



Indice

01. Metodologia

L'impatto sociale che emerge da questa relazione deriva dall'**analisi metodica delle attività svolte nel corso del 2021** da Goodify Srl Società Benefit ai sensi dell'art. 1 c.382 L. 208/2015.

Ogni attività è stata oggetto di **interviste e di domande specifiche** rivolte al top management dell'impresa, al fine di farne emergere i diversi aspetti pratici e ricavarne **dati affidabili** al fine della definizione dell'impatto stesso.

Tutti i numeri citati a sostegno dell'impatto generato sono verificabili. Inoltre, al termine del documento sono citati obiettivi per il futuro e punti sui quali sono necessari miglioramenti.

I contenuti di questa relazione di impatto sono stati curati da CSR41 (csr41.com), impresa individuale non controllata né collegata a Goodify Srl Società Benefit.

A garanzia dell'indipendenza di CSR41, si attesta che il compenso previsto per questa relazione di impatto incide in maniera marginale sul fatturato totale.

CSR41 è attiva da 7 anni nella realizzazione di strumenti di responsabilità sociale per imprese e enti a livello locale, regionale e nazionale ed è specializzata nel rendere l'impatto sociale generato dalle realtà committenti.

02. Identità



Siamo il marketing sociale reso facile per tutte le imprese.

Goodify nasce a Bolzano da una intuizione di tre amici: **fare del bene grazie ai propri acquisti** per trasformare concretamente e in meglio la società.

Dal 2018 siamo una **Società Benefit**.



La nostra stessa identità ci ha portato a divenire Società Benefit, vale a dire una impresa impegnata a perseguire il **beneficio comune** oltre ai profitti economici. Infatti, la nostra attività è legata direttamente ai vantaggi che portiamo alla **comunità** nel suo complesso.

Siamo facilitatori del dono creando un **circolo virtuoso** tra i nostri principali stakeholder: imprese, cittadini, realtà non profit e collettività.



Il nostro team è composto da **12 persone** che contribuiscono alla crescita di Goodify con un'attenzione particolare alla **conciliazione tra tempi di vita e di lavoro**.

03. Mission

Diamo valore al fare del bene: il nostro obiettivo è **creare un impatto positivo ad ogni acquisto**, generando donazioni finalizzate a rendere il mondo un posto migliore. Attraverso il nostro servizio, chi compra qualcosa da una delle imprese aderenti può donare alla realtà non profit che preferisce senza spendere di più oltre ai propri acquisti.

Per le persone:

vogliamo rendere il dono **semplice, gratuito e trasparente**.

Per le imprese:

vogliamo creare **engagement** tra imprese e consumatori, dando un senso profondo ai semplici acquisti quotidiani.

Per chi fa del bene:

vogliamo **generare risorse economiche** per supportare le azioni delle Non Profit.

Sul nostro sito potrete trovare informazioni dettagliate sul funzionamento del nostro servizio e sulla trasparenza riguardo le donazioni effettuate.

04. Finalità benefit

Il 2021 è stato il nostro primo anno di attività vera e propria. Dopo due anni di lavoro e miglioramenti, siamo partiti con i servizi di Goodify a servizio del bene comune.

Come Società Benefit, avevamo 5 importanti **obiettivi** per il bene comune:

1 – **Creare** partnership tra profit e non profit per il bene comune

2 - **Generare** fondi per organizzazioni benefiche senza oneri da parte loro

3 - **Orientare** nuove persone verso il dono per buone cause, favorendo la cittadinanza attiva

4 - **Promuovere** azioni benefiche per la comunità da parte di imprese profit

5 - **Diffondere** la cultura della solidarietà a livello nazionale.

Come li abbiamo raggiunti?

[Seguiteci nelle pagine successive!](#)

05. Dagli obiettivi all'azione

Abbiamo agito con impegno su ciascuno degli obiettivi che ci eravamo posti. Ci sono ancora molti miglioramenti da compiere, ma il percorso è iniziato!

Ecco una panoramica delle principali **azioni** svolte nel corso del 2021 per ciascun obiettivo:

1 - **Attivare** le prime campagne di dono con imprese italiane

2 - **Dare il via** ai primi versamenti derivanti dalle donazioni effettuate durante gli acquisti

3 - **Coinvolgere** un numero rilevante di persone che attivino la donazione da parte delle imprese dove hanno fatto acquisti

4 - **Raggiungere** una cifra significativa di donazioni assegnate a realtà non profit tramite le varie modalità messe a disposizione da Goodify

5 - **Aumentare** il numero di realtà non profit alle quali chi acquista può donare.



Nelle prossime pagine potrai vedere in sintesi gli impatti concreti che abbiamo ottenuto sulla società con le nostre azioni.



***Imprese
donatrici***

Impatto 1

Imprese donatrici

Sosteniamo un modello di economia che punta a valorizzare la **collaborazione** tra imprese profit e realtà non profit, così da creare **opportunità nuove** per il bene comune all'insegna della **solidarietà**.

Obiettivo:

Creare partnership tra profit e non profit per il bene comune.

Azione:

Attivare le prime campagne di dono con imprese italiane.

IMPATTO:

MD Spa, Wurth Srl, Dedagroup Spa e Terra Aqua Srl, sono state le prime **4 imprese** profit di rilievo nazionale da noi coinvolte durante questo primo anno di attività e diventate **donatrici effettive** tramite Goodify.



***Non Profit
beneficiarie***

Impatto 2

Non Profit beneficiarie

Le realtà non profit hanno bisogno di fondi per **migliorare e ampliare** le loro attività in favore della comunità. Siamo orgogliosi di agire come **generatori di risorse** per loro.

Obiettivo:

Generare fondi per organizzazioni benefiche senza oneri da parte loro.

Azione:

Dare il via ai primi versamenti derivanti dalle donazioni effettuate durante gli acquisti.

IMPATTO:

Nel 2021 abbiamo iniziato a **inoltrare i fondi raccolti tramite Goodify** alla prima non profit: la Fondazione Banco Alimentare, impegnata a recuperare e distribuire gratuitamente cibo a chi è in difficoltà economica.

A metà Febbraio 2022 verranno versati tutti i fondi raccolti fino al 31/12/2021 verso altre organizzazioni non profit segnalate dagli acquirenti grazie al nostro servizio.

In questo modo contribuiamo a **sostenere realtà benefiche** diverse tra loro e a raggiungere così un'ampia gamma di **bisogni sociali**.



***Acquirenti
coinvolti***

Impatto 3

Acquirenti coinvolti

Riteniamo importante incentivare il maggior numero di cittadini possibile verso **comportamenti solidali** e benefici per la comunità.

Obiettivo:

Orientare nuove persone verso il dono per buone cause, favorendo la cittadinanza attiva.

Azione:

Coinvolgere un numero rilevante di persone che attivino la donazione da parte delle imprese dove hanno fatto acquisti

IMPATTO:

Abbiamo portato **7.569** persone a divenire consumatori **che donano** tramite Goodify.

Un inizio che ci ha consentito di diffondere la **cultura dell'aiuto** verso il prossimo e un senso di cittadinanza più **consapevole**.

Impatto 4

Donazioni raccolte

Stimoliamo le imprese a **prendere a cuore in modo concreto** i bisogni di chi è in stato di necessità, per un sistema economico più altruista.

Obiettivo:

Promuovere azioni benefiche per la comunità da parte di imprese profit.

Azione:

Raggiungere una cifra significativa di donazioni assegnate a realtà non profit tramite le varie modalità messe a disposizione da Goodify.

IMPATTO:

Le donazioni raccolte nel 2021 da Goodify, per poi essere **indirizzate a 4.780 enti benefici** non profit, hanno raggiunto i **148.616 euro**.

Ed è solo l'inizio!

Impatto 5

Non Profit a cui donare

Pensiamo che offrire una modalità semplice e personalizzata di donare, sia importante per incentivare più persone a farlo. Scegliere la propria non profit preferita alla quale donare gratuitamente è una delle caratteristiche principali di Goodify.

Obiettivo:

Diffondere la cultura della solidarietà a livello nazionale.

Azione:

Aumentare il numero di realtà non profit alle quali chi acquista può donare.

IMPATTO:

Abbiamo portato il numero di non profit alle quali è possibile donare con i propri acquisti a più di **60.000** (in costante aumento).

Esse sono in grado di raggiungere centinaia di migliaia di persone in tutta Italia con varie attività benefiche.

Criticità da affrontare

Tutti i giorni facciamo del nostro meglio, ma ci sono aree nelle quali è necessario un **miglioramento** da parte nostra nel corso dei prossimi anni.

In particolare abbiamo individuato **2** priorità strategiche per il prossimo anno e oltre:

1 – **Strutturare** in maniera più sistematica **bonus e opportunità formative** per il personale di Goodify, in modo da rendere ancora più efficace e produttiva la sinergia interna alla nostra realtà.

2 – Nonostante il lavoro che svolgiamo sia quasi completamente immateriale, crediamo importante **sviluppare** ancora più approfonditamente la **riduzione del nostro impatto ambientale** e la sostenibilità ambientale delle nostre attività.

Obiettivi per il futuro

In linea con le nostre finalità benefit, per il **2022** ci poniamo **3 obiettivi di miglioramento** che vanno a vantaggio dei nostri stakeholder e di tutta la comunità.

1 – **Aumentare** progressivamente il numero di imprese che scelgono il nostro servizio (fino ad 800 nel 2024), includendo sia negozi fisici che online.

2 – **Incrementare** rapidamente il numero di donatori e, di conseguenza, l'entità delle donazioni.

3 – **Aumentare** la nostra forza di ascolto verso le non profit per raccogliere suggerimenti, applicare miglioramenti sul sistema a loro dedicato ed essere sempre informati su nuove esigenze e bisogni.

Contatti



Goodify Srl Società Benefit
Via Giotto 12/A – Bolzano
P.IVA. 02896720212

www.goodify.com

