

NHABI[®]
SUSTAINABILITY CREATORS

RELAZIONE D'IMPATTO 2024

NHABI S.R.L. SOCIETÀ BENEFIT

INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

1. CHI SIAMO

Una visione che si trasforma in promessa
Un metodo che fa la differenza
Cultura aziendale
Il nostro team

2. GOVERNANCE RESPONSABILE

Struttura societaria
Ruoli e responsabilità
Codice Etico

3. IL NOSTRO CORE BUSINESS

Consulenza personalizzata con NHABI Method
Progetti tailor-made
Percorsi di formazione
Prodotti sostenibili
Servizi complementari

4. LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

5. OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE

6. VALUTAZIONE DEL NOSTRO IMPATTO

Perché calcolare l'impatto?
Cosa è il BIA?
Aree di valutazione dell'impatto 2024
Esito della valutazione dell'impatto 2024

7. OBIETTIVI PER IL 2025

NOTE FINALI

LETTERA AGLI STAKEHOLDER NHABI

In un contesto economico e sociale in costante trasformazione, dove i modelli di business tradizionali vengono messi in discussione, nel 2024 NHABI ha rafforzato il proprio impegno nel supportare le imprese verso una sostenibilità autentica, misurabile e duratura.

La sostenibilità non è un'etichetta né un trend da inseguire: è una scelta metodologica e culturale, radicata in ogni aspetto dell'operatività aziendale.

Nel corso dell'anno abbiamo continuato a offrire consulenze personalizzate e percorsi formativi pensati per facilitare l'integrazione dei principi ESG nei processi aziendali. Ma ciò che distingue profondamente il nostro approccio è l'impegno nella divulgazione attiva, intesa non come semplice comunicazione, ma come responsabilità sociale. Rendere accessibili conoscenze, strumenti e visioni legate alla sostenibilità è fondamentale per coinvolgere quelle imprese che, pur non essendo obbligate per legge a rendicontare le proprie performance ambientali e sociali, rappresentano un tessuto imprenditoriale strategico per l'evoluzione del sistema economico. È proprio a queste realtà che NHABI si rivolge con particolare attenzione, nella convinzione che la cultura della sostenibilità debba essere diffusa in modo capillare, inclusivo e concreto.

Attraverso articoli, contenuti digitali, eventi, partnership e incontri sul territorio, costruiamo momenti di riflessione e orientamento che favoriscono la nascita di nuove consapevolezze. Non si tratta solo di fornire informazioni, ma di attivare processi culturali in grado di generare cambiamento.

Tra le iniziative più significative del 2024 vogliamo ricordare la collaborazione con Space Work, società specializzata nella valorizzazione del capitale umano, e con la startup Fuori Campo, impegnata in progetti nel Terzo Settore. Insieme abbiamo ideato l'evento "Rendi visibile l'invisibile", dedicato al tema della "sostenibilità inconsapevole": quelle pratiche virtuose già presenti in molte aziende che, pur avendo un impatto positivo, non vengono riconosciute né comunicate come sostenibili. L'obiettivo è stato mostrare come ogni impresa, con gli strumenti adeguati, possa valorizzare ciò che già funziona e trasformarlo in una leva per evolvere e innovare nel segno della sostenibilità. Il confronto emerso ha evidenziato quanto sia cruciale educare alla sostenibilità, oltre che praticarla. Essere Società Benefit significa per noi non solo integrare finalità di beneficio comune nel nostro oggetto sociale, ma adottare una visione sistemica, in cui ambiente, persone e valore condiviso sono al centro di ogni nostra decisione.

Il valore generato dalle connessioni con gli stakeholder, il territorio e la comunità continua a essere il cuore pulsante del nostro agire. NHABI proseguirà il proprio impegno come facilitatore di percorsi trasformativi, con l'obiettivo di accompagnare ogni impresa verso una maturità sostenibile, trasformandola in un brand responsabile, capace di dialogare in modo trasparente, autentico e umano con il mercato, le persone e l'ambiente.



Francesca Tocchella
Amministratrice Delegata

1. CHI SIAMO

New Habits for New Habitats:

questo è il significato e la missione di NHABI. Attraverso nuove abitudini consapevoli, costruire insieme ad aziende, istituzioni e cittadini, nuovi habitat – ambientali, economici e sociali – più sostenibili, equi e rigenerativi.

NHABI nasce nel 2021 come Società Benefit con l'obiettivo di supportare le aziende nel coniugare performance economiche e impatto positivo su persone, comunità e ambiente: **for People, Planet and Profit**.

NHABI si rivolge alle imprese che credono nella sostenibilità e vogliono diventare protagoniste della transizione ecologica e sociale, accompagnandole in percorsi personalizzati di consulenza, formazione e comunicazione.

UNA VISIONE CHE SI TRASFORMA IN PROMESSA

In un contesto normativo in continua evoluzione, dove i requisiti legati alla sostenibilità sono sempre più complessi, le aziende hanno bisogno di un interlocutore competente e affidabile, capace di interpretarli e tradurli in azioni concrete.

NHABI si propone come partner strategico per facilitare l'adozione, la rendicontazione e la gestione di pratiche sostenibili. Rendiamo processi complessi più chiari, lineari e intuitivi. Lo facciamo attraverso **percorsi accessibili e personalizzati**, costruiti intorno alle necessità della singola azienda.

Questa è la nostra visione e allo stesso tempo la nostra promessa.

UN METODO CHE FA LA DIFFERENZA

1

Strategia chiara: traduciamo la sostenibilità in azioni misurabili, su misura per ogni azienda.

3

Controllo continuo: monitoriamo i risultati in modo trasparente e affidabile.

2

Implementazione fluida: rendiamo le pratiche sostenibili parte del business, senza complicazioni.

4

Sempre aggiornati: monitoriamo costantemente l'evoluzione del framework normativo.

CULTURA AZIENDALE

In NHABI, la sostenibilità prende forma a partire dalla cultura aziendale, che si fonda su **collaborazione, responsabilità e innovazione** continua.

Crediamo in un **ambiente di lavoro aperto, sereno e inclusivo**, in cui ogni persona è valorizzata per le proprie competenze.

Investiamo nella formazione, con un team che si aggiorna costantemente attraverso master e percorsi di alta specializzazione. **Crediamo nel potenziale dei giovani**, per questo li supportiamo con opportunità concrete di crescita.

A tutti i nostri collaboratori garantiamo **benefit** pensati per promuovere il **benessere**, l'**equilibrio tra vita e lavoro** e una **valorizzazione** autentica delle **persone**.

IL NOSTRO TEAM

NHABI è composta da un team multidisciplinare che lavora per rendere concreta la sostenibilità nelle imprese, nei prodotti, nella società.

Francesca Tocchella, Amministratrice Delegata e Responsabile d'Impatto, e Cristina Volpi, Presidente del Consiglio di Amministrazione, guidano l'organizzazione con un approccio strategico e attento ai valori.

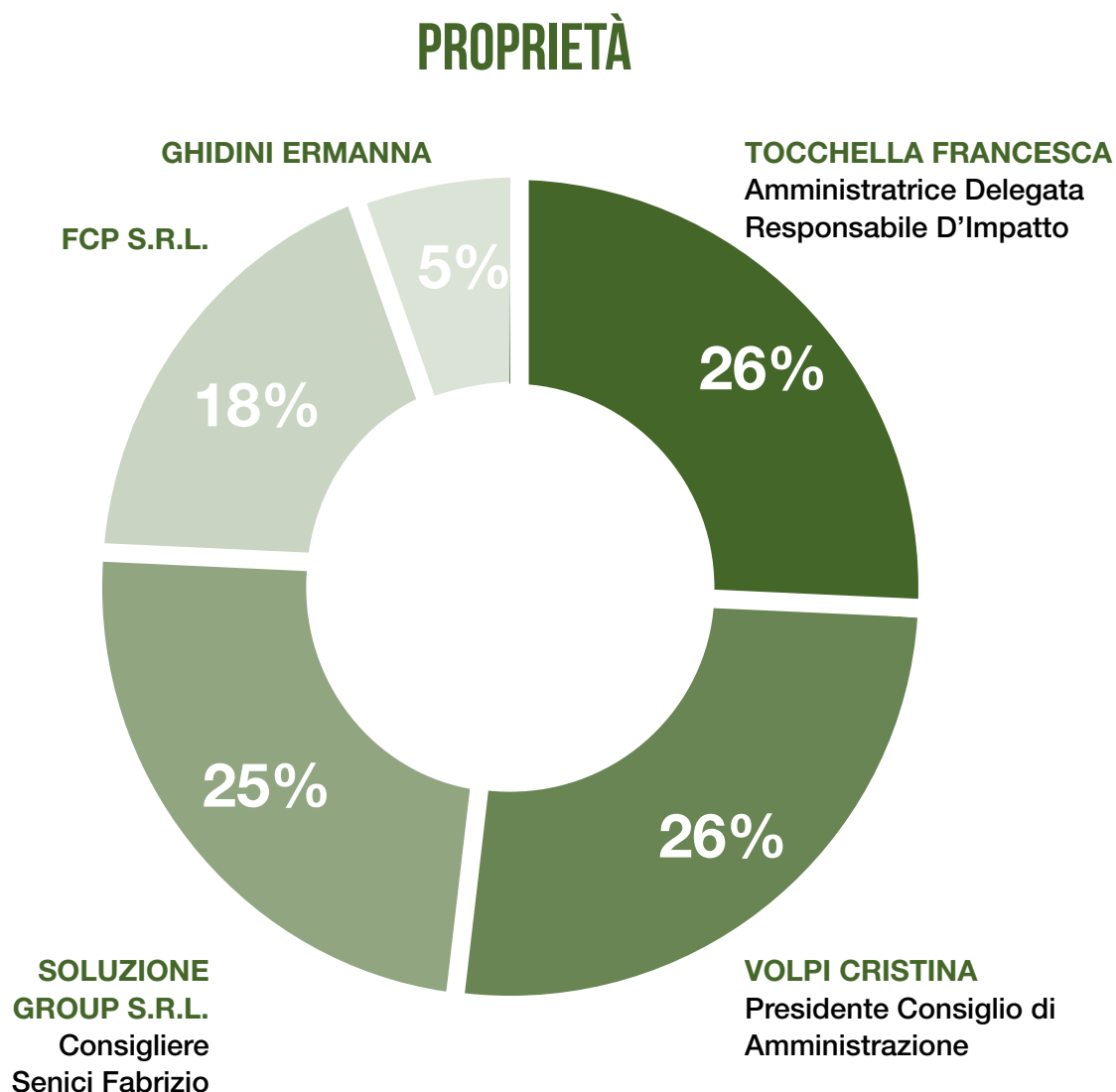
Accanto a loro, professionisti con background complementari lavorano ogni giorno per sviluppare progetti su misura, promuovere pratiche sostenibili e accompagnare le aziende nella transizione verso modelli più responsabili.



NHABI® 2. GOVERNANCE RESPONSABILE

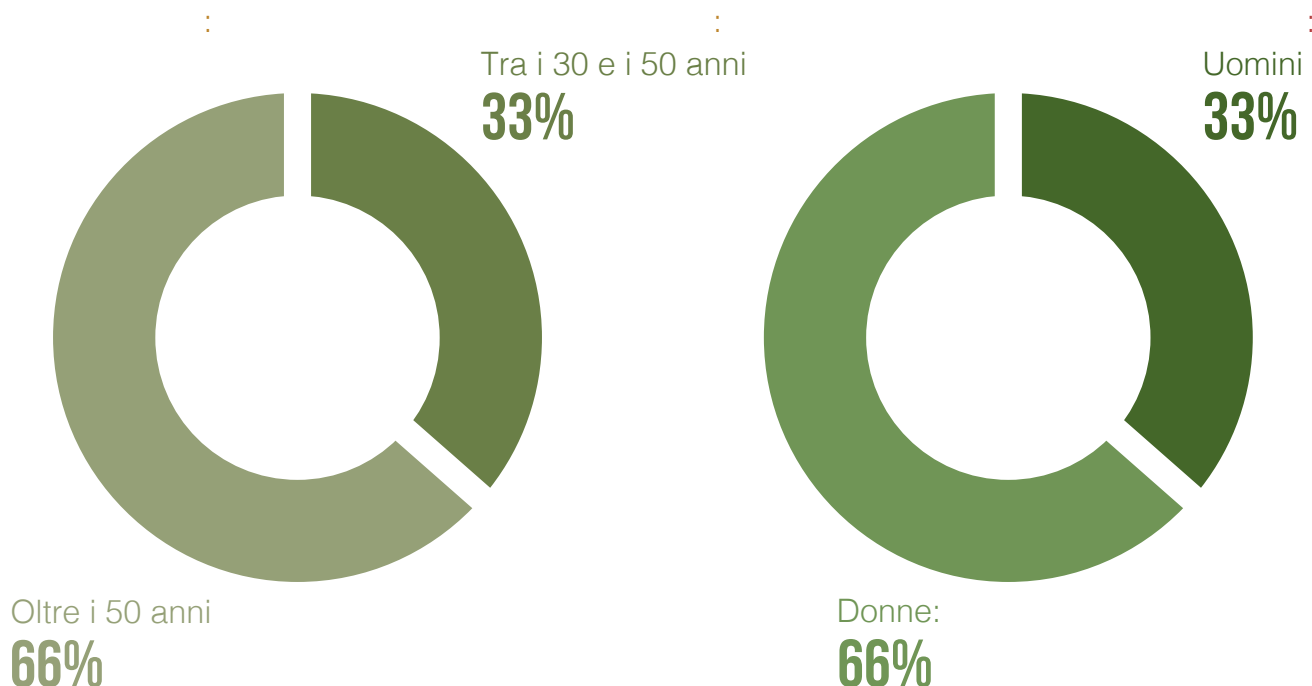
STRUTTURA SOCIETARIA

NHABI è una **Società a Responsabilità Limitata con qualifica di Società Benefit**, costituita nel 2021. La **struttura societaria** è composta da una combinazione di soggetti privati e istituzionali, che condividono la visione dell'impresa come leva per il cambiamento sostenibile.



Il **Consiglio di Amministrazione** è l'organo preposto alla direzione strategica e allo sviluppo della società. La distribuzione delle quote riflette un modello partecipativo e aperto, orientato a garantire pluralità di competenze e visioni.

COMPOSIZIONE ETÀ E GENERE NEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE



RUOLI E RESPONSABILITÀ

Il ruolo di **Amministratrice Delegata** è ricoperto da Francesca Tocchella, che riveste anche la funzione di **Responsabile d’Impatto**: figura prevista dalla normativa sulle Società Benefit, incaricata di monitorare e rendicontare le azioni connesse alle finalità di beneficio comune.

Le decisioni strategiche vengono prese collegialmente in seno al Consiglio di Amministrazione, con attenzione particolare ai temi ESG, alla trasparenza delle scelte e alla coerenza tra missione aziendale e operatività quotidiana.

CODICE ETICO

NHABI si riconosce nei principi sanciti dalla Costituzione Italiana, in particolare nell’articolo 41 comma 2, che decreta il principio della libera iniziativa economica privata che “non può svolgersi in contrasto con l’utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana”.

Nel nostro lavoro quotidiano, dalla consulenza strategica alla progettazione di prodotti sostenibili, agiamo con **trasparenza, correttezza e rispetto reciproco**, garantendo fiducia e continuità nei **rapporti con clienti, fornitori e partner**.

3. IL NOSTRO CORE BUSINESS

In NHABI accompagniamo le imprese **nell'integrazione strutturale della sostenibilità** nei propri modelli di business, trasformandola da requisito formale a **leva strategica** di crescita, innovazione e creazione di valore. Lo facciamo con il **NHABI Method**: un percorso su misura, dalla formazione alla rendicontazione, strutturato in cinque fasi operative pensate per supportare l'evoluzione aziendale verso modelli più responsabili.

1- CONSULENZA PERSONALIZZATA CON NHABI METHOD

- **Formare e informare le risorse chiave** dell'azienda sui concetti della sostenibilità, attraverso sessioni personalizzate arricchite da analisi dei competitor e del mercato/contexto di riferimento.
- **Analizzare** le performance di sostenibilità dell'azienda per stabilire il livello di partenza (baseline), al fine di accrescere l'integrazione della sostenibilità nel business model.
- **Progettare** la strategia e il piano di azione, attraverso la definizione della governance di sostenibilità, l'analisi di materialità e la mappatura e il coinvolgimento degli Stakeholder.
- **Realizzare il piano di azione** fino al raggiungimento degli obiettivi prefissati secondo indicatori prestabiliti.
- **Misurare, rendicontare e comunicare** a tutti gli Stakeholder le performance di sostenibilità attraverso la creazione di report e bilanci di sostenibilità e appositi piani di comunicazione.



PERCHÉ REDIGERE IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ?

Redigere un bilancio di sostenibilità oggi è sempre più importante e strategico. Serve a rispondere alle richieste di banche, investitori, clienti e fornitori, ma anche a non restare indietro in un mercato che premia trasparenza e responsabilità. Il nuovo quadro normativo europeo rafforza ulteriormente questo scenario, introducendo obblighi e standard che coinvolgono un numero crescente di imprese

CSRD

La Corporate Sustainability Reporting Directive impone alle aziende di grandi dimensioni la rendicontazione ESG secondo criteri chiari, comparabili e standardizzati.

VSME

Pensato per le PMI, lo standard VSME rappresenta un'opportunità per chi, pur non soggetto ad obblighi, vuole comunicare il proprio impegno in modo trasparente e credibile.

Il bilancio di sostenibilità, quindi, non è solo un adempimento normativo, ma uno strumento strategico per costruire fiducia, rafforzare la reputazione e dimostrare l'impegno concreto nella gestione degli impatti.

2 – PROGETTI TAILOR-MADE

In NHABI sviluppiamo **progetti integrati di marketing e comunicazione** creati su misura per rendere la sostenibilità una leva strategica di crescita, innovazione e vantaggio competitivo. Attraverso questi progetti aiutiamo le aziende a:

- Individuare nuove opportunità di mercato
- Migliorare il posizionamento dei propri prodotti sul mercato a valle di una comunicazione più efficace
- Accrescere la reputazione e la fedeltà al marchio
- Raccontare in modo trasparente come l'organizzazione contribuisce e risponde alle sfide dello sviluppo sostenibile

3 – PERCORSI DI FORMAZIONE

La cultura della sostenibilità è il motore del cambiamento. Per questo NHABI propone **percorsi formativi personalizzati**, rivolti alle imprese che vogliono:

- Acquisire competenze ESG in ambito ambientale, sociale e di governance
- Formare team interni su temi come economia circolare, risk management, nuovi framework di rendicontazione (CSRD e VSME) e comunicazione responsabile
- Favorire una crescita culturale diffusa, in linea con le nuove sfide di mercato e con le aspettative degli Stakeholder

I corsi sono progettati su misura, per garantire applicabilità immediata e reale valore aggiunto.

4 - PRODOTTI SOSTENIBILI

NHABI sviluppa una **linea esclusiva di prodotti unici e personalizzabili** per l'ufficio e la regalistica, realizzati interamente in ottica di economia circolare.

I prodotti, ideati dal nostro team di designer con approccio eco-innovativo, nascono dal riutilizzo creativo di materiali di scarto, selezionati e trasformati in collaborazione con Cooperative Sociali e fornitori certificati.

Ogni prodotto porta con sé i nostri valori distintivi:

1. **Seconda vita dei materiali:** i nostri prodotti nascono da materiali di recupero e rimanenze di magazzino.
2. **Produzione on demand:** realizziamo solo su richiesta, evitando sovrapproduzione e spreco di risorse.
3. **Unicità:** ogni pezzo è diverso, perché diverso è il materiale disponibile al momento della creazione.
4. **Progetto creativo:** i modelli sono studiati per massimizzare la resa e minimizzare gli scarti.
5. **Filiera etica:** ogni fase produttiva è tracciata e coinvolge Cooperative Sociali impegnate nell'inclusione.

5 - SERVIZI COMPLEMENTARI

NHABI integra la sua offerta con una serie di **servizi specialistici**, grazie a una rete consolidata di partner qualificati.

Offriamo consulenza e supporto in:

1. **Servizi legali e fiscali**
2. **Risk management**
3. **Ingegneria ambientale**
4. **Branding, comunicazione e marketing**
5. **Organizzazione di eventi sostenibili**

4. 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.
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, neolaureati e ricercatori, finalizzate a perseguire gli obiettivi previsti dai punti 1, 2 e 3, 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 redige la relazione relativa al perseguimento del beneficio comune allegata al bilancio al 31/12/2024, che include le informazioni previste dalla legge per tale relazione. La relazione è resa pubblica come per legge.

5. OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE

NHABI nel corso del 2024 ha conseguito i seguenti obiettivi di beneficio comune:

	TARGET 2024	RISULTATO RAGGIUNTO	FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE (vedi pag 11)
	Redigere articoli per il CSR Magazine (mensili)	Ha continuato la redazione di articoli divulgativi per il CSR Magazine presente sul sito internet riguardanti diverse tematiche, quali environmental, reporting, corporate governance e social responsibility.	III
	Gestione attiva Instagram e LinkedIn	Ha diffuso consapevolezza e promosso la cultura della CSR attraverso canali social, quali la pagina LinkedIn e il profilo Instagram.	III
	Iscrizione ad almeno un master	Ha partecipato a formazioni specifiche per accrescere le competenze del team.	IV
	Concludere almeno 4 progetti CSR	Ha concluso 5 progetti CSR e iniziato diversi percorsi che si svilupperanno nel corso del 2025.	I, III
	Proseguire il progetto Ecofeste con il comune di Passirano	Ha continuato il progetto con il Comune di Passirano per realizzare un protocollo di Ecofeste: nel corso del 2024, sono state realizzate un totale di 8 sagre.	III, VI
	Ampliare il pacchetto welfare	Ha introdotto nuove iniziative di welfare aziendale per il team, con l'obiettivo di promuovere benessere, conciliazione vita-lavoro e un ambiente professionale positivo.	IV
	Collaborazione con fornitori da filiera sostenibile	Ha coinvolto diverse Cooperative Sociali che implementano progetti di integrazione di categorie fragili nella realizzazione dei prodotti sostenibili.	I, II, VI
	Effettuare la valutazione d'impatto	Ha effettuato la valutazione di impatto come Società Benefit attraverso il B Impact Assessment (BIA).	IV
	Organizzare webinar e incontri gratuiti informativi	Ha organizzato un webinar gratuito rivolto agli studi di commercialisti, per approfondire gli obblighi introdotti dalla Direttiva CSRD. Ha organizzato, in collaborazione con Space Work e Fuori Campo, l'evento "Rendi visibile l'invisibile", dedicato al tema della sostenibilità inconsapevole, per sensibilizzare le imprese sull'importanza di riconoscere, valorizzare e comunicare le buone pratiche già in atto.	III



6. VALUTAZIONI DEL NOSTRO IMPATTO

PERCHÉ CALCOLARE L'IMPATTO?

Essere una Società Benefit significa perseguire finalità di beneficio comune insieme agli obiettivi economici tradizionali. Significa impegnarsi ad operare in modo **responsabile, sostenibile e trasparente** nei confronti di persone, comunità, territori, ambiente, beni culturali e sociali, enti e associazioni.

Per NHABI, misurare il proprio impatto è un passaggio imprescindibile: ci permette di monitorare il valore creato, individuare aree di miglioramento e agire con coerenza rispetto alla nostra missione. Calcolare l'impatto significa trasformare la sostenibilità in un impegno concreto, rendicontato e verificabile, rafforzando la fiducia con tutti i nostri Stakeholder.

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. Le diverse aree del BIA sono correlate agli SDGs dell'Agenda 2030 dell'ONU per meglio identificare i punti di forza dell'azienda, le opportunità di crescita e di sviluppo, ma anche gli ambiti in cui dovrebbe concentrare i suoi sforzi per migliorare l'impatto sull'ambiente, le persone e la comunità in cui opera.



AREE DI VALUTAZIONE DELL'IMPATTO 2024

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 2024

Di seguito viene riportato il risultato dell'analisi dell'impatto complessivo di NHABI riferito all'anno 2024. L'auto valutazione di sintesi è stata ottenuta utilizzando lo standard internazionale **B Impact Assessment (BIA)** della non profit B Lab.

75.7

Punteggio complessivo: B Impact Score NHABI 2024

Data di fine dell'anno fiscale 31 dicembre 2024



74.3

Punteggio complessivo: B Impact Score NHABI 2023

Data di fine dell'anno fiscale 31 dicembre 2023



72.1

Punteggio complessivo: B Impact Score NHABI 2022

Data di fine dell'anno fiscale 31 dicembre 2022

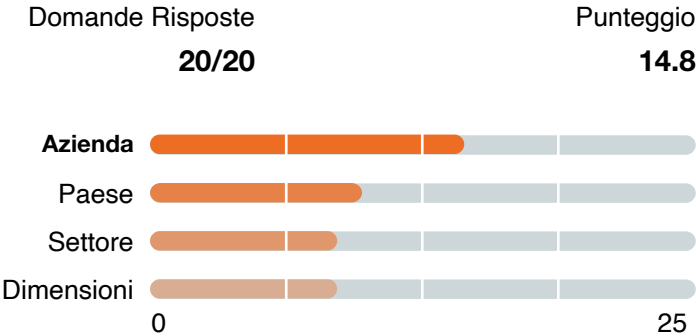


NHABI HA OTTENUTO UN PUNTEGGIO COMPLESSIVO DEL BIA PARI A 75.7 PUNTI, MIGLIORANDO DI 1.4 PUNTI RISPETTO AL 2023.



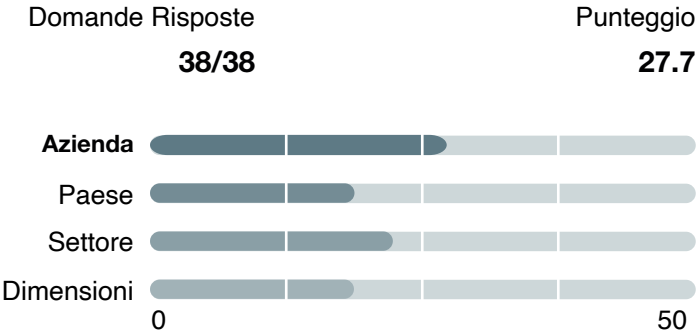
GOVERNANCE

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



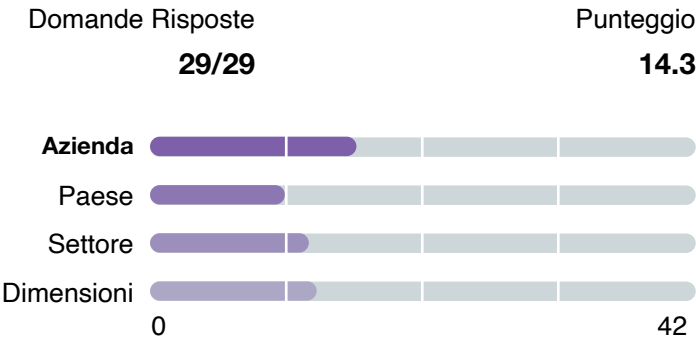
LAVORATORI

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



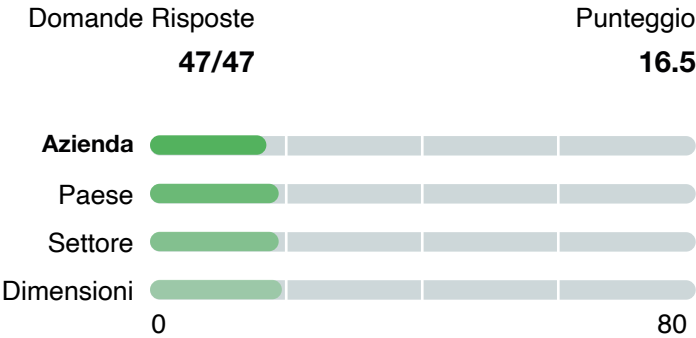
COMUNITÀ

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



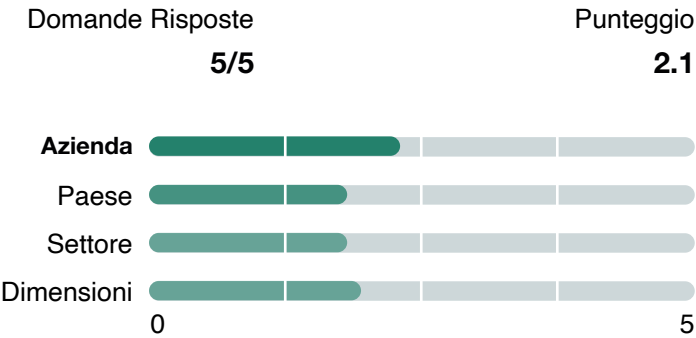
AMBIENTE

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



CLIENTI

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



7. OBIETTIVI PER IL 2025

Per il 2025, NHABI si impegna a mantenere e migliorare gli obiettivi raggiunti nel 2024 e a perseguire gli obiettivi di seguito indicati, finalizzati ad aumentare l'impatto nelle diverse aree di interesse.

OBIETTIVO	TARGET 2025	KPI	CONTRIBUTO ESG	FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE (vedi pag 11)
 Aiutare le imprese tradizionali a diventare brand sostenibili	Concludere almeno 5 progetti in materia di Corporate Social Responsibility	Quantitativo	E environmental S social G governance	I, III
 Diffondere le tematiche sulla sostenibilità	Continuare a organizzare incontri gratuiti e momenti informativi	Quantitativo	E environmental S social G governance	III
 Diffondere consapevolezza sulle tematiche CSR	Redigere mensilmente almeno 3 articoli divulgativo-esplicativi per il CSR Magazine	Quantitativo Qualitativo	E environmental S social G governance	III
 Diffondere consapevolezza attraverso canali social	Gestire attivamente il profilo Instagram e la pagina LinkedIn	Qualitativo	E environmental S social G governance	III
 Realizzare prodotti 100% sostenibili	Instaurare collaborazioni con fornitori certificati per stoffe, etichette, tessuti, carta e produzione dei prodotti	Qualitativo	E environmental S social	I, II, VI
 Formare il team	Investire sulla formazione continua dei dipendenti attraverso l'iscrizione ad almeno 1 corso di master	Quantitativo Qualitativo	S social	IV

	Sensibilizzare gli studenti sulle tematiche ESG	Avviare una collaborazione con almeno una scuola del territorio	Quantitativo	S social G governance	III, V
	Ampliamento organico	Assumere almeno una nuova risorsa per il team nel corso dell'anno	Quantitativo	S social G governance	VI
	Migliorare la sostenibilità degli spazi di lavoro	Completare il trasloco nella nuova sede, riquilibrata secondo criteri ambientali	Qualitativo	E environmental S social	I
	Rafforzare il benessere interno	Ampliare il pacchetto di welfare aziendale per il team	Qualitativo	S social G governance	VI
	Ascoltare e coinvolgere gli Stakeholder	Strutturare un questionario di ascolto rivolto agli Stakeholder	Qualitativo	G governance	III
	Contribuire a progetti ambientali esterni	Attivare almeno una nuova collaborazione su un progetto di tutela ambientale	Quantitativo	E environmental G governance	I, VI



NOTE FINALI

La Relazione d'Impatto 2024 rappresenta per NHABI uno strumento fondamentale per valutare e comunicare gli effetti delle proprie azioni sulle persone, sull'ambiente e sulle comunità con cui interagiamo. Attraverso un processo di analisi rigoroso e trasparente, abbiamo potuto rafforzare il nostro impegno verso una gestione responsabile, orientata al benessere collettivo e allo sviluppo sostenibile.

Guardando al futuro, NHABI si propone di perseguire obiettivi chiari e misurabili, con l'ambizione di contribuire attivamente alla riduzione degli impatti e alla creazione di valore condiviso. Ci impegniamo a sviluppare soluzioni innovative che rispondano in modo concreto alle sfide ambientali, sociali ed economiche contemporanee, mantenendo saldi i nostri valori fondanti.

Attraverso il continuo utilizzo del Benefit Impact Assessment (BIA), continueremo a monitorare gli impatti delle nostre attività e a definire annualmente nuovi indicatori chiave 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.

La presente Relazione di Impatto 2024 viene pubblicata sul sito internet di NHABI (www.nhabi.it) e comunicata a tutti i dipendenti e gli Stakeholder della Società.

The background of the entire page is a vibrant green with a complex, marbled texture. The patterns resemble natural stone or wood grain, with various shades of green and white creating a dynamic, organic look.

NHABI®
SUSTAINABILITY CREATORS

NHABI Srl Società Benefit
Via Armando Diaz, 7 - Passirano, 25050 (BS)