

NEXT SOCIAL COMMERCE

IMPRESA BENEFIT



Valutazione
d'impatto

2020

ATTIVITÀ. OBIETTIVI. RELAZIONE
SUL BENE COMUNE

SOMMARIO

NEXT SOCIAL COMMERCE

03 ANNO 2020

04 LE ATTIVITÀ

GIOOSTO

05 GIOOSTO L'ECOMMERCE DEDICATO ALLE
IMPRESE SOSTENIBILI

07 IL LAVORO IN RETE COI PRODUTTORI

08 LE ATTIVITÀ DI SENSIBILIZZAZIONE

11 BENEVENTO, MAGAZZINO PLASTIC FREE AD ALTO
TASSO DI INCLUSIONE



DISTRETTO DIFFUSO

13 IL DISTRETTO DIFFUSO

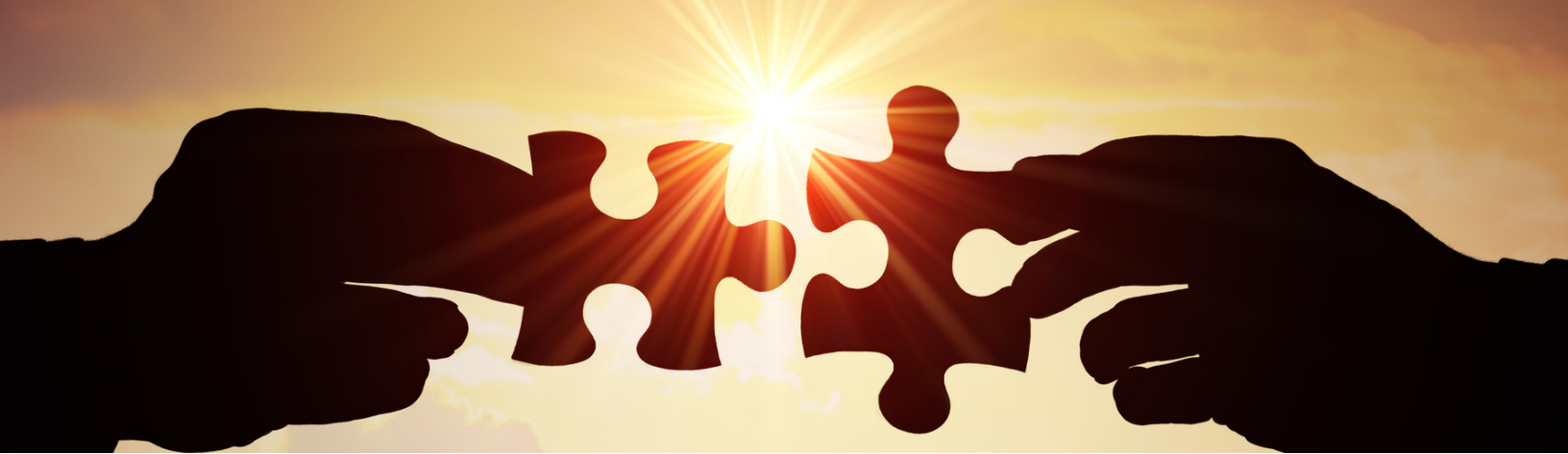
VALUTAZIONE D'IMPATTO

15 LA METODOLOGIA

17 IL QAP DI NEST SOCIAL COMMERCE

22 CONCLUSIONI





NEXT SOCIAL COMMERCE ANNO 2020

Next Social Commerce chiude il suo primo anno di attività nel bel mezzo di una situazione pandemica che ha sconvolto non solo l'Italia ma tutto il mondo, portando effetti imprevisi in tutto il sistema economico, nazionale e internazionale.

Operando sulla base del paradigma dell'Economia Civile, il modello di sviluppo di Next Social Commerce è finalizzato allo sviluppo dell'economia reale e non alla speculazione, con un approccio incentrato sulle persone e sull'ambiente e non sulla massimizzazione del profitto, attento alle generazioni future e allo sviluppo sostenibile.

La società proprietaria di Gioosto, il primo ecommerce italiano interamente dedicato alle imprese sostenibili e ai loro prodotti ha portato avanti la sua mission come impresa benefit operando per la valorizzazione delle persone, delle specificità delle aziende partner, il consolidamento delle comunità interessate dalla sua azione imprenditoriale.

Grazie all'utilizzo della tecnologia a disposizione e di un approccio di rete è stato possibile sviluppare azione online e offline in maniera sinergica e integrata, portando ad una maggiore diffusione modelli di business e stili di vita sempre più orientati alla sostenibilità.

Sui temi del consumo e della produzione responsabile esiste una grande opportunità per allargare il bacino di domanda da parte di cittadini sempre più attenti a requisiti sociali e ambientali di un'azienda e cogliere occasioni di sviluppo sui mercati esteri.

Per i piccoli produttori, soprattutto lavorando in rete, è possibile abbattere distanze e barriere commerciali, allargando gli orizzonti anche a mercati altrimenti difficili da raggiungere.

Le aziende che riescono a lavorare in sinergia con altre e ad accogliere la variabile tecnologica sono fortemente candidate a essere imprese innovative: le tecnologie digitali puntano al miglioramento dell'efficienza o alla riduzione dei costi diretti e indiretti di produzione mentre un sistema basato sulla condivisione di expertise e opportunità allarga le possibilità di acquisire nuove quote di mercato.

Next Social Commerce chiude il 2020 con all'attivo un impegno concreto su entrambi i versanti, sia per l'utilizzo delle tecnologie digitali che dallo sviluppo di progettualità di rete.

**Collaborazione,
sostenibilità e
lavoro in rete**

LE ATTIVITÀ

Next Social Commerce persegue i fini statutari sviluppando diverse linee di intervento in tutta Italia, con particolare attenzione per il coinvolgimento attivo di soggetti in situazione di svantaggio presso la sede operativa di Benevento.

Le attività che Next Social Commerce ha sviluppato nel corso del 2020 sono:

- ecommerce Gioosto e lavoro in rete con i produttori
- magazzino e logistica presso la sede operativa di Benevento
- Distretto Diffuso di produzione mascherine



GIOOSTO, L'ECOMMERCE DEDICATO ALLE IMPRESE SOSTENIBILI

Secondo l'indice DESI 2020 elaborato dalla Commissione Europea, l'Italia è 25ma in Europa nel processo di digitalizzazione, collocandosi in una posizione migliore solo di Romania, Grecia e Bulgaria. Il Digital Economy and Society Index (DESI) monitora una serie di parametri per misurare il livello di digitalizzazione dei paesi europei in cinque macro aree: connettività (25% dell'indice), competenze digitali (25% dell'indice), uso di internet da parte dei singoli (15% dell'indice), integrazione delle tecnologie digitali da parte delle imprese (20% dell'indice) e servizi pubblici digitali (15% dell'indice). Sulle competenze digitali e il capitale umano l'Italia è ultima nel panorama europeo.

La digitalizzazione per le imprese italiane rappresenta un'opportunità ancora da sfruttare a pieno e un importante mezzo per far conoscere ad un pubblico sempre più vasto quanto un approccio sostenibile, sia di produzione che di consumo, può generare cambiamento positivo nel sistema economico locale e nazionale.



Le opportunità
del digitale

I RISULTATI RAGGIUNTI

Le attività realizzate nel corso del 2020 hanno raggiunto clienti e persone potenzialmente interessate, sulla scia di proseguire nel lavoro di diffusione e contaminazione sui temi della sostenibilità.

Sito e vendite

86495

VISITE

95151

SESSIONI

1297

CLIENTI

1,45%

TASSO DI CONVERSIONE ANNUALE

1609

CLIENTI

54,09 €

TASSO DI CONVERSIONE ANNUALE

1,24 ordini
per cliente

1 PERSONA SU 8 DIVENTA
CLIENTE ABITUALE



LIVE



Community

2995

FOLLOWER FACEBOOK

325

FOLLOWER TWITTER

1452

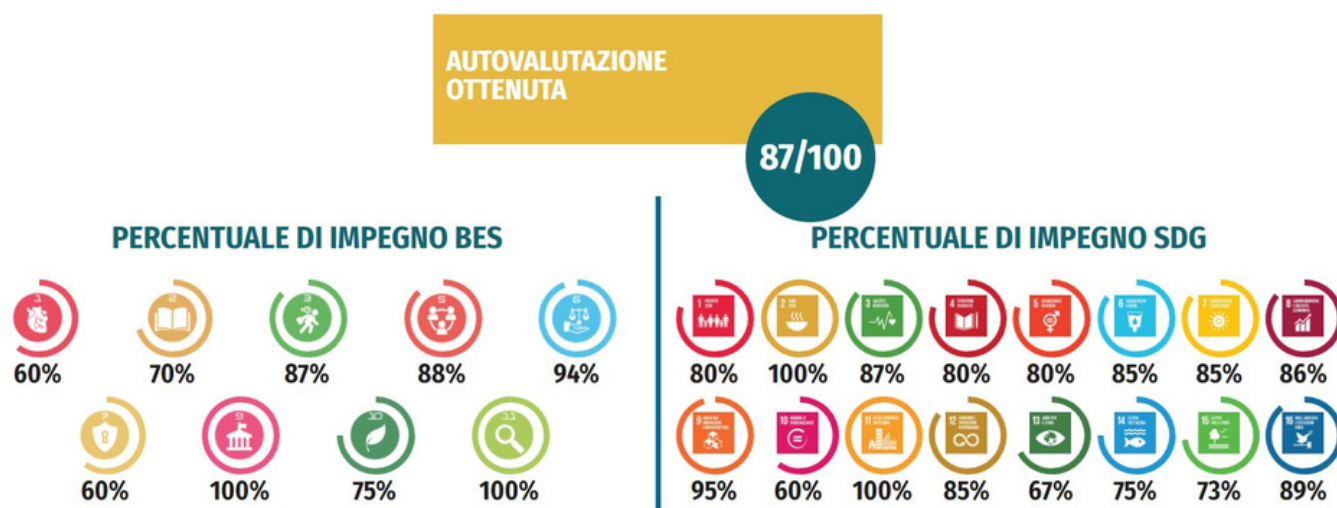
FOLLOWER INSTAGRAM

IL LAVORO IN RETE COI PRODUTTORI

Le aziende presenti in piattaforma a dicembre 2020 sono 41 e provengono da tutte le regioni italiane, fornendo una fotografia colorata e dinamica delle realtà a vocazione socio-ambientale attive nel nostro paese. La richiesta di adesioni alla piattaforma è in costante aumento: sono sempre di più le aziende che chiedono di essere inserite in un percorso utile non solo ad aumentare le vendite ma anche per costruire progettualità condivise.

La selezione della aziende avviene grazie al NeXt Index, l'indice sintetico che riporta al suo interno l'impegno di sostenibilità sociale e ambientale di ogni impresa.

L'indice si avvale dell'Autovalutazione Partecipata 2.0, una metodologia elaborata per far emergere la sensibilità delle imprese in campo sociale, ambientale ed economico, selezionando indicatori già esistenti e reputati più significativi dal Comitato Tecnico Scientifico di NeXt.



Il NeXt Index elabora e sintetizza 30 indicatori divisi in 6 aree tematiche. Sono stati selezionati a partire dai 12 domini del BES – Benessere Equo e Sostenibile, integrati con le altre esperienze realizzate dalla compagine associativa di NeXt, composta da oltre 40.

A livello internazionale sono stati presi in esame gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 come orizzonte e prospettiva sulla quale elaborare soluzioni possibili ai problemi sociali e ambientali di un'impresa e di un territorio.

Con il portale Gioosto.com si è svolta la prima sperimentazione di un'autovalutazione per una piattaforma multimediale che è stato un primo passo per acquisire consapevolezza dello stato dell'arte in ambito sostenibile nel settore dell'e-commerce e della logistica, creando una base solida di partenza per un bilancio sociale trasparente, che punta al miglioramento di settori complessi e in continua evoluzione.

LE ATTIVITÀ DI SENSIBILIZZAZIONE

Formazione al consumo responsabile e all'economia circolare, l'esperienza di Gioosto e dei suoi produttori è stata portata come esempio in diversi appuntamenti online in collaborazione con organizzazioni di rilevanza nazionale, assieme ad una campagna di comunicazione per far conoscere sempre di più il brand Gioosto e i suoi produttori.

I Cash Mob Etici con NeXt Nuova Economia per Tutti

In collaborazione con il socio NeXt Nuova Economia per Tutti sono stati realizzati due Cash Mob Etici che, data la situazione pandemica, si sono avvalsi della piattaforma Gioosto per convogliare le azioni di consumo responsabile:

- 29 aprile 2020 - Cash Mob Etico con Fim-Cisl
- 29 novembre 2020 - Cash Mob Etico con Palazzo delle Esposizioni di Roma, Focsiv e Consorzio Sale della Terra.

Cash MOB Etico
VOTO COL PORTAFOGLIO
NEXT

INFORMATI ACQUISTA CONDIVIDI

Il 29 aprile NeXt e Fim/Cisl di nuovo insieme per il Cash Mob Etico online!
Dalle 10 VOTO COL PORTAFOGLIO in tutta Italia, per promuovere il consumo responsabile quotidiano, in diretta streaming con Marco Bentivogli, segretario Generale Fim/Cisl e Leonardo Becchetti, co-fondatore NeXt, moderati da Elisabetta Soglio caporedattrice Corriere Buone Notizie. Ospiti dell'evento le aziende sostenibili metalmeccaniche: Magna Getrag, Tecnocap e Zant. Interviene Skilla Amicucci Formazione.

29.APR.20

Condividi sui social #VotocolPortafoglio #CashMobEtico!

SCOPRI LE BUONE PRATICHE SU NEXTECONOMIA.ORG

Logos: ARCE, albraguardia, CARTIERA, Consorzio Sale della Terra, EYE ON, EQUO, FIMCISL, GIOOSTO, LA SEMENTE, MADERA, MUGONIA, mercato CIRCOLO, orto, skilla, WUULS, zant.

gioosto LO SHOPPING SOSTENIBILE
FOODMIDABLE EATING AT HOME

presentano
A GOOD FRIDAY!

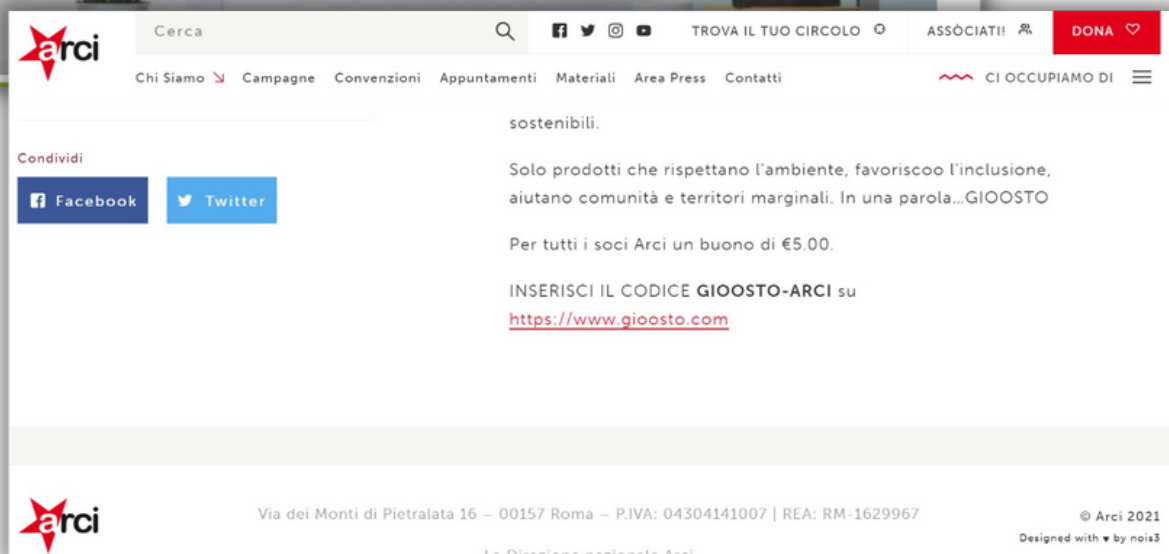
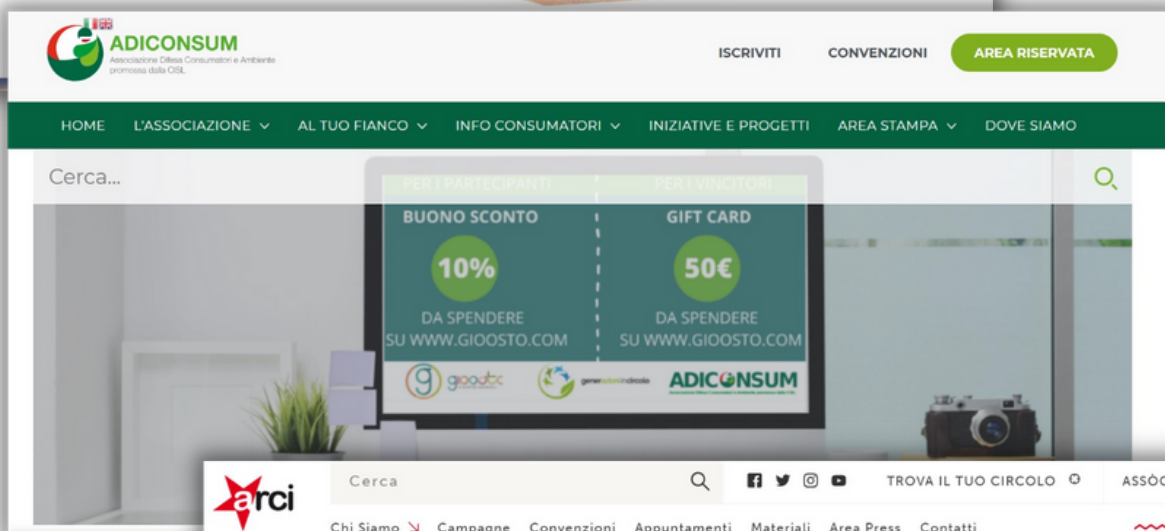
CONSUMO RESPONSABILE, BUON CIBO E RICETTE DA TUTTA ITALIA
CON GLI CHEF ALESSANDRO CIRIELLO A ROMA, DIEGO SCARAMUZZA A VENEZIA E PASQUALE BASILE A BENEVENTO.

**Venerdì 27 novembre
ore 12,30
pagina Facebook di Gioosto**

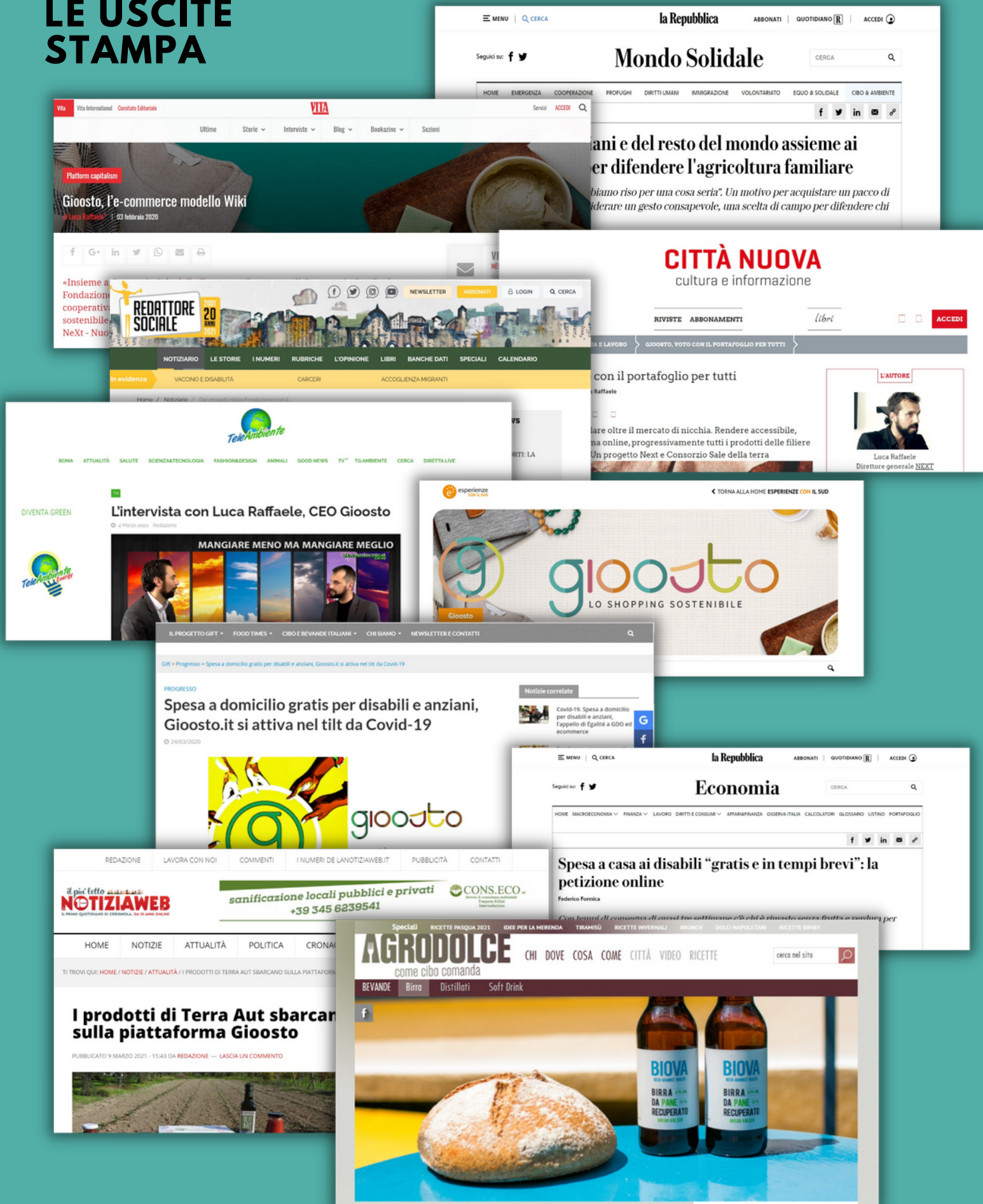
IN COLLABORAZIONE CON
sale della terra **focsiv** Volontari nel mondo

Le collaborazioni attivate

Nel corso dell'anno sono state attivate una serie di collaborazioni e accordi con organizzazioni e imprese per la diffusione delle proposte sostenibili presenti in piattaforma. Tra le collaborazioni attivate Adiconsum, ARCI, Archa Enel. Ai soci è riconosciuto uno sconto percentuale per gli acquisti in piattaforma, senza limitazioni sul numero di acquisti.



LE USCITE STAMPA



BENEVENTO, MAGAZZINO PLASTIC FREE AD ALTO TASSO DI INCLUSIONE

I percorsi di inclusione

Il magazzino di Benevento gestisce le mille referenze presenti in piattaforma da oltre 40 produttori, approntando gli ordini dei clienti e spedendoli in tutta Italia. La struttura di oltre 300 mq ospita il deposito delle merci, il bancone per l'allestimento e una consolle per l'accettazione all'ingresso.

Il lavoro di carico e scarico merci, di imballaggio e logistica ha richiesto l'assunzione a tempo pieno di un collaboratore. La scelta è ricaduta su una persona specializzata over 50 a rischio espulsione dal mondo del lavoro che grazie a questo impiego è riuscita a valorizzare le proprie competenze e uscire da una situazione psicologicamente pesante.

Sempre nell'ottica di prediligere l'inserimento di personale in situazione di difficoltà per tutte quelle mansioni che lo consentono, è stato scelto di potenziare lo staff di magazzino durante il periodo natalizio con 3 ragazze provenienti dal progetto di recupero di Casa Betania contro la tratta.

Inclusione attraverso:

- inserimento lavorativo over 50
- inserimento lavorativo vittime di tratta





Spedizioni plastic free

Dal punto di vista ambientale e secondo una logica di economia circolare, Next Social Commerce cerca di ridurre al minimo l'utilizzo della plastica, in particolare quella monouso. Per quanto riguarda il packaging è stata scelta una linea completamente plastic free, e grazie alla collaborazione con Raja, leader nelle forniture di materiali per imballaggio e spedizione, sono stati scelti materiali in carta riciclata.

In ogni spedizione Gioosto tutto il packaging è in carta: dal materiale riempitivo anti-urto, allo scotch di chiusura dei colli prima di ogni spedizione.

Le spedizioni sono realizzate con il vettore DHL con il quale è stata attivata l'offerta Go Green, per ridurre l'impatto ambientale dei veicoli utilizzati per lo spostamento delle merci, favorendo l'impiego di un parco mezzi ibridi o elettrici.

Anche la filiera del reso è pensata per ridurre l'impronta ecologica dei prodotti spediti dal cliente al magazzino, che rischiano di andare al macero e aumentare l'inquinamento, prevedendo sia una corretta informazione della sostenibilità del reso, che la possibilità di utilizzare filiere locali, collegate Caritas, alle quali fare una donazione.

IL DISTRETTO DIFFUSO

Il progetto nasce subito dopo lo scoppio della pandemia sotto la guida di Next Social Commerce per produrre un bene fondamentale e in quel momento non disponibile sul mercato nazionale e, allo stesso tempo, tutelare quelle imprese sociali e cooperative tessili che rischiavano la chiusura. Sono state riunite 36 imprese e fino a 572 lavoratori nella prima fase di prototipazione, che hanno deciso di mettersi insieme, lavorare fianco a fianco per tutelare posti di lavoro e produrre un "bene comune" a sostegno del Paese.

La mascherina Social Mask è stata frutto della condivisione di know-how, esperienze e competenze che hanno permesso la realizzazione di un prodotto di alta qualità e sostenibile: tipo IIR lavabile 10 volte, garantisce il massimo livello di efficacia di BFE e dei parametri previsti per ottenere lo standard 14683:2019 e la marcatura CE.

Sono 132 le persone impiegate nella produzione e confezionamento delle mascherine Social Mask, tra cui 22 disabili fisici e mentali e altre 17 in situazioni di fragilità. Gli utili del progetto serviranno per avviare dei percorsi complementari e paralleli con le lavoratrici e i lavoratori coinvolti nel Distretto Diffuso e per consolidare le realtà tessile che in questo modo non hanno chiuso ma investito in un reale processo di riconversione industriale, umana e ambientale.

Uno studio dell'Università di Roma La Sapienza è in corso per stimare la riduzione dell'impatto ecologico di una mascherina lavabile rispetto a quelle monouso. I primi dati dimostrano come l'impronta ecologica di Social Mask sia meno della metà rispetto a quelle monouso tradizionali.

Il Distretto Diffuso che è stato creato proseguirà la sua attività oltre la commessa e potrà garantire la produzione di altri prodotti che tengono sempre conto del rispetto del lavoro e della tutela dell'ambiente.



1 Distretto Diffuso
36 Imprese
572 Lavoratori



I NUMERI DEL DISTRETTO

Fase 1 - prototipazione

36

IMPRESE

572

LAVORATORI

Fase 2 - produzione

119

LAVORATORI

22

DISABILI MENTALI E/O
FISICI

17

SITUAZIONI DI FRAGILITÀ

35

PRIMA OCCUPAZIONE



7.800.000

MASCHERINE
PRODOTTE



Impatto ambientale

- 50%

CO2 PRODOTTA RISPETTO
A MASCHERINE MONOUSO

22,41

CHILOTONNELLATE DI
PLASTICA RISPARMIATA

LA VALUTAZIONE D'IMPATTO

La metodologia

La metodologia con la quale saranno misurati gli impatti generati prenderà come modello di riferimento quanto elaborato da NeXt - Nuova Economia per Tutti: NeXt Impact. Il valore aggiunto di tale metodologia risiede nel fatto che oltre a porre in evidenza il ritorno sociale dell'investimento (modello SROI), misura l'impatto generato in termini di miglioramento del benessere multidimensionale del territorio e dei beneficiari coinvolti per il tramite di appositi questionari somministrati ex-ante ed ex-post.

La valutazione di impatto sociale NeXt Impact supera la visione esclusivamente economica proposta da altri metodi di valutazione come lo SROI. Essa è definita come la capacità di un progetto di continuare a garantire il flusso di benefici (la generazione di benessere multidimensionale sul territorio) anche dopo la sua conclusione.

Tale sostenibilità deve:

- essere costruita sin dalla fase di progettazione;
- tener conto del capitale multidimensionale del territorio;
- richiedere il coinvolgimento della rete di sostegno.

NeXt Impact propone il collegamento esplicito dell'azione progettuale con gli SDGs, ritenendo che un miglioramento del benessere multidimensionale in chiave BES è possibile solo con l'attivazione di processi di sviluppo sostenibile intenzionali.

Ulteriore elemento innovativo è la partecipazione costante e incisiva degli stakeholder diretti e indiretti (i Comuni coinvolti e le organizzazioni non profit aderenti) in tutte le fasi della valutazione d'impatto, ivi incluse quelle connesse alla determinazione delle proxy finanziarie, della percentuale di deadweight, di attribution e di drop-off funzionali alla determinazione dello SROI. Il collegamento con i domini del BES e con gli SDGs permetterà inoltre di andare a calcolare il ritorno multidimensionale dell'investimento a livello aggregato.

La progettazione/pianificazione strategica e la valutazione sono facce diverse e complementari che danno vita all'unico prisma del processo di cambiamento e in quanto tali devono adottare un unico linguaggio progettuale/valutativo, capace di metterle in relazione favorendo la costruzione di una rete partecipata di economia civile.



In questo senso, la progettazione esecutiva che verrà realizzata nei primi mesi del progetto è un tassello fondamentale del processo valutativo, in cui saranno esplicitati accanto agli obiettivi di progetto anche quelli per generare un cambiamento a lungo termine dalla collaborazione di tutta la rete partenariale.

L'adozione del metodo del Quadro Logico permette di integrare, sempre nella prospettiva di processi di sviluppo sostenibile orientati alla generazione di un miglioramento delle condizioni di benessere multidimensionale, gli elementi di progettazione, quali: obiettivi generali e specifici; costi; risultati; attività; risorse.

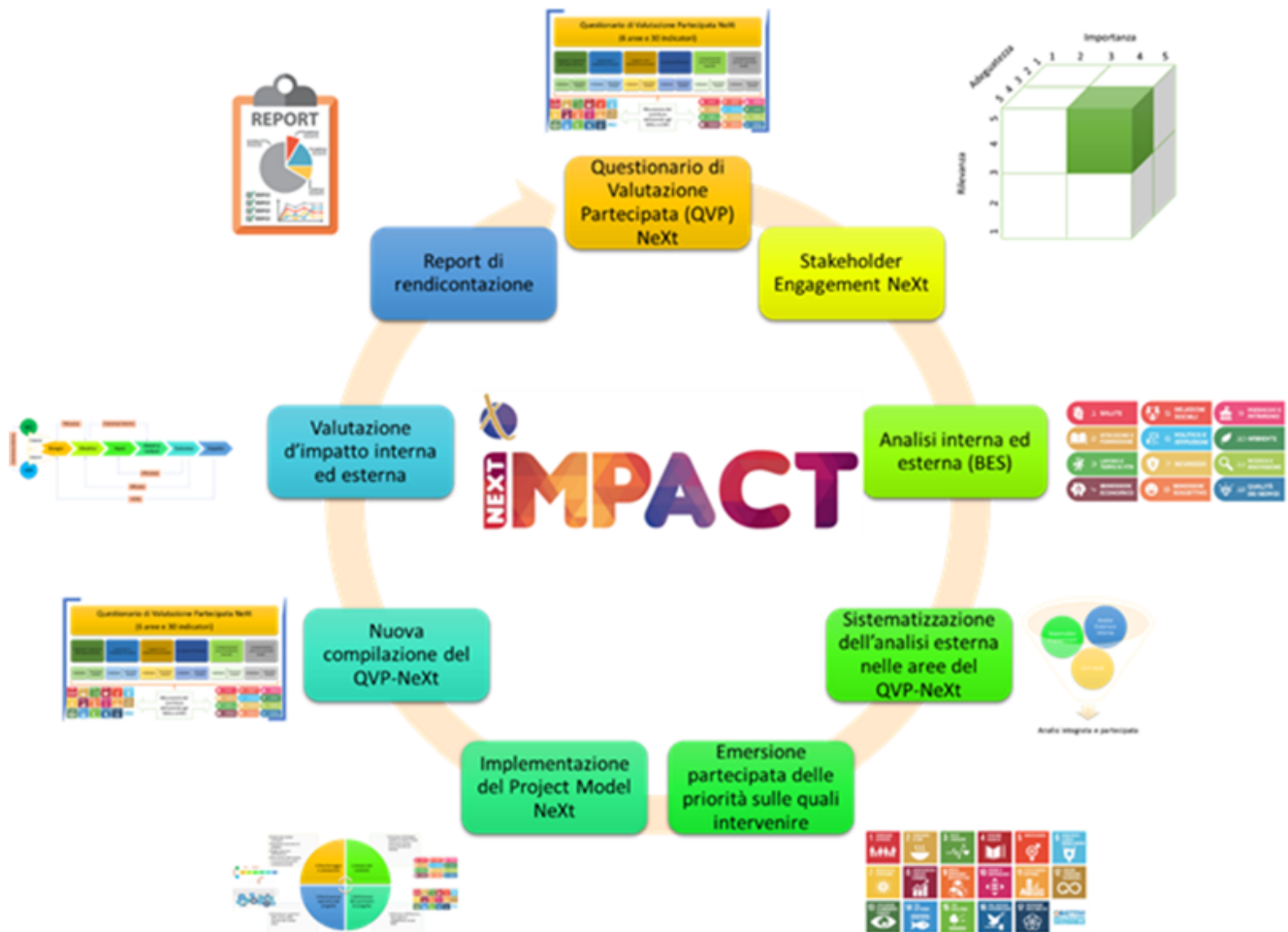
L'orientamento verso una co-progettazione sostenibile, quindi, per generare impatti sul benessere multidimensionale, non si estrinseca esclusivamente attraverso prestazioni, ma relazioni, contribuendo a creare un tessuto

tramite cui la comunità si riappropria di diritti, cultura e spazi sociali.

La co-creazione di capitale multidimensionale (sociale, ambientale, economico, umano e istituzionale), favorendo il suo sviluppo e andando oltre l'orizzonte del solo bene materiale.

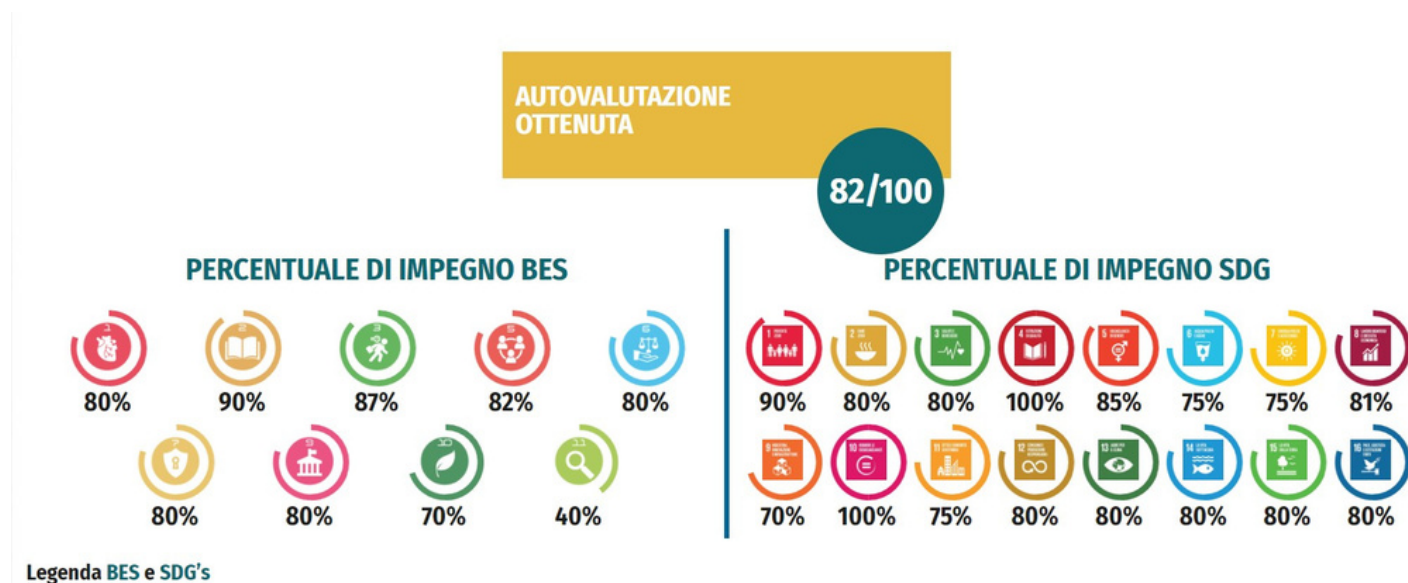
L'elaborazione di una valutazione d'impatto con metodo NeXt Impact ha un triplice significato:

- educativo (del progetto), con riferimento alla capacità delle persone di imparare a collaborare insieme rispettandosi;
- sociale, con riferimento alla capacità delle persone di unire le proprie forze in vista di un obiettivo comune;
- politico-territoriale, con riferimento alla capacità delle persone di progettare a partire da una lettura del proprio territorio, facendo riferimento alle politiche territoriali e alle criticità locali.



Il QAP di Next Social Commerce

Il NeXt Index prevede la compilazione di un Questionario di Autovalutazione Partecipata (QAP), nella sua forma oggettivata 2.0, da aggiornare ogni 6 mesi sulla base di strategie, attività e documenti pubblici prodotti. Questa è una prima rendicontazione non finanziaria delle strategie di sostenibilità applicate dalle aziende e che è stata compilata per Next Social Commerce, restituendo il quadro dell'impegno socio-ambientale dell'azienda.



Il questionario è diviso in 6 aree:

- 1 — l'azienda e il governo dell'organizzazione;
- 2 — le persone e l'ambiente di lavoro;
- 3 — i rapporti con i cittadini;
- 4 — la catena di fornitura;
- 5 — i comportamenti verso l'ambiente naturale;
- 6 — i comportamenti verso la comunità locale.

Ogni area è composta da 5 indicatori, collegati al BES e agli SDGs dell'Agenda 2030 e viene validata dal Comitato Scientifico di NeXt per la sua successiva pubblicazione.

Il percorso di autovalutazione attraverso dati oggettivi permette un confronto nel tempo e nello spazio basato su elementi che superano la discrezionalità interpretativa, spesso non suffragata da adeguata documentazione e dalle differenti sensibilità dei soggetti che materialmente compilano il questionario.

Ripetuto a distanza di 12 mesi il QAP è uno strumento agile e intuitivo per realizzare una prima indagine sulle variazioni di area o di singolo indicatore e impostare un più approfondito lavoro di valutazione d'impatto. La prima compilazione del QAP è stata effettuata nel corso del 2020 e verrà ripetuta nell'esercizio 2021, registrando gli scostamenti sulle aree e sui singoli indicatori.

Trasparenza dei soci e della provenienza del capitale

Motivazione: Sono presenti 3 soci nella compagine aziendale con evidenza dei loro contributi e delle loro eventuali attività

5



Cultura e sistemi di contrasto all'illegalità e alla corruzione

Motivazione: Next Social Commerce realizza incontri di sensibilizzazione con la rete dei suoi prodotti e con le associazioni ad essa collegate per sensibilizzare cittadini, ed in particolare, giovani, alla cultura della legalità. L'impegno prevede una fase anche laboratoriale per sperimentare idee e progetti per contrastare la corruzione in tutti i suoi ambiti.

4



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

Motivazione: Ognuna delle strategie e la relazione di impatto impostata ogni anno, non solo tiene conto delle analisi e dei questionari di benessere svolta con fornitori e dipendenti ma prevede delle concrete ricadute sociali e ambientali a favore degli stakeholder principali coinvolti nella filiera di approvvigionamento.

4



Partecipazione e collaborazione dei lavoratori alle scelte strategiche dell'azienda

Motivazione: Ogni lavoratore è informato delle scelte strategiche prese dall'azienda e contribuisce a migliorare queste scelte, intervenendo attivamente in incontro e riunioni dedicate (1 ogni 3 mesi)

4



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

Motivazione: Il vertice dell'azienda non percepisce stipendio e i collaboratori e dipendenti hanno una retribuzione equa rispetto al ruolo e all'orario svolto

5



▲ LE PERSONE E L'AMBIENTE DI LAVORO

Clima di lavoro collaborativo, partecipato e solidale

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

5



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

Motivazione: Ogni lavoratore è rispettato ed equamente retribuito, tenendo conto anche dell'attività di inclusione sociale che viene realizzata all'interno del magazzino situato a Benevento (inclusione verso persone disabili e/o con fragilità sociali)

5



Dai un'occhiata a un
giorno nella vita dell'artista
buddista Stella Roberti

Motivazione: Non è applicabile avendo solo 1 dipendente ma il dialogo e il confronto con CISL, CGIL e UIL è costante, ricercato e fondamentale per lo sviluppo dell'impresa

3



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

Motivazione: Essendo un'attività legata alla produzione e al sistema di stoccaggio dei prodotti nel territorio lo smart working non viene esercitato in tutta la sua potenzialità per il momento.

3



Sviluppo professionale dei lavoratori, tramite riconoscimento delle competenze e delle esperienze personali

Motivazione: Sono previsti corsi di aggiornamento professionali, oltre gli obblighi di legge, per dipendenti e collaboratori continuativi

4



^ I RAPPORTI CON I CITTADINI/CONSUMATORI

19/25

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.)

Motivazione: I clienti sono sempre informati e ascoltati. Il dialogo avviene in particolar modo sul sito Gioosto e attraverso il canale delle web mail. I questionari di gradimento sono previsti ma da migliorare ulteriormente

4



Informazione completa e documentata ai clienti sulla sostenibilità dei prodotti, con attenzione all'intera filiera di approvvigionamento, e dei processi produttivi

Motivazione: Ogni prodotto e produttore contiene le informazioni sulla loro sostenibilità, così come ogni attività di Next Social Commerce è poi rendicontata nel Bilancio di impatto previsto ogni anno

5



Motivazione: Le attività di crowdsourcing volte a favorire l'innovazione si processo e di prodotto non sono applicate costantemente

2



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

Motivazione: Ogni reclamo viene gestito dal responsabile CRM che trova la migliore soluzione possibile e monitorare il livello di soddisfazione anche post acquisto

4



Per l'impresa B2B, controllo della correttezza delle destinazioni d'uso finale dei prodotti. Per l'impresa B2C, condivisione di informazioni, corrette ed esaustive, sulla sostenibilità socio-ambientale presenti nel packaging dei prodotti.

Motivazione: Le etichette dei prodotti (B2C) sono corrette ed esaustive

4



Tracciabilità della catena di fornitura

Motivazione: Ogni fornitore principale è tracciato e visibile. Ogni fornitore secondario non è ancora reso pubblico

4



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

Motivazione: Ogni fornitore è scelto secondo criteri di sostenibilità ambientale e sociale

5



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

Motivazione: Viene fatto un controllo costante della documentazione/certificazioni previste dai fornitori

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.)

Motivazione: L'obiettivo dei patti è quello di non essere esclusivi pur mantenendo una durata lunga e una stabilità nel tempo

4



Rispetto dei principi dell'approvvigionamento equo e solidale per l'acquisto di prodotti grezzi o trasformati

Motivazione: Ogni collaborazione che viene realizzata con i fornitori e ogni acquisto conseguente viene svolto secondo i principi del fairtrade

4



I COMPORTAMENTI VERSO L'AMBIENTE NATURALE

Misure di contrasto al cambiamento climatico, per ridurre le emissioni inquinanti e climalteranti

Motivazione: La filiera del reso è stata pensata in chiave solidale per ridurre l'inquinamento delle spedizioni e azzerare il macero dei prodotti, attraverso la collaborazione avviata con Caritas Benevento e altri ETS

4



Approccio di economia circolare attraverso una corretta gestione degli imballi, scarti/rifiuti e riduzione delle materie prime utilizzate

Motivazione: La gestione dei rifiuti viene pensata dalla culla alla culla dato che i materiali utilizzati sono tutti eocompatibili e parte dei rifiuti prodotti viene utilizzato da laboratori partner per la realizzazione di nuovi prodotti

4



Programmi di riduzione dei consumi energetici e approvvigionamento da fonti rinnovabili

Motivazione: E' stato avviato un lavoro per l'utilizzo di energia rinnovabile all'interno del magazzino di stoccaggio

3



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

Motivazione: Al cittadino e ai collaboratori viene svolta un'attività di educazione ambientale attraverso sia laboratori didattici online che comunicazioni realizzate con i propri canali web

5



Consumo responsabile delle risorse naturali, dell'acqua e della terra/ suolo(ove previsto)

Motivazione: Ove previsto il consumo di acqua e risorse è ridotto al minimo

3



^ I COMPORTAMENTI VERSO LA COMUNITÀ LOCALE

22/25

Apertura e confronto, dell'attività aziendale e delle sue ricadute, con le comunità locali e i cittadini

Motivazione: Sono state realizzate diverse attività di rete nel territorio (in particolare in Lazio e Campania) ed è stato costruito il primo Distretto Diffuso in Italia <http://www.vita.it/it/story/2021/02/12/social-mask-le-mascherine-del-distretto-diffuso/387/>

5



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

Motivazione: Il dialogo è costante e collaborativo <http://www.vita.it/it/story/2021/02/12/social-mask-le-mascherine-del-distretto-diffuso/387/>

4



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

Motivazione: 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 buone pratiche locali

4



Promozione e incremento dell'occupazione stabile sul territorio

Motivazione: I soggetti coinvolti sono persone del territorio che hanno vulnerabilità e/o fragilità sociali

4



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

Motivazione: La creazione di Rete è realizzata sia online sul proprio e-commerce Gioosto che oggline attraverso il Distretto Diffuso

5



CONCLUSIONI

A cura di Leonardo Becchetti

Il 2020 è stato un anno pressoché irripetibile per la pandemia da Covid-19 che ha travolto l'Italia e il mondo intero e tutti gli eventi che, ha cascata, si sono verificati nel corso dei mesi. L'emergenza sanitaria che stiamo ancora oggi vivendo ha reso ancora più evidente come un sistema produttivo che guarda oltre il prezzo, per puntare ad un benessere ancora più conveniente, non solo è possibile ma è una delle poche alternative esistenti per non aumentare a dismisura le disuguaglianze e per garantire un livello dignitoso di vita alle persone, ad ogni latitudine.

L'attività economica di interi settori produttivi è stata paralizzata: trasporti, ristoranti, bar, gli interi comparti culturale, artistico e sportivo, gli eventi sono fermi da ormai 12 mesi e a cascata gli effetti negativi del calo di reddito in questi settori si sono poi trasmessi su tutti gli altri, generando una crisi economica nazionale e internazionale senza eguali nell'ultimo secolo. Solo i ristori e il congelamento della situazione occupazionale con la cassa integrazione e il blocco dei licenziamenti hanno consentito di limitare parzialmente i danni.

Non a caso in questi mesi difficili è diventata di moda una parola difficile come resilienza.

La resilienza è la capacità di adattarsi a situazioni difficili o a improvvisi cambiamenti, riprendendosi rapidamente da uno shock. Sono stati resilienti quei lavoratori e quelle imprese che hanno saputo reinventarsi adattandosi ai nuovi vincoli e alla nuova situazione, che hanno colto un'opportunità nella difficoltà.

Le mascherine ne sono un esempio.

Diventate essenziali nella vita quotidiana degli italiani, acquistare mascherine è diventato, in tempi di pandemia, un'attività strategica regolata dal committente pubblico che ha progressivamente modificato il suo modo di agire comprendendo appieno come il suo voto col portafoglio potesse diventare strumento di realizzazione anche di altri obiettivi sociali e ambientali.





La scelta di come approvvigionarsi ci ha fatto ancora una volta toccare con mano l'illusione che il prezzo minimo coincida con l'obiettivo del bene comune. Nel caso specifico il prezzo minimo significava approvvigionamento da fabbriche cinesi di mascherine usa e getta.

Oltre all'impossibilità di valutare effetti sociali ed ambientali, un bene diventato strategico può dipendere completamente da una produzione dislocata in un paese terzo? Non a caso il problema della scarsità dei prodotti si è manifestato proprio all'inizio della pandemia spingendo verso l'approvvigionamento di una quota importante di dispositivi ingaggiando aziende nazionali, dove il "voto col portafoglio" a prezzi modici del prodotto potesse anche coincidere con un effetto esterno positivo sociale ed ambientale.

Produrre le mascherine in Italia risponde all'esigenza di una maggiore indipendenza per un bene strategico, farlo in modo socialmente e ambientalmente responsabile è un vero e proprio investimento sulle persone e sul loro futuro.

La scelta coraggiosa di produrre mascherine certificate secondo i rigidi parametri normativi con un progetto di riconversione, di grande attenzione alla componente sociale e all'ambiente non arriva dai grandi player chiamati a rispondere a questa sfida. Arriva da una giovane e rivoluzionaria impresa sociale, in grado di creare una rete di piccoli produttori, fornitori di qualità, associazioni del territorio e fare squadra per costruire una filiera in grado di creare lavoro producendo in Italia mascherine riusabili e riciclabili.

Sono i progetti di rete, di collaborazione, di valorizzazione dell'expertise e delle capacità di lavoratori e aziende che animano Next Social Commerce in tutte le attività che realizza, non solo per il Distretto Diffuso, anche per l'e-commerce e le attività dedicate.

Valorizzare l'impegno delle imprese che con coraggio e passione affrontano la strada dell'economia civile è la sfida a cui siamo tutti chiamati a rispondere, sia come imprenditori che come clienti.

A solid orange circle is centered on the page. The word "Grazie!" is written in white serif font inside the circle.

Grazie!