

2024

NEXT SOCIAL
COMMERCE S.R.L.

SOCIETÀ BENEFIT



**BILANCIO
D'IMPATTO
ESG**

Indice

LETTERA DEL PRESIDENTE



NEXT SOCIAL COMMERCE SOCIETÀ BENEFIT: IMPRESA CIVILE E GENERATIVA DELLA NUOVA ECONOMIA

L'IMPEGNO DI NEXT SOCIAL COMMERCE NELLA SOSTENIBILITÀ INTEGRALE: UN'ANALISI QUALITATIVA ESG ORIENTED

- 2.1. L'impegno di NeXt Social Commerce per una E più forte
- 2.2. L'impegno di NeXt Social Commerce per una S più forte
- 2.3. L'impegno di NeXt Social Commerce per una G più forte:
una governance partecipata e diffusa
- 2.4. L'azione di NeXt Social Commerce alla luce degli SDGs
- 2.5. L'azione di NeXt Social Commerce alla luce del BES



3. L'IMPEGNO DI NEXT SOCIAL COMMERCE NELLA SOSTENIBILITÀ INTEGRALE: UN'ANALISI QUANTITATIVA ALLA LUCE DEL NEXT INDEX® ESG

- 3.1. Nota Metodologica
- 3.2. Gli strumenti di rilevazione e analisi
 - 3.2.1. Il Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 di NeXt Economia
 - L'azienda e il governo dell'organizzazione
 - Le persone e l'ambiente di lavoro
 - I rapporti con i consumatori/cittadini
 - La catena di fornitura
 - I rapporti con l'ambiente naturale
 - I rapporti con la comunità locale
 - 3.2.2. Il processo di stakeholder engagement
 - Le matrici di materialità: risultati e bisogni emersi
 - 3.2.3. I Rischi ESG
 - L'analisi dei rischi ESG
 - 3.2.4. Le controversie ESG
 - L'analisi delle controversie ESG
- 3.3. I risultati del NeXt Index® ESG



STRATEGIE FUTURE E CONCLUSIONI

Appendice 1 - Gli indicatori ESG di contesto
Appendice 2 – Collegamento fra Indicatore del NeXt Index ESG e Standard ESRS





Sezione	Sotto-Sezioni	Aree di valutazione	Capitolo Bilancio di Sostenibilità
1. Obiettivi	1. Obiettivi specifici 2. Modalità e azioni 3. Eventuali circostanze che hanno impedito o rallentato il raggiungimento del beneficio comune		1. NeXt Social Commerce società benefit: impresa civile, impresa generativa Box: Mission, Vision, Valore 2. L'impegno di NeXt Social Commerce nella Sostenibilità Integrale: un'analisi qualitativa ESG oriented 2.1. L'impegno di NeXt Social Commerce per una E più forte 2.2. L'impegno di NeXt Social Commerce per una S più forte 2.3. L'impegno di NeXt Social Commerce per una G più forte 2.4. L'azione di NeXt Social Commerce alla luce degli SDGs 2.5. L'azione di NeXt Social Commerce alla luce del BES
2. Valutazione dell'impatto generato	1. Governo d'impresa	• Mappatura dei principali stakeholder e modalità di loro coinvolgimento • Trasparenza delle politiche	3.2.2 Il processo di stakeholder engagement Le matrici di materialità di NeXt Social Commerce: risultati e bisogni emersi L'azienda e il governo dell'organizzazione
	2. Lavoratori	• Personale dipendente • Retribuzione e Benefit • Attività di formazione • Qualità dell'ambiente di lavoro • Comunicazione interna • Flessibilità e sicurezza del lavoro	Le persone e l'ambiente di lavoro
	3. Altri portatori d'interesse	• Relazioni della società con i propri fornitori • Relazioni con il territorio e le comunità locali in cui opera • Azioni di volontariato, donazioni, le attività culturali e sociali. • Azioni di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura	I rapporti con i consumatori/cittadini La catena di fornitura I rapporti con la comunità locale
	4. Ambiente	• Impatti	I rapporti con l'ambiente naturale

3. Obiettivi futuri	5. Obiettivi futuri		4. Strategie future e conclusioni
4. Standard di valutazione esterno			3. L'impegno di NeXt Social Commerce nella Sostenibilità Integrata: un'analisi quantitativa alla luce del NeXt Index® ESG 3.1 Nota Metodologica 3.2. Gli strumenti di rilevazione e analisi Box: Le 6 Aree di Valore del Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0



Lettera del Presidente

Viviamo un tempo di grandi cambiamenti. Il 2024 ci ha ricordato quanto il nostro modello economico sia ancora fragile di fronte alle crisi ambientali, sociali e geopolitiche. Ma ci ha anche mostrato con forza quanto il desiderio di cambiamento – autentico, radicale e positivo – sia sempre più diffuso tra cittadini, consumatori e imprese.

In questo scenario in trasformazione, il nostro Next Social Commerce con il suo portale Gioosto.com ha scelto di non essere soltanto una piattaforma di vendita, ma un **luogo di senso, un ponte tra produttori responsabili e consumatori consapevoli**, un ecosistema che mette al centro le persone, l'ambiente e i territori.

Le sfide che affrontiamo oggi sono complesse. La **fiducia** dei consumatori si conquista ogni giorno con **trasparenza, tracciabilità, coerenza tra valori e azioni**. La **competizione di mercato** è spesso sbilanciata a favore di modelli che esternalizzano i costi ambientali e sociali. E la **comunicazione** sostenibile rischia di perdersi in mezzo al greenwashing e socialwashing.

Ma è proprio in queste difficoltà che troviamo la nostra direzione.

Sappiamo che ogni acquisto può essere un atto politico. Per questo abbiamo deciso di concentrare le nostre risorse solo su quei produttori che sono in condizioni economiche più fragili e che necessitano di un supporto maggiore della nostra piattaforma. Abbiamo deciso di ripensare il sistema della nostra logistica per permettere a tutte le imprese di poter gestire un dropshipping più collegato alle loro esigenze di **filiera**, pur mantenendo una **logistica a basso impatto, packaging circolare**.

Il 2025 si apre con nuove opportunità e nuovi interrogativi. Come rendere ancora più accessibile il consumo sostenibile in particolare alle organizzazioni e alle imprese for profit che possono fare scelte e acquisti più stabili rispetto alla caratteristica ancora episodica del singolo consumatore? Come accompagnare i fornitori selezionati nel loro percorso di transizione che riesca a migliorare l'efficacia e l'ef-

ficienza dei loro sistemi produttivi oltre che la loro sostenibilità integrale?

La nostra risposta è chiara: **non vogliamo solo vendere prodotti sostenibili, vogliamo generare valore condiviso**. Vogliamo fare cultura, sperimentare soluzioni, contaminare positivamente altri settori, allearci con realtà che condividono i nostri obiettivi e anche attraverso eventi e manifestazioni come il Festival Nazionale dell'Economia Civile che parla di scelte e di consumo responsabile in modo trasversale.

Per questo il nostro Gioosto non è un punto d'arrivo, ma un punto di partenza. Un luogo dove la tecnologia incontra la giustizia sociale. Dove la convenienza si misura in impatto positivo che sempre di più lega le scelte in piattaforma con i sistemi di rendicontazione non finanziaria delle imprese.

A chi ci ha accompagnato fin qui va il nostro più sentito grazie. A chi ci scoprirà domani, diciamo: benvenuta, questo è il vostro posto.

Luca Raffaele
Amministratore Unico e Presidente Next Social
Commerce srl società benefit



1. NeXt Social Commerce

Società Benefit: impresa civile e generativa della Nuova Economia

Mission:

Lo scopo ultimo della Società è attivare strumenti utili per promuovere modelli di produzione e consumo sostenibili, attenti alle esigenze delle persone e dell'ambiente, e aumentare la felicità dei lavoratori/lavoratrici attraverso un motivante e soddisfacente impegno in una prospera attività economica di sviluppo sostenibile.

Vision:

L'e-commerce che non c'era: una selezione di prodotti di eccellenza, non solo buoni ma fatti rispettando le persone, l'ambiente e le comunità locali, da aziende selezionate per i loro criteri di sostenibilità. Gioosto è la piattaforma di Next Social Commerce srl società benefit, il cui obiettivo è creare benessere per la comunità rispettando l'ambiente.

Valore:

Qualità. Non solo etici ma anche buoni! La qualità, spesso l'eccellenza, è alla base di un prodotto Gioosto, dalle materie prime impiegate al processo produttivo. Lavoro. Il lavoro è uno dei più potenti strumenti di integrazione e riconoscimento sociale. Molti produttori Gioosto impiegano persone in condizioni di fragilità, ridando loro dignità. Prezzo. Un prodotto Gioosto ha anche un prezzo giusto! Abbiamo scelto di applicare prezzi che garantiscano il giusto compenso alle aziende e, per ricaduta, ai loro lavoratori ma senza diventare beni di lusso. Ambiente. Materie naturali e riciclabili, attenzione ai processi produttivi ma anche recupero e riciclo. Un prodotto Gioosto è attento all'ambiente!

A cinque anni dalla sua fondazione, NeXt Social Commerce Società Benefit si afferma come un punto di riferimento all'interno della comunità delle imprese sostenibili. Ogni giorno, attraverso il proprio modello di business e in coerenza con quanto sancito nello statuto, promuove un'economia centrata sulle persone e sull'ambiente, andando oltre la logica della massimizzazione del profitto.

L'impresa traduce operativamente i principi dell'Economia Civile nella propria attività quotidiana, incarnando valori quali la reciprocità, la fiducia e la prossimità. In questo modo, essa contribuisce alla costruzione di un'economia reale, generativa e inclusiva, capace di guardare alle esigenze delle future generazioni, delle categorie più fragili e di uno sviluppo locale profondamente radicato nelle comunità e nei territori. Sempre attenta ai cambiamenti in atto, NeXt Social Commerce ha saputo anticipare questa transizione, facendosi trovare pronta a cogliere la nuova sfida: nasce così Gioosto, il primo e-commerce italiano interamente dedicato alle imprese sostenibili e ai loro prodotti.

Attraverso Gioosto, NeXt Social Commerce dimostra come sia possibile coniugare, anche nella versione più moderna e rapida del mercato, i valori fondanti della Nuova Economia. Non solo impresa generativa, dunque, ma anche impresa civile, capace di umanizzare il commercio online, offrendo ai consumatori una scelta sostenibile e consapevole.

NeXt Social Commerce è il luogo in cui capitale sociale e tecnologia si incontrano e si rafforzano reciprocamente, affrontando la duplice sfida di garantire visibilità e accessibilità ai prodotti di piccole e medie imprese locali, spesso penalizzate dalle logiche del mercato globale. L'impresa ha scelto di focalizzare la propria missione sulla valorizzazione del tessuto imprenditoriale.

toriale sostenibile diffuso sul territorio italiano, rispondendo al tempo stesso a una crescente domanda di prodotti etici. In questo modo offre da un lato opportunità di sviluppo ai piccoli produttori, dall'altro strumenti concreti ai consumatori per esercitare un voto col portafoglio 2.0: digitale, inclusivo e orientato alla scelta consapevole. Gioosto si configura così come una vera e propria cinghia di trasmissione del Benessere Equo e Sostenibile tra produttori e consumatori responsabili, attivando circuiti virtuosi di reciprocità e allineandosi pienamente con il Goal 12 dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, dedicato alla promozione di modelli sostenibili di produzione e consumo. Tre

sono gli elementi fondanti di questa visione: collaborazione, sostenibilità e lavoro in rete. Attorno a questi principi, NeXt costruisce percorsi sia offline che online, con l'obiettivo di generare capitale umano e sociale in un'ottica mutualistica.

Convinta che la sostenibilità sia un percorso collettivo, che richiede il contributo attivo di tutti, NeXt Social Commerce, in quanto Società Benefit, ha integrato nel proprio oggetto sociale un impegno concreto verso il bene comune. L'azienda ha individuato due assi prioritari su cui concentrare la propria azione: da un lato, la promozione del paradigma dell'Economia Civile; dall'altro, la valorizzazione di modelli di produzione e consumo che facilitino la diffusione dei principi del voto col portafoglio. Entrambi gli obiettivi vengono perseguiti con la massima attenzione all'ambiente, impiegando il capitale naturale secondo una logica circolare e rispettandone pienamente i tempi e le capacità di rigenerazione.

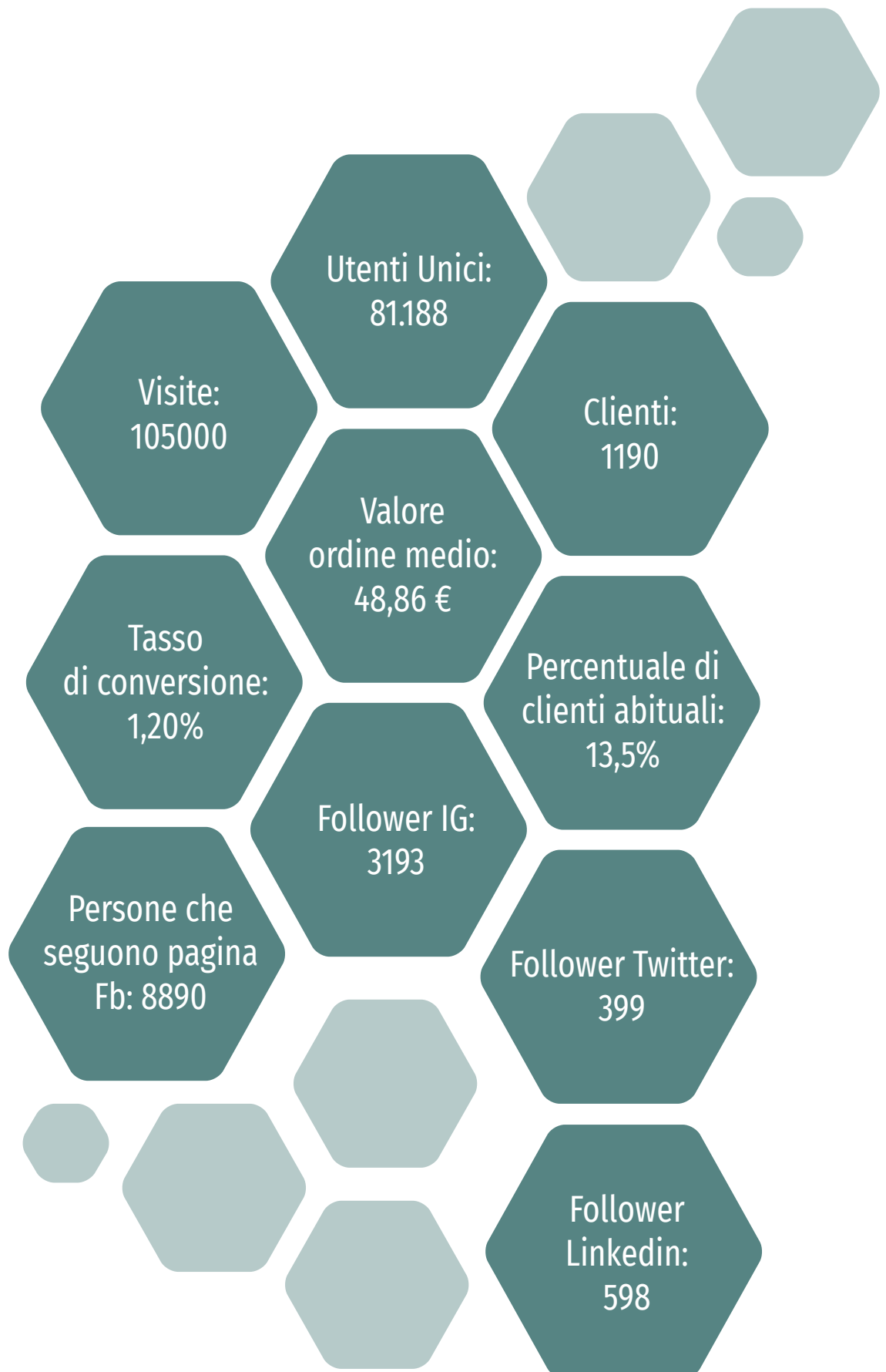




sale

della

I NUMERI DEL 2023 DI NEXT SOCIAL COMMERCE



2. L'impegno di NeXt Social Commerce nella Sostenibilità Integrale: un'analisi qualitativa ESG oriented



Alla luce di quanto emerso dai risultati che l'impegno di NeXt Social Commerce fa registrare rispetto al BES dell'ISTAT e agli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 è chiaro come la società benefit abbia costruito in questi anni una strategia di sostenibilità integrale, intrinsecamente legata ai tre pilastri ESG (Environmental, Social e Governance) che, ad oggi, rappresentano il linguaggio condiviso della sostenibilità, soprattutto a livello finanziario.

In questa direzione, nei prossimi paragrafi vengono presentate in chiave ESG le politiche che NeXt Social Commerce ha scelto di mettere in campo nell'ultima annualità (2023) o che ha confermato dall'annualità precedente.

In particolare, fanno riferimento al primo pilastro,

l'Environmental, le aree dei rapporti con la catena di fornitura e con l'ambiente naturale. Sono elementi costitutivi del pilastro Social le aree dedicate all'ambiente di lavoro e ai rapporti con la comunità locale. Infine, le aree del governo dell'organizzazione e dei rapporti con i clienti fanno parte del terzo e ultimo pilastro, quello della Governance.



2.1. L'impegno di NeXt Social Commerce per una E più forte

NeXt Social Commerce adotta un approccio orientato alla sostenibilità ambientale in ogni scelta aziendale, applicando questa visione lungo l'intera catena del valore: dalla fornitura alla produzione, fino alla logistica.

La tutela del Pianeta rappresenta un criterio centrale nella selezione dei produttori ospitati sulla piattaforma, grazie all'utilizzo del **NeXt Index®**. I fornitori sono infatti chiamati a dimostrare, con documentazione concreta, il loro impatto sul capitale naturale. Questo processo consente di escludere chi non valorizza le risorse ambientali e di offrire ai clienti finali informazioni trasparenti sul livello di sostenibilità ambientale adottato da ciascun produttore, premiando così i più virtuosi al momento dell'acquisto. All'interno del magazzino di Benevento, NeXt Social Commerce evita l'uso di plastica monouso, anche nel packaging, preferendo carta riciclata certificata al 100% da **Raja**, azienda leader nel settore. Lo stesso principio guida le spedizioni, affidate al servizio **DHL Go Green**, che impiega mezzi elettrici o ibridi. Anche la gestione dei resi è studiata per ridurre al minimo gli sprechi, attraverso procedure semplici e trasparenti che limitano il rischio che i prodotti restituiti vengano scartati.

Nel 2022, insieme a **NeXt Nuova Economia Per Tutti APS ETS** e al **Consorzio Sale della Terra**, l'azienda ha avviato un progetto innovativo sia sotto il profilo sociale che organizzativo in un comparto spesso al centro di critiche per il suo impatto ambientale: quello tessile. L'obiettivo era la creazione di un **Distretto Diffuso Sostenibile** nel territorio beneventano, coinvolgendo piccoli laboratori legati alla **Incom Spa - Industria Confezioni Moderne**.

Questo modello di distretto non è solo sostenibile, ma anche sociale, integrando finalità economiche e produttive con percorsi di inclusione, impiegando anche persone appartenenti a categorie svantaggiate ben oltre gli obblighi normativi. La definizione di "distretto diffuso e sostenibile" rappresenta un'innovazione introdotta da NeXt Social Commerce, applicata per la prima volta al settore moda attraverso uno studio di pre-fattibilità commissionato da Incom Spa. La forza del Distretto Diffuso risiede nella sua struttura produttiva decentralizzata e nella sostenibilità delle imprese coinvolte. La suddivisione del ciclo produttivo in fasi specializzate consente vantaggi economici, flessibilità e capacità di innovazione, favorendo economie

di scala e di apprendimento che riducono i costi unitari e aumentano la produttività.

L'aspetto più innovativo sotto il profilo della sostenibilità e della **compliance ESG** risiede nel fatto che ogni realtà del distretto è stata valutata attraverso il **NeXt Index ESG - Impresa Sostenibile**. Inclusione sociale, sostenibilità ambientale ed efficienza economica vengono quindi trattate come elementi inscindibili di un unico percorso di crescita integrale, supportato proprio dalla nascita del Distretto. Questo percorso aiuta anche quelle realtà che, pur già orientate alla sostenibilità, necessitano di uno sviluppo ulteriore e strutturato.

Il modello genera così **esternalità positive sul piano sociale (S)** e riduce quelle negative sul piano ambientale (E), grazie alla diffusione di pratiche virtuose come l'efficientamento energetico, la corretta gestione dei rifiuti e la riduzione delle emissioni climalteranti, con il beneficio aggiuntivo di abbattere anche i costi economici.

In sintesi, il **Distretto Diffuso Sostenibile** rappresenta un modello di sviluppo ESG completo, integrato con il territorio e coerente con la missione di NeXt Social Commerce, che punta alla realizzazione di una Nuova Economia. A testimonianza concreta di questo impegno, da un lato i rifiuti aziendali vengono riutilizzati dai laboratori tessili per creare nuovi prodotti, dall'altro vengono promosse campagne di vendita dedicate per evitare lo spreco alimentare dei prodotti in scadenza.

2.2. L'impegno di NeXt Social Commerce per una S più forte

La **sostenibilità sociale** rappresenta per **NeXt Social Commerce** un pilastro fondamentale tanto quanto quella ambientale. Fin dalla sua nascita, l'azienda ha scelto di supportare produttori la cui missione è quella di creare opportunità di lavoro per persone e comunità in situazione di fragilità. Si tratta di cooperative e imprese che, accanto all'obiettivo economico, hanno abbracciato una visione sociale.

Molti dei prodotti disponibili sulla piattaforma **Gioosto** sono realizzati da persone detenute, con disabilità, migranti o provenienti da contesti a rischio di marginalizzazione. Sostenendo queste realtà, NeXt Social Commerce promuove un'occupazione **inclusiva**, capace di valorizzare le differenze e di offrire un'alternativa concreta a chi rischia di restare ai margini. Questo consente anche al consumatore di partecipare attivamente al cambiamento, **premiando queste pratiche virtuose attraverso il voto col portafoglio**.

L'impegno per un lavoro dignitoso e per lo sviluppo sociale è vissuto direttamente anche all'interno dell'azienda: nel magazzino di Benevento, come già accennato, lavorano persone in condizione di vulnerabilità, comprese vittime di tratta e soggetti esclusi dal mercato del lavoro tradizionale.

Essere socialmente sostenibili per NeXt Social Commerce significa anche **avere cura dei propri clienti e delle comunità locali** in cui opera. Chi acquista sulla piattaforma è considerato un **protagonista del cambiamento**, grazie alla propria capacità di indirizzare il mercato con le proprie scelte. I clienti non sono solo destinatari di un servizio di assistenza dedicato, ma vengono coinvolti in un percorso di miglioramento continuo attraverso un attivo processo di **stakeholder engagement**, come dimostra anche il presente report. Per l'azienda, sono veri e propri **partner di visione**, con cui condividere e definire la direzione futura.

NeXt Social Commerce crede che solo un'impresa che cresce insieme al territorio in cui è radicata, generando opportunità e sviluppo, possa definirsi pienamente sostenibile dal punto di vista sociale. Per questo motivo, **Gioosto** ha avviato diverse iniziative per migliorare le condizioni di vita nelle **aree marginali e periferiche di Roma e Benevento**, sedi delle sue attività.



2.3. L'impegno di NeXt Social Commerce per una G più forte: una governance partecipata e diffusa

NeXt Social Commerce attribuisce grande importanza alla qualità della propria **governance**, nella convinzione che una vera sostenibilità – sia sociale che ambientale – non possa prescindere da **trasparenza**, **legalità** e da un **dialogo costante con gli stakeholder**.

Oltre a rispettare i più alti standard in materia di trasparenza e conformità normativa, l'azienda ha intrapreso un percorso volto a rafforzare il coinvolgimento dei propri portatori di interesse nella definizione delle strategie aziendali, come evidenziato nel processo di **stakeholder engagement** descritto in questo report.

NeXt Social Commerce ha voluto confrontarsi direttamente con produttori, fornitori, dipendenti e clienti, per condividere le priorità di intervento e costruire una direzione d'impresa realmente partecipata.

Questo percorso riflette il legame di **reciprocità e collaborazione** che l'azienda ha sviluppato nel tempo con le imprese e le cooperative presenti sulla piattaforma al dicembre 2024, provenienti da ogni regione italiana. Una rete nazionale di realtà responsabili, con cui NeXt Social Commerce ha scelto di andare oltre la semplice logica di mercato, **superando la competizione per costruire una vera comunità cooperativa**, fondata sulla condivisione di progetti e obiettivi comuni, nella prospettiva di una crescita collettiva e di un **mutuo vantaggio**.

Un esempio emblematico di questa **governance partecipata e diffusa** è rappresentato dallo **studio di fattibilità** che ha portato alla nascita del già citato **Distretto Diffuso Sostenibile** nel settore tessile campano: un progetto che incarna un nuovo modo di concepire la produzione, radicato nella tradizione del nostro patrimonio manifatturiero ma proiettato verso l'innovazione. Un patrimonio da tutelare e trasformare per il bene della comunità e dell'ambiente.

Alla base di questa visione c'è la volontà di rendere il sistema socio-economico sempre più sostenibile, attraverso il **dialogo tra attori diversi**, l'attivazione di processi **dal basso**, e la valorizzazione delle **buone pratiche lungo tutta la filiera**. Una filiera che non è più

vista come una gerarchia lineare, ma come un puzzle, in cui ogni pezzo ha valore, contribuisce e si integra con gli altri per formare un sistema armonico e inclusivo.



2.4. L'azione di NeXt Social Commerce alla luce degli SDGs

Le attività quotidiane e la missione di NeXt Social Commerce si inseriscono pienamente nel framework degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), così come definiti nell'Agenda 2030 dell'ONU.

Guidata da questa bussola strategica e forte dell'esperienza consolidata dei suoi soci, l'azienda ha scelto di costruire la propria azione imprenditoriale attorno alle 5 P dell'Agenda 2030: Persone, Pianeta, Prosperità, Pace e Partnership, considerate non solo principi guida, ma pilastri operativi concreti.

In questa direzione si inserisce l'uso del NeXt Index®, uno strumento che consente di valutare in modo chiaro e misurabile il grado di sostenibilità dell'attività aziendale. Ogni indicatore del NeXt Index è associato a un Obiettivo di Sviluppo Sostenibile, e i risultati ottenuti restituiscono una percentuale precisa dell'impegno profuso in ciascuna area. L'analisi mostra come NeXt Social Commerce raggiunga un livello di aderenza superiore al 70% in ben 14 dei 17 obiettivi, segno di una sostenibilità diffusa e integrata in ogni aspetto dell'impresa.

Tra tutti, tre obiettivi spiccano per l'elevata performance raggiunta: l'Obiettivo 10 – Ridurre le disuguaglianze, con un tasso di aderenza del 95,95%; l'Obiettivo 16 – Pace, giustizia e istituzioni forti, con il 91,96%; e l'Obiettivo 8 – Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, con l'88,70%.

I risultati relativi agli Obiettivi 10 e 8 sono profondamente connessi. NeXt Social Commerce, attraverso le proprie scelte organizzative e gestionali, promuove al contempo la riduzione delle disuguaglianze e una crescita economica stabile ed equa, dimostrando come queste due dimensioni possano coesistere e rafforzarsi reciprocamente. L'impresa infatti, al netto dei costi di struttura, reinveste tutte le risorse a favore dei lavoratori. Il vertice aziendale non percepisce alcuna retribuzione, mentre i dipendenti del set-

tore logistico beneficiano di uno stipendio superiore del 25% rispetto agli standard orari di riferimento. Le assunzioni nel magazzino aziendale avvengono su base locale, con un'attenzione prioritaria verso persone in situazioni di vulnerabilità sociale, contribuendo così a promuovere l'inclusione e a rafforzare l'occupazione stabile sul territorio. Inoltre, i lavoratori sono coinvolti nei processi decisionali dell'impresa, a testimonianza di un modello partecipativo che valorizza i bisogni delle persone e della comunità di riferimento.

Per quanto riguarda l'Obiettivo 16, il risultato è il frutto di una governance orientata alla trasparenza e al rispetto della legalità. Questo approccio consente a NeXt Social Commerce di consolidare la propria legittimità agli occhi di clienti, fornitori e partner, e di rappresentare un modello virtuoso per altre realtà imprenditoriali. A ciò si affianca un impegno strategico nella costruzione di reti collaborative, pensate per facilitare un cambio di paradigma verso un'economia più giusta, partecipativa e sostenibile. L'esempio concreto di questa visione è rappresentato dalla nascita del Distretto Diffuso Sostenibile nel comparto tessile, che dimostra come sia possibile integrare competitività, equità sociale e rispetto per l'ambiente all'interno di un progetto condiviso e radicato nei territori.

Gli obiettivi
di sviluppo sostenibile
dove l'impegno di
NeXt Social Commerce
è maggiore



L'importanza degli SDGs nella strategia aziendale

Le Nazioni Unite, dal 2015, hanno codificato una direzione verso uno sviluppo sostenibile all'interno dell'Agenda 2030, dando vita ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs). Tutti gli attori sociali ed economici sono chiamati a contribuire al raggiungimento degli SDGs, ivi incluse le imprese.

Per tali ragioni è stata messa a punto una serie di strumenti per facilitare l'adozione integrale degli SDGs all'interno dei piani strategici aziendali.

Uno dei principali strumenti è la SDG's Compass, la bussola dell'azione aziendale nel quadro dell'Agenda 2030. Il "World Business Council for Sustainable Development", recependo l'indirizzo secondo il quale tutti sono chiamati a impegnarsi nella realizzazione dell'Agenda, ha realizzato la "CEO Guide to the SDGs". Lo scopo di quest'ultima è l'implementazione di soluzioni di business che mettano al centro gli obiettivi, rispondendo allo stesso tempo anche ai bisogni e alle ambizioni imprenditoriali.



2.5. L'azione di NeXt Social Commerce alla luce del BES

La missione di promuovere uno sviluppo sostenibile, attraverso la valorizzazione di produttori e prodotti rispettosi dell'ambiente e delle comunità, non può prescindere da un'attenzione concreta al benessere generato lungo tutta la catena del valore.

Per questo motivo, NeXt Social Commerce ha scelto di misurare il proprio impegno anche sotto questo profilo, adottando il framework del BES – Benessere Equo e Sostenibile, promosso dall'Istat a partire dal 2013 e oggi ampiamente riconosciuto e utilizzato anche dalle imprese per valutare la loro capacità di contribuire al benessere multidimensionale dei diversi stakeholder.

In linea con quanto già visto per gli SDGs, l'utilizzo del NeXt Index® rappresenta uno strumento fondamentale anche in questo ambito: ogni suo indicatore è infatti collegato a uno dei domini prioritari del BES, permettendo così di ottenere una valutazione completa e coerente dell'impatto aziendale sulle diverse dimensioni del benessere.

Anche in questa prospettiva, NeXt Social Commerce ha raggiunto risultati significativi, con punteggi elevati e relativamente omogenei tra i vari domini. Questo dato conferma come l'approccio alla sostenibilità integrale, alla base della strategia aziendale, consenta di generare valore senza creare squilibri tra le differenti aree del benessere.

In particolare, tre domini emergono per l'intensità dell'impegno e la qualità dei risultati ottenuti. Il punteggio più alto si registra nel dominio "Benessere soggettivo", con l'86,3%, seguito da "Innovazione, ricerca e creatività" con l'85,5%, e da "Politica e istituzioni" con l'85,8%.

Nel caso del benessere soggettivo, il risultato riflette l'attenzione costante che l'azienda riserva all'ascolto dei clienti e alla gestione efficace delle relazioni. Un dato emblematico è rappresentato dal fatto che il 97% dei reclami viene risolto positivamente entro 24-72 ore, contribuendo ad accrescere

fiducia, soddisfazione e credibilità, e alimentando un circolo virtuoso di miglioramento continuo.

Il punteggio raggiunto nel dominio innovazione, ricerca e creatività è invece frutto dell'approccio collaborativo e aperto che NeXt Social Commerce adotta fin dalla sua nascita. L'attività di crowdsourcing consente di integrare idee, suggerimenti e competenze provenienti da tutti gli stakeholder, generando un modello di business co-creato, capace di evolvere in modo sostenibile e condiviso.

Infine, il risultato nel dominio politica e istituzioni è il riflesso di pratiche di governance improntate alla trasparenza e all'ascolto. Oltre alle buone pratiche già descritte, l'azienda promuove annualmente cinque incontri strutturati con i propri portatori di interesse, attraverso i quali raccoglie bisogni e aspettative utili a definire le linee strategiche. Tali indirizzi vengono poi integrati nella relazione di impatto, redatta e condivisa ogni anno, a testimonianza di un impegno reale verso la costruzione partecipata del valore.

I domini del BES
dove l'impegno
di NeXt Economia
è maggiore



L'importanza del BES nelle strategie aziendali

Il progetto del Benessere Equo e Sostenibile dell'Istat nasce con l'obiettivo di valutare il progresso di una società non soltanto dal punto di vista economico, ma anche sociale e ambientale.

L'analisi dettagliata degli indicatori, pubblicata annualmente nel rapporto Bes a partire dal 2013, mira a rendere il Paese maggiormente consapevole dei propri punti di forza e delle difficoltà da superare per migliorare la qualità della vita dei cittadini, ponendo tale concetto alla base delle politiche pubbliche e delle scelte individuali.

Da questo framework nasce il BESA, che si pone l'obiettivo di adattare tale quadro di riferimento all'universo aziendale. L'obiettivo in questo caso è di costruire un framework di comunicazione unico tra impresa e stakeholders, così da permettere una più assidua ed efficace collaborazione. In questo modo, l'offerta delle imprese e la domanda dei consumatori sono organizzate secondo un unico linguaggio di riferimento, favorendo la costruzione di strategie più efficaci e impattanti.



Salute



Istruzione
e formazione



Lavoro
e tempo
di vita



Benessere
economico



Relazioni
sociali



Politica e
istituzioni



Sicurezza



Benessere
soggettivo



Paesaggio e
patrimonio



Ambiente



Ricerca e
innovazione



Qualità dei
servizi

3. L'impegno di NeXt Social Commerce nella Sostenibilità Integrale: un'analisi quantitativa alla luce del NeXt Index® ESG

3.1. Nota metodologica

Il Bilancio d'Impatto ESG di NeXt Economia è un percorso di reportistica non finanziaria per le PMI e le start-up che nasce con l'obiettivo di misurare e dare valore alla sostenibilità integrale delle aziende, inserendole all'interno di un Rating ESG.

Il percorso si articola in 6 step. L'infografica seguente sintetizza questi ultimi, dando un dettaglio metodologico e di livello di collaborazione richiesta.

Il Bilancio d'Impatto ESG racconta l'impegno sul territorio, misura il miglioramento generato, coinvolge gli stakeholder per mettere l'azienda in rete, analizza rischi e controversie in una logica decentralizzata e collaborativa.

Il Bilancio d'Impatto ESG permette una piena integrazione nel proprio modello di business dei principi ESG in coerenza con il framework del BES (Benessere Equo e Sostenibile) e degli SDGs.

L'elemento centrale dell'intero percorso è il NeXt Index® ESG, che si compone di quattro elementi: il NeXt Index®; l'analisi di materialità; i fattori chiave e la valutazione dei rischi ad essi associati; le controversie in ambiti ESG.

Il NeXt Index® ESG è un living index che permette alle PMI e alle start up di passare dalla rendicontazione non finanziaria al posizionamento all'interno di un rating ESG, un elemento indispensabile per aumentare le possibilità di accesso al sistema finanziario e al sistema assicurativo.

1. Misurazione qualitativa e quantitativa della sostenibilità integrale

- Compilazione del NeXt Index® da parte dell'azienda
- Raccolta e analisi di documentazione, certificazioni, report passati sulla sostenibilità
- Analisi quali-quantitativa dell'impegno dell'azienda sul benessere multidimensionale e sugli SDGs

2. Stakeholder engagement

- Compilazione della matrice di rilevanza degli stakeholder da parte dell'azienda
- Rilevazione delle priorità di intervento secondo gli stakeholder tramite somministrazione di un questionario connesso con le tematiche della sostenibilità integrale del NeXt Index®
- Costruzione dell'analisi di materialità per ciascuna area del NeXt Index®
- Individuazione degli item sui quali intervenire che rappresentano i fattori chiave di rischio ESG
- Definizione, da parte dell'azienda, delle politiche da adottare per migliorare la propria sostenibilità integrale

3. Valutazione dei rischi ESG, delle controversie e dei rischi di settore

- Raccolta degli elementi necessari per il calcolo dei rischi ESG e delle controversie tramite appositi moduli di rilevazione da somministrare all'azienda e analisi desk
- Calcolo del Rischio ESG interno partecipato
- Calcolo del Rischio ESG connesso alla capacità di pianificazione strategica
- Calcolo del Rischio ESG connesso al risk management
- Calcolo del Rischio ESG connesso all'analisi di contesto
- Analisi delle controversie ESG per numero, entità e durata
- Valutazione dei rischi di settore ESG, tramite benchmark del database di NeXt Economia

5. Calcolo del NeXt Index® ESG e assegnazione del Rating ESG

6. Stesura del Bilancio d'Impatto ESG di NeXt Economia



3.2. Gli strumenti di rilevazione e analisi

Il NeXt Index® ESG si compone di quattro elementi:

A) Il NeXt Index®

B) L'analisi di materialità

C) I fattori chiave e la valutazione dei rischi ad essi associati

D) Le controversie in ambiti ESG

I dati necessari per la determinazione di ciascun elemento possono essere sintetizzati come segue:

A) Il NeXt Index®

a. Compilazione del questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 di NeXt, con il dettaglio di tutti i documenti probanti e, più in generale, di tutta la documentazione necessaria per la risposta puntuale di ciascun item;

b. Primo livello di stakeholder engagement, dopo l'analisi degli stakeholder principali secondo la matrice di rilevanza, adeguatezza e importanza, per ottenere i punteggi di importanza per ciascuno dei 30 indicatori del questionario;

c. I pesi attribuiti dal Comitato Tecnico Scientifico di NeXt ai medesimi 30 indicatori del questionario e ai 3 pilastri ESG.

B) L'Analisi di Materialità

a. Secondo livello di stakeholder engagement tramite l'analisi di materialità partecipata dei fattori chiave (i 30 indicatori del Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 di NeXt) e conseguente emersione dei fattori/indicatori di debolezza

C) I fattori chiave e la valutazione dei rischi ad essi associati

a. Secondo livello di stakeholder engagement tramite l'analisi di materialità partecipata dei fattori chiave (i 30 indicatori del Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 di NeXt) e con-

seguente emersione dei fattori/indicatori di debolezza;

b. Rilevazioni e analisi di tutte le eventuali strategie di intervento pianificate per il miglioramento dei 30 fattori chiave;

c. Rilevazione e analisi di tutte le eventuali strategie passate, con i relativi risultati conseguiti, già adottate per il miglioramento dei 30 fattori chiave;

d. Analisi di contesto su base provinciale tramite l'utilizzo di una selezione degli indicatori del framework del BES dei Territori (direttamente riconducibili ai 30 fattori chiave).

D) Le controversie in ambiti ESG

a. Rilevazione e analisi della presenza di controversie in ambito ESG;

b. Rilevazione e analisi del numero e dell'entità (numerosità dei soggetti coinvolti e lunghezza del periodo temporale in cui è stata aperta la controversia) delle controversie presenti.

Tutti i dati raccolti, elemento per elemento, permettono di calcolare il **NeXt Index® ESG**.

Il **NeXt Index® ESG** così ottenuto permette di classificare l'azienda all'interno di un rating ESG, così come illustrato nella figura seguente.

Attraverso tale collegamento si attua il processo che porta l'impresa dalla semplice rendicontazione non finanziaria al posizionamento all'interno di un rating ESG, elemento ormai indispensabile per l'accesso al sistema finanziario.

Rating ESG basato sul NeXt Index® ESG

NeXt Index® ESG



3.2.1. Il Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 di NeXt Economia

Il punto di partenza del percorso del NeXt Index® ESG è la compilazione del Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 di NeXt – Nuova Economia Per Tutti, strumento di rendicontazione non finanziaria che consente di arrivare al calcolo del **NeXt Index® ESG**, che rappresenta la prima variabile del sistema di misurazione e valutazione ESG proposto da NeXt. L'Autovalutazione Partecipata 2.0 è una metodologia elaborata per far emergere il posizionamento delle imprese in campo sociale, ambientale ed economico, tramite lo screening di una selezione di indicatori già esistenti e reputati più significativi dal Comitato Tecnico Scientifico di NeXt.

L'impianto complessivo del QAP2.0-NeXt è stato elaborato all'interno di una triplice cornice di riferimento:

- internazionale: coerente e sinergica con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030, emanata nel 2015 dalle Nazioni Unite (ciascuno dei trenta indicatori è collegato a un SDGs prioritario);
- nazionale: in riferimento ai dodici domini del BES - Benessere Equo e Sostenibile il framework italiano, ingegnerizzato dall'Istat e dal CNEL (2013), per la misurazione del benessere (ciascuno dei trenta indicatori è collegato ad un dominio prioritario del BES) e declinato in chiave aziendale nel BESA - Benessere Equo e Sostenibile Aziendale;
- di rete: aggregando e valorizzando i diversi approcci presenti nella compagine associativa di NeXt.

L'obiettivo del QAP2.0-NeXt è di rendicontare la capacità del soggetto di generare benessere multidimensionale, attraverso l'attivazione di processi di sviluppo sostenibile costruiti in una logica di rete.

Il QAP2.0-NeXt si articola in sei aree di valore:

1. L'azienda e il governo dell'organizzazione;
2. Le persone e l'ambiente di lavoro;
3. I rapporti con i cittadini/consumatori;
4. La catena di fornitura;

5. I comportamenti verso l'ambiente naturale;

6. I comportamenti verso la comunità locale.

Le aree sono articolate, a loro volta, in 5 indicatori ciascuna, per un totale di 30 indicatori oggettivi (il questionario completo è in Appendice 1), ciascuno dei quali è collegato a un dominio BES e a un SDGs prioritario di riferimento. Per ciascun indicatore sono presenti, come possibilità di risposta, 5 classi di livello corrispondenti ai punteggi da 1 (minimo) a 5 (massimo). Il soggetto che si vuole autovalutare misura ogni indicatore, esprimendo il suo posizionamento all'interno di una delle classi di livello, tramite il *flag* sul relativo punteggio indicato da 1 a 5.

Il punteggio di valutazione, per ciascun indicatore, sarà prima riparametrato su base 100 e poi ponderato, in fase di aggregazione, con un punteggio di importanza media assegnata dal Comitato Tecnico Scientifico di NeXt.

Il processo di aggregazione dei punteggi assegnati a ciascun indicatore utilizza il Mazziotta-Pareto Index (MPI) ponderato. Questa scelta metodologica è stata effettuata per tenere conto degli elementi di variabilità e della ponderazione fra i valori, in una prospettiva di valutazione multidimensionale e partecipata. In altri termini, il punteggio medio totale (per area e complessivo) deve tener conto sia dell'importanza attribuita a ogni suo elemento dagli stakeholder, sia della variabilità orizzontale fra gli stessi, per evitare il rischio che i soggetti che registrano punteggi medi più elevati abbiano anche una differenza consistente dei singoli punteggi. L'MPI ponderato permette di attenuare questo rischio, tutelando sia la logica della multidimensionalità, sia quella della partecipazione. Il punteggio massimo ottenibile per ciascuna area e per il totale è 100. Tale circostanza si verifica se e solo se in tutti gli indicatori si registra il valore massimo (5 che riparametrato diventa 100).

Le Aree di Valore del Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 di NeXt

Area 1 – L'azienda e il governo dell'organizzazione:

comprende tutte le scelte strategiche aziendali riferibili all'area management, trasparenza e cultura di impresa. Questa area di valutazione è strettamente correlata ai domini BES della Politica e Istituzioni e del Lavoro e Conciliazione dei Tempi di Vita: essa costituisce l'elemento fondamentale per una gestione etica e sostenibile dell'organizzazione e per un'accurata scelta di associati e partner.

Area 2 – Le persone e l'ambiente di lavoro:

comprende tutto il funzionamento interno dell'organizzazione. Questa area di valutazione è strettamente correlata ai domini del BES relativi a Politica e Istituzioni e a Lavoro e Conciliazione dei Tempi di Vita. Alla base di quest'area vi è la creazione di un clima interno all'organizzazione favorevole e fertile per lo sviluppo umano.

Area 3 – I rapporti con i cittadini/consumatori:

comprendono tutte le relazioni esterne all'organizzazione. Questo settore fa principalmente riferimento ai domini BES delle Relazioni Sociali, Istruzione e Formazione, Ricerca, Innovazione e Creatività e Benessere Soggettivo. L'elaborazione di un rapporto trasparente basato sull'ascolto attivo e un'informazione completa e documentata ai clienti/consumatori è alla base di una gestione e di un'evoluzione sostenibile dell'organizzazione.

Area 4 – La catena di fornitura:

comprende tutta la gestione della filiera. In questa sezione il dominio BES a cui si fa particolare riferimento è quello delle Relazioni Sociali. Una catena di valore che sia monitorata e tracciabile sia nella sua parte fisica che finanziaria permette di avere un quadro completo della sostenibilità dell'organizzazione.

Area 5 – I comportamenti verso l'ambiente naturale,

comprendono tutte le azioni volte alla protezione del pianeta e alla lotta al cambiamento climatico. I domini BES di riferimento in quest'area sono quello dell'Ambiente e dell'Istruzione e Formazione. Centrali in questa sezione sono l'impegno nella riduzione delle emissioni inquinanti e climalteranti, l'approccio di economia circolare e l'utilizzo delle fonti rinnovabili, tutto questo è affiancato ad un percorso di formazione e sensibilizzazione riguardo questi temi.

Area 6 – I comportamenti verso la comunità locale,

comprendono tutte le relazioni con il territorio circostante all'organizzazione. I domini BES di riferimento in quest'area sono quelli delle Relazioni Sociali, del Paesaggio e Patrimonio Culturale e del Lavoro e Conciliazione dei Tempi di Vita. Uno sviluppo sostenibile non può infatti prescindere dal rapporto con la comunità locale vicina: la relazione con università, scuole, cittadinanza e istituzioni è il nerbo di uno sviluppo sostenibile per attivare processi volti a generare Benessere Equo e Sostenibile.

1. L'azienda e il governo dell'organizzazione

1.1 Trasparenza dei soci e della provenienza del capitale

Criterio: trasparenza della proprietà del capitale attribuibile a un gruppo di controllo identificabile espresso in valore percentuale (ad esempio se i principali azionisti sono X (15%) Y (12%) e Z (8%) dando così informazioni sul 35% della proprietà) e che nella descrizione del modello di Governance preveda la presenza di uomini e di donne in egual misura

- Inferiore al 10% (punteggio 1)
- tra 11% e 30% (punteggio 2)
- tra 31% e 50% (punteggio 3)
- tra 51% e 70% (punteggio 4)
- superiore al 70% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Il capitale sociale appartiene a una realtà organizzativa di terzo settore, un consorzio di cooperative iscritto a Legacoop e una persona fisica che presenta tutti i requisiti di trasparenza e onorabilità.

☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐
1 2 3 4 5 Non applicabile



1.2 Cultura e sistemi di contrasto all'illegalità e alla corruzione

Criterio: controllo della legalità e della trasparenza dei suoi fornitori espresso in valore percentuale rispetto al numero dei propri fornitori

- Inferiore al 10% (punteggio 1)
- tra 11% e 30% (punteggio 2)
- tra 31% e 50% (punteggio 3)
- tra 51% e 70% (punteggio 4)
- superiore al 70% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

L'azienda richiede il DURC a tutti i suoi fornitori prioritari (i produttori sociali coinvolti nella piattaforma Gioosto) pari al 75% della quota fornitura rispetto al totale dei rifornimenti. La presenza di un revisore legale dei conti garantisce anche un controllo accurato delle fatture emesse, incassate e del credito IVA dell'azienda.

☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐
1 2 3 4 5 Non applicabile



1.3 Strategia di direzione e gestione attenta ai diversi portatori d'interesse/stakeholder

Criterio: Grado e modalità di coinvolgimento degli stakeholder espresso in valore numerico

- Non tengo conto degli stakeholder e non li coinvolgo (punteggio 1)
- Consapevole dell'importanza del coinvolgimento degli stakeholder, ma senza coinvolgimento diretto (ad esempio attraverso contatti indiretti e ricerche online) (punteggio 2)
- Consapevole dell'importanza del rapporto con gli stakeholder e coinvolgimento diretto (1 incontro per stakeholder) (punteggio 3)
- Stakeholder ascoltati e incorporati nelle strategie (2 incontri minimo per stakeholder) (punteggio 4)
- Stakeholder ascoltati, incorporati nelle strategie e misurazione della loro soddisfazione (3 incontri minimo per stakeholder e misurazione del livello di soddisfazione per ogni stakeholder) (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Ognuna delle strategie e delle attività è pensata ed elaborata tenendo conto dei bisogni economici, sociali e ambientali. La fase di rilevazione di tali bisogni è prevista attraverso 5 incontri annuali e i benefici generati sono sintetizzati nella relazione di impatto impostata ogni anno. Gli stakeholder sono ascoltati e incorporati nelle strategie in maniera sistematica (2 incontri annuali per stakeholder).

☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ☐
1 2 3 4 5 Non applicabile



1.4 Partecipazione e collaborazione dei lavoratori alle scelte strategiche dell'azienda

Criterio: coinvolgimento delle lavoratrici e dei lavoratori relativo alle decisioni aziendali espresso in valore percentuale (dove 100% è la partecipazione a tutte le scelte che vengono prese dall'azienda)

- nessuna consultazione (punteggio 1)
- consultazione di lavoratrici e lavoratori per alcune (dall'1% al 30%) delle scelte (punteggio 2)
- consultazione di lavoratrici e lavoratori per una maggior parte (oltre il 30%) delle scelte (punteggio 3)
- condivisione e partecipazione ad alcune (dall'1% al 30%) delle scelte strategiche aziendali con lavoratrici e lavoratori e le loro rappresentanze (punteggio 4)
- condivisione e partecipazione una maggior parte (oltre il 30%) delle scelte strategiche aziendali con particolare riferimento alla parità di genere e alle rappresentanze di lavoratori/lavoratrici (punteggio 5)

*nella motivazione spiegare la tipologia delle scelte che vengono condivise

Motivazione, link doc. probanti

Lavoratrici e lavoratori sono informati delle scelte strategiche prese dall'azienda, e contribuiscono attivamente a migliorare obiettivi e risultati. È prevista una riunione strategica di aggiornamento ogni quadrimestre per proporre eventuali integrazioni/modifiche secondo la metodologia degli OKR.



1 2 3 4 5 Non applicabile



1.5 Differenziale tra la retribuzione minima e massima all'interno dell'azienda

Criterio: rapporto tra la retribuzione massima annuale del manager rispetto a quella dei dipendenti/collaboratori con la retribuzione annua più bassa (rispettando il criterio della parità di genere)

- Se il rapporto è superiore a 41 (punteggio 1)
- Se il rapporto è tra 26 e 40 (punteggio 2)
- Se il rapporto è tra 13 e 25 (punteggio 3)
- Se il rapporto è tra 6 e 12 (punteggio 4)
- Se il rapporto è pari al massimo a 5 volte (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Il vertice dell'azienda non percepisce stipendio e i collaboratori e dipendenti hanno una retribuzione equa rispetto al ruolo e all'inquadramento del loro contratto e livello.
I collaboratori del magazzino di Benevento percepiscono il 25% in più circa rispetto al compenso standard previsto per costo orario. Il rapporto tra compenso più alto e quello più basso è pari al massimo a 5 volte.



1 2 3 4 5 Non applicabile



2. Le persone e l'ambiente di lavoro

2.1 Clima di lavoro collaborativo, partecipato e solidale

Criterio: livello di soddisfazione presente nell'indagine sul Clima Aziendale, espresso in valore percentuale e misurato su base 100 (dove 100 è il massimo livello di soddisfazione)

- Inferiore al 40% (punteggio 1)
- tra 40% e 50% (punteggio 2)
- tra 51% e 65% (punteggio 3)
- tra 66% e 80% (punteggio 4)
- superiore al 80% (punteggio 5)

*applicabile ad aziende > 100 dipendenti, per quelle con <100 dipendenti esprimere il proprio valore, motivando la scelta sulla base della condivisione/partecipazione dei lavoratori

Motivazione, link doc. probanti

I lavoratori e le lavoratrici, interni ed esterni all'azienda, sono coinvolti in diverse fasi dell'impresa e sono previsti momenti di confronto e collaborazione che hanno l'obiettivo di migliorare il clima solidale e la cooperazione.

Non è prevista un'indagine di clima strutturata per il numero esiguo di dipendenti.

☐ ☐ ☐ ☒ ☐ ☐
1 2 3 4 5 Non applicabile



2.2 Rispetto della dignità delle lavoratrici e dei lavoratori attraverso la remunerazione equa (in relazione a orario, funzioni svolte e responsabilità assegnate)

Criterio: aumento tra il totale delle retribuzioni pagate e i minimi tabellari previsti nei contratti di lavoro applicati (base annua) espresso in valore percentuale

- Nessun aumento percentuale (punteggio 1)
- Se in azienda la retribuzione è superiore dall'1% al 5% rispetto a quella dei CCNL firmato dalle OO.SS. più rappresentative (punteggio 2)
- Se in azienda la retribuzione è superiore dall'5% al 10% a quella dei CCNL firmato dalle OO.SS. più rappresentative (punteggio 3)
- Se in azienda la retribuzione è superiore dal 10% al 20% a quella dei CCNL firmato dalle OO.SS. più rappresentative (punteggio 4)
- Se in azienda la retribuzione è superiore al 20% a quella dei CCNL firmato dalle OO.SS. più rappresentative (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Il valore medio dei contratti applicati ai dipendenti è più alto del 14% rispetto alla media.

☐ ☐ ☐ ☒ ☐ ☐
1 2 3 4 5 Non applicabile



2.3 Dialogo con la rappresentanza organizzata delle lavoratrici e dei lavoratori in materia di Salute e Sicurezza sul Lavoro

Criterio: presenza e tipologia di coinvolgimento (informativo e consultativo) di un delegato RLS – Rappresentante Lavoratori per la Sicurezza e RLST – Rappresentante Lavoratori per la Sicurezza Territoriale

- non è presente (punteggio 1)
- è presente ma non viene né informato, né consultato (punteggio 2)
- è presente e viene informato solo su alcuni aspetti (punteggio 3)
- è presente ed informato su tutti gli aspetti (es: Infortuni, DVR – Doc. Valutazione Rischio, misure di prevenzione, misure organizzative etc...) (punteggio 4)
- è presente, viene informato e consultato su tutti gli aspetti (art.50 D.lgs 81/2008) (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

È presente. La rappresentanza, inoltre, viene informata e consultata su tutti gli aspetti.



1 2 3 4 5 Non applicabile



2.4 Sistema di conciliazione dei tempi di vita/lavoro (opportunità di genere, lavoro agile, ecc.)

Criterio: presenza e tipologia di accordi di conciliazione dei tempi di vita/lavoro

- nessuna disponibilità alla flessibilità (punteggio 1)
- in azienda è stato sottoscritto un accordo di conciliazione o deliberata unilateralmente una disposizione che riguarda una particolare categoria di dipendenti (punteggio 2)
- in azienda è stato sottoscritto un accordo di conciliazione o deliberata unilateralmente una disposizione che riguardano tutti i dipendenti (punt. 3) - in azienda sono stati sottoscritti due accordi di conciliazione o deliberate unilateralmente due disposizioni che riguardano tutti i dipendenti o una particolare categoria di dipendenti (punteggio 4)
- in azienda sono stati sottoscritti accordi di conciliazione o deliberate unilateralmente più di 2 disposizioni che riguardano tutti i dipendenti o una particolare categoria di dipendenti (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Essendo un'attività legata alla produzione e al sistema di stoccaggio dei prodotti nel territorio, con scadenze e rischio di deperimento, lo smart working non viene esercitato per le attività di magazzino e stoccaggio. Si attua invece un sistema di conciliazione dei tempi di vita avanzato per i responsabili di area e le altre figure lavorative. In azienda sono stati sottoscritti due accordi di conciliazione e sono state deliberate unilateralmente due disposizioni che riguardano tutti i dipendenti e una particolare categoria di dipendenti.



1 2 3 4 5 Non applicabile



2.5 Sviluppo professionale delle lavoratrici e dei lavoratori, con riconoscimento delle competenze e delle esperienze personali, tramite formazione e apprendimento permanente

Criterio: media annua, per ogni lavoratore, di ore di formazione e aggiornamento professionale, di aula o equivalenti

- Inferiore al 10 (punteggio 1)
- tra 11 e 20 (punteggio 2)
- tra 21 e 30 (punteggio 3)
- tra 31 e 50 (punteggio 4)
- superiore al 51 (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Sono previsti corsi di aggiornamento professionali, oltre gli obblighi di legge, per dipendenti e collaboratori continuativi, pensati e proposti sulla base delle aspirazioni, dei ruoli assegnati e delle potenzialità di sviluppo.



1 2 3 4 5 Non applicabile



☺ 3. I rapporti con i consumatori/cittadini

3.1 Strumenti di ascolto, dialogo e relazione con i clienti e/o consumatori finali, per comprendere e aumentare la loro soddisfazione, nel rispetto degli altri stakeholders (facilitando il dialogo anche attraverso i canali Web 2.0, i media tradizionali, ecc.)

Criterio: presenza e modalità di dialogo con clienti/consumatori

- nessun dialogo (punteggio 1)
- dialogo "unilaterale" -nessun termine per risposte o modalità di utilizzo es. numero verde - (punteggio 2)
- dialogo "unilaterale" regolamentato - canale numero verde con regolamentazione del rapporto- (punteggio 3)
- canale analogico o digitale con precise indicazioni di utilizzo e risposta (punteggio 4)
- analogico e digitale con dipendente/i interno/i che fa parte dell'azienda e condivide missioni, obiettivi e stile aziendale (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

I clienti sono sempre informati e ascoltati. Il dialogo avviene in particolar modo sul sito di Gioosto.com e attraverso il canale delle web mail. I questionari di gradimento sono previsti e pensati non solo come elemento di CRM classico ma come attività di crowdsourcing cooperativo anche se gli indicatori e la frequenza sono da affinare.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☒ 5 ☐ Non applicabile



3.2 Informazione completa e documentata ai clienti sulla sostenibilità sociale e ambientale dei prodotti/servizi e dei processi produttivi

Criterio: informazione sull'etichetta di un prodotto o sui materiali informativi di un servizio

- presenza nell'etichetta, informazione richiesta per legge (punteggio 1)
 - presenza nell'etichetta, informazione aggiuntive a quella richiesta per legge (punteggio 2)
 - integrazione alle informazioni dell'azienda presenti sull'etichetta attraverso link di rimando al sito web aziendale (punteggio 3)
 - integrazione alle informazioni presenti sull'etichetta con informazioni sulla tracciabilità della filiera (punteggio 4)
 - identificativo della filiera attraverso sistemi informatici/multimediali come ad esempio il blockchain o l'integrazione delle informazioni sul codice a barre del GS 1 (punteggio 5)
- *non applicabile su aziende che non realizzano servizi per i cittadini

Motivazione, link doc. probanti

Ogni prodotto venduto contiene le informazioni sulla sostenibilità integrale. Ogni attività di Next Social Commerce è poi rendicontata nel Bilancio di impatto previsto ogni anno. Ogni produttore presente nel portale www.gioosto.com compila il NeXt Index. Oltre alle informazioni sul fornitore e sulla filiera riportate sull'etichetta di ogni prodotto, Gioosto fornisce il link al sito web dell'azienda, per una maggiore trasparenza.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☒ 5 ☐ Non applicabile



3.3 Valorizzazione dei clienti quale stimolo per l'innovazione, partnership con i clienti e co-progettazione di prodotti e servizi

Criterio: presenza e modalità di interazione con il cliente

- l'azienda non tiene conto di suggerimenti o segnalazioni (punteggio 1)
- l'azienda raccoglie suggerimenti e segnalazioni (punteggio 2)
- l'azienda interagisce con singoli clienti (ad esempio tramite profili social aziendali dove vengono condivisi reclami, a f.a.q. e rimangono pubblicati i dialoghi in chiaro) (punteggio 3)
- l'azienda interagisce con le associazioni dei consumatori (punteggio 4)
- l'azienda realizza azioni di progettazione/miglioramento programmate e condivise (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Le attività di crowdsourcing volte a favorire l'innovazione di processo e di prodotto sono incentivate. Esse, tuttavia, presentano margini di miglioramento, soprattutto per quanto concerne la costanza con le quali vengono svolte. L'azienda interagisce con le associazioni dei consumatori.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☒ 4 ☐ 5 ☐ Non applicabile



3.4 Modalità efficaci di gestione e risoluzione dei reclami, garantendo una adeguata gestione delle tempistiche di risposta e del grado di soddisfazione

Criterio: presenza e modalità di gestione dei reclami

- nessuna modalità di gestione di contatto post-vendita (punteggio 1)
- contatto post-vendita non regolamentato e "unilaterale" - compilazione form on line (punteggio 2)
- contatto post-vendita gestito con contatto diretto tra cliente e azienda (punteggio 3)
- contatto post-vendita regolamentato e gestito con contatto diretto tra cliente e azienda (punteggio 4)
- conciliazione paritetica o attivazione di partenariati stabili con le associazioni dei consumatori (ad esempio attraverso la costituzione di un comitato etico o di controllo con le associazioni di consumatori che monitori veridicità processi e tracciabilità di tutti questi criteri) (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Ogni reclamo viene gestito dal responsabile CRM che trova la migliore soluzione possibile e monitora il livello di soddisfazione anche post acquisto. Le risposte avvengono nel giro di 24 ore ed entro 64 vengono chiuse positivamente le richieste (97% sul totale).

Il contatto post-vendita è regolamentato e gestito con contatto diretto tra cliente e azienda.

☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐
1 2 3 4 5 Non applicabile



3.5 Misurazione del tasso di soddisfazione dei consumatori

Criterio: percentuale di soddisfazione del cliente

- inferiore al 60% (punteggio 1)
- tra il 60% e il 70% (punteggio 2)
- tra il 70% e l'80% (punteggio 3)
- tra l'80% e il 90% (punteggio 4)
- soddisfazione superiore al 90% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Il tasso di soddisfazione rilevato tramite indagine web al 38% dei consumatori/clienti di Gioosto si attesta al 92%.

☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐
1 2 3 4 5 Non applicabile



4. La catena di fornitura

4.1 Tracciabilità della catena di fornitura

Criterio: Livello di tracciabilità, dei prodotti realizzati o acquistati, di tutti i livelli della catena di fornitura (rapporto tra % fornitori "tracciati" rispetto al totale)

- Nessuna tracciabilità (punteggio 1)
- inferiore al 10% (punteggio 2)
- tra 10% e 30% (punteggio 3)
- tra 31% e 60% (punteggio 4)
- superiore al 60% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Ogni fornitore principale è tracciato e visibile. I fornitori secondari non sono ancora resi pubblici. (superiore al 60%)

☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐
1 2 3 4 5 Non applicabile



4.2 Attivazione di criteri e procedure, relative alla scelta dei fornitori, basati anche sulla sostenibilità socio-ambientale

Criterio: rapporto tra i fornitori sostenibili in materia socio-ambientale; rispetto al totale dei fornitori espresso in valore percentuale (che non deve prevedere aste al ribasso basate solo sul prezzo minimo e senza incentivazione dei buyers basati solo sul risparmio economico)

- Nessun criterio di sostenibilità (punteggio 1)
- inferiore al 10% (punteggio 2)
- tra 10% e 30% (punteggio 3)
- tra 31% e 60% (punteggio 4)
- superiore al 60% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Ogni fornitore è scelto secondo criteri di sostenibilità economica, ambientale e sociale e tramite indicatori di sviluppo sostenibile. (superiore al 60%)

☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐
1 2 3 4 5 Non applicabile



4.3 Adozione e applicazione di strumenti di monitoraggio, da parte dei propri fornitori, del grado di applicazione dei criteri di sostenibilità sociale e ambientale

Criterio: monitoraggio del rispetto, da parte dei fornitori, del proprio codice di condotta o piano per i diritti umani, attraverso visite ai fornitori stessi, interviste ai manager e ai lavoratori, espresso in valore percentuale (% di azioni di controllo/monitoraggio rispetto ai fornitori dell'azienda)

- Nessuna verifica di sostenibilità (punteggio 1)
- inferiore al 10% (punteggio 2)
- tra 10% e 30% (punteggio 3)
- tra 31% e 60% (punteggio 4)
- superiore al 60% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Viene fatto un controllo costante della documentazione/certificazioni previste dai fornitori in fase iniziale (prima della chiusura dell'accordo) e una volta l'anno come strumento di monitoraggio e aggiornamento. (superiore al 60%)

☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐
1 2 3 4 5 Non applicabile



4.4 Patti equi e trasparenti per i pagamenti dei fornitori (ad es. contratti di lunga durata, prefinanziamento della produzione, non esclusività di contratto, formazione continua, ecc.)

Criterio: pagamenti in ritardo rispetto al totale dei pagamenti effettuati ai fornitori, espresso in valore percentuale

- superiore al 70% (punteggio 1)
- tra 51% e 70% (punteggio 2)
- tra 31% e 50% (punteggio 3)
- tra 11% e 30% (punteggio 4)
- Inferiore al 10% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

L'obiettivo dei patti è quello di non essere esclusivi pur mantenendo una durata lunga e una stabilità nel tempo. Dal 2022 tutti gli accordi sono in compravendita per garantire una maggiore stabilità finanziaria ai produttori coinvolti nella piattaforma www.gioosto.com (pari all'8%)

☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐

1 2 3 4 5 Non applicabile



4.5 Rispetto ai fornitori vengono rispettati i principi dell'approvvigionamento sostenibile per l'acquisto di prodotti grezzi o trasformati

Criterio: rapporto tra la spesa di materiali, strumenti e prodotti acquistati secondo requisiti di sostenibilità ambientale e sociale, rispetto alla totalità della spesa degli acquisti effettuati, espresso in valore percentuale

- Inferiore al 10% (punteggio 1)
- tra 11% e 30% (punteggio 2)
- tra 31% e 50% (punteggio 3)
- tra 51% e 70% (punteggio 4)
- superiore al 70% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Ogni collaborazione con i fornitori e ogni acquisto conseguente si svolgono secondo i principi del fairtrade. (pari al 78%)

☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐

1 2 3 4 5 Non applicabile



🌲 5. I rapporti con l'ambiente naturale

5.1 Misure di contrasto al cambiamento climatico e di riduzione dei consumi energetici, attraverso la riduzione di emissioni inquinanti e climalteranti

Criterio: scostamento positivo tra il livello aziendale delle emissioni in atmosfera di CO2, espresso in valore percentuale rispetto agli standard di settore (carbon footprint)

- Non faccio un'analisi delle emissioni di gas climalteranti (punteggio 1)
- Inferiore allo standard di settore (punteggio 2)
- Superiore dal 0% al 5% (punteggio 3)
- Superiore dal 5% al 15% (punteggio 4)
- Superiore al 15% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

E' stato cambiato il vettore della logistica che presenta un numero minore di veicoli ibridi ed elettrici rispetto all'anno precedente

☐ 1 ☒ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Non applicabile



5.2 Approccio di economia circolare attraverso una corretta gestione degli imballi, materie prime seconde, scarti e rifiuti

Criterio: percentuale come media tra uso di materia seconda tra input produzione e riuso delle risorse consumate

- Non viene fatto riuso (punteggio 1)
- tra 1% e 19% (punteggio 2)
- tra 20% e 39% (punteggio 3)
- tra 40% e 69% (punteggio 4)
- superiore al 70% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

La gestione dei rifiuti viene pensata dalla culla alla culla dato che i materiali utilizzati sono tutti ecocompatibili e parte dei rifiuti prodotti viene utilizzato da laboratori tessili partner per la realizzazione di nuovi prodotti. Per evitare lo spreco di prodotti alimentari in scadenza sono previste delle formule di incentivo e delle campagne dedicate per evitare lo spreco sempre nella piena sicurezza del cliente finale.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☒ 4 ☐ 5 ☐ Non applicabile



5.3 Programmi di approvvigionamento da fonti rinnovabili

Criterio: approvvigionamento da fonti rinnovabili espresso in valore percentuale

- Inferiore al 30% rispetto ai contratti di distributori esterni (punteggio 1)
- tra 30% e 60% rispetto ai contratti di distributori esterni (punteggio 2)
- superiore al 60% rispetto ai contratti di distributori esterni (punteggio 3)
- tra 30% e il 60% con fonti rinnovabili proprie (punteggio 4)
- superiore al 60% con fonti rinnovabili proprie (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Gioosto ha adottato un piano di rifornimenti con E'Nostra per il proprio fabbisogno energetico

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☒ 4 ☐ 5 ☐ Non applicabile



5.4 Informazione promossa dall'azienda finalizzata all'educazione dei cittadini al rispetto dell'ambiente

Criterio: presenza di informazioni e messaggi educativi sui propri prodotti e servizi, espresso in valore percentuale (ad esempio se il totale dei prodotti/servizi è 100 e l'azienda fornisce informazioni sull'educazione ambientali su 30 prodotti, il risultato è 30% su 100%)

- Informazione sull'educazione ambientale inferiore al 20% dei prodotti/servizi (punteggio 1)
- Informazione sull'educazione ambientale tra il 20% e il 40% dei prodotti/servizi (punteggio 2)
- Informazione sull'educazione ambientale tra il 40% e il 60% dei prodotti/servizi (punteggio 3)
- Informazione sull'educazione ambientale tra il 60% e l'80% dei prodotti/servizi (punteggio 4)
- Informazione sull'educazione ambientale superiore all'80% dei prodotti/servizi (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

A cittadini e cittadine e ai collaboratori/trici viene rivolta un'attività di educazione ambientale, attraverso laboratori didattici ed eventi formativi. Svolgono funzione di sensibilizzazione ambientale anche i contenuti della comunicazione sui canali web. (pari all'92% dei prodotti/servizi sulla piattaforma Gioosto)

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☒ 5 ☐ Non applicabile



5.5 Consumo responsabile delle risorse energetiche

Criterio: Scostamento del livello di consumo di energia elettrica e termica rispetto al consumo raggiungibile con l'adozione delle migliori tecnologie disponibili di efficientamento e risparmio.

- Nessuna attenzione ai consumi (punteggio 1)
- Consumi maggiori del 30% (punteggio 2)
- Consumi dal 10% al 30% (punteggio 3)
- Consumi dal 5% al 10% (punteggio 4)
- Consumi inferiori al 5% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Si registra uno scostamento positivo dei consumi di energia elettrica e termica di circa il 20% rispetto al livello ottimale raggiungibile.

☐ 1 ☐ 2 ☒ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Non applicabile



6. I rapporti con la comunità locale

6.1 Apertura e confronto, in relazione all'attività aziendale e alle sue ricadute, con le comunità locali e i cittadini

Criterio: ore lavorative dedicate ad attività come ad es. incontri culturali ed iniziative dedicate al territorio, ragguagliate al monte ore dei dipendenti ed espresso in valore percentuale

- Nessuna attività per il territorio (punteggio 1)
- Inferiore al 2% (punteggio 2)
- tra 2% e 4% (punteggio 3)
- tra 4% e 6% (punteggio 4)
- superiore al 6% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Ognuno dei dipendenti impiega 2 ore al mese in attività di promozione dell'economia civile e della sostenibilità integrale nel proprio territorio.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☒ 5

☐ Non applicabile



6.2 Dialogo costante e azioni condivise con gli stakeholder del territorio (istituzioni locali, associazioni e altri portatori di interesse)

Criterio: media incontri per ogni categoria di stakeholder (iniziative e tavoli di lavoro)

- Nessun coinvolgimento (punteggio 1)
- Tra 1 e 2 (punteggio 2)
- tra 2 e 5 (punteggio 3)
- tra 5 e 10 (punteggio 4)
- superiore al 10 (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Il dialogo è costante e collaborativo e prevede la partecipazione a diversi forum e gruppi dedicati alla cittadinanza attiva e alla sostenibilità sia nel territorio di Roma che in quello di Benevento.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☒ 5

☐ Non applicabile



6.3 Partecipazione e supporto alle politiche di sviluppo del territorio, anche attraverso progetti per la valorizzazione del patrimonio della comunità locale

Criterio: importo destinato a progetti a supporto delle politiche di sviluppo del territorio, espresso in valore percentuale rispetto all'utile aziendale

- Inferiore al 1% (punteggio 1)
- tra 1% e 5% (punteggio 2)
- tra 5% e 10% (punteggio 3)
- tra 10% e 20% (punteggio 4)
- superiore al 20% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

Sono realizzati progetti solidali di natura economica a supporto dei territori in cui operano i propri fornitori (pari al 5% del proprio fatturato).

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☒ 4 ☐ 5

☐ Non applicabile



6.4 Promozione e incremento dell'occupazione stabile sul territorio

Criterio: incremento dell'organico a tempo indeterminato su base biennale, con un'attenzione al personale formato nel territorio, espresso in valore percentuale

- Nessun aumento (punteggio 1)
- tra 0% e 1% (punteggio 2)
- tra 1,1% e 2% (punteggio 3)
- tra 2,1% e 5% (punteggio 4)
- superiore al 5% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

I soggetti coinvolti nelle attività di magazzino e logistica sono persone del territorio in cui è situato il magazzino di Next Social Commerce, che hanno vulnerabilità e/o fragilità sociali.

☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ☐
1 2 3 4 5 Non applicabile



6.5 Collaborazione con altre imprese o soggetti del territorio per realizzare la propria mission in logica di rete

Criterio: acquisti esterni, effettuati sul territorio, che favoriscono le filiere locali e il non profit, espresso in valore percentuale

- Inferiore al 10% (punteggio 1)
- tra 11% e 20% (punteggio 2)
- tra 21% e 40% (punteggio 3)
- tra 41% e 50% (punteggio 4)
- superiore al 50% (punteggio 5)

Motivazione, link doc. probanti

La creazione di Rete è realizzata sia online sul proprio ecommerce Gioosto che attraverso la costruzione di nuovi modelli distrettuali diffusi e partecipati.

☐ ☐ ☐ ☒ ☐ ☐
1 2 3 4 5 Non applicabile



3.2.2. Il processo di stakeholder engagement

Una volta compilato il Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 di NeXt, si passa allo step successivo, che costituisce il centro della natura partecipata della valutazione: lo stakeholder engagement.

La prima fase di questo processo è la selezione degli stakeholder dell'organizzazione. Questi vengono scelti tra i portatori di interesse circostanti ad essa e che vengono toccati in modo diretto e indiretto dalle azioni portate avanti dalla stessa.

La selezione è fatta tramite una matrice basata su due fattori: importanza e adeguatezza.

Il primo è volto a misurare quanto è importante il coinvolgimento di ciascuno stakeholder per la buona riuscita della propria attività. Il secondo fattore è volto invece a indagare l'adequazione della relazione formale e informale tra stakeholder e soggetto proponente. Per entrambi questi elementi gli stakeholder individuati ricevono un punteggio da 1 a 5.

Una volta terminata questa fase di mappatura, si procede con la selezione degli stakeholder prioritari, quelli cioè che hanno ricevuto punteggi tra il 3 e il 5 per ciascuno dei due fattori precedentemente elencati.

Una volta selezionati gli stakeholder, viene loro somministrato un questionario costruito con i 30 item del Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0. Per ciascun item viene chiesto di attribuire un punteggio, su una scala da 1 (basso) a 5 (alto), con il quale indicare all'impresa una priorità di intervento. Si tratta, in altri termini, di far emergere quegli aspetti della sostenibilità integrale di un'organizzazione per i quali gli stakeholder ritengono prioritario che l'ente adotti delle politiche di miglioramento.

Questo processo di engagement permette il confronto tra il posizionamento dell'organizzazione (il punteggio ottenuto nell'autovalutazione) e i desiderata degli stakeholder, valorizzandone la partecipazione in uno spirito di co-progettazione innovativa.

Infatti, l'incrocio, indicatore per indicatore, fra il posizionamento dell'organizzazione e le priorità di intervento strategico indicate dagli stakeholder permette la costruzione della matrice di materialità, con la quale sarà possibile evidenziare, in vista della costruzione di linee guida di pianificazione, i punti di forza e di debolezza.

La matrice di materialità aiuta l'organizzazione a program-

mare le proprie linee di intervento basandosi non solo sulla valutazione degli indicatori in cui si è ottenuto un punteggio inferiore, ma anche sulla base delle priorità espresse dagli stakeholder.

Questo elemento permette di pensare il cambiamento in una logica di rete, all'interno della quale i principi della reciprocità, della co-programmazione e della co-progettazione assumono valenza centrale.

Graficamente si delinea una mappa dalla quale emergono quattro possibili situazioni:

- Indicatori per i quali l'attenzione e l'impegno dell'organizzazione è già elevato e che sono comunque ritenuti prioritari dagli stakeholder, che rappresentano quegli elementi sui quali continuare ad investire;
- Indicatori per i quali l'attenzione e l'impegno dell'organizzazione è già elevato e che non sono ritenuti prioritari dagli stakeholder, che rappresentano quegli elementi consolidati sui quali puntare, magari immaginando una loro evoluzione;
- Indicatori per i quali l'attenzione e l'impegno dell'organizzazione è bassa e che sono ritenuti prioritari dagli stakeholder, che rappresentano quegli elementi sui quali la realtà valutata deve necessariamente intervenire per migliorare il suo livello di sostenibilità integrale e, conseguentemente, aumentare il suo impatto sul territorio;
- Indicatori per i quali l'attenzione e l'impegno dell'organizzazione è bassa e che non sono ritenuti prioritari dagli stakeholder, che rappresentano quegli elementi sui quali, pur emergendo una criticità alla quale prestare attenzione nel futuro, non è ancora urgente intervenire.

Difficilmente è pensabile la strutturazione di un piano d'intervento che agisca su tutti gli indicatori che necessitano di un'azione. Per tale ragione è opportuno identificare, anche valutando la scala di priorità attribuita dagli stakeholder, quegli indicatori o quelle aree verso le quali si vuole orientare la programmazione futura per la crescita in sostenibilità integrale. Il processo di stakeholder engagement non è stato condotto in funzione dell'analisi di materialità in quanto le priorità individuate nell'annualità precedente rimangono valide anche per l'annualità in corso e sono state oggetto di pianificazione interna, i cui risultati devono ancora essere visibili. Nella prossima annualità sarà nuovamente condotto per verificare l'emersione di nuove ed eventualmente diverse priorità. Nel corso dell'anno oggetto di rendicontazione NeXt Social Commerce ha comunque mantenuto costante il rapporto informale di dialogo e reciproco arricchimento con i diversi portatori di interesse.

Le matrici di materialità: risultati e bisogni emersi.

Gli elementi dell'analisi di materialità sono due: i risultati del Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 (QAP2.0) e i risultati del Questionario somministrato nelle annualità precedenti ai 38 stakeholder di NeXt Social Commerce, rappresentativi delle diverse realtà, interne ed esterne, che entrano in relazione, a vario titolo, con l'impresa quali: i clienti, i fornitori, i dipendenti e i soci. Sulla base dei dati dei due elementi di cui sopra sono state costruite le matrici di materialità per ciascuna delle 6 Aree del QAP2.0, riportate di seguito.

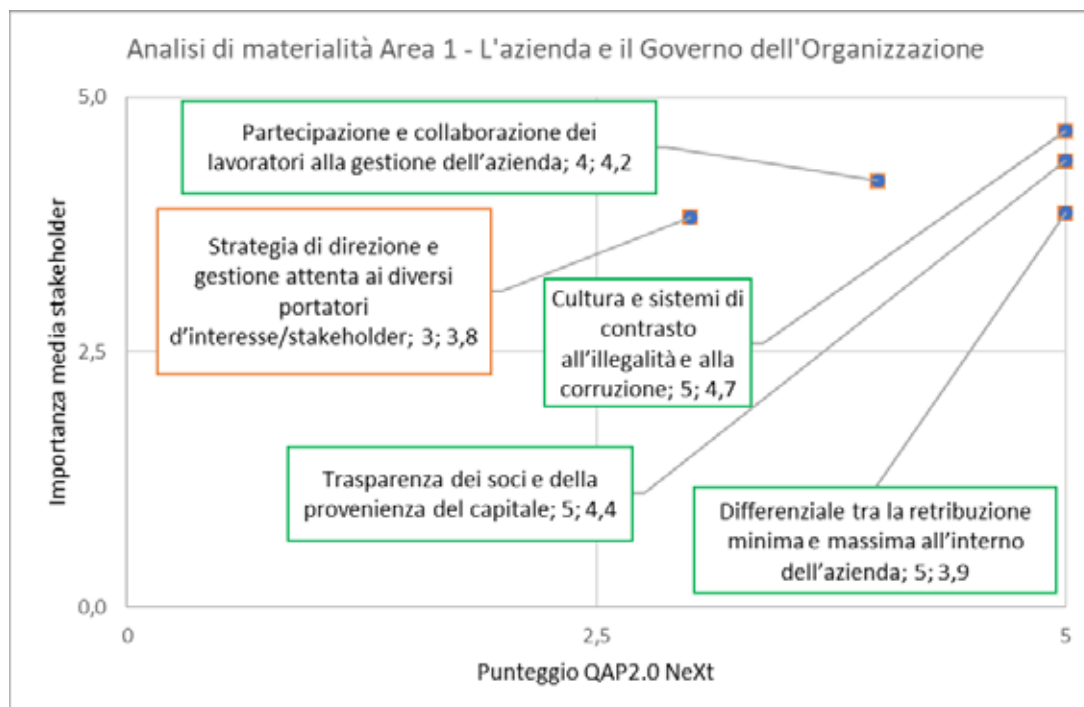
In particolare, in rosso sono evidenziati gli indicatori che registrano un punteggio relativamente più basso nel QAP2.0, a fronte di un'alta priorità data dagli stakeholder, elementi sui quali poter intervenire per migliorare le proprie performance di sostenibilità integrale. In arancione invece vengono sottolineati gli items che registrano un punteggio sufficiente, uguale a 3, ma accompagnati da un'alta priorità degli stakeholder, quindi oggetto di possibili ulteriori implementazioni da parte dell'azienda. I risultati fanno emergere un'elevata sostenibilità di NeXt Social Commerce per quanto concerne l'approccio utilizzato per le aree relative a "I rapporti con i cittadini/utenti" e "La catena di fornitura".

Parallelamente emergono ampi spazi di miglioramento per quanto riguarda l'area 5 - "I rapporti con l'ambiente naturale".

In particolare, si può notare che l'unico elemento di criticità (punteggio pari o inferiore a 2) è riconducibile al seguente indicatore:

- "I rapporti con l'ambiente naturale" (2 indicatori su 5)
- Misure di contrasto al cambiamento climatico e di riduzione dei consumi energetici, attraverso la riduzione di emissioni inquinanti e climalteranti

Area 1 “L’azienda e il governo dell’organizzazione”



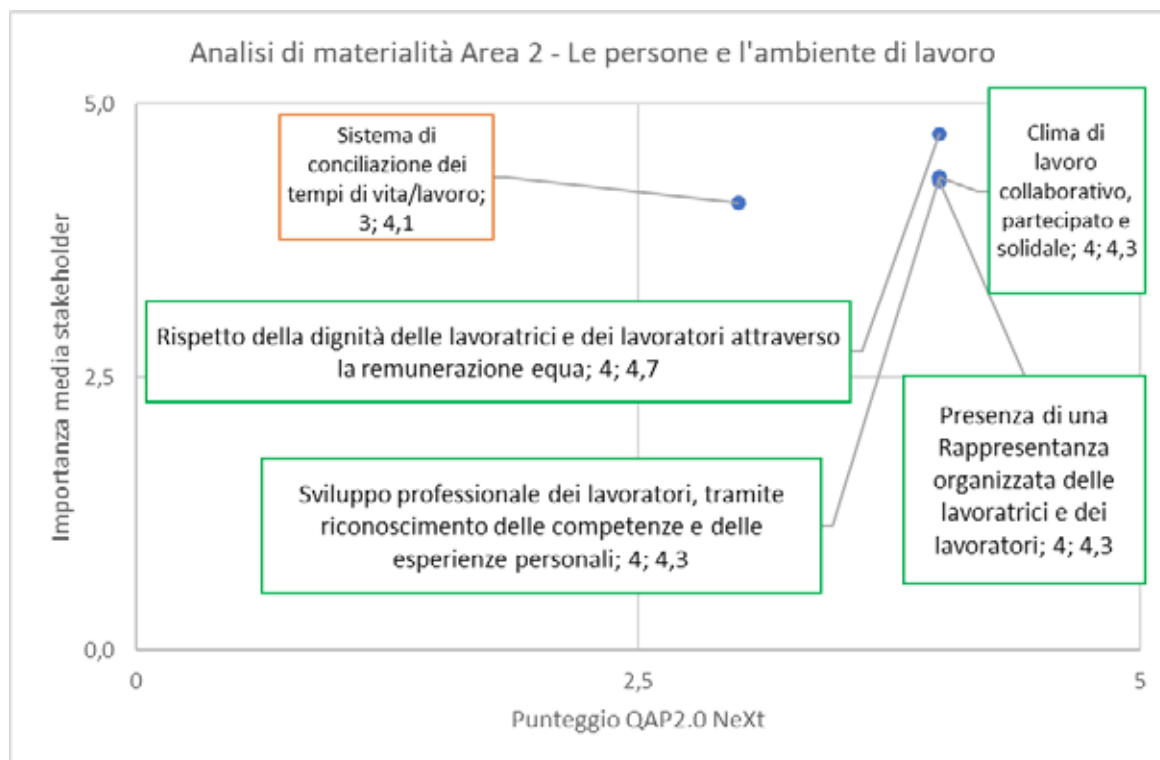
L'Area 1 “L’azienda e il governo dell’organizzazione” uno degli indicatori evidenzia la necessità di interventi prioritari ed è quello che riguarda: “Strategia di direzione e gestione attenta ai diversi portatori d’interesse/stakeholder”.

→ Possibili azioni da implementare per il miglioramento di tale indicatori sono, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- Coinvolgimento attivo:
 - Partecipazione alle decisioni: coinvolgere gli stakeholder nelle decisioni chiave che li riguardano direttamente.
 - Assicurarsi che le informazioni pertinenti vengano comunicate in modo chiaro e tempestivo a tutti gli stakeholder.
- Feedback e valutazione continua:
 - Implementare sistemi strutturati per raccogliere feedback dagli stakeholder. Questionari, interviste, sondaggi possono aiutare a capire meglio le loro opinioni e aspettative.



Area 2 “Le persone e l'ambiente di lavoro”



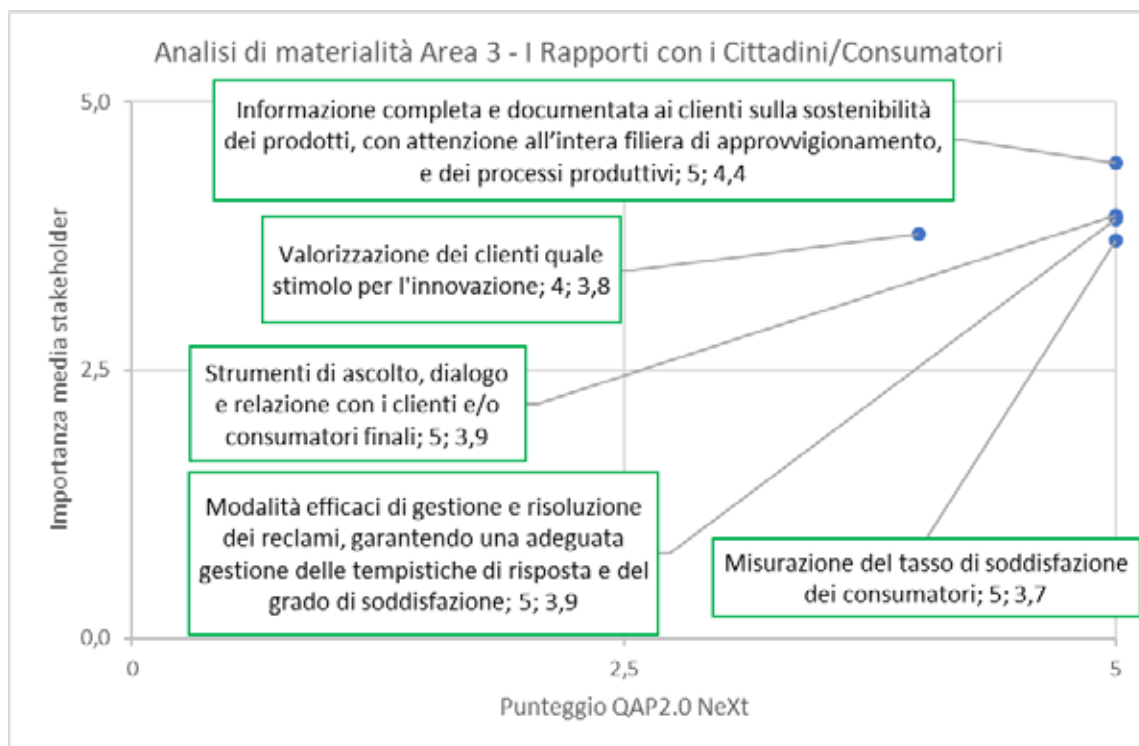
L'Area 2 “Le persone e l'ambiente di lavoro” uno degli indicatori evidenzia la necessità di interventi prioritari ed è quello che riguarda: Sistema di conciliazione dei tempi di vita/lavoro

→ Possibili azioni da implementare per il miglioramento di tale indicatori sono, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- Giornata Flessibile: Consentire ai dipendenti di scegliere un giorno alla settimana in cui lavorare da casa.
- Orari a Scelta: Fissare “finestre” di lavoro in cui i dipendenti possono scegliere l'orario di inizio e fine della giornata lavorativa.
- Programmi di Supporto Familiare: Organizzare workshop sulla gestione del tempo per genitori, o offrire buoni per servizi di assistenza all'infanzia.



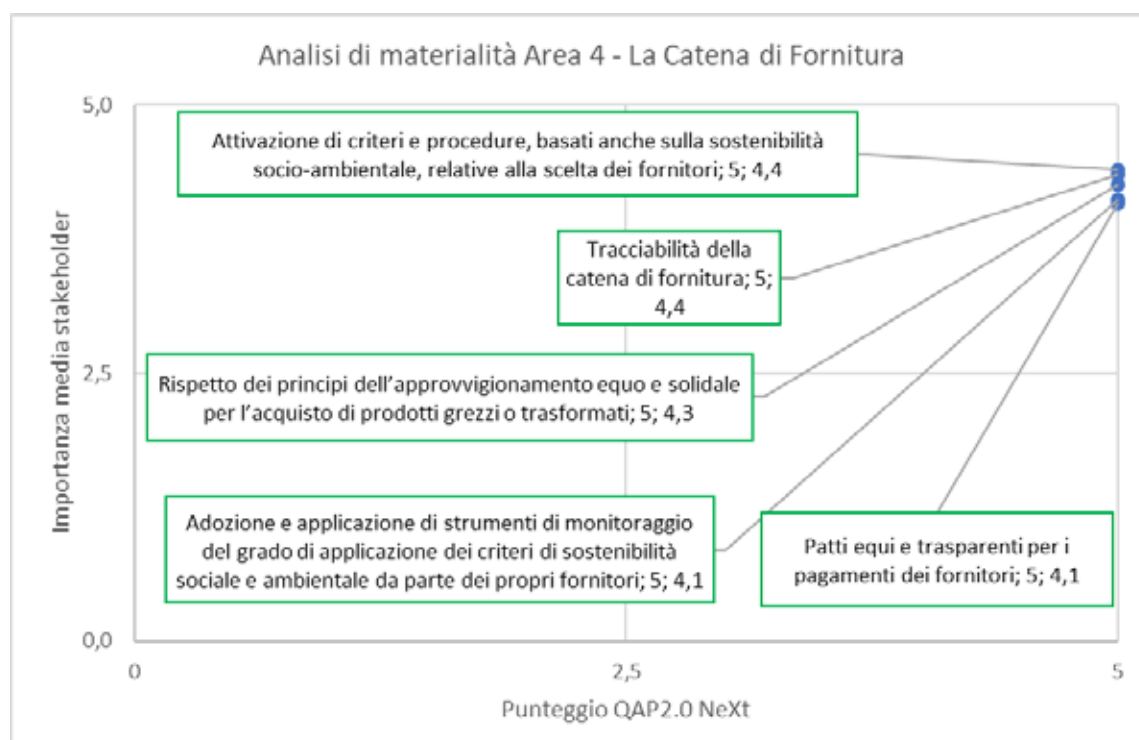
Area 3 “I rapporti con i Cittadini/Utenti”



Nell'Area 3 “I rapporti con i Cittadini/Consumatori”, nessuno degli indicatori evidenzia la necessità di interventi prioritari.



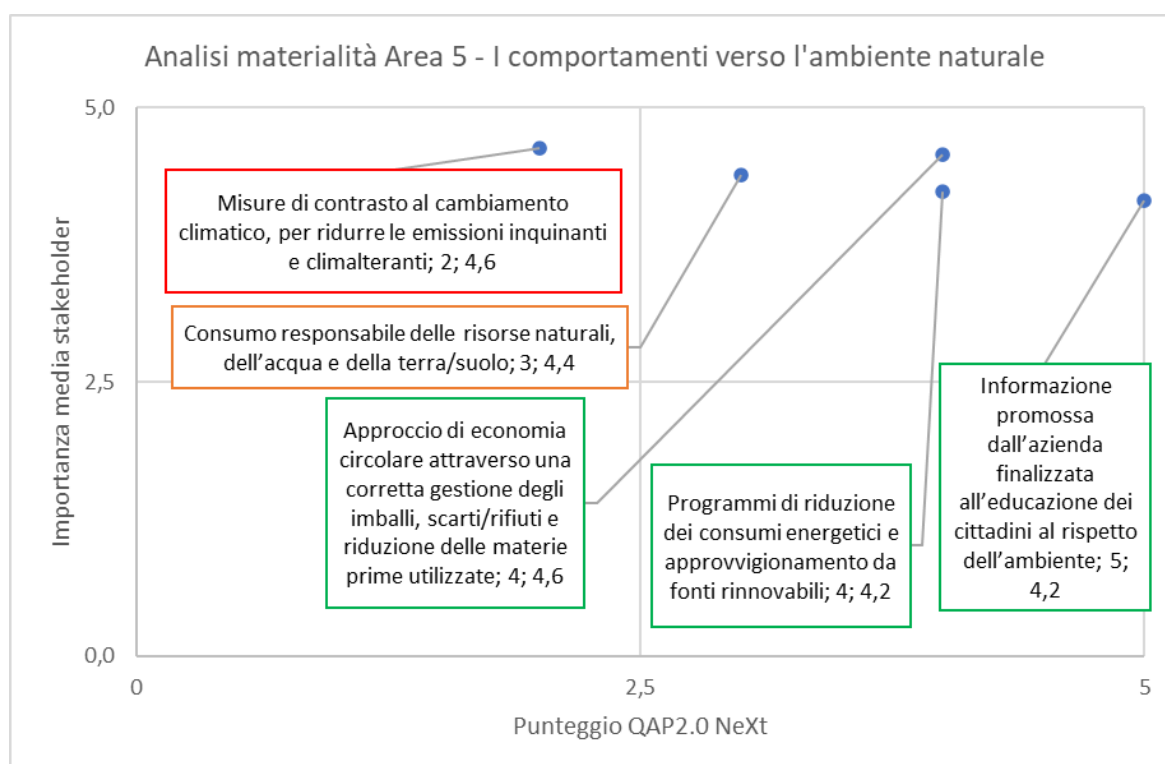
Area 4 “La catena di fornitura”



Nell'Area 4 “La catena di fornitura” nessuno degli indicatori evidenzia la necessità di interventi prioritari.



Area 5 “I comportamenti verso l'ambiente naturale”



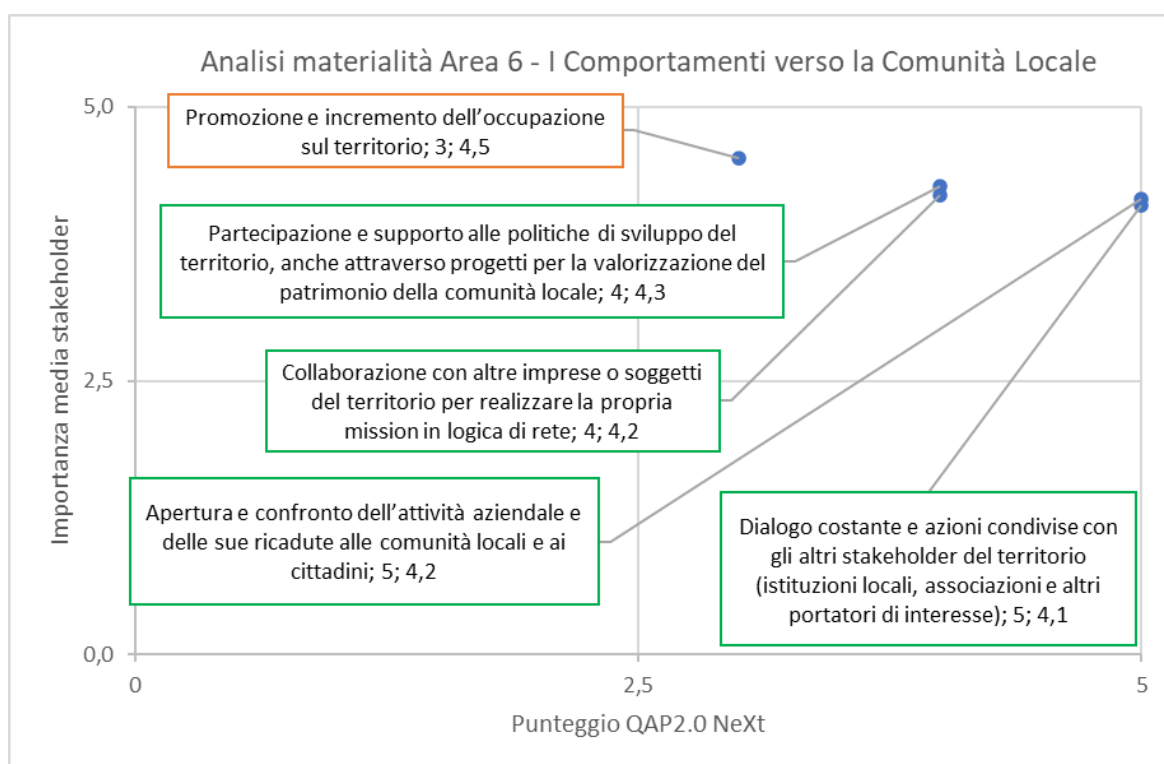
Nell'Area 5 “I comportamenti verso l'ambiente naturale”, solo due degli indicatori evidenziano la necessità di interventi prioritari e sono quelli che riguardano: **“Misure di contrasto al cambiamento climatico, per ridurre le emissioni inquinanti e climalteranti”** e **“Consumo responsabile delle risorse naturali dell'acqua e della terra/suolo”**.

→ Possibili azioni da implementare per il miglioramento di tale indicatori sono, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- Riduzione delle Emissioni:
 - Implementare un piano per ridurre le emissioni di gas serra (adottare energie rinnovabili; ottimizzare i processi produttivi per ridurre gli sprechi energetici, promuovere comportamenti sostenibili tra i dipendenti)
 - Diversa gestione della logistica (evitare i doppi trasporti)
- Efficienza Energetica:
 - Sostituire l'illuminazione tradizionale con LED e implementare sistemi di gestione dell'energia.



Area 6 “I comportamenti verso la comunità locale”



Nell' Area 6 “I comportamenti verso la comunità locale” uno degli indicatori evidenzia la necessità di interventi prioritari ed è quello che riguarda: Promozione e incremento dell'occupazione sul territorio

→ Possibili azioni da implementare per il miglioramento di tale indicatori sono, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- Sviluppo di nuove attività: espandere le operazioni o avviare nuove linee di prodotti/servizi che richiedono l'assunzione di personale aggiuntivo.
- Collaborazioni e partnership: collaborare con altre aziende o enti locali per creare sinergie che portino alla creazione di nuovi posti di lavoro.
- Apprendistati e stage: creare opportunità di apprendistato o stage per giovani e disoccupati, consentendo loro di acquisire esperienza e competenze.



3.2.3. I Rischi ESG

I fattori chiave per valutare la performance in una logica ESG, coincidente nella prospettiva di NeXt nella logica della sostenibilità integrale, sono rappresentati dai 30 indicatori nei quali si articola il Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 di NeXt. Difatti, essendo gli indicatori riconducibili per il tramite delle aree di valore ai pilastri ESG, un loro miglioramento determina un miglioramento in uno dei tre ambiti ESG.

I fattori chiave possono essere soggetti a rischi di diversa entità che, secondo l'approccio di NeXt, possono essere valutati tenendo in considerazione la combinazione dei seguenti elementi: 1. Rischio ESG interno partecipato; 2. Rischio ESG connesso alla capacità di pianificazione strategica; 3. Rischio ESG connesso al risk management; 4. Rischio ESG connesso all'analisi di contesto.

Il primo elemento consiste nella valutazione delle priorità di intervento in relazione ai bisogni del territorio. Tale valutazione si consegue tramite la realizzazione di un importante processo di stakeholder engagement che, utilizzando la matrice degli stakeholder prioritari costruita in sede di calcolo del NeXt Index ESG, permette l'analisi di materialità partecipata dei fattori chiave (i 30 indicatori del Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0 di NeXt) e di conseguenza l'emersione dei fattori/indicatori di debolezza. Il punteggio assegnato al rischio ESG interno partecipato è dato dalla percentuale di fattori chiave deboli.

La valutazione del secondo elemento si consegue mediante la rilevazione e analisi di tutte le eventuali strategie di intervento pianificate per il

miglioramento dei 30 fattori chiave. Il punteggio assegnato al rischio ESG "di pianificazione strategica" è dato dalla percentuale di fattori chiave per i quali non è presente alcuna strategia di miglioramento futuro.

Il terzo elemento viene valutato prendendo in esame le azioni strategiche di management che sono state implementate negli ultimi cinque anni nei 30 fattori chiave. Il punteggio assegnato al rischio ESG di "risk management" è dato dalla percentuale di fattori chiave per i quali non si riscontra nessuna strategia di miglioramento negli ultimi cinque anni.

La valutazione del quarto elemento, l'analisi di contesto, si realizza studiando il livello e il trend della provincia in cui opera l'azienda in relazione ai dati nazionali utilizzando una selezione pari a 30 indicatori riconducibili ai principi ESG (10 indicatori per il pilastro E, 10 per il pilastro S e 10 per il pilastro G) provenienti da diverse fonti ufficiali (si veda appendice 2). Il punteggio assegnato al rischio ESG "di contesto" è dato dalla percentuale di indicatori che registrano un livello o un trend negativo rispetto al dato nazionale.

Dunque, ciascun elemento di rischio può assumere un valore riparametrato fra 0 e 10, in quanto tutti sono calcolati come percentuali o sono direttamente espressi in una valutazione di pari entità.



L'analisi dei rischi ESG

L'analisi dei fattori chiave e la valutazione dei rischi ad essi associati si compone di quattro elementi: 1) l'emersione dei fattori di debolezza; 2) le eventuali strategie di intervento pianificate per il miglioramento dei 30 fattori chiave; 3) le eventuali strategie passate, con i relativi risultati conseguiti per il miglioramento dei 30 fattori chiave; 4) l'analisi di contesto.

1) Per il primo elemento si procede con l'analisi di materialità dei fattori chiave (i 30 indicatori) e all'individuazione dei fattori di debolezza. Per NeXt Social Commerce, dati i punteggi ottenuti nel questionario e la relativa priorità attribuita dagli stakeholder (secondo livello di stakeholder engagement), la percentuale di fattori critici è pari al 12,38% (5 indicatori su 30);

2) A valle della rilevazione e analisi di tutte le strategie di intervento pianificate per il miglioramento dei 30 fattori chiave, si registra la presen-

za delle stesse nel 76,7% degli indicatori (quindi il 23,3% dei fattori chiave non presenta strategie future);

3) A valle della rilevazione e analisi di tutte le strategie di intervento e i relativi risultati conseguiti per il miglioramento dei 30 fattori chiave, si registra la presenza delle stesse con risultati positivi nel 93,3% degli indicatori (quindi il 6,7% dei fattori chiave non presenta strategie passate o i risultati di queste ultime sono negativi).

4) A valle dell'analisi di contesto relativa alla Provincia in cui NeXt Social Commerce ha la sede legale (Roma), realizzata per il tramite dell'utilizzo di 30 indicatori provenienti da fonti ufficiali e riconducibili ai tre pilastri ESG, si registra un 56,67% di indicatori con un livello inferiore al dato nazionale e un 66,67% con un trend negativo (sempre rispetto al dato nazionale).

La Tabella di seguito sintetizza i risultati di questa seconda fase. Il punteggio derivante dalla valutazione dei rischi associati ai fattori chiave (scalato su base 10) è pari a 2,24.

Elemento valutativo di rischio	Valore rilevato	Peso	
1. Rischio ESG interno partecipato	12,38	15%	
2. Rischio ESG connesso alla capacità di pianificazione strategica	23,33	40%	
3. Rischio ESG connesso al risk management	6,67	30%	
4. Rischio ESG connesso all'analisi di contesto	$(56,67+66,67)/2= 61,67$	15%	
Totale (scalato su base 10)			2,24

Indicatore del NeXt Index®	Rischio ESG interno partecipato	Rischio ESG connesso al risk management	Rischio ESG connesso alla capacità di pianificazione strategica
Trasparenza dei soci e della provenienza del capitale	no	no	no
Cultura e sistemi di contrasto all'illegalità e alla corruzione	no	no	no
Strategia di direzione e gestione attenta ai diversi portatori d'interesse/stakeholder	si	no	no
Partecipazione e collaborazione dei lavoratori alla gestione dell'azienda	no	no	si
Differenziale tra la retribuzione minima e massima all'interno dell'azienda	no	no	no
Clima di lavoro collaborativo, partecipato e solidale	no	no	si
Rispetto della dignità delle lavoratrici e dei lavoratori attraverso la remunerazione equa	no	no	si
Presenza di una Rappresentanza organizzata delle lavoratrici e dei lavoratori	no	no	no
Sistema di conciliazione dei tempi di vita/lavoro	si	no	no
Sviluppo professionale dei lavoratori, tramite riconoscimento delle competenze e delle esperienze personali	no	no	no
Strumenti di ascolto, dialogo e relazione con i clienti e/o consumatori finali	no	no	no
Informazione completa e documentata ai clienti sulla sostenibilità dei prodotti, con attenzione all'intera filiera di approvvigionamento, e dei processi produttivi	no	no	no
Valorizzazione dei clienti quale stimolo per l'innovazione	no	no	no
Modalità efficaci di gestione e risoluzione dei reclami, garantendo una adeguata gestione delle tempistiche di risposta e del grado di soddisfazione	no	no	si
Per l'impresa B2B, controllo della correttezza delle destinazioni d'uso finale dei prodotti e/o dei servizi. Per l'impresa B2C, condivisione di informazioni, corrette ed esaustive, sulla sostenibilità socio-ambientale presenti nel packaging dei prodotti o dei servizi	no	no	no
Tracciabilità della catena di fornitura	no	no	si
Attivazione di criteri e procedure, basati anche sulla sostenibilità socio-ambientale, relative alla scelta dei fornitori	no	no	no
Adozione e applicazione di strumenti di monitoraggio del grado di applicazione dei criteri di sostenibilità sociale e ambientale da parte dei propri fornitori	no	no	no
Patti equi e trasparenti per i pagamenti dei fornitori (ad es. contratti di lunga durata, prefinanziamento della produzione, non esclusività di contratto, formazione continua, ecc.)	no	no	si
Rispetto dei principi dell'approvvigionamento equo e solidale per l'acquisto di prodotti grezzi o trasformati	no	si	no
Misure di contrasto al cambiamento climatico, per ridurre le emissioni inquinanti e climalteranti	si	no	no
Approccio di economia circolare attraverso una corretta gestione degli imballi, scarti/rifiuti e riduzione delle materie prime utilizzate	no	no	no
Programmi di riduzione dei consumi energetici e approvvigionamento da fonti rinnovabili	no	no	no
Informazione promossa dall'azienda finalizzata all'educazione dei cittadini al rispetto dell'ambiente	no	no	no
Consumo responsabile delle risorse naturali, dell'acqua e della terra/suolo	si	si	no
Apertura e confronto dell'attività aziendale e delle sue ricadute alle comunità locali e ai cittadini	no	no	no
Dialogo costante e azioni condivise con gli altri stakeholder del territorio (istituzioni locali, associazioni e altri portatori di interesse)	no	no	no
Partecipazione e supporto alle politiche di sviluppo del territorio, anche attraverso progetti per la valorizzazione del patrimonio della comunità locale	no	no	no
Promozione e incremento dell'occupazione sul territorio	si	no	si
Collaborazione con altre imprese o soggetti del territorio per realizzare la propria mission in logica di rete	no	no	no
Totale elementi di rischio	5/30	2/30	7/30

Indicatore del NeXt Index®	Politiche passate	Politiche future
Trasparenza dei soci e della provenienza del capitale	Mantenere il contributo della quota sociale stabile e indirizzato a organizzazioni sostenibili e persone dall'alto profilo culturale e scientifico.	Mantenimento
Cultura e sistemi di contrasto all'illegalità e alla corruzione	Richiesta del DURC e della certificazione ESG (realizzata dal 40% dei fornitori coinvolti).	Richiesta del DURC e certificazione ESG per almeno il 70% dei fornitori (sarà richiesto un sistema di valutazione/certificazione ESG autorevole).
Strategia di direzione e gestione attenta ai diversi portatori d'interesse/stakeholder	Ognuna delle strategie e delle attività implementate negli ultimi 7 anni ha tenuto conto di bisogni economici, sociali e ambientali. La fase di rilevazione di tali bisogni è avvenuta attraverso 5 incontri annuali e i benefici generati sono sintetizzati nella relazione di impatto realizzata annualmente.	Il numero degli incontri crescerà da 5 a 8 e riguarderà il 70% degli stakeholder dell'azienda entro la fine del 2025
Partecipazione e collaborazione dei lavoratori alla gestione dell'azienda	Il piano di sviluppo triennale (21-23) ha previsto che ogni lavoratore e lavoratrice non solo sia informato delle scelte strategiche prese dall'azienda, ma che contribuisca, come singolo/a e come collettività, a migliorare obiettivi e risultati. È stata effettuata anche una riunione strategica ogni quadrimestre per effettuare un aggiornamento e proporre eventuali integrazioni/modifiche.	no
Differenziale tra la retribuzione minima e massima all'interno dell'azienda	È stato progettato dal CEO e dall'AD di non percepire nessun compenso e di migliorare ogni anno il livello retributivo dei dipendenti.	Mantenimento
Clima di lavoro collaborativo, partecipato e solidale	Non è stata svolta alcuna indagine, poiché il numero esiguo dei lavoratori consente un dialogo diretto e costante con la presidenza.	No
Rispetto della dignità delle lavoratrici e dei lavoratori attraverso la remunerazione equa	È stato elaborato un piano dei lavoratori/ici, interni/ ed esterni/e all'azienda. Questi sono coinvolti in diversi fasi dell'impresa e sono previsti dei momenti di confronto e collaborazione che hanno l'obiettivo di migliorare il clima solidale e la cooperazione. Non è prevista un'indagine di clima strutturata visto il numero esiguo di dipendenti.	no
Presenza di una Rappresentanza organizzata delle lavoratrici e dei lavoratori	A causa dell'esiguo numero di lavoratori, non è presente nessuna rappresentanza. Il dialogo con tutte le sigle sindacali è costante (per progetti e pratiche di welfare aziendale).	Aumentare la partecipazione dei sindacati nella definizione delle attività di welfare rivolte al circuito B2B di Gioosto.
Sistema di conciliazione dei tempi di vita/ lavoro	Gestione flessibile e agile degli orari del lavoro basate su esigenze di vita privata e benessere personale.	Mantenimento delle politiche in essere.
Sviluppo professionale dei lavoratori, tramite riconoscimento delle competenze e delle esperienze personali	Per ogni dipendente è stato previsto un piano di formazione sull'economia civile e il benessere equo e sostenibile (15 ore per dipendente).	Per l'anno 2025 è previsto un percorso di formazione incentrato sul benessere organizzativo e il welfare di comunità (anche tramite i progetti di sviluppo locale che saranno avviati e che vedranno la partecipazione dei dipendenti Gioosto).
Strumenti di ascolto, dialogo e relazione con i clienti e/o consumatori finali	È stato inserito un sistema di conversazione agile con lo strumento whatsapp sul sito per dare piena assistenza e realizzare un percorso di ingaggio dei propri clienti per lo sviluppo sostenibile dei propri prodotti e servizi.	Potenziamento dell'ascolto di clienti e consumatori finali tramite chatbot sul sito e un dialogo/canale diretto con i produttori tramite la nuova funzione del dropshipping.
Informazione completa e documentata ai clienti sulla sostenibilità dei prodotti, con attenzione all'intera filiera di approvvigionamento, e dei processi produttivi	Il contratto di Gioosto prevede che ogni prodotto contenga le informazioni sulla loro sostenibilità integrale, così come ogni attività di Next Social Commerce è poi rendicontata nel Bilancio di impatto previsto ogni anno. Ogni produttore presente nel portale www.gioosto.com compila il NeXt Index.	Aumento delle informazioni disponibili per i produttori selezionati per il dropshipping (per un totale di 18 produttori).
Valorizzazione dei clienti quale stimolo per l'innovazione	È stata sviluppata una progettualità specifica sul Distretto di Economia Civile da realizzare in vista del Festival Nazionale dell'Economia Civile	Sviluppo/potenziamento della collaborazione con il Festival Nazionale dell'Economia Civile 2025.
Modalità efficaci di gestione e risoluzione dei reclami, garantendo una adeguata gestione delle tempistiche di risposta e del grado di soddisfazione	Il piano di sviluppo per la gestione dei reclami, costruttivo e partecipato, è stato elaborato nel 2021. Questo ha permesso al CRM di gestire i reclami offrendo le migliori soluzioni possibili, monitorando anche il livello di soddisfazione anche post acquisto. Le Risposte avvengono nel giro di 24 ore ed entro 64 vengono chiuse positivamente le richieste (90% sul totale).	no
Per l'impresa B2B, controllo della correttezza delle destinazioni d'uso finale dei prodotti e/o dei servizi. Per l'impresa B2C, condivisione di informazioni, corrette ed esaustive, sulla sostenibilità socio-ambientale presenti nel packaging dei prodotti o dei servizi	Indagini mirate alla ricerca di strategie e azioni volte a migliorare i propri servizi e di soddisfazione dei clienti	Mantenimento della politica passata.

Tracciabilità della catena di fornitura	Il codice di condotta predisposto per la catena di fornitura di Gioosto prevede che ogni fornitore direttamente coinvolto nelle produzioni promosse e commercializzate all'interno del portale www.gioosto.com è tracciato e visibile. Ogni Fornitore secondario, rispetto alle materie prime e seconde, non è ancora reso pubblico	no
Attivazione di criteri e procedure, basati anche sulla sostenibilità socio-ambientale, relative alla scelta dei fornitori	Ogni fornitore è scelto secondo criteri di sostenibilità economica, ambientale e sociale e tramite indicatori di sviluppo sostenibile con la scelta strategica di applicare il NeXt Index elaborato da NeXt Economia.	Applicare le procedure di selezione (DURC, certificazione ESG) al 90% dei fornitori selezionati per il dropshipping.
Adozione e applicazione di strumenti di monitoraggio del grado di applicazione dei criteri di sostenibilità sociale e ambientale da parte dei propri fornitori	Viene fatto un controllo costante della documentazione/ certificazioni previste dai fornitori in fase iniziale (prima della chiusura dell'accordo) e 1 volta l'anno come strumento di monitoraggio e aggiornamento	Applicare le procedure di selezione (DURC, certificazione ESG) al 90% dei fornitori selezionati per il dropshipping.
Patti equi e trasparenti per i pagamenti dei fornitori (ad es. contratti di lunga durata, prefinanziamento della produzione, non esclusività di contratto, formazione continua, ecc.)	no	no
Rispetto dei principi dell'approvvigionamento equo e solidale per l'acquisto di prodotti grezzi o trasformati	Il magazzino di Gioosto ha previsto l'utilizzo di nuove pratiche di economia circolare (per la gestione della filiera del reso).	Gestione personalizzata dei magazzini dei fornitori che verranno attivati con il dropshipping: essi dovranno rispondere agli stessi principi di approvvigionamento equo e solidale del magazzino di Gioosto.
Misure di contrasto al cambiamento climatico, per ridurre le emissioni inquinanti e climalteranti	Sono stati sviluppati accordi con dei vettori della logistica per l'utilizzo di un parco mezzi ibridi ed elettrici	Aumentare il numero dei mezzi ibridi ed elettrici utilizzati per i progetti B2B (pari al 60%).
Approccio di economia circolare attraverso una corretta gestione degli imballi, scarti/ rifiuti e riduzione delle materie prime utilizzate	Modalità di gestione dei rifiuti dalla culla alla culla, impiegando materiali ecocompatibili e riutilizzati per il 50%. Per evitare lo spreco di prodotti alimentari in scadenza sono previste formule di incentivo e campagne dedicate per evitare lo spreco sempre nella piena sicurezza del cliente finale.	Verrà applicato il piano di economia circolare dalla culla alla culla anche nel magazzino di Roma e nei magazzini che saranno attivati con il dropshipping.
Programmi di riduzione dei consumi energetici e approvvigionamento da fonti rinnovabili	E' stato sviluppato un piano di crescita alla sostenibilità integrale.	Aumento della partecipazione alle CER (Comunità Energetiche Rinnovabili) presenti nel territorio in cui è presente la sede legale dell'azienda.
Informazione promossa dall'azienda finalizzata all'educazione dei cittadini al rispetto dell'ambiente	A ogni cittadino/cliente Gioosto vengono proposte attività di educazione ambientale sia attraverso laboratori didattici/eventi formativi, sia attraverso comunicazioni realizzate con i propri canali web.	Aumento delle attività del Good Friday in collaborazione con l'associazione NeXt Nuova Economia per Tutti.
Consumo responsabile delle risorse naturali, dell'acqua e della terra/suolo	No	Risparmio delle risorse energetiche pari al 30%.
Apertura e confronto dell'attività aziendale e delle sue ricadute alle comunità locali e ai cittadini	Sono state realizzate diverse attività di rete nei territori come il Good Friday e il Cash Mob Etico verso il primo maggio dei lavoratori	Realizzazione di nuove iniziative sull'economia sociale e civile collegate al Festival Nazionale dell'Economia Civile.
Dialogo costante e azioni condivise con gli altri stakeholder del territorio (istituzioni locali, associazioni e altri portatori di interesse)	Il dialogo è costante e collaborativo e prevede la partecipazione a diversi forum e gruppi dedicati alla cittadinanza attiva e alla sostenibilità, attraverso la realizzazione di 12 incontri calendarizzati per supportare lo sviluppo di Patti di Comunità e/o di Rete	Aumento del coinvolgimento delle Pubbliche amministrazioni locali per la realizzazione di Pacchi multiprodotto che valorizzino la filiera produttiva del territorio.
Partecipazione e supporto alle politiche di sviluppo del territorio, anche attraverso progetti per la valorizzazione del patrimonio della comunità locale	Sono realizzati insieme agli associati e partner locali dei percorsi volti a ripensare le periferie e le aree marginali del territorio attraverso il supporto alle eccellenze e delle buone pratiche locali.	Realizzazione di reti contratto tra imprese sostenibili che attraverso la piattaforma Gioosto avvieranno percorsi di internazionalizzazione e digitalizzazione.
Promozione e incremento dell'occupazione sul territorio	I soggetti coinvolti nelle attività di magazzino e logistica sono persone del territorio in cui è situato il magazzino di Next Social Commerce, che hanno vulnerabilità e/o fragilità sociali.	no
Collaborazione con altre imprese o soggetti del territorio per realizzare la propria mission in logica di rete	La creazione di Rete è realizzata sia online sul proprio ecommerce Gioosto, che attraverso la costruzione di nuovi distretti di economia civile.	Verranno avviate nuove collaborazioni con le organizzazioni del Terzo Settore di NeXt Economia con l'obiettivo di sensibilizzare all'acquisto di prodotti sostenibili e garantire il sostegno a iniziative solidali.

3.2.4. Le controversie ESG

Un caso di controversia è definito come un evento o una situazione corrente per la quale l'opinione dei consumatori varia circa l'operato dell'impresa e/o i suoi prodotti e la percezione sul loro impatto ambientale, sociale o di governance diventa negativa. Generalmente, si tratta di un singolo episodio, come la diffusione incontrollata di notizie riservate, un incidente o un'azione regolatoria, o di una serie di avvenimenti ravvicinati e connessi tra loro, quali multe riguardo la gestione della sicurezza sul luogo di lavoro, accuse ripetute di comportamenti anti-competitivi legati alla stessa linea di prodotto, proteste reiterate della comunità locale a proposito di uno stabilimento o denunce ripetute di un comportamento discriminatorio.

Il modello del NeXt Index® ESG esamina le controversie con l'obiettivo di comprendere se indichino la presenza di problemi strutturali nella capacità di gestione dei rischi ESG dell'azienda. Coerentemente con l'approccio utilizzato per rischi e opportunità, un caso di controversia è ritenuto il campanello d'allarme di un problema strutturale che si concretizzerà in un futuro rischio materiale per l'azienda (un peggioramento dei fattori chiave). Anche in questa fase di valutazione, si adotta l'approccio tipico dei percorsi di NeXt Nuova Economia per Tutti APS ETS: la partecipazione delle più qualificate esperienze della società civile, che garantisce validità e qualità dei risultati ottenuti.

Il calcolo del punteggio delle controversie è effettuato mediante apposite domande che indagano la presenza di criticità legate a ciascuno dei 30 indicatori del Questionario di Autovalutazione Partecipata 2.0.

A ciascuna controversia viene assegnata una variabile dummy che può assumere, per sua natura, valore 0 se la controversia non è presente e valore 1 se quest'ultima è presente. Nel caso in cui la controversia fosse presente (valore 1), si renderebbe necessario andare a valutare altri due elementi:

- a) Il numero di controversie attive legate a quella specifica tematica;
- b) La gravità di ciascuna delle controversie attive legate a quella specifica tematica. In particolare, quest'ultimo elemento viene analizzato prendendo in esame il numero di soggetti coinvolti e il lasso temporale da cui è attiva la controversia specifica. Entrambi questi aspetti possono assumere tre valori standard (0,25 se bassa; 0,50 se media; 0,75 se alta), mentre l'indice di gravità è dato dalla media dei due valori assegnati.

Una volta stimati i punteggi di ciascuna controversia le stesse vengono aggregate all'interno dei tre pilastri ESG, tramite procedura di media ponderata e, infine, si procede al calcolo del valore complessivo attribuito alle controversie.

L'analisi delle controversie ESG

L'analisi delle controversie si articola in due momenti: 1) la rilevazione e analisi della presenza di controversie in ambito ESG; 2) la rilevazione e analisi del numero e dell'entità (numerosità dei soggetti coinvolti e lunghezza del periodo tem-

porale in cui è stata aperta la controversia) delle controversie presenti.

Per NeXt Social Commerce non si registrano controversie di alcun tipo.

3.3. I risultati del NeXt Index® ESG

Alla luce delle valutazioni emerse nelle fasi precedenti, **NeXt Social Commerce** ha ottenuto un punteggio complessivo pari a **83,3** secondo il **NeXt Index® ESG**. Questo risultato colloca l'azienda all'interno della fascia **"A"**, riconoscendola come **Impresa Sostenibile** con processi di miglioramento già avviati e in evoluzione lungo il percorso della **sostenibilità integrale**.

Tra i tre pilastri ESG, la performance più elevata è registrata nell'ambito della **Governance**, con un punteggio di **92,3**, seguita dal pilastro **Ambientale**, che si attesta a **84,5**, e da quello **Sociale**, con **79,7**. Questo profilo evidenzia una struttura organizzativa solida, trasparente e partecipativa, nonché un buon livello di attenzione verso le questioni ambientali e sociali.

Il livello di **rischio ESG** rilevato è pari a **2,24**: il dato è attribuibile ad una **presenza di politiche future formalizzate** sui temi della sostenibilità solo **parziale**, non ancora in grado di anticipare e mitigare rischi potenziali. Va tuttavia sottolineato che **non sono state registrate controversie**, confermando un contesto operativo stabile e in linea con i principi di legalità e responsabilità.

Analizzando le **sei aree di valore** valutate dal NeXt Index®,

emerge un eccellente risultato per l'**area della catena di fornitura**, che raggiunge il punteggio massimo di **100**. A seguire, l'area relativa ai **rapporti con cittadini e consumatori** si attesta a **96,39**, a testimonianza della qualità della relazione tra impresa e clientela, basata su fiducia, trasparenza e ascolto.

Valori superiori a 80 si registrano anche nelle aree dedicate all'**azienda e al governo dell'organizzazione** (**88,20**) e ai **rapporti con la comunità locale** (**83,17**), segno di un impegno autentico verso il territorio e verso la coerenza tra governance e finalità aziendali.

L'area relativa alle **persone e all'ambiente di lavoro** raggiunge un punteggio pari a **76,15**, mentre l'ambito che presenta la performance più contenuta è quello dei **comportamenti verso l'ambiente naturale**, che si attesta a **60,07**. Su queste ultime due aree sarà necessario concentrare gli sforzi nei prossimi anni, con l'obiettivo di consolidare e rafforzare l'impegno di NeXt Social Commerce in chiave di **sostenibilità integrale**.



4. Strategie Future e conclusioni

In un tempo in cui la sostenibilità non è più solo un'opzione, ma una responsabilità condivisa, ogni scelta logistica, organizzativa e strategica assume un valore profondo. Per questo motivo, abbiamo scelto consapevolmente di gestire la nostra piattaforma Gioosto attraverso un modello di dropshipping etico e tracciato.

A prima vista, il dropshipping può sembrare una soluzione semplicemente funzionale. Ma nel nostro caso è molto di più: è una scelta coerente con i nostri valori, che ci permette di mettere al centro l'impatto positivo sull'ambiente, sulle comunità produttive e sulla relazione con i nostri partner.

Gestire le spedizioni direttamente dai produttori significa:

- Ridurre i passaggi logistici, evitando doppi trasporti, inutili imballaggi e magazzini centralizzati;
- Limitare le emissioni di CO₂, ottimizzando la filiera e scegliendo partner che rispettano criteri ambientali e sociali stringenti;
- Valorizzare i piccoli produttori locali, artigiani e cooperative che mantengono vivo il tessuto economico e culturale dei territori;
- Garantire trasparenza e tracciabilità, perché ogni prodotto arriva direttamente da chi lo ha realizzato con cura e responsabilità.

Questa modalità ci consente anche di offrire un catalogo più ricco, dinamico e personalizzato, dando visibilità a realtà che spesso non hanno accesso ai grandi canali distributivi, ma che rappresentano l'essenza di un'economia nuova, rigenerativa e autentica.

Il nostro dropshipping non è orientato al massimo profitto, ma al massimo impatto positivo per i cittadini e per le aziende che sceglieranno i nostri servizi. Lavoriamo ogni giorno per affinare i processi, selezionare con rigore i nostri partner, per semplificare l'esperienza di acquisto per chi ci sceglie e migliorare la comunicazione lungo tutta la filiera.

In un mondo che corre verso l'automazione, noi scegliamo la relazione. In un mercato affollato da promozioni aggressive, noi scegliamo il valore. E in una logistica dominata dall'efficienza cieca, noi scegliamo la coerenza e l'impegno.

Continueremo il lavoro di diffusione culturale e di orientamento delle filiere sui grandi eventi cercando di creare un valore positivo per tutte quelle iniziative che parlano di economia sociale e civile e necessitano di applicarla nelle loro forniture.

La sostenibilità di una piattaforma di e-commerce per noi è una sfida ma anche una semina: la sfida di ripensare la distribuzione in chiave etica, la semina di costruire un'economia che funziona non solo per chi compra, ma per tutti coloro che contribuiscono a creare valore lungo la catena.

Luca Raffaele

Amministratore Unico e Presidente Next Social Commerce srl società benefit



Appendice 1

Gli indicatori ESG di contesto

N	Pilastro	BES di Riferimento	Indicatore	Fonte
1	E	Ambiente	Dispersione da rete idrica comunale	BES dei Territori
2	E	Ambiente	Popolazione esposta al rischio di frane	BES dei Territori
3	E	Ambiente	Popolazione esposta al rischio di alluvioni	BES dei Territori
4	E	Ambiente	Energia elettrica da fonti rinnovabili	BES dei Territori
5	E	Ambiente	Raccolta differenziata dei rifiuti urbani	BES dei Territori
6	E	Ambiente	Concentrazione media annua di PM10	BES dei Territori
7	E	Ambiente	Concentrazione media annua di PM2.5	BES dei Territori
8	E	Ambiente	Uso efficiente del suolo	Legambiente
9	E	Ambiente	Piste ciclabili	Legambiente
10	E	Ambiente	Energie rinnovabili: solare termico e fotovoltaico pubblico	Legambiente
11	S	Benessere Economico	Reddito pro-capite +Patrimonio pro-capite	BES dei Territori
12	S	Benessere Economico	Valore aggiunto pro-capite	Istat
13	S	Benessere Economico	Tasso di ingresso in sofferenza dei prestiti bancari alle famiglie	BES dei Territori
14	S	Benessere Economico	Rischio dei finanziamenti	Istat
15	S	Istruzione e Formazione	Laureati e altri titoli terziari (25-39 anni)	BES dei Territori
16	S	Istruzione e Formazione	Partecipazione alla formazione continua	BES dei Territori
17	S	Istruzione e Formazione	Giovani che non lavorano e non studiano (NEET)	BES dei Territori
18	S	Lavoro e Conciliazione dei Tempi di Vita	Tasso di occupazione (20-64 anni)	BES dei Territori
19	S	Lavoro e Conciliazione dei Tempi di Vita	Tasso di occupazione giovanile (15-29 anni)	BES dei Territori
20	S	Lavoro e Conciliazione dei Tempi di Vita	Tasso di occupazione femminile (20-64 anni)	Istat
21	G	Politica e Istituzioni	Comuni: capacità di riscossione	BES dei Territori
22	G	Politica e Istituzioni	Amministrazioni provinciali: capacità di riscossione	BES dei Territori
23	G	Qualità dei Servizi	Posti-km offerti dal Tpl	BES dei Territori
24	G	Ricerca, Innovazione e Creatività	Propensione alla brevettazione	BES dei Territori
25	G	Ricerca, Innovazione e Creatività	Mobilità dei laureati italiani (25-39 anni)	BES dei Territori
26	G	Ricerca, Innovazione e Creatività	Numero di start-up	BenVivere
27	G	Ricerca, Innovazione e Creatività	Tasso di over-qualification	BenVivere
28	G	Sicurezza	Indicatore composito di specifici delitti	Istat
29	G	Lavoro e Conciliazione dei Tempi di Vita	Tasso di iscrizione netto al registro delle imprese	BenVivere
30	G	Lavoro e Conciliazione dei Tempi di Vita	Mismatch tra domanda e offerta di lavoro	BenVivere

Appendice 2

Collegamento fra Indicatore del NeXt Index ESG e Standard ESRS

Indicatore	ESRS
1.1 Trasparenza dei soci e della provenienza del capitale	ESRS G1-1,3
1.2 Cultura e sistemi di contrasto all'illegalità e alla corruzione	ESRS G1-1,3
1.3 Strategia di direzione e gestione attenta ai diversi portatori d'interesse/stakeholder	ESRS S2-2, S3-2,S4-2
1.4 Partecipazione e collaborazione dei lavoratori alle scelte strategiche dell'azienda	ESRS S1-2
1.5 Differenziale tra la retribuzione minima e massima all'interno dell'azienda	ESRS S1-16
2.1 Clima di lavoro collaborativo, partecipato e solidale	ESRS S2-3, 11
2.2 Rispetto della dignità delle lavoratrici e dei lavoratori attraverso la remunerazione equa (in relazione a orario, funzioni svolte e responsabilità assegnate)	ESRS S1-10
2.3 Dialogo con la rappresentanza organizzata delle lavoratrici e dei lavoratori in materia di Salute e Sicurezza sul Lavoro	ESRS S1-8, 14
2.4 Sistema di conciliazione dei tempi di vita/lavoro (opportunità di genere, lavoro agile, ecc.)	ESRS S1-11,12,15
2.5 Sviluppo professionale delle lavoratrici e dei lavoratori, con riconoscimento delle competenze e delle esperienze personali, tramite formazione e apprendimento permanente	ESRS S1-13
3.1 Strumenti di ascolto, dialogo e relazione con i clienti e/o consumatori finali, per comprendere e aumentare la loro soddisfazione, nel rispetto degli altri stakeholders (facilitando il dialogo anche attraverso i canali Web 2.0, i media tradizionali, ecc.)	ESRS S4-2
3.2 Informazione completa e documentata ai clienti sulla sostenibilità sociale e ambientale dei prodotti/servizi e dei processi produttivi	ESRS S4-2
3.3 Valorizzazione dei clienti quale stimolo per l'innovazione, partnership con i clienti e co-progettazione di prodotti e servizi	ESRS S4-2
3.4 Modalità efficaci di gestione e risoluzione dei reclami, garantendo una adeguata gestione delle tempistiche di risposta e del grado di soddisfazione	ESRS S4-3
3.5 Misurazione del tasso di soddisfazione dei consumatori	ESRS S4-3
4.1 Tracciabilità della catena di fornitura	ESRS G1-2
4.2 Attivazione di criteri e procedure, relative alla scelta dei fornitori, basati anche sulla sostenibilità socio-ambientale	ESRS S2-3
4.3 Adozione e applicazione di strumenti di monitoraggio, da parte dei propri fornitori, del grado di applicazione dei criteri di sostenibilità sociale e ambientale	ESRS G1-2
4.4 Patti equi e trasparenti per i pagamenti dei fornitori (ad es. contratti di lunga durata, prefinanziamento della produzione, non esclusività di contratto, formazione continua, ecc.)	ESRS G1-6
4.5 Rispetto ai fornitori vengono rispettati i principi dell'approvvigionamento sostenibile per l'acquisto di prodotti grezzi o trasformati	ESRS E5-4
5.1 Misure di contrasto al cambiamento climatico e di riduzione dei consumi energetici, attraverso la riduzione di emissioni inquinanti e climalteranti	ESRS E1-6,7,8
5.2 Approccio di economia circolare attraverso una corretta gestione degli imballi, materie prime seconde, scarti e rifiuti	ESRS E5-5
5.3 Programmi di approvvigionamento da fonti rinnovabili	ESRS E1-5
5.4 Informazione promossa dall'azienda finalizzata all'educazione dei cittadini al rispetto dell'ambiente	ESRS S4-2
5.5 Consumo responsabile delle risorse non rinnovabili	ESRS E2-4,5; ESRS E3-4; ESRS E4-5
6.1 Apertura e confronto, in relazione all'attività aziendale e alle sue ricadute, con le comunità locali e i cittadini	ESRS S3-5
6.2 Dialogo costante e azioni condivise con gli stakeholder del territorio (istituzioni locali, associazioni e altri portatori di interesse)	ESRS G1-5
6.3 Partecipazione e supporto alle politiche di sviluppo del territorio, anche attraverso progetti per la valorizzazione del patrimonio della comunità locale	ESRS S3-5
6.4 Promozione e incremento dell'occupazione stabile sul territorio	ESRS S1-6,7,9
6.5 Collaborazione con altre imprese o soggetti del territorio per realizzare la propria mission in logica di rete	ESRS G1-2

