



NHABI[®]
SUSTAINABILITY CREATORS

RELAZIONE DI IMPATTO 2021

NHABI SRL
Società Benefit

MAGGIO 2022

INDICE

- Introduzione
- Chi siamo
- Le finalità di beneficio comune
- Attività, risultati e obiettivi 2021
- La valutazione dell'impatto
 - Aree di valutazione dell'impatto
 - Esito della valutazione dell'impatto
- Obiettivi per il 2022
- Note finali

INTRODUZIONE

Il 2030, anno in cui dovrebbero essere raggiunti gli SDGs delle nazioni Unite, e il 2050, anno in cui l'Europa dovrebbe diventare il primo continente *carbon neutral* separando la crescita economica dall'uso delle risorse, non sono poi così lontani.

Per raggiungere questi obiettivi, garantendo nello stesso tempo la competitività a lungo termine senza che né persone, né luoghi siano trascurati, è indispensabile abbandonare il modello economico lineare, che si affida esclusivamente allo sfruttamento di risorse scarse e in cui ogni prodotto è destinato ad arrivare a "fine vita", e velocizzare la transizione verso un'economia circolare, un modello di crescita rigenerativo e sostenibile, in cui tutte le attività sono organizzate in modo da recuperare, riciclare e riutilizzare i materiali in successivi cicli produttivi, riducendo al minimo gli sprechi.

Questo cambiamento di rotta verso un'economia che metta al centro il benessere, non solo aziendale ma anche ambientale e sociale, è stato un presupposto imprescindibile su cui basare la creazione della nostra Start-up. In ottica di benessere comune, infatti, è stato deciso di adottare fin da subito il modello giuridico di Società Benefit, per integrare nell'oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente.

Il 2021 è stato un anno difficile per tutto il mondo, che ha messo a dura prova l'umanità nel fronteggiare la pandemia da Covid-19, che a sua volta ha dato risalto ad ulteriori crisi globali, più silenziose, ma non meno urgenti: il cambiamento climatico e i danni sull'ambiente provocati dalle attività umane.

Per contrastare tali criticità ed essere parte della transizione verso un modello di crescita sostenibile, che lasci al pianeta più risorse di quante ne prenda, NHABI offre consulenza, servizi e prodotti alle imprese che vogliono implementare strategie di sostenibilità per generare valore economico e ha l'obiettivo di trasformare le aziende tradizionali in brand sostenibili con misurabilità e creatività, generando coinvolgimento e reputazione presso tutti i portatori di interesse, interni ed esterni.

COS'È UNA SOCIETÀ BENEFIT

Il modello societario della Società Benefit, nato nel 2010 negli USA con il nome di Benefit Corporation, è stato recepito in Italia a partire dall'inizio del 2016 quando il nostro ordinamento, primo in Europa, ne ha riconosciuto lo status giuridico mediante l'introduzione dell'art. 1, commi 376-383 e allegati 4 – 5 della legge n. 208/2015 ("Legge di Stabilità 2016").

Una Società Benefit è una nuova forma giuridica d'impresa *for profit* che aggiunge nel proprio oggetto sociale, alla finalità di profitto, la formale finalità di distribuzione di valore condiviso, che viene configurato come un obbligo di natura statutaria.

Non si tratta di Imprese Sociali o di una evoluzione del non profit, ma di una trasformazione positiva dei modelli dominanti di impresa a scopo di lucro per renderli più adeguati alle sfide e alle opportunità dei mercati del XXI secolo.

CHI SIAMO

NHABI è l'acronimo di "new habits for new habitats": istituzioni, aziende e cittadini devono adottare nuove abitudini per costruire nuovi habitat di condizioni ambientali, economiche e sociali.

NHABI è stata costituita nel 2021 come "Società Benefit", un'evoluzione del concetto stesso di azienda che integra nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, alcune finalità di beneficio comune e opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.

LA FILOSOFIA di NHABI è quella di conciliare PEOPLE, PLANET, PROFIT, i 3 grandi pilastri su cui si fonda la sostenibilità, e generare un impatto positivo nel mondo.

LA VISION di NHABI è quella di essere il driver della trasformazione sostenibile delle aziende e dei loro brand.

LA PROMESSA di NHABI è di progettare e realizzare strategie di sostenibilità per generare valore economico per le imprese:

- NHABI trasforma le aziende tradizionali in brand sostenibili con misurabilità e creatività, creando coinvolgimento e reputazione presso la comunità e tutti gli stakeholder interni ed esterni.
- NHABI sostiene, valorizza e promuove il riuso e l'economia circolare.

L'azienda si rivolge alle imprese che vogliono implementare nel proprio business strategie di sviluppo sostenibile, offrendo percorsi di **consulenza e formazione** su tutti gli ambiti della sostenibilità, dall'ambiente alle risorse umane, dall'economia circolare al risk management, alla comunicazione in ambito sostenibilità, con l'obiettivo di misurare e rendicontare i risultati raggiunti in modo trasparente a tutti gli stakeholder.

NHABI inoltre propone una gamma di **prodotti** unici e personalizzabili, per l'ufficio e la regalistica, provenienti da economia circolare. Tutti i prodotti, ideati in ottica eco dalle designer del team NHABI, sono realizzati da Cooperative Sociali o fornitori certificati utilizzando esclusivamente materiali di scarto, a cui viene data una seconda vita.

Ogni articolo è dotato di un "passaporto", ovvero di un'etichetta "parlante" con QR code, che rendiconta i materiali e le modalità di produzione in modo da tracciare in maniera trasparente gli aspetti ambientali, economici e sociali della filiera produttiva.

I valori in cui crediamo:

01

**SECONDA
VITA**

Tutti i prodotti NHABI sono realizzati esclusivamente con di materiali usati o rimanenze di magazzino, scarti che diventano “materia prima seconda” per nuovi pezzi unici.

02

**PROGETTO
CREATIVO**

NHABI ha progettato in ottica eco una gamma di prodotti per ottenere la massima resa e il minimo spreco dai materiali disponibili.

03

**PRODUZIONE
ON DEMAND**

Gli articoli vengono prodotti solo quando il cliente lo richiede e in funzione del materiale disponibile: questo evita di alimentare un processo di sovrapproduzione, che consuma risorse e spazi.

04

**FILIERA
ETICA**

La filiera produttiva è completamente tracciata: la raccolta dei materiali e la realizzazione dei pezzi sono effettuati in collaborazione con Cooperative Sociali o fornitori certificati.

05

UNICITÀ

Ogni pezzo è simile ma differente dall'altro, perché simili e differenti sono i materiali disponibili al momento della richiesta.

LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

NHABI si costituisce il 27 gennaio 2021 davanti al Notaio Vanoli Margherita di Brescia, e adotta la disciplina della società benefit ex legge 28 Dicembre 2015, n. 208 commi 376/384 (Legge Stabilità 2016), diventando così Società Benefit (Repertorio n. 4903. Raccolta n. 3109).

La Società ha per oggetto:

1. La consulenza e la fornitura di servizi di consulenza a imprese e istituzioni, in Italia e all'estero, che vogliono introdurre il valore della sostenibilità nelle proprie attività e nei propri prodotti o servizi che realizzano. Più in dettaglio gli ambiti attengono a:

- (a) Definizione di strategie di sostenibilità attraverso studi, analisi, ricerca volte alla pianificazione della governance e della sostenibilità;
- (b) Progettazione di percorsi di sostenibilità incluso la misurazione delle performance di sostenibilità e la rendicontazione;
- (c) Definizione di piani di azione per il coinvolgimento degli stakeholders attraverso indagini, seminari, eventi;
- (d) Progettazione di percorsi di circolarità nell'ambito dell'economia circolare;
- (e) Progettazione ed erogazione di servizi di formazione e coaching;
- (f) Progettazione e realizzazione di brand strategy, marketing e comunicazione delle iniziative per la sostenibilità costruendo valore per l'azienda;
- (g) Attività dirette all'ideazione, stesura e presentazione di progetti, nel quadro di bandi e/o programmi territoriali ed europei;

2. Le attività di ideazione, progettazione e fabbricazione di oggettistica ed accessori, così come la loro commercializzazione e distribuzione, nonché la commercializzazione e distribuzione, da realizzare con qualunque modalità, di materiale editoriale, librario, audiovisivo, grafico, educativo, ludico, artistico, e dei relativi supporti tecnici;

3. Le attività di acquisto, trasformazione e rivendita di sottoprodotti, di qualunque genere, derivanti da produzione industriale e non, al fine della loro riutilizzazione in proprio e/o da parte di terzi;

4. Assunzione di incarichi di agenzia o rappresentanza, con o senza deposito, di imprese aventi attività connesse con l'oggetto sociale.

La società, con questi dichiarati obiettivi, ha individuato le seguenti finalità di Beneficio Comune:

- i. Offrire servizi che possano aiutare ad ideare, progettare, realizzare, e quindi mettere a disposizione della collettività, processi produttivi innovativi, che prevedano anche la produzione di materiali nuovi che derivino esclusivamente dal recupero e dal riutilizzo di scarti della produzione industriale e non, della produzione agricola e dal trattamento dei rifiuti;
- ii. Utilizzare una filiera produttiva etica controllata, in accordo a standard nazionali, internazionali etico/ambientali/ sociali e prevalentemente made in Italy;

- iii Organizzare e promuovere manifestazioni ed eventi di ogni tipo, quali convegni, seminari, incontri di studio o culturali, rassegne, mostre, iniziative benefiche e comunque finalizzate alla promozione dell'educazione alla sostenibilità ambientale e sociale;
- iv. Sostenere, anche dal punto di vista economico, studi e ricerche a carattere scientifico finalizzate a realizzare gli obiettivi indicati ai punti precedenti;
- v. Finanziare borse di studio per studenti universitari, per laureandi, neo laureati e ricercatori, finalizzate a perseguire gli obiettivi previsti dai punti (i), (ii) e (iii), anche stipulando apposite convenzioni con Università e Centri di Ricerca; consentire l'effettuazione di stages presso la sede della Società;
- vi. Adottare e supportare, sia dal punto di vista economico che dal punto di vista organizzativo e scientifico, iniziative di inclusione sociale, per valorizzare la tutela dell'ambiente e per lo sviluppo di un'industria sostenibile e dell'economia cd. "circolare".

La Società può compiere tutte le operazioni commerciali, immobiliari e finanziarie, che saranno ritenute utili dagli amministratori per il raggiungimento dell'oggetto sociale; ivi compreso il rilascio di fidejussioni e di altre garanzie personali e reali - sia a favore sia per conto di terzi - anche a titolo gratuito, nonché l'assunzione, diretta ed indiretta, di interessenze e partecipazioni in altre società o imprese aventi oggetto analogo, affine o connesso al proprio, il tutto nei limiti di legge e con esclusione delle attività finanziarie riservate.

La società redige la sua prima relazione relativa al perseguimento del beneficio comune allegata al bilancio al 31/12/2021, che include le informazioni previste dalla legge per tale relazione. La relazione è resa pubblica come per legge.

ATTIVITÀ, RISULTATI E OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE DEL 2021

NHABI, seppur costituita a fine Gennaio 2021, è diventata realmente operativa dal 15 marzo 2021 con l'assunzione a tempo indeterminato di un Sustainability Manager. Nonostante i pochi mesi e le difficoltà legate alla pandemia, NHABI ha già intrapreso diverse attività di beneficio comune tra cui:

1. Ha definito la *mission* aziendale in coerenza con l'essere Società Benefit;
2. Ha redatto un Codice Etico contenente una serie di regole sociali e morali, con lo scopo di ricordare sempre, a tutti gli stakeholder, lo spirito che anima l'azienda e il motivo per il quale è stata creata;
3. Ha realizzato un sito internet che promuove la cultura della sostenibilità e produce un CSR Magazine divulgativo che prevede la pubblicazione di un articolo a settimana su una delle seguenti tematiche: environmental, finanza sostenibile, reporting, corporate governance, social responsibility.
4. Ha registrato una pillola di formazione divulgativa che viene erogata tramite la piattaforma elearning online DynDevice;
5. Ha erogato gratuitamente corsi di formazione interni e a partner/collaboratori per sensibilizzare circa la tematica;

6. Ha partecipato a formazioni specifiche, quali ad es il Master “La gestione della sostenibilità aziendale” di 24Ore Business School e KPMG e il Master “Creare valore con la sostenibilità” di SDA Bocconi School of Management;
7. Ha aperto una pagina LinkedIn aziendale per promuovere la cultura della CSR;
8. Ha avviato un progetto con il Comune di Passirano per realizzare un protocollo di Ecofeste;
9. Ha coinvolto diverse Cooperative Sociali che implementano progetti di integrazione di categorie fragili nella realizzazione dei prodotti sostenibili;
10. Ha iniziato a promuovere i prodotti sostenibili e la filosofia che ne sta alla base di produzione/vendita, attraverso tutti i canali di comunicazione online e offline;
11. Ha effettuato la valutazione di impatto iniziale del percorso come Società Benefit attraverso il B Impact Assessment (BIA).

LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO

Una società che assume la qualifica di Società Benefit si impegna, oltre a perseguire gli obiettivi economici propri dell'attività imprenditoriale e le finalità di beneficio comune, ad operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

NHABI ha effettuato la valutazione dell'impatto generato dal perseguimento delle finalità di beneficio comune attraverso lo standard di valutazione esterno internazionale B Impact Assessment (BIA).

Che cos'è il BIA?

Nel misurare i propri impatti, le Società Benefit utilizzano una piattaforma tecnologica di misura, il *B Impact Assessment (BIA)*, rilasciato dall'Ente *non profit* B Lab. Questo strumento di valutazione, disponibile gratuitamente online, consente di misurare in maniera rigorosa, completa e trasparente se un'azienda è rigenerativa, ovvero se crea più valore di quanto ne distrugge, valutando a 360° tutti gli impatti economici, sociali e ambientali.

Le aziende che superano la soglia di 80 punti su 200 al BIA possono richiedere la qualifica di B Corp[®] certificata.

Questo standard di valutazione, come prescritto dalla normativa, deve essere:

1. Esauriente e articolato nel valutare l'impatto della società e delle sue azioni nel perseguire la finalità di beneficio comune nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse;
2. Sviluppato da un ente che non è controllato dalla Società Benefit o collegato con la stessa;
3. Credibile perché sviluppato da un ente che:
 - ha accesso alle competenze necessarie per valutare l'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso;
 - utilizza un approccio scientifico e multidisciplinare per sviluppare lo standard, prevedendo eventualmente anche un periodo di consultazione pubblica.
4. Trasparente perché le informazioni che lo riguardano sono rese pubbliche, in particolare:

- i criteri utilizzati per la misurazione dell'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso;
- le ponderazioni utilizzate per i diversi criteri previsti per la misurazione;
- l'identità degli amministratori e l'organo di governo dell'ente che ha sviluppato e gestisce lo standard di valutazione;
- il processo attraverso il quale vengono effettuate modifiche e aggiornamenti allo standard;
- un resoconto delle entrate e delle fonti di sostegno finanziario dell'ente per escludere eventuali conflitti di interesse.

AREE DI VALUTAZIONE DELL'IMPATTO 2021

Per dare dimostrazione dell'impegno ad operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente come indicato dal comma 378 dell'art. 1 della legge 208/2015 (la legge istitutiva delle Società Benefit), la valutazione dell'impatto di NHABI ha riguardato le seguenti aree di misurazione:

Governance

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

Lavoratori

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

Comunità

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

Ambiente

Valuta gli impatti e la gestione ambientale complessiva della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, smaltimento di rifiuti, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.

Clienti

Valuta il valore che la società crea per i propri clienti diretti e i consumatori in termini di garanzia e assicurazione della qualità di prodotti e servizi, marketing etico e positivo, privacy dei dati e sicurezza dei dati.

ESITO DELLA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO 2021

Di seguito viene riportato il risultato dell'analisi dell'impatto complessivo di NHABI riferito all'anno 2021.

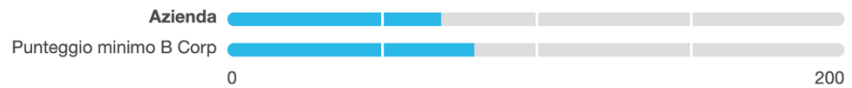
L'auto-valutazione di sintesi è stata ottenuta utilizzando lo standard internazionale B Impact Assessment (BIA) della non profit B Lab.

Punteggio complessivo: B Impact Score



NHABI

Data di fine dell'anno fiscale **December 31st, 2021**



NHABI ha ottenuto un punteggio complessivo del BIA pari a 69.2, ripartito tra le specifiche aree di valutazione nel seguente modo:



Governance

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

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
21/21 15.7



Lavoratori

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

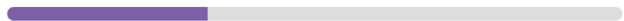
DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
32/32 17.5



Comunità

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

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
33/33 16.2



Ambiente

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
43/43 17.0



Clienti

Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
5/5 2.6



OBIETTIVI PER IL 2022

Per il 2022 NHABI si impegna a mantenere e migliorare gli obiettivi raggiunti nel 2021 e a perseguire gli obiettivi di seguito indicati, finalizzati ad aumentare l'impatto nelle diverse aree di interesse.

OBIETTIVO	TARGET	KPI
Aiutare le imprese tradizionali a diventare brand sostenibili	Concludere almeno 3 progetti CSR	Quantitativo
Diffondere le tematiche sulla sostenibilità	Organizzare almeno 3 webinar gratuiti divulgativi	Quantitativo
Accrescere la formazione specifica sulla rendicontazione di sostenibilità	Partecipare ad un corso GRI promosso da ente certificato	Qualitativo
Diffondere consapevolezza sulle tematiche CSR	Redigere articoli divulgativi e tenere alimentato settimanalmente il CSR Magazine avviato nel 2021	Qualitativo
Diffondere consapevolezza attraverso canali social	Avviare profilo Instagram e raggiungere almeno 300 follower targhettizzati Tenere alimentato il canale LinkedIn avviato nel 2021	Quantitativo
Avviare una produzione etica coinvolgendo Cooperative Sociali che attuano progetti di integrazione di categorie fragili	Contattare almeno 5 Cooperative Sociali per la produzione di prodotti sostenibili, da materiale usato/second hand	Quantitativo
Realizzare prodotti 100% sostenibili	Instaurare collaborazioni con fornitori certificati per stoffe, etichette, tessuti e carta	Qualitativo
Contribuire alla diffusione dei temi di sostenibilità nella comunità in cui NHABI opera	Concludere il progetto avviato con il Comune di Passirano e le Associazioni del territorio. Avviare altre collaborazioni con il sociale.	Qualitativo

NOTE FINALI

Questa prima Relazione di Impatto rappresenta per NHABI un importante traguardo, ma anche un punto di partenza per intraprendere un modo sempre più evoluto di fare impresa incentrato sulla sostenibilità.

NHABI si è impegnata ad operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti delle proprie persone, della comunità e del territorio in cui opera.

D'ora in avanti, intendiamo raggiungere, in modo ancora più consapevole, obiettivi chiari e concreti in linea con la necessità globale di riduzione delle emissioni e dell'impatto, e ci impegniamo a trovare soluzioni innovative per un futuro sostenibile a favore delle nuove generazioni, mantenendo i valori dell'azienda allineati alle necessità di sostenibilità ambientale, sociale e di impresa. Attraverso il BIA (Benefit Impact Assessment) continueremo a misurare gli impatti generati con le nostre attività e fisseremo annualmente dei KPI di miglioramento.

Per qualsiasi domanda o chiarimento in merito ai contenuti del presente documento saremo grati di rispondere al seguente indirizzo mail: info@nhabi.it.