ha assicurato l'avvio di un percorso di crescita armonica e di maggiore attenzione alle felicità dei Nativer, contribuendo alla diffusione di una cultura comune

di NATIVA. La nostra cultura è fatta di purpose, obiettivi d'impatto, collaborazione tra pari e principi guida racchiusi nel *NATIVA Living System*, manuale d'istruzioni vivente del nostro modo di essere. Crediamo che attraverso un percorso intenzionale volto a sviluppare il *full potential* di ognuno, formeremo Nativer preparati, motivati da un *why* profondo e pronti a mettersi in gioco per costruire società più giuste ed inclusive in cui il business possa essere specchio del mondo multietnico e multicolore in cui viviamo.

STORIE DI IMPATTO 02021

Human Life in NATIVA

Abbiamo deciso di perseguire una crescita coerente ed armonica di NATIVA prestando maggiore attenzione ai Nativer, al loro benessere e alla loro felicità.

Per assicurare una crescita coerente ed in linea con i modelli rigenerativi promossi da NATIVA anche verso le proprie persone, sia nucleo storico che nuove arrivate, si è deciso di perseguire la crescita dei Nativer implementando una serie mirata di azioni volte a contribuire al loro benessere.

Le azioni più rilevanti sono state rivolte ad assicurare l'ingresso di nuovi Nativer, appassionati nel portare avanti la missione e rapidamente in grado di assorbire gli elementi di base attraverso **un percorso di onboarding** ridisegnato *ad hoc*. Per tutti è stato introdotto **un piano di welfare** e avviata un'azione di allineamento e sviluppo di competenze attraverso:

1. il *knowledge sharing* sistematico basato sulla mappatura dell'insieme delle conoscenze che costituiscono il patrimonio di NATIVA oltre che sugli *hot topic* emergenti;
2. un ciclo di *spokesperson training* per far emergere il *purpose* dei Nativer e rendere maggiormente efficaci le modalità di coinvolgimento delle aziende che supportiamo;

3. lo sviluppo del modello *Full Potential Impact Profile* finalizzato all'espressione del pieno potenziale di ciascun Nativer.

Tutti gli interventi messi in campo hanno rappresentato la naturale prosecuzione dell'impegno che da sempre NATIVA pone verso le persone che ne fanno parte, testimoniata dal riconoscimento per il 02021 di "Best for the World" che B Lab ha riconosciuto a NATIVA, tra le B Corp con le migliori prestazioni, nello specifico in ambito Workers & Governance.

12

nuovi Nativer

100%

ricevono un feedback

31

ore di formazione media per anno



Convivia: gli hotspot della rigenerazione

Ritrovarci e rigenerarci attraverso il Convivium è la linfa di cui ci nutriamo, almeno un paio di volte l'anno. Condividere lo spazio fisico insieme, come diversa dimensione nella quale esprimere il nostro pieno potenziale di persone e di azienda.

Nel 02021 siamo riusciti a ritrovarci e rigenerarci attraverso due Convivia: uno all'inizio dell'estate ed uno alla fine dell'autunno.

L'esperienza estiva tra le colline dell'aretino, con bagni in piscina e un'esperienza di *fish-bowl* che ci ha lasciato tutti un po' tramortiti per l'emotività e intimità che ci siamo regalati l'un l'altra, è stata l'occasione per co-creare il nuovo modello di funzionamento di NATIVA e riflettere insieme su come far evolvere il nostro **modo di stare insieme.**

Il convivium è stato il mio primo timido passo per inserirmi nella realtà di NATIVA; sono arrivata ad Arezzo piena di incertezza e ne sono uscita piena di gratitudine per aver conosciuto persone spaziali, prima ancora che colleghi, ed aver potuto scambiare con loro idee, opinioni e sentimenti sui temi che mi stanno più a cuore al mondo. Da subito la sensazione è stata quella di essere meno sola.

Alice Zannini,
prima esperienza da new comer di NATIVA al Convivium d'estate

Ho conosciuto tutto il team di NATIVA in occasione del Convivium di Novembre 2021. Sono partito con lo zaino vuoto, non sapevo quello che avrei trovato e cosa mi aspettasse. Sono tornato con due borsoni pieni. Pieni di valori: integrità, coesione, responsabilità, autenticità, competenze. NATIVA è un team che si muove insieme, che sa dove vuole andare e quotidianamente si impegna a disegnare la migliore strada per arrivarci, ispirando e guidando tutti quelli che incontra. Una squadra vera.

Leonardo Ghiraldini,
Special guest Convivium Autunnale

Nella pazzesca cornice di una chiesetta sconsecrata, in un'accogliente struttura della chiesa valdese, abbiamo salutato l'autunno con una riflessione sulla nostra legacy e sulla nuova strategia di organizzazione interna, culminata nella mitica festa mascherata nella quale ciascun Nativer ha messo in scena il proprio supereroe e superpotere.





REVIEW OBIETTIVI 02021

Obiettivo	Stato	Note
Implementazione di un framework full potential per lo sviluppo delle persone e individuazione di una persona full time dedicata alla creazione delle migliori condizioni di lavoro per la felicità di ciascuno.	100%	Assunzione di una persona full time dedicata alla creazione di condizioni migliori per la felicità di ciascuno.
Miglioramento del happiness score grazie anche ad uno scaling up with integrity e un piano di azioni mirate (es. piano di welfare).	100%	Valore medio happiness raccolta tramite la valutazione <i>selfie</i> di fine anno 02021 con scala 0-10: 8,48 (ingresso persona dedicata agli Humans, avvio del welfare).
NATIVA sperimenta lo strumento Gross National Happiness of Business (GNH) del Centre for Bhutan Studies per misurarsi, valutare l'opportunità di certificazione e la possibilità di promuovere questo modello ai propri clienti.	0%	Obiettivo non sviluppato perché si sono sviluppate altre priorità nell'anno.

KPI NATIVA e corrispondenza con standard GRI

Area 1 Felicità delle Persone					
"Lo scopo ultimo di NATIVA è la felicità di tutti quanti ne facciano parte, sia come soci che in altri ruoli, attraverso un motivante e soddisfacente impegno in una prospera attività economica".					
TEMA MATERIALE	KPI NATIVA	DATO 02020	DATO 02021	CORRISPONDENZA GRI SPECIFICI ²	CORRISPONDENZA GRI-BIA
Raggiungimento del full potential dei Nativer	a. Giorni dedicati al training	46	106.4	404-1 Ore medie di formazione annua per i dipendenti 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale 401-1 Nuove assunzioni e turnover	Conceptual Match Workers: Career Development (Hourly) Impact Match Workers: Career Development Conceptual Match Community: New Jobs added and attrition rate
	Utilizzo del KPI GRI			405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Partial Match Community: Diversity & Inclusion
Diversità e inclusione	b. Convivia - (giornate persona) ³	2(84)	2(148)	Mancanza di corrispondenza	No Match
	c. Indice di felicità o simili ⁴	7.95	8.48	Mancanza di corrispondenza	No Match

IMPEGNI 02022

Impegni 02022



Formalizzare e applicare il modello di sviluppo del **pieno potenziale** dei Nativer.



Continuare lo sforzo per tendere verso una valutazione 10 nella misurazione della **Happiness** per tutto il team, curando meglio il *Work Life Balance* e azioni mirate e intenzionali di crescita.

2

SISTEMI ECONOMICI E SOCIALI A PROVA DI FUTURO

Proponiamo la diffusione di modelli economici e sociali a prova di futuro, con particolare attenzione alle B Corp e alla forma giuridica di Società Benefit nel panorama italiano.

VALORE OUTPUT

economico
sociale
ambientale



VALORE INPUT

economico
sociale
ambientale

SFIDA

Far diventare l'impresa rigenerativa il paradigma dominante.

La deriva del modello capitalista ha portato alla luce il dramma di società frammentate, che si stanno sgretolando sotto il peso di modelli economici estrattivi che danneggiano biosfera e società. Tuttavia, ci sono realtà come la nostra, che promuovono ogni giorno modelli economici e sociali a prova di futuro ed aziende che scelgono di abbracciarli.

Un modello di business rigenerativo restituisce in output più valore economico, sociale ed ambientale di quanto ne usi per operare. È quindi la base per la creazione di un capitalismo degli stakeholder, basato sulla nozione di **valore condiviso**. La buona notizia è che il numero di aziende che scelgono di operare secondo questo paradigma è in aumento con il numero delle B Corp che si è attestato a 4600 a fine 02021 e la comunità italiana in crescita del 26%, con 140 B Corp italiane a fine 02021. Nel frattempo, anche il numero delle Società Benefit è aumentato raggiungendo quota 2500, in seguito all'introduzione

della legge nel 02016. Nel 02020, a testimonianza del fatto che l'impatto positivo è una condizione imprescindibile per il successo economico, il 66% delle B Corp ha anche visto crescere il proprio fatturato. Di questi modelli di business, NATIVA è promotrice sin dalla sua nascita al fine di rendere le imprese rigenerative il paradigma dominante.

4600

B Corp a fine 2021

140

B Corp in Italia

+26%

crescita della comunità
B Corp italiana

STORIE DI IMPATTO

Un chicco alla volta: la storia di illycaffè che diventa B Corp

illycaffè è stata la prima azienda italiana del settore del caffè a ricevere la certificazione che identifica quelle imprese che operano secondo alti standard di performance sociale e ambientale.

Il 14 aprile 02021 illycaffè, azienda leader nella produzione del caffè e emblema del Made in Italy, è diventata la centoventesima B Corp italiana. Un risultato rilevante per un'azienda presente in 140 paesi e in più di 100.000 bar, ristoranti e hotel nel mondo.

L'etica e la sostenibilità sono parte del DNA di illycaffè fin dalla sua fondazione, come dimostra il pensiero del figlio del fondatore Ernesto, secondo cui: "La funzione dell'impresa industriale è fondamentale e irrinunciabile, ma la sola prospettiva economica non può bastare a legittimarne l'operato,

dovendo essere integrata con il rispetto dell'uomo, della comunità e dell'ambiente". Una base fondamentale, che è stata trasformata da Andrea Illy e dal Management in un percorso di innovazione sostenibile fondato sulla trasparenza e la misurazione. Con il passaggio allo status giuridico di Società Benefit nel 02019, illycaffè ha integrato la propria strategia di sostenibilità all'interno dello statuto, proteggendo la propria missione e il proprio modello operativo nel lungo termine, e valorizzando ciò che già caratterizzava l'identità aziendale: essere una Stakeholder Company.



Un aspetto caratterizzante del business di illycaffè è la profonda **relazione di interdipendenza** instaurata con i propri produttori di materie prime. Attraverso un modello di gestione responsabile della filiera, l'approccio di illycaffè contribuisce al raggiungimento di un'elevata qualità sostenibile del prodotto e a migliorare l'impatto positivo dell'azienda sulle comunità con cui interagisce. Così illycaffè costruisce relazioni con i propri fornitori durature e orientate al miglioramento: monitorando le condizioni di lavoro garantite dai propri produttori e i loro impatti ambientali, pagando prezzi al di sopra di quelli del mercato, attivando programmi di trasferimento di conoscenza, tramite l'Università del Caffè e le visite alle piantagioni di tecnici e agronomi. Lo stesso

Questo straordinario traguardo raggiunto da illycaffè dimostra che anche nel settore del caffè è possibile agire in maniera rigenerativa. Oggi è indispensabile per tutte le aziende evolvere in questa direzione e siamo certi che questo successo di illy ispirerà molti altri, in Italia e nel mondo, ad accelerare in questa direzione.

Eric Ezechieli,
Cofondatore di NATIVA

Ogni giorno ci impegniamo a mettere in pratica i nostri valori e conciliare l'economia con l'etica abbiamo intrapreso il percorso di certificazione B Corp a coronamento del nostro impegno a mantenere un impatto positivo sulla società e sul nostro pianeta, affiancandoci a quel network di aziende che, come noi, promuovono un modello di business basato su una strategia orientata alla creazione di valore sostenibile nel lungo termine.

Massimiliano Pogliani,
Amministratore Delegato di illycaffè

approccio caratterizza lavorazione e tostatura del caffè, realizzati nella sede Triestina, ed orientati alla costante riduzione degli impatti sull'ambiente.

illycaffè, grazie al proprio impegno e a un costante percorso di miglioramento, ha ridefinito gli standard di eccellenza nel mondo del caffè, dove le aziende si impegnano a essere le migliori per il mondo.





Un nuovo standard di settore: la storia del successo Fileni

Fileni Alimentare, uno dei maggiori player italiani ed europei di allevamento e vendita di prodotti avicoli e proteine animali, è diventata la prima azienda al mondo in quest'industria ad ottenere la certificazione B Corp.

Fondata a Jesi nel 1978 da Giovanni Fileni, da oltre 20 anni lavora nella direzione del biologico per aumentare la genuinità dei propri prodotti e preservare le condizioni di benessere degli animali. Ad oggi, il Gruppo Fileni vanta un primato nel mercato dei prodotti biologici in Italia ed è stabilmente tra i primi player europei.

Nel corso del 02020 abbiamo avviato con Fileni il processo di misura attraverso il B Impact Assessment. Parallelamente, abbiamo supportato l'identificazione della vocazione e delle finalità di beneficio comune, che ha portato all'adozione della qualifica di Società Benefit ad aprile 02021. Il percorso di miglioramento della performance ambientale e sociale ha portato a raggiungere un punteggio Benefit Impact Assessment (BIA) di **90,6 punti riferiti al 02020**. Questo ha consentito all'azienda di ottenere la certificazione B Corp il 13 Gennaio 02022 come **prima azienda al mondo nell'industria della carne**.

Questo importante riconoscimento per Fileni è un nuovo punto di partenza e non di arrivo per un'industria delle carni equa, rispettosa del benessere animale e responsabile.

Siamo diventati una B Corp, la prima nell'industria della carne, perché sentiamo l'urgenza di agire e operare avendo un impatto positivo sull'ambiente e sulla società. Ogni giorno ci ispiriamo al principio *siamo parte, non siamo tutto*, secondo il quale siamo parte del problema ma anche dell'unica soluzione possibile per difendere il futuro del Pianeta e delle nuove generazioni. Una visione che si collega al valore dell'interdipendenza, condiviso da tutte le B Corp. La certificazione B Corp non è un traguardo, ma l'inizio di un percorso e uno stimolo a migliorare.

Roberta Fileni,

*Vicepresidente e Amministratore
Delegato di Fileni Alimentare SpA*

Abbiamo affrontato un processo profondo di confronto interno ed esterno. Nel nostro ambito strategico abbiamo portato alla luce una linea che passa dalla sostenibilità, dall'economia circolare e arriva naturalmente a un terzo concetto ancora più evoluto: quello di rigenerazione, intesa come la capacità di generare più valore economico, sociale e ambientale di quello utilizzato per produrre.

Massimo Fileni,

Vicepresidente di Fileni Alimentare SpA



EOLO e il vento del cambiamento

Ad aprile 02021, EOLO ha effettuato la conversione in Società Benefit, inserendo nel proprio statuto l'impegno a promuovere internet come strumento di inclusione sociale, supportare i territori a rischio spopolamento e offrire aiuto in situazioni emergenziali.

La *mission* di EOLO è portare internet dove gli altri non arrivano. Oggi il diritto alla connessione viene considerato da molte persone e istituzioni un vero e proprio diritto fondamentale, soprattutto alla luce delle misure di distanziamento imposte dal COVID-19. Da sempre EOLO vede il suo business come un mezzo per mettere la **tecnologia al servizio del benessere delle persone**, e dal 02019, ha intrapreso un percorso di miglioramento del profilo di sostenibilità affiancata da NATIVA. Un'importante tappa di questo percorso, comunicata tramite una campagna che ha coinvolto i principali quotidiani italiani, è stata raggiunta ad aprile 02021, quando EOLO è ufficialmente diventata una Società Benefit, formalizzando nello statuto le modalità con cui opera nell'interesse del bene comune.

Dialogando con management e proprietà, NATIVA ha supportato EOLO per trasferire su carta i punti chiave della vocazione aziendale: promozione di **internet come strumento per l'educazione e l'inclusione sociale**, l'aiuto ai territori italiani a rischio spopolamento, e il supporto alle istituzioni durante situazioni di emergenza. EOLO rappresenta il caso storico di utilizzo del business come forza rigenerativa mirata alla creazione di valore a lungo termine.

La conversione di EOLO in Società Benefit rappresenta allo stesso tempo un importante cambiamento e una conferma della vocazione che ha caratterizzato l'azienda fin dalla sua nascita. Quando la tecnologia viene messa al servizio dell'essere umano e del bene collettivo si ottengono risultati straordinari.

Nicola Piccolo,
Evolution Guide & Climate Neutrality
Champion NATIVA





CiviBank: la prima banca benefit

La storia di CiviBank, banca storica del Nord-Est con un'anima cooperativa, che nel trasformare la sua forma giuridica in Società per Azioni per mantenere competitività sul mercato, protegge la sua vocazione originaria con la qualifica di Società Benefit.

CiviBank è nata nel 1886 come Banca Cooperativa di Cividale per contribuire allo sviluppo economico, culturale e morale del territorio del Nord-Est e perseguire il bene di tutti attraverso un'innovazione dell'epoca: il credito cooperativo. Nel recente piano strategico della banca era prevista l'adozione della forma societaria di Società per Azioni come presupposto per il raggiungimento degli obiettivi di crescita, nonché elemento essenziale per aumentarne **l'attrattività agli**

occhi degli investitori. Nel passaggio a SpA, per mantenere e proteggere la vocazione originaria di creare valore per il territorio, l'assemblea dei soci ha deciso di adottare la qualifica di Società Benefit. Questo passaggio, avvenuto a maggio del 2021, è stato particolarmente rilevante per il sistema bancario italiano perché rappresenta il primo caso in cui una **banca italiana adotta la qualifica di Società Benefit.**

Con questo passaggio formale, è ufficiale sotto tutti i punti di vista: CiviBank da oggi è una Società per Azioni e una Società Benefit. Per noi, e per il territorio, è un passaggio importantissimo, e il successo della trasformazione ci riempie di orgoglio. Ora dobbiamo fare tesoro di questo entusiasmo e continuare a lavorare per riscrivere il modo in cui facciamo banca a tutti i livelli: la trasformazione è cosa fatta, ma "fare" in quanto Società Benefit richiede evoluzione, innovazione costante e responsabilità. Siamo pronti a cogliere questa sfida.

Michela Del Piero,
*Presidente del Consiglio
di Amministrazione di CiviBank*



NATIVA ha affiancato CiviBank nell'identificazione delle finalità specifiche di beneficio comune per coniugare ricerca del profitto ed obiettivi di impatto, nella valutazione della performance di sostenibilità e nella progettazione di un piano di miglioramento con l'in-

dividuazione delle direzioni strategiche da seguire. Grazie a questo progetto oggi CiviBank è la prima banca italiana ad aver adottato il modello Benefit come paradigma economico per creare valore per gli stakeholder.

CiviBank ha sempre avuto nel suo DNA i valori di una *stakeholder bank*. Con l'adozione della qualifica di Società Benefit, CiviBank protegge la vocazione voluta dai suoi fondatori nel nuovo statuto, con un chiaro impegno a essere la banca per il territorio, catalizzatore di buone pratiche e azioni per la comunità locale.

Francesco Serventi,
Evolution Flow Leader NATIVA

RISCRIVIAMO IL MODO DI FARE BANCA.



Autonoma. Concreta. Reddiziosa. Sostenibile.

Una banca che mette al centro della strategia il benessere del suo territorio.
Una banca che crede nei valori della storia, della cultura, delle persone.
Una banca la cui visione imprenditoriale abbraccia quella della comunità.
Una banca dal pensiero indipendente, che vuole costruire un domani sostenibile.
Un domani che non riguarda solo la banca, ma tutti noi.

**Riscriviamo il futuro insieme ai nostri Soci,
diventando S.p.A. e Società Benefit.**

Civi B Bank

La Banca per il NordEst

Banca di Credito | Direzione Generale via san. Guglielmo Patrizi n. 8-1 - 33043 Cortina del Friuli | info@civibank.it | www.civibank.it



CO2alizione Italia - Un'ondata di trasformazione

Dai pledge generici all'implementazione. Aziende italiane ed europee integrano negli statuti una finalità di neutralità climatica in linea con i target nazionali ed europei, assegnando un innovativo mandato al management attuale e futuro delle imprese.

Le concentrazioni atmosferiche dei gas a effetto serra determinano un'alterazione climatica dal potenziale catastrofico per il pianeta e in particolare per la nostra specie. La causa principale di questi stravolgimenti è l'attività umana. Per contribuire all'obiettivo di neutralità climatica stabilito dalla Commissione Europea, NATIVA ha coinvolto decine di aziende italiane nel dare il via ad un'ondata di trasformazione che utilizza la governance, attraverso una modifica dello Statuto, come elemento in grado di abilitare il cambiamento.

Con questo obiettivo nasce CO2alizione Italia, un'iniziativa che vede la sua ideazione nel 2021 e che mira a far emergere l'Italia come elemento di stimolo per il propagarsi della più grande ondata di trasformazione mai sperimentata, ispirando altre aziende italiane ed internazionali ad agire nella stessa direzione. Per troppo tempo gli statuti sono stati intoccabili, a prescindere dai cambiamenti del mondo attorno a noi e dal manifestarsi di nuove priorità per l'umanità e le aziende. Le

finalità di beneficio comune tipiche delle Società Benefit diventano lo strumento affinché le aziende possano davvero innovare, lungo le direzioni fondamentali da affrontare. E così ha fatto NATIVA insieme ad oltre 60 aziende che hanno scelto di inserire la finalità di neutralità climatica a statuto*.

Il lancio di CO2alizione è avvenuto il 15 giugno 2022 tramite una conferenza stampa congiunta delle aziende che per prime hanno deciso di abbracciare il cambiamento. Con CO2alizione e la sua diffusione a livello europeo passeremo dai pledge generici alle modifiche concrete, muovendo oltre il concetto di priorità per abbracciare quello di finalità. In questo modo, CO2alizione darà una nuova **forma di vita agli statuti** e di conseguenza alle imprese, per renderle a "prova di futuro".

** di seguito la finalità di CO2alizione Italia: **l'impresa si impegna ad attuare un'evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica.** Nativa ha aggiornato il suo statuto per includere questa finalità nel giugno 2022.*


Italia



REVIEW OBIETTIVI 02021

Obiettivo	Stato	Note
Promozione continua del movimento B Corp e supporto alle aziende per facilitare l'ingresso di 3 nuovi brand iconici italiani nel network B Corp.	100%	Almeno quattro brand iconici italiani sono stati supportati per l'ingresso nel network B Corp, tra cui Progressio, Flowe, Redo, illycaffè, mentre Fileni è diventata B Corp nei primi mesi del 02022.
Progettazione di corsi per la diffusione di professionalità nella gestione e promozione del tema Società Benefit e B Corp: - almeno 3 webinar per la ricertificazione delle aziende B Corp e la modifica di status giuridico in Società Benefit; - almeno 2 webinar destinati a professionisti/consulenti: B PROfessionals.	75%	Abbiamo effettuato due webinar sulla ricertificazione B Corp e tre webinar per professionisti/consulenti sui temi Società Benefit (Club Lexant). Inoltre, abbiamo effettuato 1 webinar su temi B Corp con rilascio di un attestato per una cinquantina di persone. Inoltre, abbiamo fatto il primo corso intensivo per il team dei 3 B Expert che si sono uniti al team di NATIVA come collaboratori esterni.
Promozione e diffusione dei tool di B Lab con particolare focus su SDG Action Manager (SDGAM) e BIA per misurare gli impatti anche di grandi aziende.	100%	Abbiamo fatto due webinar in collaborazione con UNGC Italia sulla diffusione degli strumenti BIA e SDGAM e abbiamo promosso questi strumenti nei 32 interventi tenuti dai Nativer in organizzazioni e università varie. Inoltre, questi strumenti sono stati promossi in attività varie quali la Campagna #UnlockTheChange, It's Your Job e SDGs Insights Report.
Programmazione e realizzazione di momenti di aggregazione e networking per la comunità B Corp volti a disseminare e condividere best practice. In particolare, supporto alla progettazione, co-creazione e realizzazione di almeno quattro working group su tematiche di interesse del network B Corp.	100%	I momenti chiave per l'aggregazione e il networking delle B Corp hanno incluso la partecipazione delle B Corp al Summit europeo, a Ecomondo, a Sana, all'evento per il lancio di #UnlockTheChange dedicato ai giornalisti. Le B Corp italiane si riuniscono in una call mensile dedicata alla loro community. La promozione delle best practice è avvenuta tramite la campagna #UnlockTheChange e come NATIVA abbiamo partecipato alla co-creazione di 4 working group: WG UnlockEducation: produzione degli episodi WG GenderEquality: scrittura del manifesto firmato da 50+ B Corp WG UnlockNetZero: impostazione e redazione della prima versione delle guidelines per le B Corp verso la Carbon Neutrality WG UnlockTheChange: creazione della Campagna 02021

KPI NATIVA e corrispondenza con standard GRI

Area 2

Sistemi economici e sociali a prova di futuro

"Proponiamo la diffusione di modelli economici e sociali a prova di futuro, con particolare attenzione alle B Corp e alla forma giuridica di Società Benefit nel panorama italiano".

TEMA MATERIALE	KPI NATIVA	DATO 02020	DATO 02021	CORRISPONDENZA GRI SPECIFICI ⁶	CORRISPONDENZA BIA GRI
Transizione verso paradigmi economici rigenerativi	a. #Aziende certificate B Corp	120 (33 nuove B Corp nell'anno)	148 (28 nuove B Corp nell'anno) + 5 con status pending	203-2 Impatti economici indiretti significativi	No Match
	b. #Aziende supportate nel passaggio a SB	KPI introdotto nel 02021	39		No Match
	c. #Progetti strategici di sostenibilità tra cui aziende coinvolte in progetti di evoluzione di ecosistema ⁶	KPI introdotto nel 02021	152 progetti di cui 4 con il coinvolgimento di 173 aziende a livello sistemico (IVSI, SMI, Confindustria Emilia Romagna, PICS)		No Match
	d. #Conferenze su nuovi paradigmi economici, purpose driven design, B Corp	65	83		No Match
Legacy per le generazioni future	e. #Studenti universitari supportati in progetti di ricerca e tesi sull'argomento B Corp, Società Benefit ⁷	27	34	Mancanza di corrispondenza	No Match

IMPEGNI 02022

Impegni 02022



Promozione continua di modelli di business **rigenerativi** e supporto alle aziende per facilitare l'ingresso di 3 nuovi brand iconici italiani nel network B Corp.



Progettazione di corsi per la diffusione di professionalità nella gestione e promozione del tema modelli economici e sociali a **prova di futuro**:

- almeno 3 webinar su modelli di business rigenerativi (es. SDGAM, B Corp, SB, altri framework designed by NATIVA)
- erogazione di training ai nuovi B Expert che si uniranno al team NATIVA come consulenti esterni.



Programmazione e realizzazione di momenti di aggregazione e networking tra i leader nazionali e internazionali impegnati nella transizione verso nuovi modelli di business e condivisione di best practice. In particolare, supporto alla progettazione, co-creazione e realizzazione di eventi/gruppi di lavoro per promuovere un **approccio ecosistemico** al cambiamento.

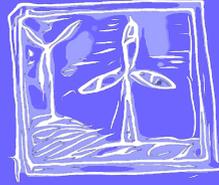
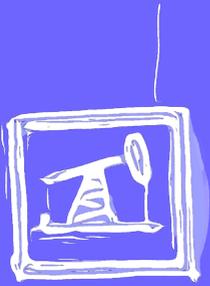


Promozione e diffusione dei tool di B Lab e di NATIVA per la misura e il miglioramento dell'**impatto** anche di grandi aziende.

3

EVOLUZIONE DI PRATICHE E MODELLI DI BUSINESS

Sviluppiamo il design e l'introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle imprese e nelle istituzioni per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali.





SFIDA

Essere enabler di evoluzione anche indipendentemente dalla nostra diretta presenza fisica. Identificare le più efficaci leve di moltiplicazione e agire su di esse per uno scale-up non lineare di impatto positivo.

Attraverso lo sviluppo di pratiche e modelli di innovazione declinati in framework e badass tools rigenerativi by design, promuoviamo **l'evoluzione dei legacy leader** con cui lavoriamo. Le conoscenze di NATIVA derivano da un confronto decennale con il mondo della sostenibilità e del business, ma anche da un continuo desiderio di innovare recependo gli stimoli del mondo che cambia e le nuove esigenze del business che risponde a trend internazionali, nuove sfide e normative quali la tassonomia europea. La nostra offerta è in continua evoluzione ed ha incluso 8 nuovi strumenti nel 02021. Riconoscendo l'importanza di promuovere un'evoluzione sistemica in settori strategici, ci stiamo focalizzando sempre più su progetti che possano promuo-

vere paradigmi rigenerativi in interi settori. Allo stesso modo, abbiamo sviluppato un'offerta diversificata che include aziende più piccole tramite la piattaforma Spaceship, e attraverso la creazione di strumenti come Impacto, tool per la redazione della relazione di impatto delle Società Benefit, favoriamo la diffusione di un approccio integrato alla rendicontazione. Ci stiamo anche internazionalizzando con un numero sempre maggiore di progetti internazionali, 5 nel 02021, per esportare i modelli NATIVA anche all'estero. NATIVA non è mai uguale a se stessa. Proprio grazie a questa dinamicità e invettiva, sviluppa strumenti che cambiano dalle fondamenta il DNA delle aziende, garantendone l'impatto positivo.

8

nuovi strumenti
NATIVA

5

progetti
internazionali

26

progetti Spaceship



STORIE DI IMPATTO

La finanza come leva per la transizione: il contributo di NATIVA

Nel 02021, NATIVA ha supportato istituzioni finanziarie (banche, fondi, etc.) nel dotare la propria offerta di prodotti innovativi che integrano aspetti ambientali e sociali e affiancato le aziende beneficiarie nell'accesso a questo tipo di prodotti.

Nel 02020 Larry Fink, CEO e Presidente di BlackRock, scriveva alle aziende in cui il fondo partecipava: “Senza una Vocazione, nessuna azienda, pubblica o privata, può raggiungere il suo *full potential*. E senza una Vocazione i suoi principali stakeholder le faranno perdere la licenza di operare”. Fink evidenzia contemporaneamente opportunità e rischi legati alla sostenibilità: un'azienda attenta a inseguire il proprio Purpose raggiunge il proprio potenziale più grande. Chi non lo fa va incontro al rischio di perdere la “licenza di operare”, vedendosi escluso dal mercato per le scelte dei consumatori o per un cambio normativo. Un'organizzazione attenta alle proprie performance di sostenibilità trae vantaggio in termini di competitività e resilienza grazie a un costo del denaro più basso: oltre ai tanti prodotti finanziari offerti da vari istituti di credito, che incentivano l'impiego di capitali per generare impatto ambientale o sociale positivo, stanno nascendo prodotti che premiano le aziende che si impegnano a misurare e migliorare i propri impatti.

NATIVA ha creato un framework per supportare, in qualità di Sustainability Advisor, organizzazioni che intendono emettere **titoli obbligazionari nella definizione di indicatori ESG** (Environmental, Social e Governance). Il framework sviluppato è allineato ai principi internazionali redatti dall'International Capital Market Association e sfrutta la verticalità del B Impact Assessment a garanzia della robustezza dell'analisi dell'azienda e della rilevanza dei KPI individuati per il settore e per le specificità dell'emittente.

Ne è un esempio il **Sustainability-linked Bond emesso da OVS nel 02021**, il primo ad essere quotato sul mercato retail in Italia e Irlanda, il cui Framework redatto con il supporto di NATIVA è stato positivamente valutato dalla Second Party Opinion condotta da Sustainalytics (Morningstar). Gli obiettivi scelti riguardano le emissioni di CO2, il cui target di riduzione è stato approvato dalla Science Based Target Initiative, e le pratiche sociali e ambientali implementate dai fornitori.

Numerosi sono stati i Sustainability-linked Minibond su cui NATIVA ha supportato le emittenti (in tutto emissioni oltre i 50M€), aiutandole nell'individuazione degli obiettivi di sostenibilità che regolano i costi del bond. Le aziende hanno così avviato programmi di misura e miglioramento delle proprie performance; molte tra queste si sono impegnate a diventare Società Benefit e a completare l'assessment per la certificazione B Corp.

Supporto all'emissione di

50M⁺

di Sustainability-linked minibond





NATIVA verso l'approccio sistemico: i casi Confindustria e SMI

NATIVA si concentra sempre di più su progetti volti a promuovere il progresso sistemico di categorie, network e settori di aziende, mirando a diffondere consapevolezza e azione rispetto alle sfide poste al sistema economico e alle imprese. Il progetto di decarbonizzazione con Confindustria Emilia Romagna Piccola Industria e il progetto con Sistema Moda Italia sono due esempi di questo innovativo metodo di lavoro.

NATIVA e Confindustria Emilia Romagna Piccola Industria hanno collaborato alla creazione del progetto Decarbonizzazione, volto a promuovere tra gli associati una **consapevolezza delle sfide legate all'emergenza climatica** e ad impostare una solida base per ridurre le emissioni di gas effetto serra.

Per la partecipazione al progetto sono state selezionate cinque aziende: After Glass, Carlo Riccò e Fratelli, Delicius Rizzoli, Famar e Meba. Il percorso ha alternato momenti condivisi tra le aziende, di formazione e riflessione sulle tipologie di emissioni più significative, a momenti di confronto dedicato tra NATIVA e la singola azienda. È stata massimizzata la componente di dialogo tra le varie realtà per accrescere il valore del progetto, esaltando i benefici di un approccio sistemico rispetto ad uno tradizionale.

A fine progetto ciascuna azienda ha ricevuto una scheda di raccolta dati per il calcolo e il monitoraggio delle emissioni scope 1, 2 e 3 e un documento di sintesi per identificare le azioni di riduzione delle emissioni alla fonte. Tutte le realtà partecipanti hanno mostrato la volontà di approfondire un tema percepito come fondamentale per assicurare prosperità al tessuto imprenditoriale e consistenza rispetto agli stimoli sempre più forti delle istituzioni e dell'Unione Europea.

Prendiamo atto che le risorse non sono infinite, che l'ambiente è bene comune e che questo lavoro per la prima volta ci ha permesso di misurarne gli effetti e di pensare alle azioni di miglioramento sul breve periodo ma anche di capire i costi da sostenere nel miglioramento a lungo periodo.

Monica Talmelli,
Amministratrice di Famar

5 PMI, diverse in natura ma accomunate da un solo obiettivo, hanno messo in evidenza la grande necessità di allineamento tra le forze economiche, politiche e culturali per far fronte all'emergenza climatica. In silos, nessuno risolverà il cambiamento climatico; insieme, possiamo spingere verso la stessa direzione.

Martina Grossi,
Evolution Guide NATIVA



Sistema Moda Italia (SMI) è una delle più grandi organizzazioni mondiali di rappresentanza del settore tessile/moda, che in Italia conta 400.000 lavoratori e 50.000 aziende. SMI con i suoi circa 1000 associati ha il compito di alimentare l'eccellenza del *Made in Italy* e della tradizione tessile.

Nel 02021, NATIVA ha avviato un progetto pilota di misurazione delle performance di sostenibilità con 6 aziende di SMI, rappresentative di diversi distretti e snodi fondamentali della catena del valore del tessile italiano. Il percorso è frutto dell'impegno di NATIVA nel promuovere un approccio sistemico al cambiamento e una cultura rigenerativa, coinvolgendo direttamente i settori chiave dell'economia.

Il progetto ci ha dato la possibilità di conoscere a fondo la vocazione, i processi, i prodotti e i volti di 6 aziende in 3 distretti tessili italiani: quello pratese, quello biellese e quello lombardo grazie al *One Day @ Company* - visite 1:1 in ogni azienda, che hanno stimolato la creazione di un **handbook dedicato al settore tessile** per rispondere alle domande BIA e l'individuazione **di 41 best practice**.

Il progetto vedrà una svolta nel mese di settembre 02022 con la condivisione dei risultati chiave con l'intero network SMI. Si getteranno le basi per la creazione di un *positive innovation loop* che possa permettere di compiere il "Passo 1" di misurazione per tante aziende del network tramite l'adesione alla nostra piattaforma Spaceship. In questo modo, NATIVA promuoverà la co-evoluzione della catena di fornitura e la rigenerazione di uno dei settori più impattanti a livello mondiale, oltre che strategico e per l'economia italiana.

Entrambi questi progetti mostrano la volontà di NATIVA di promuovere il cambiamento in maniera ecosistemica all'interno di settori strategici, attraverso l'utilizzo di tool innovativi quali Spaceship, che vedrà la luce con una nuova versione 02022.

Questo percorso mi ha aiutato a ripensare la direzione strategica della mia azienda per integrare la sostenibilità tra gli elementi guida della nostra evoluzione, mi ha reso cosciente delle sfide che come TF2000 ci troveremo ad affrontare e grato dell'opportunità di poter collaborare con altre aziende del settore per condividere pratiche e approcci per poterci migliorare e rafforzare insieme la leadership italiana nel settore tessile.

Dino Masso,
CEO TF2000

Il percorso in SMI è esemplificativo dell'importanza dell'interconnessione. Le sfide che ha davanti il settore tessile, anche alla luce delle ultime direttive UE, sono di una portata tale che solo unendo le forze e condividendo una visione e delle pratiche rigenerative a livello di distretto e di settore sarà possibile guidare il cambiamento.

Pierpaolo Laurito,
Evolution Guide NATIVA

2

progetti sistemici

11

aziende coinvolte





Re-Candy: la borsa del futuro

Ogni prodotto è come un iceberg: ciò che si vede narra solo una parte di una storia più grande, che parte dall'estrazione delle materie prime fino allo smaltimento o al riciclo, come dimostra la storia della borsa Re-Candy di Furla.

Per misurare il livello di sostenibilità di un prodotto ci vengono in aiuto i Principi di Sostenibilità fondamentali, secondo i quali, in una società sostenibile:

1. La natura non è soggetta ad un'estrazione sistematicamente crescente di sostanze dalla crosta terrestre.
2. La natura non è soggetta all'esposizione sistematicamente crescente di sostanze prodotte dalla società.
3. La natura non è soggetta a un degrado fisico sistematico.
4. Le persone non affrontano impedimenti nel soddisfare i loro bisogni umani basilici.

La maggior parte dei beni messi sul mercato derivano da filiere, processi o materiali che violano i Principi di Sostenibilità. Una delle più grandi sfide dei prossimi anni per le imprese sarà la trasformazione dei processi di produzione e consumo, in modo che creino valore per le persone e l'ambiente.

Una storia positiva in tal senso è quella di Furla, che ha scelto di ripensare un proprio prodotto iconico per adattarlo alle esigenze del XXI secolo. L'azienda leader nella produzione di borse, calzature e piccola pelletteria, nata nel 1927 a Bologna, ha ridisegnato in ottica **sostenibile la Candy, una delle borse più vendute** del marchio.

Con il supporto di NATIVA, per prima cosa Furla ha valutato il design della Re-Candy attraverso l'SLCA (Sustainability Life Cycle Assessment), lo strumento di analisi del profilo di sostenibilità del prodotto che considera gli impatti sull'intero ciclo di vita e il rispetto dei Principi di Sostenibilità. Successivamente, i designer hanno lavorato con NATIVA per un miglioramento in ogni area: dalla scelta delle materie prime alla produzione fino al fine vita. La borsa è realizzata al 100% in materiale plastico di recupero, derivante dagli scarti di lavorazione di soles di scarpa all'interno di uno stabilimento alimentato al 100% da energia rinnovabile. Gli accessori e la tracolla sono interamente riciclati e la scritta sulla superficie è in rilievo, evitando la stampa. Anche lo zainetto che la contiene è realizzato in cotone rigenerato, con tinte sostenibili. Un prodotto pensato per durare il più a lungo possibile e a sua volta 100% riciclabile a fine vita.

Questa storia mostra come **incorporare la sostenibilità nel DNA** dei prodotti non è solo un imperativo per assicurarsi il benessere delle persone e degli ecosistemi o la sopravvivenza delle aziende, ma anche un **formidabile driver** di innovazione ed eccellenza.





Strumenti rivoluzionari per aziende evolute: Impacto - la storia della nascita del tool

La relazione di impatto è lo strumento principe per raccontare l'impegno delle Società Benefit con trasparenza verso i propri stakeholder. Impacto è lo strumento creato da NATIVA che facilita la scrittura della relazione di impatto, in modo semplice, autonomo e in conformità ai requisiti di legge.

Nel 02016 l'Italia è stato il primo stato sovrano a introdurre lo status giuridico di Società Benefit. Le aziende che evolvono in Società Benefit decidono di proteggere la loro vocazione e ufficializzare l'impegno delle loro organizzazioni nel perseguire obiettivi di beneficio comune e introdurre ufficialmente la considerazione degli stakeholder nella loro governance. Questo rappresenta un fondamentale fattore di robustezza e protezione del modello nel tempo, data la missione dell'azienda.

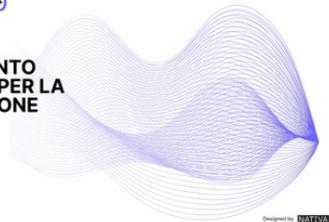
La relazione di impatto è il documento che per legge tutte le Società Benefit devono redigere annualmente e pubblicare contestualmente al bilancio di esercizio. È un documento pubblico di rendicontazione delle azioni intraprese per rispettare gli impegni presi all'interno dello statuto Benefit. La relazione è dunque uno strumento che permette alla Società Benefit di aumentare il proprio **grado di trasparenza e di raccontare ufficialmente** il proprio impatto a tutto l'ecosistema. Grazie a Impacto le aziende possono:

- Pianificare le azioni e gli obiettivi per ognuna delle finalità di beneficio comune
- Monitorare e tracciare le azioni nel corso dell'anno
- Scrivere la relazione di impatto in maniera agile, adattandola alle proprie esigenze specifiche
- Conservare i dati storici di impatto dell'azienda.

Per promuovere un impatto che vada oltre il perimetro e le funzionalità dello strumento, il 50% del ricavato generato dalle iscrizioni ad Impacto contribuirà a sostenere progetti che promuovono la diffusione di modelli benefit. Nel 02022, si è scelto di sostenere il progetto #UnlockEducation.

IMPACTO

LO STRUMENTO
COMPLETO PER LA
TUA RELAZIONE
BENEFIT.



Designed by NATIVA

Impacto nasce dalla volontà di fornire alle Società Benefit italiane uno strumento per la redazione guidata delle relazioni d'impatto annuali. NATIVA e il suo partner SoftInStigate hanno collaborato nell'ideazione e nello sviluppo di un servizio web che oggi consente alle aziende di selezionare le finalità di beneficio comune, pianificare le azioni da implementare e tenere traccia dell'andamento tramite opportuni KPI. L'obiettivo è aiutare le aziende a distribuire in maniera uniforme, durante l'arco dell'anno, il lavoro di pianificazione e scrittura della relazione di impatto.

Maurizio Turatti,
Partner at SoftinStigate



Il presente ed il futuro della misurazione: l'Impatto Sociale

Florim progetta e realizza dei questionari e un cruscotto di indicatori con l'obiettivo di misurare l'impatto sociale creato dal proprio Centro Florim salute&formazione, in un'ottica di gestione dei risultati diretti ed indiretti.

Florim, B Corp italiana leader nella produzione di gres porcellanato, nel 02014 ha stretto una collaborazione con l'ospedale di Sassuolo per creare il Centro salute&formazione. Il Centro è dedicato alla formazione, alla ricerca e alla simulazione medica avanzata, ed è il primo in Italia certificato American Heart Association.

Nel 02021, il Centro ha intrapreso un progetto pilota per la misurazione dell'impatto sociale, creando un framework ad hoc con il supporto di NATIVA basato sugli standard internazionali IRIS+, Benefit Impact Assessment e SDG Action Manager. Il progetto è stato sviluppato selezionando i corsi di riferimento e individuando gli stakeholder principali: Florim, la comunità, i corsisti, gli istruttori e i ricercatori. Successivamente, attraverso un processo di co-creazione, è stato identificato un set di circa **15 indicatori per misurare gli impatti** diretti ed indiretti, e 2 questionari per la raccolta dei dati.

La progettazione dello strumento di misura e la raccolta dei dati è stata realizzata, con l'aiuto di NATIVA, a inizio 02022. La misurazione, che ha coinvolto più di 300 persone, ha evidenziato la soddisfazione (>95% dei partecipanti) e l'aumento di conoscenza e prevenzione riguardo ai temi trattati (>90%). Una delle principali sfide del progetto è stata immedesimarsi nel contesto. Per farlo, è stata utilizzata la teoria del cambiamento, attraverso la co-creazione di una catena del valore sociale che ha permesso di mappare le attività e gli impatti potenziali. L'obiettivo

è di misurare regolarmente anche l'impatto di lungo termine dell'attività, tramite alcuni KPI che sono già stati definiti. Lo strumento permetterà al Centro di continuare l'attività in modo indipendente, definendo le basi per una misurazione costante dell'impatto sulla comunità, in un'ottica di miglioramento continuo.

Eravamo già consapevoli dell'importanza del Centro salute&formazione sia per la formazione di medici e paramedici che come stimolo alla prevenzione e promozione dei sani stili di vita per i dipendenti e gli abitanti del territorio. Essere in grado di misurarne i risultati rende l'intero progetto ancora più gratificante e stimolante per le attività future.

Florim e Ospedale di Sassuolo

Le aziende generalmente non integrano nei propri processi decisionali la considerazione degli impatti sociali perché più difficili da comprendere e da misurare. Questo è quello che abbiamo provato a fare.

Marco Giambone & Gianandrea Spadoni,
Evolution Guide NATIVA

15

indicatori

300+

persone coinvolte



Le direzioni regionali migliori per il mondo

Banca dei Territori, con il supporto di NATIVA, impiega il modello e gli strumenti delle B Corp, emergendo come organizzazione purpose driven che risponde alle sfide sociali e ambientali del XXI secolo, rafforzando la propria leadership attraverso l'ultimo miglio.

NATIVA ha collaborato con la Divisione Banca dei Territori (BdT) di Intesa Sanpaolo, guidandola nell'uso degli strumenti delle B Corp per la misura delle performance di sostenibilità. Nel 2020 BdT ha completato il Benefit Impact Assessment, ottenendo il proprio Profilo di Sostenibilità di baseline e definendo un Profilo Target intenzionale, per raggiungere il quale è stato elaborato un piano strategico con progettualità pensate per massimizzare l'impatto della Divisione.

Il **"Modello Benefit delle Direzioni Regionali"** nasce come focalizzazione sull'area di impatto del B Impact Assessment denominata Comunità, con l'obiettivo di estendere l'analisi sull'ultimo miglio, individuando le distintività di ogni Direzione Regionale (DR) nel portare valore alla Divisione nella generazione di impatto positivo.

Il progetto ha visto protagoniste le **14 DR con team selezionati** per cogliere il punto di vista di figure di strutture diverse. Momenti di confronto hanno permesso di individuare alcune Pratiche Distintive, espressione di innovazione sostenibile, ossia pratiche che vanno oltre l'impegno della Divisione aggiungendo un ulteriore contributo positivo.

[...] un'esperienza di quelle che ti "segnano" perché ti "insegnano" a cercare un angolo di osservazione diverso, a non accontentarti del conosciuto per esplorare nuove strade, a spostare il baricentro da te all'altro [...].

Giorgia Carosi,
Direzione Regionale Toscana e Umbria

La valutazione secondo un modello per attributi (Rilevanza, Dimensione, Replicabilità e Diffusione) ha permesso di costruire il Profilo di Contribuzione della DR, con l'obiettivo di rappresentare graficamente il contributo addizionale rispetto al Profilo di Sostenibilità della Divisione.

L'analisi dei profili evidenzia la spiccata proattività delle DR nella generazione di impatto positivo: ciascuna DR dimostra di avere un'area in cui il contributo è più evidente. In generale, Lavoratori e Comunità sono le aree in cui si dimostra il maggior contributo.

I risultati del Modello hanno permesso di creare un processo di miglioramento che dalle DR si amplifica fino alla Divisione: i dialoghi con le Direzioni hanno infatti permesso di migliorare il punteggio ottenuto tramite il B Impact Assessment e il Profilo di Sostenibilità della Divisione.

14

direzioni coinvolte

180+

pratiche distintive



Chiesi: La creazione di un ecosistema di active leader locali per il programma Better Building e un modello per massimizzare il benessere dei dipendenti

NATIVA lavora con Chiesi sul programma Better Building per creare un ecosistema di leader locali nelle 43 sedi mondiali tramite la creazione di una cultura di uso sostenibile delle risorse e per sviluppare un nuovo modello per il benessere dei dipendenti.

Better Building è un progetto nato nel 02020 per creare una cultura di uso sostenibile delle risorse e di benessere, legata alle caratteristiche degli edifici e uffici, di proprietà o in affitto, dell'ecosistema Chiesi. Lo scopo è la creazione di active leader nelle comunità locali Chiesi, che sono distribuite in **28 paesi ed in 43 sedi mondiali**. Nel 02021, i primi 16 siti sono stati invitati a far parte del progetto, coinvolgendo più di 110 persone. NATIVA li ha accompagnati nella valutazione degli impatti e nella progettazione di azioni di miglioramento. Le persone locali hanno progressivamente abbracciato il progetto, fino

ad accogliere con passione le indicazioni e le sfide proposte. Il progetto è culminato in un incontro plenario tra i rappresentanti dei siti, che hanno condiviso tra loro vittorie e sfide ancora aperte, trovando nella conversazione diretta con gli altri siti degli alleati, nonché stimoli e spunti per evolvere. Il progetto proseguirà con il coinvolgimento di tutti i siti e con una loro crescente autonomia nel monitoraggio dei propri impatti e nel percorso di miglioramento. L'obiettivo è il coinvolgimento di tutti i siti entro la fine del 02023 attraverso la creazione di un ecosistema di *active leader* locali che siano attori del cambiamento.

Quote degli active leader locali Chiesi coinvolti nel Better Building Programme:

"Better Building raised awareness about the importance that Chiesi act together as an ecosystem and take sustainability into account in everyday decisions."

Judith, Netherlands

"Better Building helped us appreciating the real impact and effects that our actions have."

Jan, Germany

"We have experienced the value of creating a network, an inclusive ecosystem across Chiesi boundaries."

Nicholas, France

"Balancing the business and environmental impact of what we want to do and knowing the limits of what we can achieve, will help us to overcome those limits and continuously innovating to maximise our positive impact."

Nicholas, France

"We suggested buying green energy for the whole building and it's extraordinary that other tenants not only found it a great ideal but shared that they were happy to have Chiesi as their next-door neighbour."

Diane, UK

16

siti

110+

persone coinvolte



Sempre in Chiesi, NATIVA ha applicato un nuovo modello per la misurazione a 360 gradi del benessere delle persone. Attraverso l'uso del protocollo WELL, sviluppato dal Green Building Council, è stata fatta un'analisi sistemica degli impatti legati al benessere che ha messo in luce pratiche virtuose e possibili azioni di miglioramento, a livello globale e locale. Il protocollo ha supportato NATIVA nell'analizzare **11 aree di impatto**: Aria, Acqua, Alimentazione, Luce, Movimento, Comfort termico, Suono, Materiali, Mente, Comunità e Innovazione. Ne è risultato un profilo di impatto attuale ed un profilo target, base per un piano di azioni di miglioramento. NATIVA ha utilizzato lo standard perché

potesse rispondere alle necessità di Chiesi, ovvero di misurare la baseline del suo headquarter di Parma e allo stesso tempo identificare pratiche virtuose applicabili a livello globale. L'assessment ha portato alla definizione dei prossimi passi che consistono nella creazione di una policy globale sul benessere delle persone in Chiesi e di un piano di azioni dettagliato per *l'headquarter*.

Questo progetto ha aperto la strada all'applicazione del protocollo in modo innovativo a seconda delle necessità delle diverse realtà per consentire alle aziende di evolvere verso un modello di business che consenta la salute ed il benessere dei propri dipendenti.





Luxury Retail: Un progetto di innovazione globale

Un caso unico di innovazione e sostenibilità per il mondo del lusso. Versace è stata la prima casa di alta moda ad applicare criteri certificati di sostenibilità su vasta scala, con l'obiettivo di migliorare in modo sistematico l'impatto dei propri punti vendita.

Il progetto, in collaborazione con la maison italiana di alta moda Gianni Versace, nasce nel 2017 in occasione dell'apertura della nuova boutique di *Sloane Street* a Londra, caso pilota di un processo di studio e miglioramento voluto dal brand per massimizzare l'impatto positivo nell'ambito dei punti vendita in gestione. Il framework, successivamente applicato al nuovo concept design Versace attraverso la certificazione delle boutique di *Bal Harbour* (Miami), *China World Mall* (Pechino) e *Maximilianstrasse* (Monaco), è stato poi rivisto per garantire efficacia ed efficienza per l'applicazione su vasta scala, grazie alla gestione centralizzata dei processi di pianificazione coordinati dal dipartimento *store planning* in Italia. Il framework si basa sui sistemi di valutazione e certificazione LEED® v4 per *Interior Design and Construction*, vista l'esigenza di utilizzare un unico riferimento per progetti di profonda ristrutturazione degli spazi interni su scala internazionale. La svolta avviene a partire dal 2020 quando, in piena pandemia, NATIVA supporta il team Versace nel creare un processo avanzato di standardizzazione delle *best practice* provenienti dai migliori modelli internazionali di green building e applicato alle singole location.

Grazie a questo processo di ricerca e di applicazione di migliori pratiche costruttive e di progettazione, Versace ha identificato negli ultimi due anni altre **15 nuove aperture, 9 negli USA** (tra New York, Las Vegas, Los Angeles, San Diego, e il Texas) e **6 in Europa** (Londra, Parigi, Praga, Bologna, Amsterdam, Zurigo), sulle quali ha applicato con successo il framework e ha raggiunto il target di certificazione LEED. Questo risultato - 19 boutique certificate in 3 differenti continenti - rimane un *unicum* nel mondo del lusso per la diffusione e la qualità dei risultati, e si pone come modello di riferimento per i competitor.

La certificazione LEED sta ridefinendo il modo di pensare i luoghi in cui viviamo, lavoriamo e facciamo acquisti. L'intero concept Versace, di cui abbiamo avuto l'onore di curare la realizzazione, segue i dettami di rispetto di un futuro sempre più volto alla sostenibilità: un caso che può ispirare sempre più aziende a seguirne l'esempio.

15

nuove aperture certificate LEED in due anni



LEED Gold Certified

Client: GIANNI VERSACE
Years: 2018
Design concept: Curiosity
Architect: Versace Store Dept.
Locations: Bar Harbour
Miami
Value of Works: NDA



Versace Boutique certificate LEED v4 ID+C



REVIEW OBIETTIVI 02021

Obiettivo	Stato	Note
Raggiungimento della Carbon Neutrality di NATIVA entro dicembre 02021 in termini di emissioni Scope 1, 2 e 3 e promozione del NATIVA Carbon Neutrality Framework verso i nostri clienti e verso almeno 8 nuovi clienti.	60%	NATIVA è carbon neutral sugli scope 1, 2 e 3. Il Climate Neutrality Program è stato proposto a vari clienti e prospect di NATIVA, e in seguito alla proposta del framework a 7 clienti si sono avviati 3 progetti (Focchi, VINCI Energies Italia, Confindustria Piccola Industria Emilia Romagna).
Supporto ad almeno 20 microclient e riprogettazione dell'offerta tramite la piattaforma Spaceship.	100%	Nel 02021 abbiamo avuto almeno 26 microclient. E' stata anche riformulata l'offerta per cercare di offrire un supporto più importante alla compilazione dell'assessment e alla scrittura delle finalità di beneficio comune, cercando di rispettare le esigenze e gli impegni delle aziende. La nuova offerta è partita a luglio e da quel momento 7 aziende l'hanno accettata, di queste 7, 3 nel 02021. Abbiamo deciso di mantenere invariata l'offerta micro iniziale indirizzandola alle start-up.
Misurazione, realizzazione di gap analysis e sviluppo di piani di miglioramento delle performance ambientali per almeno 10 siti/edifici internazionali	77%	La misurazione è avvenuta sui dieci siti indicati, mentre lo sviluppo del piano di miglioramento è avvenuto per tre siti sui dieci internazionali indicati.
Sviluppo di relazioni con fondi (almeno 2) e istituti di credito (almeno 3) per la misurazione e il miglioramento degli impatti (evolution) e per la realizzazione di prodotti finanziari o supporto allo svolgimento di attività di due diligence.	70%	Relazioni ben definite con tre banche tra cui ISP, Unicredit e Sella, ma soltanto con un fondo (Progressio) sui due previsti.
Creazione ed implementazione di framework e strumenti che permettano la scalabilità dell'impatto generato by design, con un focus sulla finanza sostenibile.	60%	100% in quanto si è realizzato un framework specifico per il sustainability-linked minibond, mentre è stato fatto il 40% del lavoro di definizione di un framework applicato agli immobili.

KPI NATIVA e corrispondenza con standard GRI

Area 3

Evoluzione di pratiche e modelli di business

“Sviluppiamo il design e l'introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle imprese e nelle istituzioni per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali”.

TEMA MATERIALE	KPI NATIVA	DATO 02020	DATO 02021	CORRISPONDENZA GRI SPECIFICI ⁸	CORRISPONDENZA BIA GRI
Sviluppo e condivisione delle conoscenze e strumenti sviluppati da NATIVA	a. #Persone formate nei nostri programmi di training ⁹	1320 (tot 4676)	1627 (6303)	Mancanza di corrispondenza	No Match
	b. #Prodotti analizzati con la metodologia SLCA (Sustainability LifeCycle Assessment) ¹⁰	28 (tot 290)	18 (tot 308)		
	c. #Aziende coinvolte attraverso il framework di coevoluzione ¹¹	618	221		
	d. #Nuovi strumenti e framework sviluppati da NATIVA durante l'anno	KPI introdotto nel 02021	8		
Regenerative Living Spaces	e. Mq di edifici riqualificati	Tot 50000 Mq	Oltre 50000 Mq	Mancanza di corrispondenza	No Match
	f. #Progetti seguiti appartenenti al tema Regenerative Living Spaces ¹²	Totale 20	Totale 30		



IMPEGNI 02022

Impegni 02022



Creazione nuova piattaforma **Spaceship** con almeno 15 nuovi micro clienti che aderiscono alla nuova piattaforma.



Fissare obiettivo SBT **net zero** di NATIVA, Diminuzione del 10% delle emissioni totali rispetto al 02021 e promozione del Climate Neutrality Program di NATIVA verso i nostri clienti, attivando progetti con almeno 8 nuovi clienti.



Misurazione, realizzazione di gap analysis di almeno 30 siti e piani di miglioramento delle performance ambientali per almeno 20 siti internazionali; promozione dei protocolli LEED e WELL su almeno 10 progetti su territorio nazionale ed internazionale e definizione di KPI specifici per misurare il contributo di NATIVA al tema di **Sustainable Communities**, vista come area materiale per il lavoro futuro e attuale di NATIVA.



Sviluppo di relazioni con fondi (almeno 2) e istituti di credito (almeno 3) per la misurazione e il miglioramento degli impatti (evolution) e per la realizzazione di prodotti finanziari o supporto allo svolgimento di attività di due diligence e di supporto all'evoluzione del portafoglio; supporto in termini di Sustainability Advisory all'emissione di Green, Social o Sustainability Bond e all'emissione di almeno 10 Sustainability-linked minibond; partecipazione attiva a tavoli di lavoro nazionali e internazionali sui temi di **finanza sostenibile** e ridefinizione del purpose di almeno 3 realtà del mondo finance.

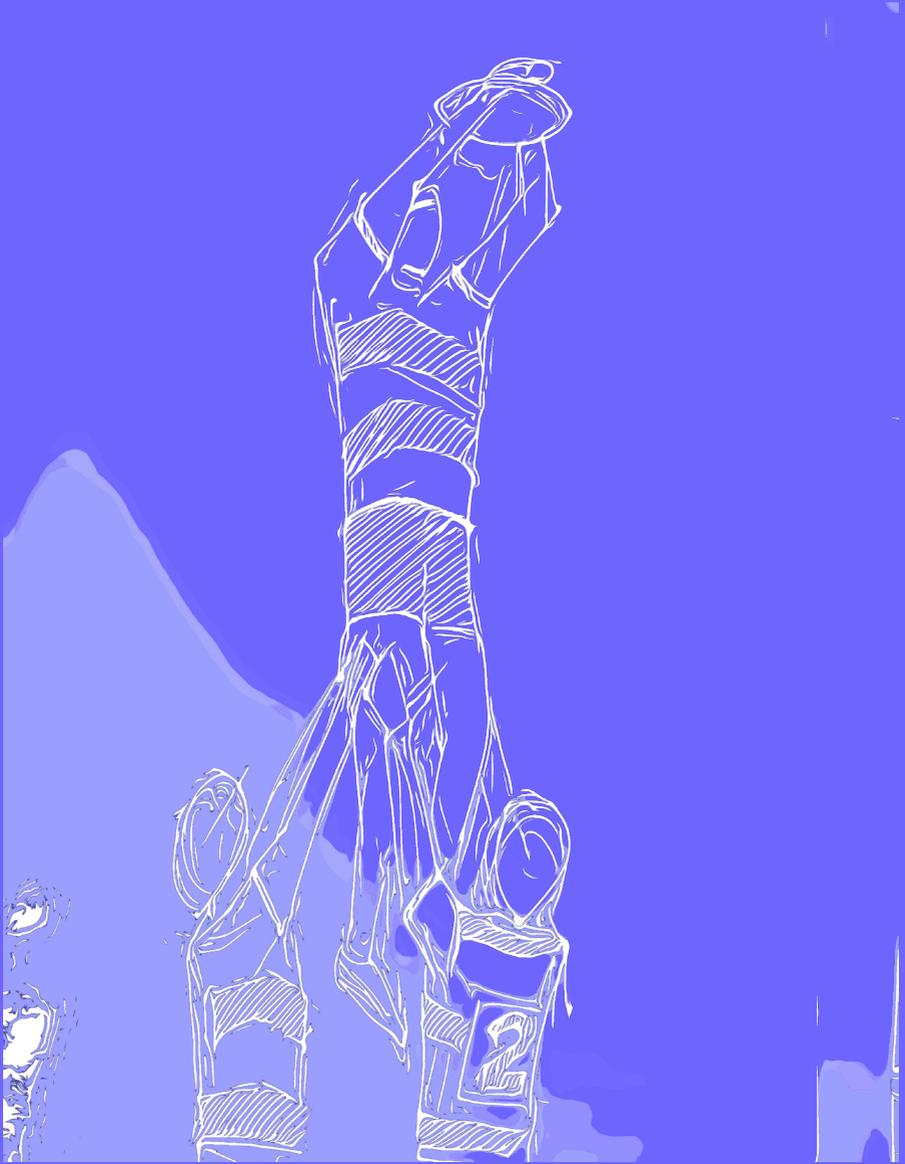


Creazione ed implementazione di framework e strumenti che permettano la **scalabilità dell'impatto** generato by design, con un focus sulla finanza sostenibile.

4

SINERGIE

NATIVA collabora strettamente con organizzazioni non profit, il mondo accademico, fondazioni e altri il cui scopo sia allineato e sinergico con quello di NATIVA, per amplificare l'impatto positivo.





SFIDA

Identificare gli attori giusti e creare un ecosistema di relazioni fondato sul principio dell'interdipendenza per moltiplicare l'impatto.

Il tutto è **sempre maggiore della somma delle parti**. Sulla base di questo principio abbiamo definito il nostro approccio all'ecosistema NATIVA. Così come il cuore non funziona senza il cervello, riconosciamo che non esisteremmo senza il nostro ecosistema con il quale ci relazioniamo sulla base del principio dell'interdipendenza, riconoscendo la nostra responsabilità condivisa. Il framework Ecosystem per lo sviluppo intenzionale dell'ecosistema NATIVA analizza ogni partnership in base al potenziale di rigenerazione e a quello

di amplificazione dell'impatto. Miriamo a definire collaborazioni che abbiano come obiettivo il raggiungimento di un impatto positivo esponenziale e che contribuiscano all'evoluzione sistemica di modelli di business. A livello di impegno condiviso, abbiamo portato avanti, tra i molti progetti, con le B Corp le campagne #UnlockTheChange e #UnlockEducation, che segnano l'impegno concreto di NATIVA verso il suo ecosistema.

STORIE DI IMPATTO

#UnlockTheChange 02021: i valori del cambiamento

Cambiare il mondo è un'impresa. Possibile.

È questo il messaggio della nuova campagna di comunicazione #UnlockTheChange 2021, promossa ancora una volta da tutte le B Corp italiane per ispirare cittadini, imprese e istituzioni a sbloccare il cambiamento verso modelli economici e culturali rigenerativi.

Dopo il successo del primo anno, le B Corp italiane hanno scelto di sperimentare nuovi canali di comunicazione e azioni, con l'obiettivo di diffondere al meglio i loro messaggi

generando contemporaneamente un impatto concreto all'interno del proprio ecosistema.

Come NATIVA abbiamo coordinato la realizzazione della campagna, progettata e realizzata con il supporto delle B Corp italiane e con Arkage e Inedita. La campagna, che è terminata a maggio 02022, oltre a numerose attività sul web, i social media e le più importanti testate online e cartacee italiane si è incentrata su tre importanti progetti:





1. **Il primo Report** delle B Corp italiane che racconta l'impatto dell'intera community delle B Corp italiane e le aree per cui queste ultime hanno sviluppato buone pratiche e policy condivise: Gender Equality, Carbon Neutrality ed Education.
2. **Il podcast** delle B Corp Italiane che valorizza le storie rilevanti delle B Corp e le sfide che affrontano e superano quotidianamente;
3. **L'eco-murales** #UnlockTheChange, realizzato sul muro della Scuola media Silio Italico a Fuorigrotta, in una zona che ha vissuto i danni dell'inquinamento industriale. Firmato dall'artista Zed1, il murales in pittura Airlite neutralizza l'inquinamento atmosferico.

Grazie all'allineamento di valori e alla forte interdipendenza che lega le aziende B Corp, è stato possibile stimolare ancora una volta milioni di persone, facendo comprendere loro il forte allineamento di valori e principi con il movimento delle B Corp e ispirandole a contribuire alla grandissima ondata di cambiamento verso modelli più responsabili.



Dopo il successo del primo anno, #UnlockTheChange è diventata una vera e propria firma delle azioni e dei messaggi positivi del movimento delle B Corp italiane. Il giallo e il nero della campagna hanno tinto centinaia di eventi, pagine web e social, inserzioni e iniziative in tutta Italia. Un risultato raggiunto grazie all'impegno di tante straordinarie aziende che, pur essendo molto diverse tra loro, hanno scelto ancora una volta di unirsi per cambiare il mondo in meglio.

Francesco Carra,
Brand & Communications Activism NATIVA





#UnlockEducation to #UnlockTheChange

Creare una società più sostenibile e resiliente è un imperativo riconosciuto a livello globale e senza investire sui giovani questo non sarà possibile. #UnlockEducation è la serie tv che risponde a questa grande sfida e opportunità.

#UnlockEducation è la campagna di educazione in formato serie tv lanciata dalle B Corp italiane per stimolare le nuove generazioni alla sostenibilità. Sappiamo che il bisogno di creare una società più sostenibile e resiliente è oggi un imperativo a livello globale e crediamo che senza investire sui giovani questo non sia possibile.

Con questa consapevolezza e in linea con gli impegni di COP 26 e del PNRR italiano, nel 02021 abbiamo lavorato per immaginare, progettare e realizzare la più grande campagna di educazione sui temi di sostenibilità per i ragazzi e le ragazze che studiano in Italia tra i 14 e i 25 anni. Lo abbiamo fatto insieme a Polimi GSOM (ex MIP), Organizzare Italia, InVento Lab, Esperta e tutta la community B Corp italiana, dando vita a #UnlockEducation: il corso di formazione sui temi della sostenibilità, disponibile per tutti e gratuitamente sul sito unlockededucation.it. L'iniziativa è parte del piano RIGenerazione Scuola del MIUR ed è patrocinata dallo stesso Ministero dell'Istruzione.

#UnlockEducation è il risultato di un sogno: contribuire a formare la prima generazione di persone capace di vivere e realizzarsi, senza compromettere il diritto delle future generazioni di fare lo stesso. Lo strumento che abbiamo scelto è quello di una serie tv, e la missione che ci diamo d'ora in poi è di far conoscere l'iniziativa a quante più scuole e università possibili.

Valentina Ciurlante

Evolution Guide & Community Catalyst NATIVA

Rendere sostenibile il modo in cui ci occupiamo di business, ci permetterà anche di re-immaginare cosa significa "risorsa", sia in termini umani che materiali, con impatti notevoli su come immaginiamo il nostro futuro qui e nell'intero sistema solare!

Adrian Fartade

Youtuber, Instagrammer, Influencer

Attraverso il coinvolgimento delle istituzioni e i principali attori dell'ecosistema educativo italiano, #UnlockEducation ha il grande obiettivo di fornire alle nuove generazioni competenze e strumenti di base che permetteranno loro di costruire e vivere in un'economia e un futuro più inclusivi, sostenibili e rigenerativi, attivando allo stesso tempo la loro azione come changemaker. Il 02021 ha visto la preparazione dei contenuti e lo shooting degli episodi - grazie al supporto del gruppo di lavoro ristretto e con il coinvolgimento del divulgatore e Youtuber Adrian Fartade. Il lancio ufficiale del programma è stato nella primavera 02022.

Abbiamo immaginato, progettato e realizzato qualcosa che crediamo potrà proteggere la stessa capacità di immaginare e creare (un futuro migliore) delle generazioni più giovani.

Letizia Rigazzi

Evolution Guide & Community Catalyst NATIVA



#dieci: Cities & Communities Evolution

È stata identificata una stella polare e un piano di miglioramento che guida la transizione del territorio di Parma e provincia per i prossimi 10 anni.

L'obiettivo del progetto è stato quello di progettare e realizzare una profonda evoluzione nel concetto stesso di creazione di valore, per il territorio della città di Parma e per tutti gli attori che lo animano. Il principio chiave che ha contraddistinto tutte le fasi di lavoro è quello della co-creazione, sviluppata rispettando il criterio fondamentale dell'inclusione di diverse categorie di portatori di interesse. Il percorso intrapreso insieme ha portato alla definizione di una **visione per il territorio di Parma** tramite una serie di incontri, coronati da un intenso momento di workshop plenario. La visione è stata quindi messa a confronto con la mappatura delle numerose azioni già esistenti sul territorio. Partendo dagli obiettivi e azioni esistenti, e considerando la visione come una stella polare che guida verso l'obiettivo, sono state progettate, tramite dei tavoli tematici verticali, una lunga lista di azioni in grado di mettere a terra il progetto e di tendere progressivamente alla visione. Queste sono state priorizzate per individuare un numero limitato di azioni ad alto impatto dalle quali partire per concretizzare il percorso di trasformazione del territorio verso la visione progettata insieme.

La pandemia che ci ha travolti nel 2020 ha evidenziato la fragilità dei modelli economici esistenti, che non assicurano la creazione di valore positivo verso le persone, la società e l'ambiente. Con questo progetto vogliamo trasformare la crisi che si è venuta a creare in un'opportunità di crescita per il nostro territorio, aprendo le porte a scenari futuri e sviluppando una proposta che potrà essere un modello condiviso di gestione dei territori.

Alessandro Chiesi
Presidente Parma, io ci sto

Tramite il percorso di co-creazione e progettazione del futuro, caratterizzato fortemente da inclusione, entusiasmo e collaborazione, abbiamo creato e applicato una metodologia mai utilizzata prima, che ha permesso a Parma e al suo territorio di pianificare obiettivi e azioni concrete per il futuro.

Gianandrea Spadoni & Matilde Breda
Evolution Guide NATIVA



una visione a 10 anni per Parma e il suo territorio



250+

persone del territorio hanno dato il loro contributo

70+

gruppi di lavoro

50+

azioni identificate



Formare i Legacy Leader di oggi e di domani

Un accordo di interdipendenza e un programma per formare i Legacy Leader di oggi e di domani. B Corp e Benefit Corporation come modelli da seguire per la trasformazione.

La gravità della crisi di sostenibilità in corso ci pone davanti all'imperativo di una transizione verso modelli economici alternativi e più evoluti. Ci è chiaro che il modello economico attualmente dominante è basato sulla sistematica estrazione e concentrazione di valore economico, alla quale il più delle volte corrisponde la distruzione di più valore sociale e ambientale di quanto ne venga creato. Questo crescente squilibrio sta facendo emergere chiaramente l'importanza che la formazione ha nella transizione verso una nuova cultura, in cui le aziende siano misurate in base alla loro capacità di generare un impatto positivo nella società adottando nuovi paradigmi di business e modelli d'impresa 'rigenerativi'.

Sulla base di queste premesse, NATIVA e Polimi GSOM (ex MIP) - entrambe B Corp cer-

tificate, leader nei rispettivi settori - hanno ideato e presentato, l'Online Professional Program **"THE B CORP MODEL: Leadership for Regenerative Business"**. Il master approfondisce gli strumenti e i modelli delle Benefit Corporation e delle B Corp, la loro struttura e applicazione concreta su casi studio, con l'obiettivo di fornire ai partecipanti le competenze e la leadership necessarie ad avviare e realizzare il più profondo cambiamento nella storia del business e dell'umanità.

La prima edizione è stata un successo e ha visto oltre **50 partecipanti** approcciarsi a queste tematiche, confrontarsi con testimonianze di rilievo come Davines, illycaffè e Chiesi Farmaceutici e molti altri, e cimentarsi in attività concrete per lo sviluppo di piani di evoluzione strategici ad hoc per le singole realtà.

1

Online Professional Program

50+

partecipanti



REVIEW OBIETTIVI 02021

Obiettivo	Stato	Note
Proseguire il dialogo con le imprese e le istituzioni volto all'inserimento della tutela delle generazioni future a statuto e nella costituzione.	90%	Nel 02021, c'è stata effettivamente l'aggiunta della tutela dell'ambiente in Costituzione, e NATIVA ha attivamente partecipato al processo legislativo che ha portato a questa aggiunta, ma nel testo finale c'è una variazione rispetto al testo elaborato da NATIVA.
Sviluppare un Framework Attivista declinato nelle aree di azione identificate nel corso del 02020, strutturare un Piano di Azioni per il 02021 e realizzare le prime azioni attiviste sia attraverso campagne che azioni concrete.	100%	È stato definito il NATIVA Urban Model, NATIVA ha preso posizione (NATIVA takes a stand) su temi chiave tramite il video dell'Earth Day (22 aprile) e il post sul ddl zan (2 novembre). Abbiamo realizzato 2 azioni locali "Sweep the Sheds" (8 ottobre e 26 novembre), abbiamo progettato e avviato le attività per CO2alizione e per #UnlockEducation, definendo il tema core per l'attivismo 02022 (Education)
Attivare il dialogo e le sinergie con le realtà locali alle sedi di NATIVA (Milano e Roma) e con altri stakeholder rilevanti per moltiplicare l'impatto.	100%	Abbiamo attivato un dialogo continuo con realtà locali e altri stakeholder su Milano e Roma con cui si dialoga per moltiplicare l'impatto (partner, aziende, istituzioni ad esempio Intesa, Polimi GSOM, B Heroes, RSF, SUSDEF ed altri...)



KPI NATIVA e corrispondenza con standard GRI

Area 4

Sinergie

“NATIVA collabora strettamente con organizzazioni non profit, il mondo accademico, fondazioni e altri il cui scopo sia allineato e sinergico con quello di NATIVA, per amplificare l'impatto positivo.”

TEMA MATERIALE	KPI NATIVA ¹³	DATO 02020	DATO 02021	CORRISPONDENZA GRI SPECIFICI ¹⁴	CORRISPONDENZA BIA GRI
Attivazione dell'ecosistema	a. #Partnership strategiche per cui si definisce una collaborazione chiara per la promozione di modelli di business rigenerativo	KPI introdotto nel 02021	6	Mancanza di corrispondenza	No Match
	b. #Numero di articoli pubblicati con contributo diretto di NATIVA	KPI introdotto nel 02021	41		
Attivismo	c. #Ore medie di attivismo per dipendente per anno	KPI introdotto nel 02021	9 ore di media di attivismo per dipendente l'anno	Mancanza di corrispondenza	No Match
	d. #Sacchi raccolti		80 sacchi da 130 litri ciascuno		



IMPEGNI 02022

Impegni 02022



Proseguire il dialogo con realtà e stakeholder a livello europeo, nazionale e locale per promuovere l'iniziativa CO2alizione e attivare **sinergie** volte alla moltiplicazione dell'impatto.



Rafforzare e sviluppare ulteriormente il **Framework Attivista** di NATIVA attraverso l'inclusione delle seguenti attività nel Piano di Azione 02022:

- Applicazione del Urban Model con estensione dell'ingaggio degli stakeholder locali realizzando almeno 2 eventi con ingaggio
- Lancio e diffusione massiva di #UnlockEducation con più di 500 scuole raggiunte
- Lancio di CO2alizione a livello nazionale e Europeo
- Ampliamento delle azioni relative a NATIVA takes a stand
- Sharing & Implementation di radical habits



Realizzare un framework per la definizione ed ingaggio dell'**ecosistema** NATIVA, ponendosi l'obiettivo di definire almeno 3 partnership strategiche durante l'anno per cui si arrivi ad un accordo sull'oggetto della collaborazione implementando un piano d'azione condiviso per il raggiungimento di obiettivi concreti. Focus specifico e prioritario sul futuro della partnership con B Lab.

5

RESPONSABILITÀ, **SOSTENIBILITÀ,** **TRASPARENZA**

NATIVA opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.





SFIDA

Essere sempre all'avanguardia nel ricercare, sviluppare e adottare con coerenza le migliori pratiche di sostenibilità e comunicare il nostro agire con trasparenza.

Vogliamo agire come *legacy leader*, migliorando costantemente le nostre performance di sostenibilità e il nostro impatto sociale e ambientale. Lo facciamo operando in modo **responsabile, sostenibile e trasparente** e confrontandoci in maniera diretta con il nostro ecosistema di stakeholder. Proteggiamo la privacy e i dati dei nostri clienti, consci del fatto che la condivisione di conoscenze sia

alla base del modello collaborativo di evoluzione che perseguiamo. Abbiamo impostato un percorso di miglioramento della nostra performance, misurata tramite standard internazionali quali il BIA, rendicontando in conformità con lo standard GRI: opzione *core* e impegnandoci in modo trasparente e continuo per ridurre il nostro impatto ambientale.

STORIE DI IMPATTO

NATIVA Climate positive

NATIVA ha calcolato le emissioni scope 1, 2 e 3 relative al 02021, compensando il 125% di esse attraverso un progetto certificato Gold Standard e diventando così climate positive.

In un momento storico caratterizzato da molte difficoltà e sconvolgimenti, l'emergenza climatica continua ad essere riconosciuta come una delle principali sfide da risolvere per garantire un futuro prospero alla specie umana e agli altri esseri viventi. Riconoscendo nella tutela degli equilibri climatici un pilastro fondamentale della rigenerazione, NATIVA ha lavorato su se stessa partendo dai medesimi principi applicati nei progetti di impatto sul clima attraverso i quali affianca i propri clienti.

Sono state calcolate le emissioni di gas effetto serra del 02021 relative agli scope 1, 2 e 3, utilizzando gli standard di accounting e di rendicontazione più diffusi a livello internazionale. Le emissioni di scope 1 e 2 sono state calcolate facilmente grazie all'elevato grado di visibilità di NATIVA su di esse, e al fatto che da marzo 02021 l'energia elettrica acquistata è 100% rinnovabile certificata con Garanzia d'Origine. Come per molte aziende impegnate in questo tipo di rendicontazione, le emissioni scope 3 sono caratterizzate da una maggior difficoltà di reperimento: per questi i dati ottenuti ad oggi sono per lo più frutto di stime.

In seguito al calcolo delle emissioni, NATIVA ha identificato un progetto di compensazione tramite l'utilizzo dell'SDG Action Manager e la raccolta dei pareri dei Nativer. È stato scelto il progetto Buenos Aires Renewable Energy Project, certificato Gold Standard, attraverso il quale NATIVA ha compensato il 125% delle proprie emissioni relative al 02021, **diventando così climate positive** rispetto agli scope 1, 2 e 3.

Il lavoro di NATIVA è basato sulla scienza, e la comunità scientifica internazionale è unanime nel considerare la compensazione delle emissioni un'azione virtuosa, ma certamente non una soluzione all'emergenza climatica. Lavoreremo con costanza e determinazione per minimizzare alla fonte le nostre emissioni e onorare il nostro impegno verso net zero 2030. Siamo orgogliosi del fatto che i valori su cui basiamo il nostro operato e l'affiancamento ai nostri clienti caratterizzi prima di tutto noi stessi, come individui e come NATIVA.

Nicola Piccolo
Evolution Guide &
Climate Neutrality Champion NATIVA



L'impatto di NATIVA secondo il BIA e l'SDGAM

Il risultato positivo di crescita dell'impatto rispetto all'ultimo punteggio certificato da B Lab nel 02021 di 123.2 punti (ultimo report certificato da B Lab visionabile qui: <https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/nativa-srl-sb>) è frutto delle **azioni benefit** perseguite per il raggiungimento delle finalità

specifiche di beneficio comune come descritte nei capitoli precedenti. Queste azioni si sono focalizzate sul benessere delle persone in NATIVA e ci hanno portato a ricevere da B Lab l'award **Best for the World nell'area Workers e Governance** e sull'efficientamento e la riduzione dell'impatto ambientale dei nostri uffici.

VALUTAZIONE DI SINTESI OTTENUTA UTILIZZANDO IL BIA A FINE 2021 (PUNTEGGIO NON VERIFICATO DA B LAB)¹⁵



Allo stesso tempo, NATIVA, per sua stessa natura, agisce per perseguire tutti e 17 i Sustainable Development Goal dell'agenda 2030 dell'Onu, impegnandosi attivamente a

creare un'economia, una società, un ecosistema più floridi nei quali altre aziende possono prosperare ed avere a loro volta un impatto positivo.



Tuttavia, sulla base della nostra analisi interna, abbiamo identificato gli SDG 5, 8, 10, 12, 13 e 17 come i più rilevanti per la nostra realtà. Sulla base dell'autovalutazione condotta con lo strumento SDG Action Manager, abbiamo comparato la nostra performance rispetto ad un benchmark di settore internazionale che comprende aziende da tutto il mondo ed abbiamo ottenuto un punteggio di circa:

- 16% superiore alla media sull'SDG 5 Gender Equality
- 26% superiore alla media sull'SDG 8 Decent

Work and Economic Growth

- 4% superiore alla media sull'SDG 10 Reduced Inequalities
- 52% superiore alla media sull'SDG 12 Responsible Production and Consumption
- 38% superiore alla media sull'SDG 13 Climate Action

Il nostro contributo al SDG 17 si misura invece attraverso le diverse azioni di advocacy e collaborazione con diversi stakeholder a cui prendiamo parte per contribuire ad una moltiplicazione del nostro impatto positivo.



REVIEW OBIETTIVI 02021

Obiettivo

Stato

Note

NATIVA si impegna a redigere la prossima Relazione di Interdipendenza, relativa all'anno fiscale 02021, in conformità agli standard «GRI Sustainability Reporting Standards», pubblicati nel 02016 dal Global Reporting Initiative (GRI) secondo l'opzione "in accordance-core".

100%

Questa relazione è stata realizzata secondo lo standard GRI *core*.

KPI NATIVA e corrispondenza con standard GRI

Area 5

Responsabilità, Sostenibilità, Trasparenza

"NATIVA opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse."

TEMA MATERIALE	KPI NATIVA	DATO 02020	DATO 02021	CORRISPONDENZA GRI SPECIFICI ¹⁶	CORRISPONDENZA GRI-BIA
Lotta al cambiamento climatico	KPI GRI introdotto nel 02021	n.d.	Utilizzo del KPI GRI	305 - 1 Scope 1 305 - 2 Scope 2 305 - 3 Scope 3	Exact Match Environment: Air & Climate Exact Match Environment: Air & Climate Exact Match Environment Air & Climate
Privacy dei Clienti	KPI GRI introdotto nel 02021	n.d.	Utilizzo del KPI GRI	418 - 1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Impact and/or Conceptual Match Customers: Customer stewardship

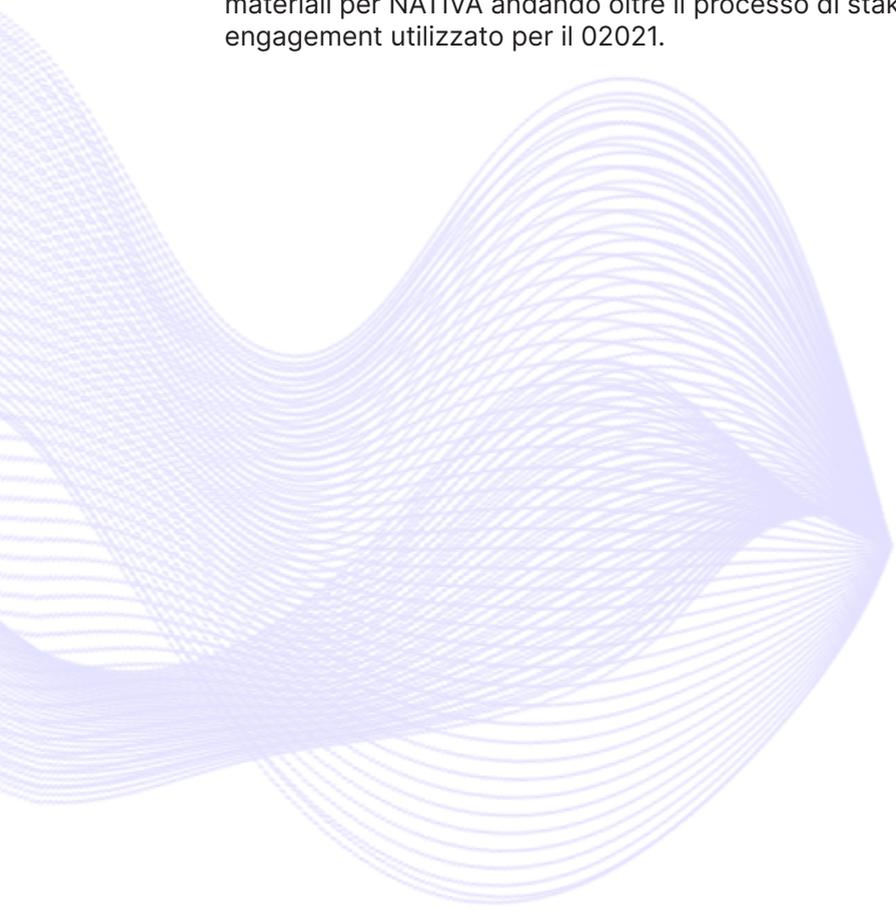


IMPEGNI 02022

Impegni 02022



Definire un sistema e **ownership** per la raccolta e il monitoraggio dei dati necessari per la relazione di interdipendenza e realizzare un assessment di materialità completo per il prossimo anno che miri ad identificare i temi materiali per NATIVA andando oltre il processo di stakeholder engagement utilizzato per il 02021.





NOTE

- ¹ La categoria Altro include settori quali la logistica, le costruzioni e il packaging ed altri.
- ² Con GRI specifici si intende la corrispondenza con i Topic-specific standard del GRI.
- ³ L'indicatore b. Convivia era denominato Retreat (giornate persona) fino al 02020 e si calcola moltiplicando il numero di Convivia durante l'anno per il numero di giorni di ognuno per il numero di persone che hanno partecipato.
- ⁴ L'indicatore Indice di felicità o simili nel 02021 è stato ricavato dalla media degli indici di felicità inseriti dai Nativer nei moduli utilizzati per il processo di feedback o selfie.
- ⁵ Con GRI specifici si intende la corrispondenza con i Topic-specific standard del GRI.
- ⁶ Il KPI c. è stato introdotto nel 2021 e raccoglie il numero totale dei progetti definiti strategici di sostenibilità attraverso cui promuoviamo l'evoluzione verso modelli di business rigenerativo. I progetti strategici sono identificati secondo parametri definiti da NATIVA che escludono ad esempio i contratti quadro.
- ⁷ La denominazione dell KPI e. è cambiata rispetto all'anno scorso (Numero di tesi sull'argomento B Corp) per catturare il numero di progetti di ricerca e tesi direttamente supportati da NATIVA.
- ⁸ Con GRI specifici si intende la corrispondenza con i Topic-specific standard del GRI.
- ⁹ Il KPI a. include persone formate in aziende quali Sanofi CHC, Intesa San Paolo, Missoni, Mutti, Chiesi, CiviBank, Cellularline, Noovle, Olivetti, Slowear e molte altre.
- ¹⁰ Il KPI b. include prodotti analizzati nei programmi condotti con Alpinestars, Cellularline, Furla, Gelit, Kerakoll, Fratelli Carli, Scarpa.
- ¹¹ Le aziende coinvolte nei programmi di co-evoluzione indicati nel KPI c. sono Andriani, Chiesi, Fratelli Carli e Aboca.
- ¹² La denominazione del KPI f. è cambiata rispetto all'anno scorso (Numero di progetti integrati da NATIVA Architecture) per sottolineare la sempre maggiore integrazione di Architecture nel flow NATIVA al pari delle altre componenti dell'XYZ ed il numero 30 include 17 progetti Chiesi, 11 certificati LEED e 2 progetti di altro genere.
- ¹³ I due indicatori Uffici TNS (The Natural Step) e studenti universitari educati sui temi B Corp e innovazione sostenibile non sono più monitorati, il primo dal 2020 ed il secondo dal 2018 in quanto i temi B Corp e Società Benefit sono ormai comuni in molti corsi universitari.
- ¹⁴ Con GRI specifici si intende la corrispondenza con i Topic-specific standard del GRI.
- ¹⁵ Score non verificato da B Lab che dovrà essere certificato nel 2024.
- ¹⁶ Con GRI specifici si intende la corrispondenza con i Topic-specific standard del GRI.



NOTA METODOLOGICA

Perimetro di rendicontazione e processo di reporting

La relazione di interdipendenza è pubblicata con cadenza annuale e i dati si riferiscono, salvo diversa indicazione, al periodo che intercorre dal 1° gennaio 02021 al 31 dicembre 02021 e, quando esistenti, questi sono comparati con lo stesso perimetro dell'anno fiscale precedente. Il perimetro delle informazioni e dei dati economici, ambientali e sociali è lo stesso del Bilancio ed include una sola realtà, NATIVA Srl SB con due amministratori, Paolo di Cesare e Eric Ezechieli. La responsabile dell'impatto nell'anno 02021 è stata la Dott.ssa Anna Cogo. Ove non fosse stato possibile reperire i dati quantitativi, è stato fatto ricorso a stime che, se presenti, sono fondate su metodologie condivise e garantiscono una

rappresentanza attendibile della performance e dei dati. La relazione di interdipendenza contiene informazioni relative ad aspetti sociali, ambientali e di governance che sono emersi dal processo di stakeholder engagement, e tiene conto del contesto e di specifici trend a livello nazionale e internazionale. Il presente documento è stato redatto per la prima volta in conformità ai GRI standard: opzione *core*, includendo indicatori che non erano presenti nelle versioni passate della relazione di interdipendenza. In appendice al documento, si presenta il GRI Content Index con il dettaglio dei contenuti rendicontati in conformità ai GRI e in linea con i temi materiali emersi per NATIVA.

Uffici

Via degli Ausoni 1, 00185 - Roma
Viale Vittorio Veneto, 28, 20124 - Milano

Sede Legale

Piazzale Clodio, 22 - 00195 - Roma

Date

Le date in NATIVA sono codificate secondo il sistema LongNow, come AAAAAMMGG. Le cinque cifre per l'anno ci ricordano che rispetto ad una scala di decine di migliaia di anni siamo nell'anno 02019 su 99999 anni. NATIVA agisce ora e pensa al lungo termine.

Review Obiettivi

Per la relazione di quest'anno abbiamo deciso di utilizzare un sistema OKR per la rendicontazione degli obiettivi raggiunti:

0,0 - 0,3 = rosso → non abbiamo fatto progressi reali

0,4 - 0,6 = giallo → abbiamo fatto progressi, ma non siamo riusciti a completare il lavoro

0,7 - 1 = verde → abbiamo consegnato

Corrispondenza BIA-GRI

La corrispondenza BIA-GRI indica la presenza o meno di un match tra indicatori GRI e domande del BIA. Questa corrispondenza può essere:

- **Exact** quando esiste una domanda del BIA che è direttamente comparabile con un indicatore GRI
- **Partial** quando esiste una domanda del BIA che è parzialmente comparabile con un indicatore GRI
- **Conceptual or Impact** quando esiste una domanda del BIA che è genericamente comparabile con un indicatore GRI (a livello di impatto o concetto)
- **No Match** quando non esiste una domanda del BIA comparabile con l'indicatore GRI



DETTAGLI INDICATORI GRI

Persone

Tabella 1. Ripartizione persone per tipologia contrattuale in Italia

Tipologia contrattuale	al 31 dicembre 02021			al 31 dicembre 02020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
A tempo indeterminato	13	16	29	8	7	15
A tempo determinato	1	0	2	1	0	1
Totale	14	16	30	9	7	16
Contratti trasformati da tempo determinato a tempo indeterminato	2	0	2	1	2	3

Tabella 2. Ripartizione persone per genere, area geografica e tipologia contrattuale in Italia

Tipologia contrattuale	al 31 dicembre 02021			al 31 dicembre 02020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Area Geografica						
Milano	6	8	14	3	5	8
A tempo indeterminato	5	8	13	3	5	8
A tempo determinato	1	0	1	0	0	0
Roma	8	8	16	6	2	8
A tempo indeterminato	8	8	16	5	2	7
A tempo determinato	0	0	0	1	0	1
Estero	0	0	0	0	0	0
A tempo indeterminato	0	0	0	0	0	0
A tempo determinato	0	0	0	0	0	0
Totale	14	16	30	9	7	16

**Tabella 3.** Ripartizione persone per genere e per tipologia di impiego

Full-time / Part-time	al 31 dicembre 02021			al 31 dicembre 02020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	12	16	28	8	7	15
Part-time	2	0	2	1	0	1
Totale	14	16	30	9	7	16

Tabella 4. Ripartizione lavoratori esterni per categoria

Lavoratori esterni	al 31 dicembre 02021			al 31 dicembre 02020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Lavoratori a partita IVA con contratto continuativo	2	2	4	2	2	4
Lavoratori a partita IVA con contratto ad obiettivi	7	1	8	0	0	0
Altro (specificare) - Prestazione occasionale	0	0	0	0	1	1
Stage	0	0	0	0	1	1
Totale	9	3	12	2	4	6

Tabella 5.1 Nuove assunzioni e turnover

Numero di persone	al 31 dicembre 02021		al 31 dicembre 02020	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Dipendenti assunti	7	8	5	4
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	0	1	0	0
Totale assunti	15		9	
Totale cessati	1		0	
Turnover in entrata	50%		56%	
Turnover in uscita (%)	3%		0%	

**Tabella 5.2** Nuove assunzioni e turnover

Numero di persone	Dal 1 gennaio 02021 al 31 dicembre 02021			Dal 1 gennaio 02020 al 31 dicembre 02020		
	≤30 anni	31-50 anni	>50 anni	≤30 anni	31-50 anni	>50 anni
Dipendenti assunti	12	2	1	6	3	0
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	0	1	0	0	0	0
Totale assunti	15			9		
Totale cessati	1			0		

Tabella 5.3 Nuove assunzioni e turnover

Numero di persone	Dal 1 gennaio 02021 al 31 dicembre 02021	Dal 1 gennaio 02020 al 31 dicembre 02020
Dipendenti assunti	15	9
Milano	7	4
Roma	8	5
Esterni	0	0
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	1	0
Milano	1	0
Roma	0	0
Esterni	0	0

A livello organizzativo siamo un'organizzazione priva di gerarchie, in cui la leadership è collaborativa, empatica e condivisa. Tuttavia, si presenta di seguito la scomposizione rispetto ai diversi livelli di inquadramento del CCNL di riferimento.

Tabella 6. Ripartizione personale per genere, età e categorie

Numero di persone	Dal 1 gennaio 02021 al 31 dicembre 02021								Dal 1 gennaio 02020 al 31 dicembre 02020							
	Uomini				Donne				Uomini				Donne			
	≤30 anni	31-50 anni	>50 anni	Tot	≤30 anni	31-50 anni	>50 anni	Tot	≤30 anni	31-50 anni	>50 anni	Tot	≤30 anni	31-50 anni	>50 anni	Tot
Dirigenti	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0
Quadri	0	3	0	3	0	4	0	4	0	2	0	2	0	3	0	3
Impiegati	7	2	0	9	10	2	0	12	4	2	0	6	4	0	0	4
Operai	0	1	1	2	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Totale	7	6	3	16	10	6	0	16	4	5	2	11	4	3	0	7

*Questa tabella include i dati relativi ai founder che non erano stati inclusi nelle tabelle precedenti



Tabella 7. Componenti Consiglio di Amministrazione per fascia d'età e genere

Numero di componenti	al 31 dicembre 02021			al 31 dicembre 02020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
>50 anni	2	0	2	2	0	2
Totale	2	0	2	2	0	2

Gestione dei Rischi

I soci di NATIVA hanno deciso di individuare e mappare in via preventiva i principali rischi, adottando strumenti idonei per governarli e ridurne l'impatto. Di seguito presentiamo un breve riassunto dei rischi non finanziari a cui l'organizzazione è esposta e come si è deciso di gestirli:

- 1) Mancanza di diversificazione della clientela e rischio legato al fatto di dipendere da un numero concentrato di clienti → con l'aumento del numero di clienti sperimentato nell'ultimo anno, si cerca di differenziarli sempre di più sia come numero sia come settore,
- 2) Rischio di un alto turnover data la giovane età dei Nativer e il trend noto come "Great Resignation" che ha caratterizzato l'ultimo anno → crescente impegno di NATIVA per la felicità dei Nativer con processi di feedback strutturati e creazione della componente Life nel framework XYZ con l'assunzione di una persona dedicata,
- 3) Rapida espansione e possibile mancanza di una strutturazione delle attività → creazione di un'organizzazione interna definita tramite l'XYZ e avvio di un sistema di monitoraggio interno,
- 4) Esposizione a rischi ambientali e sociali → continua misurazione e gestione/miglioramento della performance attraverso misurazione con standard internazionali quali il B Impact Assessment.

Coinvolgimento degli stakeholder e temi materiali emersi

I nostri stakeholder principali includono: i legacy leader che sono i nostri clienti, le persone o Nativer, i giovani, i nostri partner principali inclusi B Lab, Regenerative Society Foundation, Fondazione Sviluppo Sostenibile, UN Global Compact, Arkage, i *policymaker* italiani ed europei, i nostri fornitori e tutti gli altri membri dell'ecosistema NATIVA con cui collaboriamo per portare avanti l'evoluzione di modelli di business rigenerativi.

Con 12 stakeholder selezionati inclusi clienti, partner, rappresentanti dei media e altre istituzioni abbiamo fatto delle *deep immersion*, conversazioni di circa un'ora e mezza per connetterci con le persone a livello personale e umano per capire quale sia per loro il significato della sostenibilità, del percorso di NATIVA, identificando in questo modo anche i temi materiali per NATIVA.

Questo processo di stakeholder engagement, in cui ci siamo cimentati per la prima volta, unito ad una survey distribuita tra i Nativer e ad un'analisi del mercato di riferimento che ha evidenziato i macro trend principali, ci ha portato ad individuare i seguenti 11 temi materiali:

1. Raggiungimento del *full potential* dei Nativer
2. Diversità e inclusione
3. Felicità al lavoro e oltre
4. Transizione verso paradigmi economici rigenerativi
5. Legacy per le generazioni future
6. Sviluppo e condivisione delle conoscenze e strumenti sviluppati da NATIVA
7. Regenerative Living Spaces
8. Attivazione dell'ecosistema
9. Attivismo
10. Lotta al cambiamento climatico
11. Privacy dei clienti

Questi temi materiali sono stati mappati rispetto alle finalità specifiche di beneficio comune del nostro statuto e per ognuna di esse abbiamo identificato, ove presenti, gli indicatori GRI corrispondenti o, in alternativa, KPI elaborati internamente.



Emissioni

Tabella 8. Emissioni di NATIVA

Le emissioni scope 2 sono state calcolate con metodologia market-based

Emissioni	02021	02020
	tCO2 eq.	tCO2 eq.
Scope 1	7,73	non abbiamo monitorato questa metrica
Scope 2	0,47	
Scope 3	32,34	
Totale	40,44	

Tabella 8.1 GRI 305-1

Emissioni dirette di GHG (Scope 1) in lorde tonnellate di CO2 equivalenti	7,73
Gas inclusi nel calcolo	CO2, NH4, N2O
Emissioni di CO2 di origine biogenica in tonnellate di CO2 equivalenti	0
Anno di riferimento per il calcolo	NA
Fonte dei fattori di emissione e potenziale di riscaldamento globale	UK Department for Business, Energy & Industrial Strategy (DEFRA) - UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2021 full set for advanced user https://www.gov.uk/government/publications/greenhouse-gas-reporting-conversion-factors-2021
Approccio di consolidamento in materia di emissioni	Equity share
Standard, metodologie, ipotesi e/o strumenti di calcolo utilizzati	GHG Protocol: a corporate accounting and reporting standard https://ghgprotocol.org/corporate-standard ISO 14064-1:2018 https://www.iso.org/standard/66453.html



Tabella 8.2 GRI 305-2

Emissioni indirette di GHG (Scope 2) da consumi energetici in tonnellate di CO2 equivalenti	2,18
Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) lorde market-based in tonnellate di CO2 equivalenti	0,47
Gas inclusi nel calcolo	NA
Anno di riferimento per il calcolo	NA
Fonte dei fattori di emissione e potenziale di riscaldamento globale	<u>Location-based emission factor</u> Terna https://download.terna.it/terna/7-INTERNAZIONALI_8d9ce-d060a052ed.pdf <u>Market-based emission factor</u> Association of Issuing Bodies https://www.aib-net.org/sites/default/files/assets/facts/residual-mix/2019/AIB_2019_Residual_Mix_Results_1_1.pdf
Approccio di consolidamento in materia di emissioni	Equity share
Standard, metodologie, ipotesi e/o strumenti di calcolo utilizzati	ISO 14064-1:2018 https://www.iso.org/standard/66453.html



Tabella 8.3 GRI 305-3

Altre emissioni indirette lorde di GHG (Scope 3) in tonnellate di CO2 equivalenti	32,24
Gas inclusi nel calcolo	CO2, NH4, N2O
Emissioni di CO2 di origine biogenica in tonnellate di CO2 equivalenti	0
Altre categorie di emissioni indirette di GHG (Scope 3)	Indirect GHG emissions from imported energy; Indirect GHG emissions from transportation; Indirect GHG emissions from products used by organization;
Anno di riferimento per il calcolo	NA
Fonte dei fattori di emissione e potenziale di riscaldamento globale	UK Department for Business, Energy & Industrial Strategy (DEFRA) - UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2021 full set for advanced user https://www.gov.uk/government/publications/greenhouse-gas-reporting-conversion-factors-2021 Database Agence de la transition ecologique (ADEME) https://bilans-ges.ademe.fr/en/accueil/authentication Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA) https://www.isprambiente.gov.it/it/pubblicazioni/rapporti/rapporto-rifiuti-urbani-edizione-2020 https://www.isprambiente.gov.it/it/pubblicazioni/rapporti/rapporto-rifiuti-speciali-edizione-2021
Standard, metodologie, ipotesi e/o strumenti di calcolo utilizzati	GHG Protocol: a corporate accounting and reporting standard https://ghgprotocol.org/corporate-standard GHG Protocol: corporate value chain (scope 3) accounting and reporting standard https://ghgprotocol.org/standards/scope-3-standard ISO 14064-1:2018 https://www.iso.org/standard/66453.html



GRI CONTENT INDEX

Profilo dell'Organizzazione		Paragrafo, Note
GRI 102-1	Nome dell'organizzazione	NATIVA
GRI 102-2	Principali marchi, prodotti e servizi	NATIVA
GRI 102-3	Sede principale	Nota Metodologica
GRI 102-4	Paesi di operatività	Nota Metodologica Evoluzione di pratiche e di modelli di business
GRI 102-5	Assetto proprietario e forma legale	Nota metodologica
GRI 102-6	Mercati serviti	Impatto 02021 Evoluzione di pratiche e di modelli di business
GRI 102-7	Dimensione dell'organizzazione	Tabella 1-4 Ricavi netti: 4.478.846€ Grado di capitalizzazione: 2,43 Il bilancio è depositato presso la Camera di Commercio di Milano ed è consultabile presso la stessa.
GRI 102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	Tabella 1, Tabella 2, Tabella 3, Tabella 4
GRI 102-9	Descrizione della catena di fornitura dell'organizzazione	Essendo una società di servizi, i nostri fornitori principali includono i fornitori di apparecchiature elettroniche, di materiale per uffici, di energia elettrica, mobility e altri consulenti (servizi legali, di comunicazione e marketing e di servizi amministrativi).
GRI 102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	Nel periodo di rendicontazione non vi sono state modifiche significative alla proprietà o catena di fornitura. Per modifiche all'organizzazione, si veda: Felicità delle persone
GRI 102-11	Principio di precauzione	Gestione dei Rischi
GRI 102-12	Iniziativa esterne	Adesione al UN Global Compact e gli UN Principles on Business and Human Rights e alla Declaration of Interdependence di B Lab. Dal 2015 siamo Country Partner di B Lab in Italia. Siamo partner del UN Global Compact Network con cui contribuiamo a diffondere strumenti robusti per la gestione dell'impatto basata sugli SDGs. Abbiamo co-fondato la Regenerative Society Foundation e siamo soci fondatori di Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile. Con Arkage, società benefit di comunicazione, abbiamo anche fondato Nüborn, un evolution studio di comunicazione.



GRI 102-13	Adesione ad associazioni	Uno dei nostri co-founder è membro del Consiglio Direttivo di Assobenefit, associazione di cui siamo soci e che riunisce le Società Benefit in Italia.
Strategia		Paragrafo, Note
GRI 102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	Lettera dei Founder
Etica e Integrità		Paragrafo, Note
GRI 102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	Manifesto NATIVA Felicità delle persone
Governance		Paragrafo, Note
GRI 102-18	Struttura di governo dell'organizzazione	Due amministratori e soci unici
GRI 102-21	Consultazione degli stakeholder	NATIVA Refocus
GRI 102-22	Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati	Assemblea dei due soci unici o amministratori con competenza su temi economici, sociali e/o ambientali
Stakeholder Engagement		Paragrafo, Note
GRI 102-40	Categorie e gruppi di stakeholder	NATIVA Refocus (see Ecosystem Mapping)
GRI 102-41	Accordi di contrattazione collettiva	NATIVA adempie alle prescrizioni in materia di accordi di contrattazione collettiva applicando il CCNL di riferimento
GRI 102-42	Identificazione e selezione degli stakeholder	NATIVA NATIVA Refocus Coinvolgimento degli stakeholder e temi materiali emersi
GRI 102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Coinvolgimento degli stakeholder e temi materiali emersi
GRI 102-44	Aspetti chiave emersi	NATIVA Refocus Coinvolgimento degli stakeholder e temi materiali emersi
Pratiche di Rendicontazione		Paragrafo, Note
GRI 102-45	Entità incluse nel bilancio consolidato	Nota metodologica
GRI 102-46	Definizione dei contenuti del report e del perimetro dei topic materiali	Prefazione NATIVA Refocus Nota metodologica
GRI 102-47	Elenco dei Topic Materiali	Coinvolgimento degli stakeholder e temi materiali emersi
GRI 102-48	Revisione delle Informazioni	Non ci sono state revisioni delle informazioni fornite nei report degli anni precedenti



GRI 102-49	Modifiche nella rendicontazione	Nota metodologica
GRI 102-50	Periodo di rendicontazione	Nota metodologica
GRI 102-51	Data del report più recente	Luglio 2021
GRI 102-52	Periodicità della rendicontazione	Annuale e depositata con il bilancio d'esercizio
GRI 102-53	Contatti per informazioni sul report	info@nativab.com
GRI 102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	Nota metodologica
GRI 102-55	Indice dei contenuti GRI	GRI Content Index
GRI 102-56	Attestazione esterna	Non è presente alcuna attestazione esterna
Aspetto materiale - Raggiungimento del pieno potenziale dei Nativer		Paragrafo, Note
GRI 103-1; 103-2:103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	Felicità delle persone
GRI 404-1	Ore medie di formazione annua per i dipendenti	02021: 30, 76 02020: 23 Il numero non varia in base al genere e alle categorie in quanto tutti ricevono le stesse ore di formazione. All'interno delle ore di formazione per dipendente sono incluse anche le ore di formazione erogate ai collaboratori a partita iva con contratto continuativo.
GRI 404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	02021: 100% 02020: 100% Tutti i Nativer ricevono una valutazione periodica almeno annuale delle proprie performance con indicazioni sullo sviluppo professionale attraverso il processo del <i>selfie</i> . Il <i>selfie</i> è un processo continuo per dare e ricevere feedback composto da moduli da compilare, scambi di pareri e altri momenti di interazione.
GRI 401-1	Nuove assunzioni e turnover	Tabella 5.1, 5.2, 5.3
Aspetto materiale-Diversità e inclusione		Paragrafo, Note
GRI 103-1; 103-2:103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	Felicità delle persone
GRI 405-1	Composizione degli organi di governo e ripartizione del personale per genere, età, appartenenza alle categorie protette e altri indicatori di diversità	Tabella 6, Tabella 7



Aspetto materiale - Felicità al lavoro e oltre		Paragrafo, Note
GRI 103-1; 103-2:103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	Felicità delle persone
Aspetto materiale – Transizione verso paradigmi economici rigenerativi		Paragrafo, Note
GRI 103-1; 103-2:103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	Sistemi economici e sociali a prova di futuro
GRI 203-2	Impatti economici indiretti significativi	Sistemi economici e sociali a prova di futuro
Aspetto materiale – Legacy per le generazioni future		Paragrafo, Note
GRI 103-1; 103-2:103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	Sistemi economici e sociali a prova di futuro Sinergie
Aspetto materiale - Sviluppo e condivisione delle conoscenze e strumenti sviluppati da NATIVA		Paragrafo, Note
GRI 103-1; 103-2:103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	Evoluzione di pratiche e modelli di business
Aspetto materiale - Regenerative Living Spaces		Paragrafo, Note
GRI 103-1; 103-2:103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	Evoluzione di pratiche e modelli di business
Aspetto materiale – Attivazione dell'ecosistema		Paragrafo, Note
GRI 103-1; 103-2:103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	Sinergie
Aspetto materiale – Attivismo		Paragrafo, Note
GRI 103-1; 103-2:103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	Sinergie
Aspetto materiale - Lotta al cambiamento climatico		Paragrafo, Note
GRI 103-1; 103-2:103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	Responsabilità, Sostenibilità e Trasparenza
GRI 305-1	Totale emissioni scope 1	Tabella 8.1
GRI 305-2	Totale emissioni scope 2	Tabella 8.2
GRI 305-3	Totale emissioni Scope 3	Tabella 8.3
Aspetto materiale – Privacy dei clienti		Paragrafo, Note
GRI 103-1; 103-2:103-3	Informativa generica sulle modalità di gestione	Responsabilità, Sostenibilità e Trasparenza
GRI 418 - 1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Nel 2021 e nel 2020 non si sono registrate denunce comprovate ricevute riguardanti violazioni della privacy dei clienti e/o furti, furti o perdite di dati dei clienti.



Hanno co-creato questo report:

Alice Zannini	Leonardo Ghiraldini
Anna Cogo	Letizia Rigazzi
Anna Iantosca	Luca Guarneri
Bénédicte Peillon	Marco Giambone
Camilla Borghi	Marco Valerio Ceccotti
Chiara Caimi	Martina Grossi
Christina Andersen	Matilde Breda
Claudia Mormino	Matteo Ghedini
Dario De Rossi	Matteo Caprioli
Elena Basile	Miriam Damiano
Eric Ezechieli	Nicola Piccolo
Federica Travaglini	Nicolas Schilder
Federica Bombacci	Paolo Di Cesare
Francesco Serventi	Pierfrancesco Paradiso
Francesco Carra	Pierpaolo Laurito
Gianandrea Spadoni	Samira Tasso
Giada Cianfarini	Silvia Zanazzi
Giorgio Malaguzzi	Stefano Pieretti
Giulia Garello	Valentina Ciurlante
Guido Ferrari Bravo	Valentina Zanini
Irene Lo Vecchio	Yasemin Ottaviani

Ringraziamenti alle persone e alle rispettive aziende che hanno condiviso con noi le loro prospettive e storie: Massimiliano Pogliani, Massimo e Roberta Fileni, Michela Del Piero, Monica Talmelli, Dino Masso, Maurizio Turatti, Florim e Ospedale di Sassuolo, Giorgia Carosi, Team Better Building Chiesi, Adrian Fartade, Alessandro Chiesi.

Illustrazioni di Paolo Di Cesare

Pensiamo che un sistema privo di feedback sia stupido per definizione, per questo confidiamo nel tuo aiuto. Se vuoi manda i tuoi feedback a Chiara Caimi, che ha coordinato la stesura della Relazione di Interdipendenza 02021.

Mail: info@nativallab.com



If not here, then where?
If not us, then who?
If not now, then when?



NATIVA

