



SAGAPAO SRL SOCIETA' BENEFIT

RELAZIONE DI IMPATTO

ANNO 2023



Società Benefit

SOMMARIO

LETTERA AGLI STAKEHOLDER	3
1.IL PROFILO DELL'AZIENDA.....	4
1.1 Mission e valori	5
1.2 Valore economico.....	6
3.GOVERNANCE E GESTIONE DEI CLIENTI	11
3.1 Analisi di materialità.....	11
3.2 Matrice di materialità	12
3.3 La struttura della governance	13
3.4 La gestione dei clienti	15
4. LAVORATORI	17
4.1 Composizione dell'organico.....	17
4.2 Sviluppo professionale e personale delle risorse umane	18
4.3 Welfare aziendale e qualità dell'ambiente di lavoro	18
5. COMUNITA'	20
5.1 La catena di fornitura	20
5.2 Solidarietà e sviluppo sostenibile.....	22
6. AMBIENTE.....	23
6.1 Riduzione dell'impatto ambientale.....	23
6.2 Consumo eco sostenibile	24
6.3 Consumi energetici	25
7. LA VALUTAZIONE DI IMPATTO	26
7.1 Aree di valutazione d'impatto.....	26
7.2 Il B Impact Score	29
8. PIANO STRATEGICO DI IMPATTO 2024	30

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Cari Stakeholder,

Con grande entusiasmo e orgoglio condividiamo con voi la Relazione di Impatto 2023 di Sagapao. Quest'anno è stato denso di significativi progressi e traguardi importanti, grazie all'impegno collettivo e alla dedizione di tutti coloro che fanno parte della nostra comunità aziendale.

Nel 2023, Sagapao ha continuato a superare le sfide iniziate negli anni 2000, quando avviai da solo l'azienda a Como in un contesto di crisi globale e settore tessile in difficoltà. Il nostro percorso è stato segnato da crisi, come quella del COVID-19, ma anche da significativi successi e trasformazioni.

Nel 2006, dopo aver lasciato un impiego precario, mi sono dedicato completamente a Sagapao, che ha visto una crescita significativa con l'ingresso di mia moglie Elena come socia nel 2015 e con la trasformazione in Srl. La pandemia ha messo alla prova la nostra resilienza, ma abbiamo investito nella riqualificazione e nella modernizzazione, mantenendo i posti di lavoro e rispondendo alle nuove sfide.

Nel 2023, con il passaggio a Società Benefit abbiamo formalizzato la nostra missione di migliorare non solo la nostra vita attraverso il lavoro ma anche quella dei nostri dipendenti e dell'intera comunità. Oggi, siamo orgogliosi dei progressi dei nostri collaboratori, che hanno dimostrato crescita e capacità professionali e dell'impatto che abbiamo generato.

Guardando al futuro, siamo determinati a mantenere e migliorare i traguardi raggiunti e a perseguire nuovi obiettivi ambiziosi per il 2024. La nostra missione rimane quella di generare un impatto positivo su persone e ambiente e di continuare a lavorare insieme a voi per un futuro più sostenibile e inclusivo.

Grazie per il vostro continuo supporto e collaborazione.

Cordiali saluti,

Fernando Carioni
CEO di Sagapao

1. IL PROFILO DELL'AZIENDA

Sagapao nasce nel 2000 realizzando buste personalizzate per le campionature delle aziende tessili. L'azienda gradualmente si inserisce nel mercato locale, nazionale e internazionale affrontando numerose sfide mostrando grande capacità di resilienza, creatività e adattamento. Nell'anno 2015 si costituisce con denominazione "**Sagapao Srl**" ed ha come principale oggetto la produzione, l'assemblaggio, il commercio all'ingrosso ed al minuto di articoli promozionali, cartoleria, articoli da gioco etc; la stampa tessile su tessuti e altro materiale; la consulenza grafica, pubblicitaria, di immagine ed in materia pubbliche relazioni alle aziende. **L'azienda ha ormai maturato un grande esperienza nel campo e si pone come una realtà di specialisti nel mondo promozionale.**

A Marzo 2023 l'azienda decide di adottare il modello di "Società Benefit" e di modificare la denominazione sociale in "**Sagapao Srl Società Benefit**" perché oltre ai servizi commerciali la società intende perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, territorio, ambiente e altri portatori di interesse, attraverso lo svolgimento di attività il cui obiettivo è quello di generare un misurabile valore sociale nel pubblico interesse e di creare le premesse per il mantenimento di risultati economici soddisfacenti.

LE SOCIETA' BENEFIT

La definizione di Società Benefit (o Benefit Corporation) è stata introdotta dalla legislazione dello stato del Maryland (USA) nel 2010. In Italia, questo regime societario è stato implementato dal 1° gennaio 2016 con la Legge di Stabilità 208/2015. La normativa stabilisce che una Società Benefit, oltre a perseguire il profitto, deve perseguire anche finalità di beneficio comune specificate nel suo oggetto societario. Pertanto, il raggiungimento degli obiettivi sociali e ambientali è considerato il core business dell'organizzazione, al pari delle attività commerciali. Le Società Benefit perseguono tali obiettivi in modo responsabile, sostenibile e trasparente, richiedendo ai manager di bilanciare l'interesse dei soci con quello della collettività.)

1.1 Mission e valori

*“Il 2021 è stato un anno più duro del 2020 perché non partivamo con ordini in casa ma ce l'abbiamo fatta e ci è servito per continuare il processo di ammodernamento aziendale e non perdere nessun dipendente per strada. Dal 2022 come conferma dell'ottimo lavoro fatto negli anni precedenti e la nutrita sensibilità verso tematiche sociali e ambientali acceleriamo la nostra voglia di formalizzare la nostra mission aziendale: **tramite il lavoro rendere migliore la vita di tutti noi**”.*
(Fernando Carioni, CEO di Sagapao)

Così Sagapao Srl Società Benefit ha deciso di puntare sul lavoro, sulle competenze apprese in passate esperienze lavorative e maturato la coscienza che la società potesse essere un soggetto attivo *nella e per la comunità*.

I soci di Sagapao hanno infatti un forte background nel settore tessile-moda e nel settore viaggi-eventi. Questo caratterizza fortemente la metodologia di operare: 100% orientati alle necessità del clienti, 100% proattivi!

Il *core business* è il racconto della storia del brand di un'altra azienda attraverso diverse tipologie di prodotti passando da una serie di servizi pensati su misura con una metodologia ben definita:

- Partire dall'ascolto e dal dialogo con una consulenza orientata verso prodotti possibilmente sostenibili e servizi unici, esclusivi, capaci di raccontare i valori del tuo brand;
- Investire tempo e attenzione per selezionare e testare personalmente le ultime tendenze del mercato, proponendo progetti di comunicazione che parlano di: durata, qualità, utilità, ecologia ed equità sociale;
- essere capaci di una capacità produttiva e distributiva in tutto il mondo, garantendo consegne sicure e veloci.

Sagapao crede che il proprio compito non si esaurisca con la realizzazione di un buon servizio per l'azienda cliente ma che la sua responsabilità sia contribuire alla crescita sociale ed economica della comunità mettendo al centro le persone attraverso:

- la promozione di un ambiente di lavoro aperto e trasparente, che stimoli la creatività e il pensiero fuori dagli schemi dove ognuno può essere protagonista nella crescita dell'azienda;
- accesso al welfare aziendale;
- reinvestimento della gran parte degli utili nelle persone e nella struttura;
- rispetto dei collaboratori e dei fornitori senza fare richieste eccessive per promuovere una società equa e sostenibile;
- non mettere le logiche di profitto al primo posto nelle scelte aziendali;
- collaborazione solo con fornitori rispettosi di tutta la filiera produttiva;
- promozione di alternative sostenibili tramite l'utilizzo di articoli che hanno un basso consumo di Co2, utilizzano materiali riciclati oppure biodegradabili o con - la possibilità di differenziare il loro smaltimento;

- selezione di oggetti durevoli, belli e funzionali che possono essere amati. Se così non fosse non sarebbero sostenibili perché eliminati - in breve tempo, senza aver creato valore e generato emozioni;
- promozione delle Associazioni senza scopo di lucro riservando loro condizioni speciali.

1.2 Valore economico

Dal 2015, anno di costituzione, la **crescita** di Sagapao è stata **costante**.

Il valore della produzione è aumentato significativamente, più che raddoppiando rispetto al 2015, indicando una crescita robusta dell'attività produttiva dell'azienda. Anche i costi della produzione sono aumentati notevolmente, quasi triplicando. I costi per il personale sono cresciuti di quasi cinque volte grazie all'aumento dell'organico e al significativo investimento nelle risorse umane che compongono l'azienda.

La solidità finanziaria di Sagapao è connessa anche al patrimonio netto, che è quadruplicato rispetto al 2015.

L'utile d'esercizio è quasi raddoppiato in confronto al primo anno di attività. Nonostante l'aumento dei costi della produzione e del personale, Sagapao è infatti riuscita a incrementare i propri profitti grazie ad una gestione efficace e a una crescita sostenibile. La destinazione di parte del valore economico generato a sostegni di organizzazioni non profit, testimonia infine la volontà di generare un impatto positivo a beneficio dell'intera collettività.

Voce di bilancio	2015	2023
Valore della produzione	633.808,00 €	1.609.067,00 €
Costi della produzione	520.208,00 €	1.459.965,00 €
Costi per il personale	35.422,00 €	172.912,00 €
Patrimonio netto	102.610,00 €	434.458,00 €
Erogazioni liberali	0 €	3.250,00 €
Utile d'esercizio	77.609,00 €	149.102,00 €

2. MODELLO DI BUSINESS

2.1 Scopo della società

La società ha per oggetto le seguenti attività:

- la produzione, l'assemblaggio, il commercio all'ingrosso ed al minuto di articoli promozionali, cartoleria, articoli da gioco, orologeria, calcolatrici, macchine ed articoli per ufficio, casalinghi, elettrodomestici, apparecchi radio;
- televisivi ed altri apparecchi per la riproduzione sonora e visiva, pelletteria, abbigliamento ed accessori, bigiotteria ed articoli da regalo;
- la stampa su tessuti e altri materiali;
- la consulenza grafica, pubblicitaria, di immagine ed in materia di pubbliche relazioni alle aziende;
- il commercio all'ingrosso di articoli per l'antincendio e l'antinfortunistica;
- il commercio all'ingrosso di profumi, di cosmetici e di saponi cosmetici;
- il commercio all'ingrosso di articoli medicali ed ortopedici;
- i servizi di comunicazione on line ed off line, anche tramite realizzazione ed installazione di siti web;
- l'assunzione, al solo scopo di stabile investimento e non di collocamento, di partecipazioni in altre società, italiane od estere, costituite o costituenti.

2.2 Le finalità di beneficio comune

Ai sensi e per gli effetti della Legge 28 dicembre 2015, articolo unico, commi 376-384, la società, oltre allo scopo di utile, persegue le seguenti finalità di beneficio comune e intende operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, territorio, ambiente e altri portatori di interesse, attraverso lo svolgimento di attività il cui obiettivo è quello di generare un misurabile valore sociale nel pubblico interesse e di creare le premesse per il mantenimento di risultati economici soddisfacenti.

In particolare, si propone di:

- valorizzare le persone che fanno parte dell'organizzazione e condividere con loro un percorso di crescita continua, attraverso riconoscimento delle competenze e delle potenzialità, formazione specifica, condivisione di responsabilità e co-costruzione di percorsi di crescita personale e lavorativa;
- diffondere una cultura della crescita continua e di valorizzazione delle competenze e delle potenzialità di ciascuno, attraverso attività quali la formazione rivolta a persone che incontrano difficoltà nell'accedere o reinserirsi nel mondo del lavoro (giovani, donne, lavoratori senza titoli di studio);
- diffondere una cultura dell'inclusione e della valorizzazione della diversità, sia internamente all'azienda che nei rapporti con tutti gli stakeholder;
- garantire continuità ed efficienza nell'applicazione, sistematizzazione e sviluppo di un modello organizzativo basato sulla collaborazione e sul contributo di ciascuno al

miglioramento di processi e policy organizzative funzionali alle persone, alla società e alla biosfera;

- costruire un ambiente lavorativo basato sulla qualità delle relazioni e sulla condivisione di una visione futura sostenibile, in cui:
 - a) il lavoro sia vissuto come un momento di crescita e di serenità;
 - b) ciascuno sia messo nelle condizioni di dare il proprio contributo nella maniera più serena possibile e esprimendo il massimo delle proprie potenzialità;
 - c) ci sia una disponibilità diffusa nell'affrontare e superare insieme difficoltà personali e professionali;
- contribuire alla salute dei lavoratori, attraverso misure che favoriscano:
 - a) l'equilibrio tra vita lavorativa e vita familiare;
 - b) il raggiungimento di condizioni che favoriscono il soddisfacimento di bisogni sanitari, psicologici e sociali;
 - c) la garanzia degli standard ottimali di salute e sicurezza sul luogo di lavoro;
- costruire delle relazioni di valore con gli stakeholder - clienti, fornitori basate non solo sul reciproco soddisfacimento del proprio personale interesse, ma anche sulla condivisione di valori e di raggiungimento di obiettivi in termini di:
 - a) qualità dei materiali utilizzati e garanzia del rispetto dell'ambiente e delle persone;
 - b) affidabilità di prodotto e ricerca continua di soluzioni ottimali per tutte le parti coinvolte;
 - c) disponibilità nell'individuazione di ambiti di miglioramento;
- ridurre l'impatto ambientale dei processi organizzativi, produttivi e di vendita, attraverso l'individuazione di soluzioni che garantiscano un'ottimizzazione dell'uso di risorse e materiali (energia, acqua, carta, toner, tessuti, altri materiali);
- promuovere una cultura del consumo responsabile, coinvolgendo sia la compagine aziendale, che i fornitori e clienti, nonché la comunità locale, nell'incrementare la propria responsabilità nella transizione verso uno sviluppo sostenibile anche attraverso campagne di comunicazione dedicate e sviluppo di linee di prodotto che favoriscono l'adozione di comportamenti sostenibili;
- realizzare, anche attraverso il coinvolgimento di organizzazioni non profit e di altre SB e B-Corp del territorio, iniziative di responsabilità sociale che generino valore per la comunità locale e contribuiscano a promuovere l'autodeterminazione e la salute dei più fragili e ad incrementare la sostenibilità della società e della biosfera.

Allo scopo di conseguire l'oggetto sociale la società potrà, inoltre, compiere tutte le operazioni commerciali, industriali ed immobiliari a ciò necessarie, nonché compiere, in via non prevalente e del tutto accessoria e strumentale all'oggetto sociale e comunque con espressa esclusione di qualsiasi attività svolta nei confronti del pubblico, operazioni finanziarie e mobiliari, ivi compresa la prestazione di fidejussioni, avalli ed ipoteche ed ogni altra garanzia reale.

2.3 I servizi di Sagapao

Sagapao Srl Società Benefit si pone come una realtà di specialisti nel mondo promozionale e basa il proprio operato su metodologie di lavoro consolidate ma al contempo creative ed al passo con i tempi.

La metodologia di lavoro si basa sui seguenti step:

Consulenza

Partire dall'ascolto del cliente offrendo sempre più opzioni, con una consulenza orientata verso prodotti sostenibili.

Selezione

Porre attenzione per selezionare e testare personalmente le ultime tendenze del mercato con un'offerta di oggetti che comunichino: durata, qualità, utilità, ecologia e sostenibilità sociale.

Personalizzazione

Il reparto grafico opera per trasformare le idee del cliente in prodotti di comunicazione che raccontino l'azienda ed il proprio brand.

Pronta consegna

Scelta tra una variegata selezione di oggetti in pronta consegna, o creazione di qualcosa di veramente unico con il servizio total custom made.

Chiavi in mano

Offerta di un servizio chiavi in mano, che segue il cliente durante tutto il processo, dal brief iniziale, fino alla realizzazione del progetto e alla consegna.

Flessibilità

Gestione degli ordini con flessibilità grazie a un servizio di logistica personalizzata adatto a tutte le aziende, con consegne sicure e tracciate in Italia e all'estero.

Servizi e soluzioni personalizzate

Raccontiamo la storia del tuo brand attraverso i nostri prodotti con un'ampia **gamma di servizi**:

- 1) Studio e consulenza per trovare la soluzione migliore
- 2) Sourcing e realizzazione del progetto in tutto il mondo
- 3) Promozione progetti a basso impatto e sostenibili
- 4) Servizi specializzati nel tessile e abbigliamento personalizzato
- 5) Gestione pratiche doganali
- 6) Confezionamento e distribuzione
- 7) Spedizioni in tutto il mondo

Le nostre marche



3. GOVERNANCE E GESTIONE DEI CLIENTI

3.1 Analisi di materialità

Attraverso un percorso di ingaggio e coinvolgimento degli stakeholder e in conformità allo standard GRI 3, Sagapao ha strutturato l'analisi di materialità con l'obiettivo di indagare e valutare in chiave strategica la rilevanza di specifiche tematiche legate ai propri impatti economici, sociali ed ambientali.

Tale percorso ha portato all'individuazione dei temi materiali su cui l'azienda sta intervenendo o può intervenire per migliorare il proprio contributo allo sviluppo sostenibile, in armonia con le esigenze e la visione degli stakeholder e contribuendo a definire orientamenti operativi ed etici dell'azienda e dei suoi portatori di interesse.

Il processo di valutazione ha coinvolto il management e gli stakeholder ai quali è stato chiesto di esprimere un rating sui seguenti temi ESG:

Integrazione di obiettivi sociali, ambientali e di governance nelle decisioni aziendali

Adattare il modello di business agli obiettivi di sviluppo sostenibile come parte integrante della crescita dell'impresa, fornire formazione ai lavoratori su aspetti sociali e ambientali rilevanti per l'azienda o per la sua missione

Etica e integrità del business

Adottare principi e pratiche che garantiscono un processo decisionale etico, trasparente e orientato al rispetto delle norme e alla tutela delle persone

Creare valore economico che contribuisce al benessere e alla crescita delle persone e delle comunità, favorendo la redistribuzione a:

- dipendenti, fornitori, investitori
- comunità locale (attraverso tasse, donazioni, investimenti)

Impegno nell'offrire prodotti di qualità, attraverso:

- la creazione di prodotti che rispondono le richieste dei clienti;
- affidabilità di prodotto;
- ricerca continua di soluzioni ottimali per tutte le parti coinvolte;
- disponibilità a individuare possibili ambiti di miglioramento.

Salute e sicurezza sul luogo di lavoro

Adozione di pratiche che offrono un'adeguata conoscenza dei rischi connessi alla propria mansione e che favoriscono una gestione dei processi aziendali che prevenga tali rischi e favorisca condizioni ottimali di lavoro

Diversità, inclusione e benessere in azienda

Adozione di principi e pratiche che riducono le disuguaglianze e favoriscono un ambiente di lavoro equo, corretto e rispettoso delle differenze. Promozione di un benessere diffuso in azienda

Conciliazione tra vita e lavoro

Individuazione di soluzioni che favoriscono la conciliazione tra esigenze familiari o personali e le esigenze legate al proprio ruolo lavorativo

Sviluppo professionale

Diffondere una cultura della crescita continua e di valorizzazione delle competenze e delle potenzialità di ciascuno, attraverso attività quali la formazione rivolta a persone che incontrano difficoltà nell'accedere o reinserirsi nel mondo del lavoro

Lavoro di squadra e collaborazione interna

Garantire continuità ed efficienza nell'applicazione, sistematizzazione e sviluppo di un modello organizzativo basato sulla collaborazione e sul contributo di ciascuno al miglioramento di processi e policy organizzative funzionali alle persone, alla società e alla biosfera

Creazione di valore per la comunità locale

Supporto alla comunità locale attraverso iniziative di responsabilità sociale a favore della cittadinanza, in particolare dei più fragili, e a favore della conservazione dell'ambiente

Coinvolgimento del non profit

Creazione di collaborazioni con il privato sociale per la realizzazione di iniziative e progetti specifici per il benessere e la qualità della vita delle persone

Sostenibilità della catena di fornitura

Scelta di fornitori secondo criteri di sostenibilità ambientale, economica e sociale

Relazioni con gli stakeholder

Costruire delle relazioni di valore con gli stakeholder (clienti, fornitori, comunità locale) fondate sulla condivisione di valori e sul reciproco impegno nell'offrire prodotti e servizi di qualità

Sostenibilità dei materiali

Promuovere una cultura del consumo responsabile, attraverso che attraverso campagne di comunicazione dedicate e sviluppo di linee di prodotto che favoriscono l'adozione di comportamenti sostenibili

Energia e smaltimento rifiuti

Mitigare gli impatti negativi dovuti a consumo energetico, smaltimento rifiuti, spostamenti da e verso il luogo di lavoro

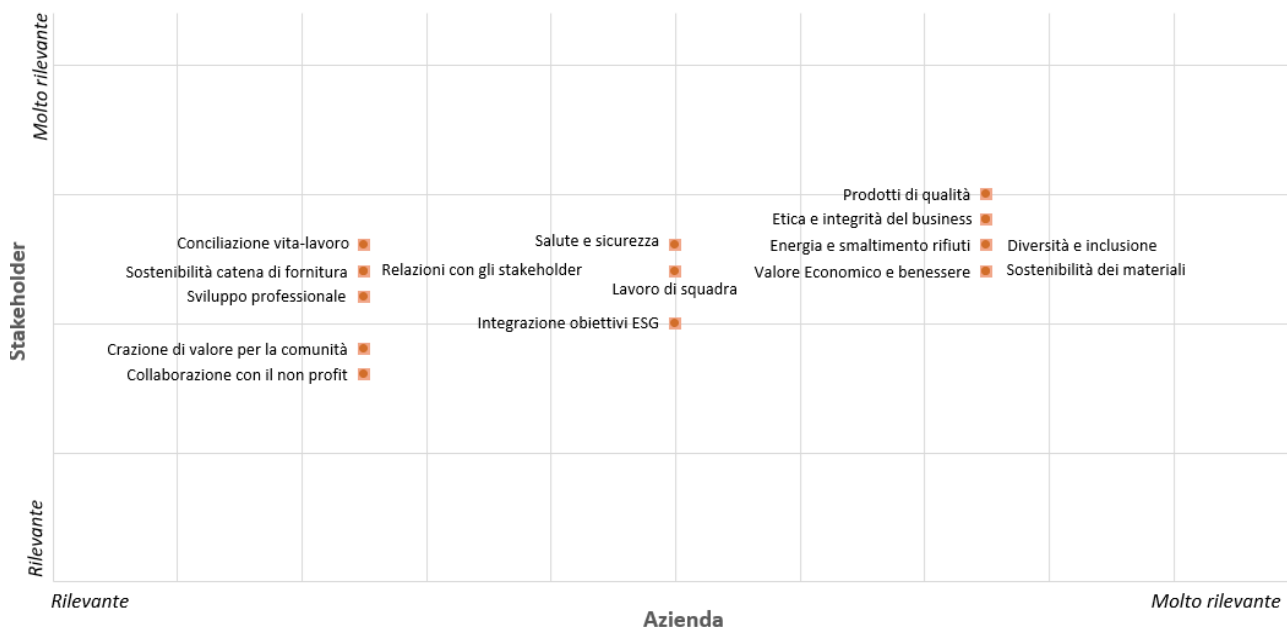
3.2 La matrice di materialità

La matrice di materialità rappresenta graficamente i temi materiali ritenuti più rilevanti per gli stakeholder (asse verticale) e per l'azienda stessa (asse orizzontale)

Tale strumento facilita il processo decisionale strategico, assicurando che le decisioni aziendali tengano conto delle aspettative degli stakeholder, permette di orientare le risorse verso le aree a maggior impatto e di identificare e gestire i rischi emergenti legati a temi di sostenibilità.

La matrice di materialità costituisce l'architettura metodologica attraverso la quale verranno illustrati i temi materiali all'interno della presente Relazione di Impatto, congiuntamente alla indicazioni normative contenute nel testo di legge sulle Società Benefit (L. 28-12-2015 n. 208, Commi 376-384).

Matrice di materialità di Sagapao



3.3 La struttura della governance

Sagapao è connotata da una struttura organizzativa che garantisce una gestione efficace, integrata e flessibile delle attività con particolare attenzione alla sostenibilità. L'azienda, infatti, riconosce l'importanza della **sostenibilità come elemento cruciale per il proprio sviluppo** e per quello delle comunità in cui opera ed è impegnata a rafforzare gradualmente la governance degli aspetti ESG, con l'obiettivo di garantire il rispetto dell'ambiente, la tutela della salute e la salvaguardia dei diritti umani e delle comunità locali.

L'assetto organizzativo è strutturato in tre livelli principali:

Governance

- **Consiglio di amministrazione:** Questo è il livello più alto dell'organigramma, responsabile delle decisioni strategiche e della supervisione complessiva dell'organizzazione.

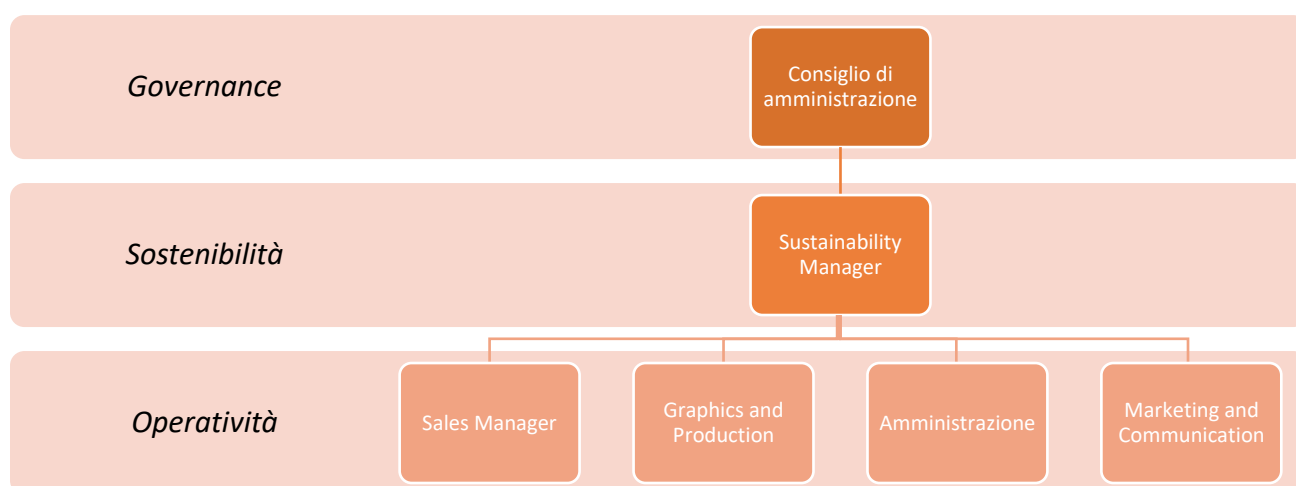
Sostenibilità

- **Sustainability Manager:** Risponde direttamente al Consiglio di amministrazione e si occupa di gestire le iniziative e le politiche di sostenibilità dell'organizzazione, presiedendo e promuovendo un approccio ESG oriented in tutti i processi aziendali.

Operatività

Questo livello è suddiviso in quattro aree principali, tutte riportano al Consiglio di Amministrazione e al Sustainability Manager:

- **Sales Manager:** Responsabile delle vendite e delle strategie commerciali.
- **Graphics and Production Department:** Si occupa della grafica e della produzione, gestendo tutto ciò che riguarda la parte visiva e produttiva dei progetti.
- **Amministrazione:** Gestisce le funzioni amministrative e finanziarie dell'organizzazione.
- **Marketing and Communication:** Responsabile delle attività di marketing e comunicazione, promuovendo l'immagine dell'organizzazione e gestendo le relazioni esterne.



Sagapao promuove un **modello di governance collaborativa**, in cui i processi aziendali sono altamente interconnessi e processi decisionali basati sull'ascolto e la condivisione a tutti i livelli. Ogni commessa viene gestita da **team interfunzionali** che includono membri con competenze diverse con l'obiettivo di integrare diverse prospettive e competenze per raggiungere risultati migliori. La strategia organizzativa si basa su una **comunicazione aperta e continua** attraverso riunioni regolari di staff e aggiornamenti quotidiani nell'ambito di *daily stand-up meetings*. Sono inoltre previsti canali di comunicazione trasversali per garantire che le informazioni fluiscano liberamente tra diversi livelli e dipartimenti dell'organizzazione. La cultura aziendale promuove la **collaborazione continua**, con incentivi per il lavoro di squadra e il riconoscimento e la valorizzazione dell'apporto di ciascun membro del team.

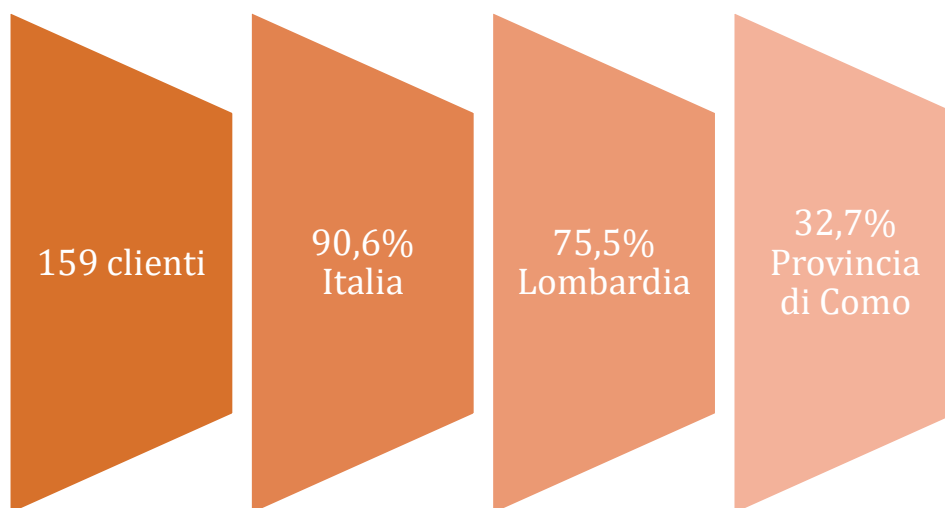
La governance promuove periodici **incontri one to one** quale modalità di ascolto, feedback, sviluppo professionale e confronto con i singoli membri del team. Tali meeting hanno l'obiettivo di avviare un confronto personale circa la performance del lavoratore, individuare aree di miglioramento e relative opportunità di formazione, incoraggiare lo sviluppo professionale e personale, raccogliere idee e prospettive in ottica di miglioramento continuo.

L'approccio organizzativo di Sagapao promuove quindi l'**ingaggio dei lavoratori** che vengono sistematicamente coinvolti all'interno dei processi decisionali, **alti livelli di innovazione** grazie all'integrazione di competenze eterogenee e **flessibilità** in risposta alle esigenze dei clienti e di un mercato in continua evoluzione.

3.4 La gestione dei clienti

Sagapao si propone di instaurare con i propri clienti **relazioni di valore**, fondate non solo sulla soddisfazione reciproca dei propri interessi di business ma anche sulla condivisione di valori comuni e sul conseguimento di obiettivi condivisi, tra cui:

- **Qualità dei materiali e rispetto per l'ambiente e le persone:** Impegnandosi a utilizzare materiali di alta qualità e a garantire pratiche sostenibili e responsabili.
- **Affidabilità del prodotto e ricerca di soluzioni ottimali:** Offrendo prodotti affidabili e cercando costantemente soluzioni che soddisfino al meglio tutte le parti coinvolte.
- **Disponibilità a identificare opportunità di miglioramento:** Mostrando apertura nel riconoscere e affrontare le aree in cui è possibile migliorare.



Sagapao basa la propria filosofia aziendale su quattro pilastri fondamentali: qualità, personalizzazione, rispetto per le persone e sostenibilità.

Per garantire **soluzioni tailor made e sostenibili** in risposta alle esigenze del cliente, Sagapao ha strutturato molteplici servizi:

- **Branding eco-friendly:** il cuore del servizio di branding eco-friendly è la creazione di prodotti personalizzati che mettano al centro la sostenibilità. Sagapao s'impegna a utilizzare materiali e processi di produzione che riducano l'impatto ambientale e promuovano una maggiore consapevolezza di sostenibilità. Gli articoli eco-friendly sono molteplici: shopper in cotone biologico, riciclato, borracce in acciaio inossidabile, penne riciclate o biodegradabili, t-shirt e felpe in cotone organico, articoli tecnologici in plastica riciclata o biodegradabile e molto altro.
- **Percorso di consulenza e accompagnamento:** Il desiderio è supportare il cliente in ogni fase del processo. All'ascolto, qualunque sia l'idea, ed alla tematizzazione del budget delle

tempistiche, seguirà la proposta di diverse alternative, anche sostenibile per rendere i progetti promozionali unici ed efficaci e con un design grafico mirato. **Il 60% dei progetti sono stati convertiti in sostenibili a seguito della nostra consulenza.**

- **Progettazione su misura:** L'approccio alla progettazione su misura è guidato dalla passione per la creatività e dall'impegno verso la soddisfazione del cliente, convinti che ogni azienda abbia una storia unica da raccontare e una propria visione.
- **Logistica personalizzata:** Avendo a cuore le esigenze dei clienti e rispondendo alle necessità Sagapao ha investito nel reparto logistico per garantire una gestione sicura di ogni progetto anche dal punto di vista logistico. Il servizio comprende consegne uniche o spedizioni multiple in ogni parte del mondo.

L'orientamento alla cura e attenzione verso il cliente è inoltre basato su un processo di **customer care** che prevede un costante ascolto e rilevazione di feedback lungo tutto l'arco della collaborazione. In ogni fase pre-vendita e post-vendita, il Sales Manager monitora e garantisce la qualità dei prodotti e la soddisfazione del cliente attraverso momenti dedicati e periodici, promuovendo l'ascolto e supporto continuo.

Per sostenere lo sviluppo del **Terzo Settore** e riconoscendone un ruolo cruciale nella promozione del bene comune, Sagapao applica tariffe agevolate dedicate a questo segmento di clientela con una politica di sconti e agevolazioni *ad hoc*.

4. LAVORATORI

I lavoratori sono il cuore pulsante di Sagapao, svolgendo un ruolo centrale nella realizzazione della sua missione e nella creazione di un impatto positivo duraturo. Il loro valore va oltre il semplice contributo lavorativo, abbracciando l'innovazione, la cultura aziendale, la reputazione, la responsabilità sociale e la sostenibilità a lungo termine.

4.1 Composizione dell'organico

Caratteristica	Numero
N. dipendenti	5
Contratto a tempo indeterminato	100%
Contratto part-time	80%
Età media	39,6
Under 35	40%
Donne	80%

Rapporto tra retribuzione annua lorda massima e minima dei lavoratori dipendenti

RAL Massima: 47.060,00 €

RAL Minima: 11.360,00 €

Rapporto: 4,1

Rapporto tra retribuzione annua lorda massima e minima dei lavoratori dipendenti in base al genere

RAL Media Uomini: 42.291,00 €

RAL Media Donne: 21.464,25 €

Rapporto: 1,9

Rapporto tra retribuzione annua lorda massima in base al genere

RAL Massima Donne: 47.060,00 €

RAL Massima Uomini: 42.291,00 €

Rapporto: 1,11

Tasso di turnover in uscita 0

Tasso di turnover in entrata 25%

Nel 2023 Sagapao ha acquisito una nuova figura di **Marketing and Communication**, potenziando l'organico del 25% in relazione alla crescita registrata nel corso degli ultimi anni. Tale scelta è connessa alla volontà dell'azienda di investire nella costruzione e promozione del brand, nell'aumento della visibilità, nella fidelizzazione dei clienti e nello sviluppo delle relazioni con i propri stakeholder.

4.2 Sviluppo professionale e personale delle risorse umane

Sagapao intende valorizzare le persone che fanno parte dell'organizzazione e condividere con loro un **percorso di crescita continua**, attraverso riconoscimento delle competenze e delle potenzialità, formazione specifica, condivisione di responsabilità e co-costruzione di percorsi di crescita personale e lavorativa.

Nel corso del 2023 Sagapao ha quindi promosso iniziative formative di natura tecnico-specialistica, anche attraverso la partecipazione a fiere ed eventi di settore, per favorire lo sviluppo di nuove competenze e il networking.

A fianco a tale piano formativo, l'azienda ha anche promosso incontri relativi alla trasformazione in società benefit quale modalità sensibilizzazione, ingaggio e confronto interno rispetto ai temi della sostenibilità.

Sagapao promuove **processi di carriera aperti**, fornendo ai propri collaboratori opportunità formative e di sviluppo professionale all'interno dell'azienda attraverso percorsi di upskilling e/o reskilling.

Ambito di formazione	N. dipendenti	Ore
Etichettatura ambientale	1	2
Società Benefit	5	2
Fiera SPS Italia - Automazione e Digitale per l'Industria	4	8
Fiera Roadshow 2023	3	4
Primo soccorso	1	4

4.3 Welfare aziendale e qualità dell'ambiente di lavoro

Sagapao si impegna a creare un ambiente lavorativo basato sulla **qualità delle relazioni** e sulla **condivisione**, dove il lavoro venga vissuto come un'opportunità di crescita e serenità. Ogni membro dell'organizzazione viene infatti messo nelle condizioni di dare il proprio contributo in maniera serena, esprimendo al massimo le proprie potenzialità, e si promuove una disponibilità diffusa nell'affrontare e superare insieme le difficoltà personali e professionali.

Inoltre, l'azienda contribuisce alla salute dei lavoratori attraverso misure che favoriscano l'**equilibrio tra vita lavorativa e vita familiare**, il raggiungimento di condizioni che soddisfino i bisogni sanitari, psicologici e sociali, e la garanzia di standard ottimali di salute e sicurezza sul luogo di lavoro.

Sagapao garantisce ai propri lavoratori **orari di lavoro flessibili**, permettendo loro di entrare e uscire dal posto di lavoro entro ampie fasce orarie, facilitando così una migliore conciliazione tra impegni lavorativi e personali. Ove consentito dalla mansione e sulla base alle esigenze di ciascun lavoratore, viene inoltre attivato lo **smart working** come ulteriore misura di flessibilità.

Nell'ambito delle iniziative di welfare aziendale, Sagapao offre distributori gratuiti di acqua e caffè ai propri dipendenti. Questa misura è pensata per migliorare il **benessere quotidiano sul posto di lavoro**, favorendo momenti di pausa rigenerativi e promuovendo un ambiente di lavoro più piacevole e produttivo.

Anche in considerazione della crescente inflazione e dell'erosione del potere d'acquisto delle famiglie, annualmente vengono erogati **premi aziendali** attraverso voucher a sostegno del reddito che i lavoratori possono spendere per l'acquisto di beni di prima necessità o carburante.

Nell'ottica di investire sempre più nella creazione di un ambiente lavorativo attento al benessere delle persone, Sagapao ha partecipato al bando "**Interventi di conciliazione e welfare aziendale**" di cui alla D.G.R. n.5755/2021 di Regione Lombardia con il progetto "*Terzo tempo! Il tempo del welfare e della salute: strategie per lo sviluppo di azioni inerenti il welfare aziendale, la conciliazione tempo famiglia tempo lavoro e la salute in piccole e micro imprese del territorio del Canturino, Marianese e Lomazzese*" in partenariato con altre 8 aziende del territorio.

Il progetto ha permesso al management di acquisire competenze specifiche nella gestione di strategie di welfare, conciliazione vita-lavoro e promozione della salute. In relazione a quest'ultimo tema, è stato promosso un incontro dedicato ai lavoratori sulla cultura del cibo e sull'assunzione di corrette abitudini alimentari tenuto da una nutrizionista con l'obiettivo di stimolare un approccio equilibrato e salutare alla nutrizione. La partecipazione al progetto ha inoltre permesso il coinvolgimento all'interno di una **community digitale interaziendale e territoriale** volta a generare scambi di informazioni e buone prassi in ambito di welfare aziendale e conciliazione vita-lavoro.

In relazione alla sicurezza sull'ambiente di lavoro, Sagapao opera in conformità alla disposizioni di legge e al proprio DVR, comprendente la valutazione del rischio di stress di lavoro correlato ai sensi del **D.Lgs. 81/08**. In azienda non si sono registrati infortuni sul lavoro nell'arco degli ultimi 3 anni di attività.

5. COMUNITA'

5.1 La catena di fornitura

L'analisi della supply chain include tutti i componenti della filiera, comprendendo i fornitori di prodotti, i servizi tecnici e i consulenti con cui Sagapao collabora. Questa analisi è cruciale per garantire la qualità dei servizi offerti e per ottimizzare la gestione dell'organizzazione.

Per Sagapao, la **gestione etica e sostenibile** dell'intera catena del valore è fondamentale poiché l'azienda riconosce l'importanza di agire responsabilmente non solo all'interno dell'organizzazione, ma anche nei confronti dei propri fornitori.

Sagapao collabora con fornitori selezionati, seri ed affidabili, che operano nella legalità mostrando impegno nella realizzazione di prodotti rispettosi dell'ambiente e delle persone. Promuoviamo le aziende italiane e europee per offrire soluzioni a minor impatto ambientale e sostenere la nostra economia.

Di seguito le principali certificazioni dei fornitori con cui Sagapao collabora.

CERTIFICAZIONE ORGANIC CONTENT STANDARD (OCS)

Le norme OCS forniscono una certificazione indipendente per i tessuti sono realizzati con materiali di provenienza organica. Lo scopo di queste norme è garantire la tracciabilità e l'integrità dei materiali grezzi durante le varie fasi della produzione. Certificano la purezza del cotone organico utilizzato nei modelli che acquisti.

CERTIFICAZIONE RECYCLED CLAIM STANDARD (RCS)

La certificazione RCS è usata come standard per la catena di controllo che traccia le materie prime riciclate, lungo la catena di produzione a partire dai fornitori. RCS verifica la presenza e la quantità del composto riciclato, all'interno del prodotto finale, facendo ispezionare l'approvvigionamento e la catena di controllo da terzi. Ciò permette di realizzare una valutazione e una verifica trasparente, coerente, completa e indipendente delle dichiarazioni relative al materiale riciclato usato nei prodotti.

PEOPLE FOR THE ETHICAL TREATMENT OF ANIMALS (PETA) CERTIFICA

PETA è la più grande organizzazione al mondo che si occupa dei diritti degli animali, con più di 6.5 milioni tra membri e sostenitori. Le aziende, che hanno firmato la dichiarazione di garanzia PETA, hanno verificato che né loro, né i loro fornitori di materie prime, conducano, ordinino o paghino per testare le proprie formule e materie, prime o finite, sugli animali, da nessuna parte nel mondo. Ora e nel futuro.

STANDARD 100 by OEKO-TEX®

Si tratta di un sistema di controllo e certificazione indipendente e uniforme a livello internazionale che interessa le materie prime, i semilavorati e i prodotti finiti del settore tessile ad ogni livello di lavorazione. Lo Standard 100 by Oeko-Tex® analizza diverse centinaia di sostanze, tra cui coloranti azoici, formaldeide, pentaclorofenolo, cadmio nichel, sostanze chimiche

pericolose per la salute, incluse quelle non ancora regolamentate per legge, classi di sostanze rilevanti anche per l'ambiente.

EUCERT PLAST

La certificazione si focalizza sui sistemi di gestione, sugli standard operativi ambientali e amministrativi implementati e sulla tracciabilità dei materiali plastici in ogni fase: lungo la catena di approvvigionamento, durante tutto il processo di riciclo e in fase di valutazione della conformità del contenuto riciclato nel prodotto (MPS). Tale valutazione si basa sui vari Standard EN sviluppati per la caratterizzazione dei riciclati di plastica.

GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD

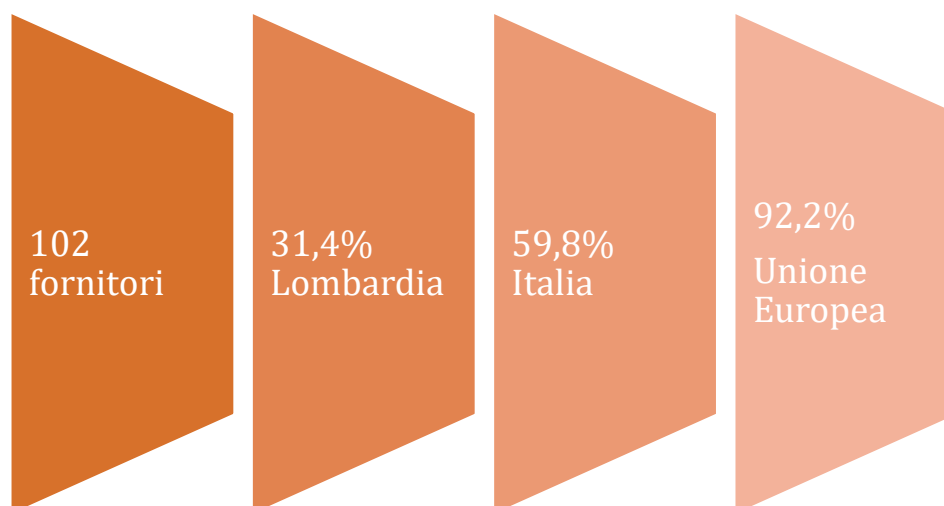
E' uno standard promosso dalle principali organizzazioni internazionali leader nell'agricoltura biologica e attesta: il contenuto di fibre naturali da agricoltura biologica dei prodotti sia intermedi che finiti, il mantenimento della tracciabilità lungo l'intero processo produttivo, le restrizioni nell'uso dei prodotti chimici ed il rispetto di criteri ambientali e sociali in tutte le fasi della filiera produttiva, dalla raccolta in campo delle fibre naturali alle successive fasi manifatturiere, fino all'etichettatura del prodotto finito.

CERTIFICAZIONE ISO 14001:2015

Attesta che l'azienda gestisce le proprie responsabilità ambientali in un modo sistematico e che contribuisce al pilastro ambientale della sostenibilità attraverso la strutturazione di un sistema di gestione ambientale basato su cinque principi di base: politica ambientale, pianificazione, implementazione e attività, controllo e revisione della gestione.

CERTIFICAZIONE FOREST STEWARDSHIP COUNCIL (FSC)

Certificazione internazionale che garantisce che i prodotti derivati dal legno e dalla carta provengano da foreste gestite in modo responsabile. Questa certificazione assicura che la gestione forestale rispetti rigorosi standard ambientali, sociali ed economici.



5.2 Solidarietà e sviluppo sostenibile

Sagapao si impegna a diffondere una **cultura dell'inclusione e della valorizzazione della diversità**, promuovendo questi principi sia all'interno dell'azienda sia nei rapporti con tutti gli stakeholder. L'azienda sostiene progetti e iniziative che possano **generare valore per la comunità locale e non solo**, promuovere l'autodeterminazione e la salute dei popoli e delle categorie più vulnerabili contribuendo alla creazione di una **società più equa e solidale per tutti**.

L'azienda sostiene il **Banco Alimentare e l'Associazione Leali verso l'umanità ODV** che, insieme alla Cooperativa Sociale Si può fare e con la collaborazione del Comune di Vertemate con Minoprio, hanno dato vita ad iniziative di sostegno umanitario ed alimentare al popolo ucraino colpito dalla guerra. Attraverso un capillare sistema di raccolta alimentare, l'iniziativa ha fornito aiuto concreto e di prossimità a profughi ucraini emigrati in Italia e ha organizzato spedizioni alimentari e di sostentamento in Ucraina.

Sagapao sostiene inoltre la ricerca medico-scientifica attraverso **Cardioteam Foundation**, una Onlus costituita nel 2008 su iniziativa di un gruppo di cardiocirurghi, cardiologi e professionisti, guidati dall'idea che la prevenzione sia fondamentale per ridurre il tasso di mortalità da infarto e da ictus, patologie che ancora oggi costituiscono rispettivamente la prima causa di morte e di invalidità. L'associazione si occupa di evidenziare i rischi di stili di vita dannosi per la salute, che possono favorire l'insorgenza di malattie cardiovascolari, promuovere attività di prevenzione, diagnosi e cura precoce, ricerca medica e sviluppo di tecnologie nel settore cardiovascolare, formazione di professionalità mediche e volontariato e assistenza medico-chirurgica in paesi in via di sviluppo.

Riconoscendo la centralità dello sport come veicolo di crescita e sviluppo psicosociale, l'azienda sostiene la **Virtus Basket** di Cermenate (CO), la più grande realtà sportiva ASD di basket della provincia di Como, che promuove l'attività sportiva e l'aggregazione sociale di bambini e ragazzi.

Sagapao ha inoltre istituito collaborazioni e sinergie con alcune realtà del Terzo Settore attraverso l'attivazione di **commesse solidali**, generando valore e lavoro per persone con disabilità o fragilità.

L'azienda ha istituito una collaborazione con la **Cooperativa Sociale Penna Nera** di Mariano Comense a cui affida alcune attività di confezionamento e assemblaggio. La cooperativa, fondata nel 1987, ha l'obiettivo prendendosi cura di chi è più fragile e promuovere l'inclusione dei cittadini attraverso la gestione di servizi orientati ai bisogni delle persone con disabilità, ovvero un Centro Socio Educativo (CSE), una comunità alloggio e un Ambulatorio di Neuropsichiatria Infantile.

Sagapao collabora inoltre con la **Stireria Sociale StirAttiva** di Vertemate (CO), un laboratorio pensato per dare un'opportunità lavorativa a donne in difficoltà e, al tempo stesso, per dare alla comunità e alla aziende la possibilità di aiutare chi ha bisogno usufruendo di un servizio di stireria professionale. StirAttiva è nata da un progetto dell'Associazione Leali verso l'Umanità e supportata dalla parrocchia Ss. Pietro e Paolo e dall'Amministrazione comunale di Vertemate con Minoprio.

6. AMBIENTE

6.1 Riduzione dell'impatto ambientale

Sagapao si impegna a ridurre l'impatto ambientale dei processi organizzativi, produttivi e di vendita, attraverso l'individuazione di soluzioni che garantiscano un'ottimizzazione dell'uso di risorse e materiali (energia, acqua, carta, toner, tessuti, altri materiali).

In relazione ai processi organizzativi, Sagapao incentiva la **riduzione degli spostamenti** in auto favorendo il ricorso a videocall per la gestione del rapporto con i clienti, contribuendo:

- alla riduzione delle emissioni di gas serra, in particolare quelle di CO₂;
- all'abbassamento dell'inquinamento dell'aria in relazione al monossido di carbonio, ossidi di azoto (NOx), composti organici volatili (VOC), PM10 e PM2.5;
- al contenimento dell'inquinamento acustico;
- alla diminuzione dell'inquinamento del suolo e delle acque.

Inoltre il **33,3%** dei collaboratori raggiunge la sede di Sagapao **a piedi**, riducendo così l'impatto ambientale degli spostamenti casa-lavoro.

Sagapao ha inoltre scelto di **non installare impianti di climatizzazione estiva** all'interno della propria sede, riducendo così l'impronta ambientale dell'azienda sotto molteplici punti di vista:

- contenimento del consumo di energia elettrica;
- diminuzione delle emissioni di gas serra, in particolare di idrofluorocarburi (HFC);
- contrasto al cosiddetto effetto "isola di calore urbano", ovvero il fenomeno per cui le temperature nelle città sono significativamente più alte rispetto alle aree rurali circostanti a causa;
- riduzione dell'inquinamento derivato dalla produzione (uso di risorse naturali, tra cui metalli e plastica) e dallo smaltimento dei condizionatori, che può essere problematico a causa dei materiali non biodegradabili e dei refrigeranti, che richiedono una gestione e un trattamento adeguati per evitare la dispersione nell'ambiente.

All'interno dei propri processi produttivi e di vendita, Sagapao non genera rifiuti speciali e ad alto impatto ambientale se non toner in quantità contenute, che vengono smaltiti da soggetti autorizzati secondo la normativa vigente. Il resto dei rifiuti concerne carta, tessuti e plastica che vengono differenziati secondo la normativa comunale. All'interno della sede sono stati inoltre posizionate segnaletiche e infografiche per assicurare il corretto smaltimento dei rifiuti e la loro differenziazione.

6.2 Consumo eco sostenibile

L'azienda promuovere una cultura del **consumo responsabile**, coinvolgendo sia la compagine aziendale, che i fornitori e clienti, nonché la comunità locale, nell' incrementare la propria responsabilità nella transizione verso uno sviluppo sostenibile, anche attraverso lo sviluppo di linee di prodotto che favoriscono l'adozione di **comportamenti sostenibili**.

In fase di consulenza e pianificazione della commessa, la politica aziendale prevede sempre la promozione dell'**alternativa green**. Il **branding eco-friendly** viene infatti scelto dal **60%** dei clienti ed è stato predisposto un catalogo online ad hoc che mostra tutti i prodotti sostenibili, che ammontano a **2343 articoli certificati**.

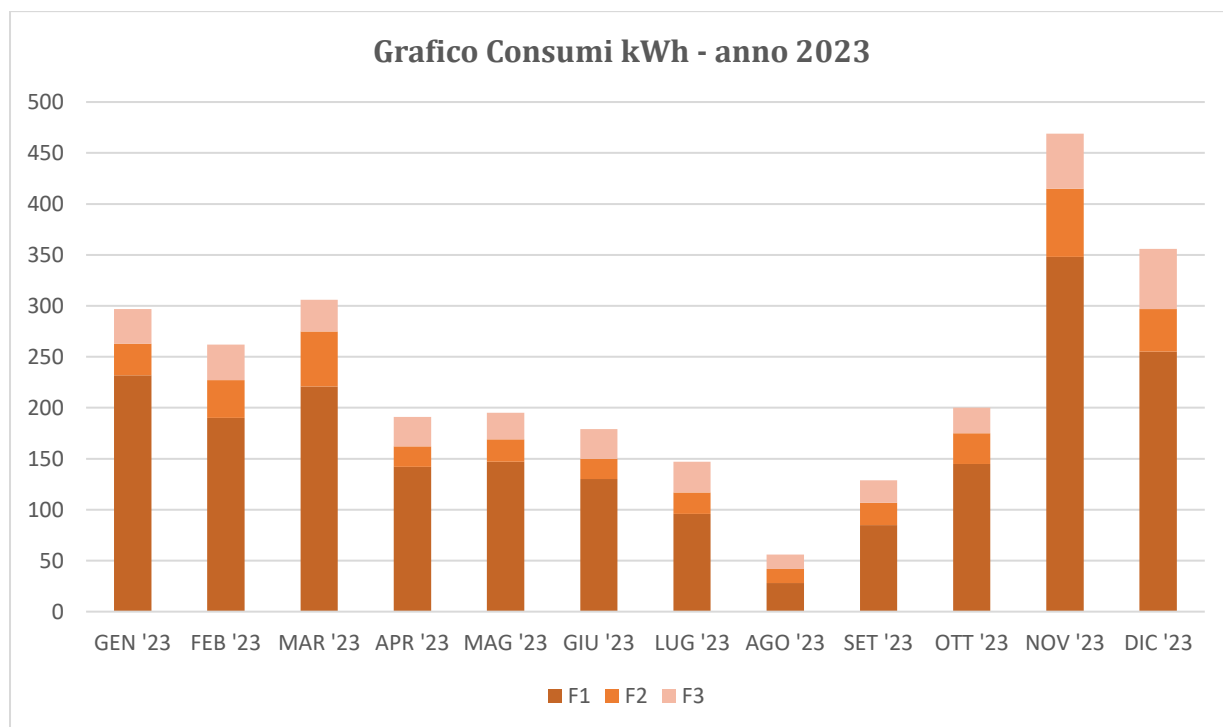
Tali prodotti comprendono shopper in cotone biologico e riciclato, borracce in acciaio inossidabile, penne riciclate o biodegradabili, t-shirt e felpe in cotone organico, articoli tecnologici in plastica riciclata o biodegradabile ed altro.

Di seguito il dettaglio per ciascuna categoria merceologica.

Categoria merceologica	Tot articoli	Numero prodotti sostenibili	Prodotti sostenibili %
Auto-moto	66	6	9%
Bellezza - Benessere	130	5	4%
Casa	2057	418	20%
Confezionamento pubblicità segnaletica	148	45	30%
Festa- eventi	150	21	14%
Gastronomia e bevande	17	0	0%
High-Tech - Audio Video	1183	264	22%
Penne - Scrittura	473	90	19%
Sicurezza	30	0	0%
Sport	361	79	22%
Tempo Libero	380	39	10%
Tessile - Moda - Accessori	3240	785	24%
Ufficio	734	177	24%
Valigeria - Articoli Da Viaggio	1349	414	31%
Totale	10318	2343	23%

6.3 Consumi energetici

L'ammontare di energia elettrica consumata per l'anno 2023 è **2.787 kWh**, di cui il **36,84%** proveniente da **fonti rinnovabili** (dato fornito dal Gestore dei Servizi Energetici (GSE) ai sensi dall'art. 2 del decreto legge 31 luglio 2009).



Composizione del mix medio nazionale utilizzato per la produzione dell'energia elettrica immessa nel sistema elettrico nei due anni precedenti

Fonti primarie utilizzate	Dato consuntivo 2021	Dato preconsuntivo 2022
Fonti rinnovabili	42,80%	36,84%
Carbone	5,03%	9,43%
Gas Naturale	48,01%	46,92%
Prodotti petroliferi	0,89%	2,01%
Nucleare	0,00%	0,00%
Altre fonti	3,27%	4,80%

7. LA VALUTAZIONE DI IMPATTO

La metodologia di valutazione d'impatto si basa sullo standard internazionale **B Impact Assessment (BIA)** elaborato dall'ente non profit B Lab, che ha creato e promuove la certificazione B Corporation.

Il processo di valutazione si basa sulla compilazione di un assessment dettagliato che indaga l'impatto generato dall'azienda in relazione ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 dell'ONU.

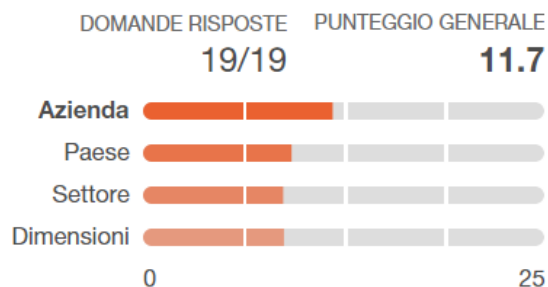


7.1 Aree di valutazione d'impatto

Per testimoniare l'impegno ad operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente come indicato dal comma 378 dell'art. 1 della legge 208/2015 (la legge istitutiva delle Società Benefit), la valutazione dell'impatto di Sagapao si è focalizzata sulle seguenti aree di misurazione.

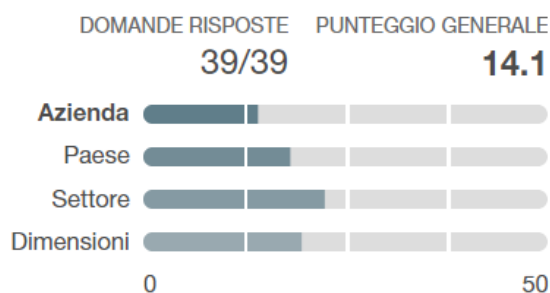
GOVERNANCE

Valuta il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione alla missione aziendale, all'etica, al livello di coinvolgimento degli stakeholder, al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società e alla gestione dei clienti.



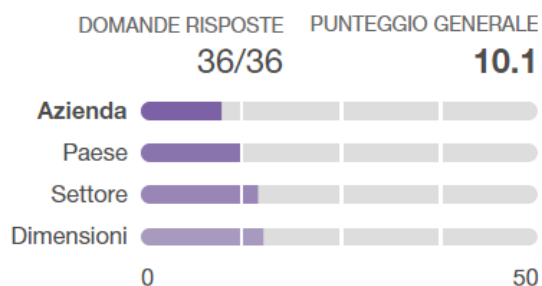
LAVORATORI

Valuta le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, soddisfazione, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro.



COMUNITA'

Valuta le relazioni dell'azienda con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, la gestione della diversità e dell'inclusione, la creazione di posti di lavoro e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura.



AMBIENTE

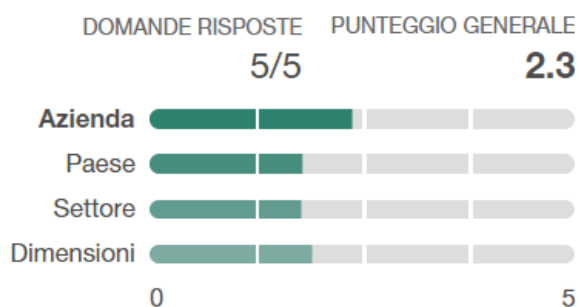
Valuta gli impatti e la gestione ambientale complessiva della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime,

smaltimento di rifiuti, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.



CLIENTI

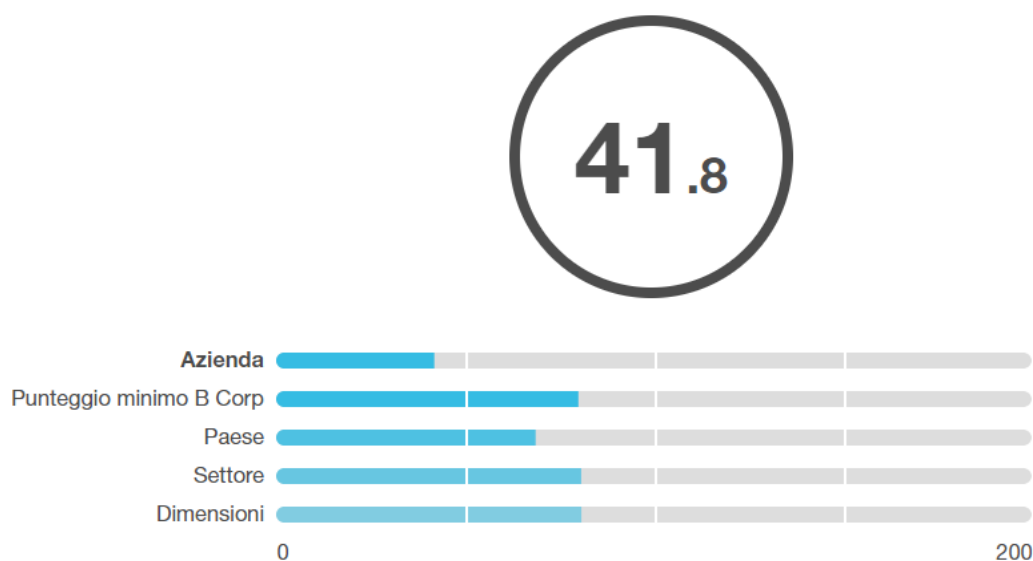
Valuta la gestione dei propri clienti da parte di un'azienda attraverso la qualità dei suoi prodotti e servizi, il marketing etico, la privacy e la sicurezza dei dati e i canali di feedback. Inoltre, questa sezione riconosce i prodotti o servizi progettati per affrontare un particolare problema sociale per o tramite i suoi clienti, come prodotti sanitari o educativi, prodotti & artistici, servire clienti/clienti svantaggiati e servizi che migliorano l'impatto sociale di altre aziende o organizzazioni.



7.2 Il B Impact Score

Sulla base delle aree di valutazione, viene calcolato il B Impact Score, ovvero un **indice sintetico di misurazione dell'impatto e di benchmarking** su base 200. In ottica di miglioramento continuo, il punteggio permette inoltre di confrontare la performance dell'azienda, fornendo raffronti separati basati sulla territorialità, il settore merceologico e le dimensioni di impresa.

Il B Impact Score deve essere interpretato in **chiave dinamica e prospettica**, soprattutto in considerazione del fatto che l'anno 2023 rappresenta il primo anno di attività di Sagapao in qualità di Società Benefit e molto ancora può essere fatto per incrementare l'impatto generato dall'impresa. A tal proposito, nelle pagine successive viene illustrato il piano strategico d'impatto per l'anno 2024.



8. PIANO STRATEGICO DI IMPATTO 2024

Per il 2024, Sagapao si impegna a consolidare e potenziare i risultati ottenuti nel primo anno di attività, perseguendo i seguenti obiettivi per ampliare il proprio impatto nelle diverse aree descritte di seguito.

Per ciascun obiettivo vengono declinati dei **Key Performance Indicators (KPI)** specifici, sia quantitativi che qualitativi, quale base per la misurazione dell'efficacia e dell'impatto di ciascun intervento. In relazione all'Agenda 2030, vengono inoltre declinati gli Obiettivi di Sviluppo sostenibile corrispondenti.

Obiettivo	KPI	Agenda 2030
Redazione del Codice Etico aziendale	- numero di dipendenti che partecipano processo di elaborazione del codice etico (es. workshop) - numero di sessioni di formazione organizzate sul codice etico - feedback qualitativo sulla rilevanza e l'efficacia del codice etico (raccolto tramite sondaggi o focus group) - numero di violazioni del codice etico riportate - feedback degli stakeholder esterni sulla condotta etica dell'azienda	3 SALUTE E BENESSERE 5 UGUAGLIANZA DI GENERE 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
Strutturazione del Piano di welfare aziendale	- somministrazione di una survey per raccogliere esigenze e aspettative dei dipendenti - percentuale di adesione al Piano da parte dei dipendenti - tasso di adesione ai	3 SALUTE E BENESSERE

	singoli benefit • livello di soddisfazione dei dipendenti • riduzione dell'assenteismo • aumento del tasso di engagement dei dipendenti • acquisizione di nuovi talenti	5 UGUAGLIANZA DI GENERE  8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 
Potenziamento della gestione della supply chain in ottica di sostenibilità	• elaborazione di una policy per la selezione e valutazione dei fornitori • somministrazione di questionari ai fornitori sulle tematiche ESG • numero di criteri ambientali introdotti nella policy • numero di criteri sociali introdotti nella policy • numero di criteri economici introdotti nella policy	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE  9 INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE  11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI  12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 
Customer care - apertura di uno Showroom sostenibile	• numero di visite di clienti • percentuale di aumento del fatturato • quantità di energia consumata • livello di fidelizzazione dei clienti • livello di consapevolezza del marchio associato al	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE  9 INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE 

	nuovo showroom • aumento delle relazioni con i clienti	11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI  12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 
Networking con altre Società Benefit	• numero totale di nuove collaborazioni avviate • numero di eventi di networking, conferenze, workshop e seminari a cui l'azienda partecipa • numero di accordi formali di collaborazione firmati con altre società benefit • numero di citazioni e menzioni nei media relative alle collaborazioni con altre società benefit • numero di nuovi contatti strategici acquisiti attraverso attività di networking • valutazione qualitativa delle collaborazioni basata su feedback, risultati raggiunti e impatto generato • livello di soddisfazione dei partner di networking • numero e qualità delle idee innovative	1 POVERTÀ ZERO  2 FAME ZERO  4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ  3 SALUTE E BENESSERE  10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE  8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 

	e delle conoscenze condivise attraverso le collaborazioni	
Affidamento di nuove commesse solidali	• numero di nuove commesse solidali • numero di nuove partnership con Enti del Terzo Settore • numero di persone con fragilità impiegate nell'ambito delle commesse • percentuale di commesse solidali rispetto al totale delle commesse • livello di soddisfazione dei clienti • percentuale di clienti che rinnovano o ampliano le loro commesse solidali • numero di interazioni, condivisioni e menzioni sui social media relative alle commesse solidali	      

Diversità e Inclusione: iniziative di formazione on the job per categorie fragili	• numero di iniziative a favore di giovani • numero di iniziative a favore di donne • numero di iniziative a favore di persone con disabilità • numero totale di ore di formazione on the job erogate • percentuale di partecipanti che completano con successo il percorso • valutazioni e recensioni dei partecipanti relative alla qualità e utilità della formazione ricevuta • aumento dell'occupabilità • numero di persone assunte a seguito del percorso	1 POVERTÀ ZERO  2 FAME ZERO  4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ  10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE  8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 
Riduzione dell'impronta ambientale (nuova sede sostenibile)	• percentuale di rifiuti riciclati • numero di lampade a led installate • numero di ore di formazione erogate ai dipendenti su tematiche ambientali • organizzazione degli spostamenti aziendali per minimizzare l'impatto ambientale	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE  13 AGIRE PER IL CLIMA  12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 

			
Ampliamento dei prodotti sostenibili a catalogo	• numero totale di prodotti sostenibili aggiunti al catalogo • percentuale di prodotti sostenibili rispetto al totale dei prodotti presenti nel catalogo • numero e la tipologia di certificazioni di sostenibilità ottenute dai prodotti • valutazioni e recensioni dei clienti • totale delle vendite generate dai prodotti sostenibili nel catalogo	   	
Riduzione degli imballaggi e del materiale di consumo non riciclabile	• percentuale di imballaggi riciclabili rispetto al totale degli imballaggi utilizzati • numero di partnership stabilite con fornitori che offrono soluzioni di imballaggi riciclabili e sostenibili • spesa totale sostenuta per la transizione verso imballaggi riciclabili • valutazioni e recensioni dei clienti relative agli imballaggi sostenibili	  	

	• numero di ore di formazione erogate ai dipendenti sull'importanza e le pratiche degli imballaggi sostenibili • numero di campagne di sensibilizzazione rivolte ai clienti e al pubblico riguardo alla riduzione degli imballaggi non riciclabili	
--	---	---