

THE
GOOD
IDEA



Relazione di Impatto Benefit 2024

Indice

Messaggio dal CEO	03
Messaggio dal Responsabile di Impatto	04
The Good Idea in numeri	05
Manifesto	06
Il nostro approccio	07
Aree di Impatto	08
Governance	09
Il punteggio B Corp	
Le nostre certificazioni	
Environment	12
Corporate Carbon Footprint	
L'impatto dei prodotti	
Prameya Italia ETS	
	17
Social	
Le nostre persone	
I contenuti sui social	
Beneficio Comune	19
Obiettivi e risultati 2024	
Piani per il 2025	

MESSAGGIO DAL CEO

Mantenere la leadership sostenibile in un contesto globale che sembra fare dei grandi passi indietro sul tema è un atto coraggioso e forse rischioso, ma noi di The Good Idea continueremo a portare avanti questo modello.

Insieme al team stiamo consolidando il nostro impegno e rendendolo sempre più operativo. Nei prossimi anni ci concentreremo sulla filiera: un sistema di qualifica fornitori basato anche su criteri ESG, supporteremo i network internazionali di cui siamo membri a sviluppare nuovi standard di settore per generare un cambiamento sistemico, credibile e duraturo, in linea con gli sviluppi normativi europei.

Grazie a tutto il team per l'impegno costante e per portare avanti i valori nel lavoro quotidiano, dentro e fuori dall'azienda.

TOMMASO AIELLO

CEO THE GOOD IDEA





MESSAGGIO DAL RESPONSABILE DI IMPATTO

Essere una Società Benefit e una B Corp certificata non vuol dire solo fregiarsi di un bollino di sostenibilità, ma operare concretamente per la riduzione degli impatti negativi e per la diffusione della cultura della sostenibilità, internamente ed esternamente.

Abbiamo un team di persone che credono fermamente in questi valori e li trasmettono anche a clienti e fornitori, quando possibile: anche i piccoli passi generano grandi cambiamenti.

Intendiamo rafforzare il nostro impegno integrando una nuova risorsa nel 2025 dedicata esclusivamente alle attività di sostenibilità: ci aiuterà a consolidare procedure e pratiche interne e a comunicare in modo più efficace quello che facciamo, dentro e fuori l'azienda. Inoltre, a compimento del Mangrove Restoration Project realizzeremo un report dedicato per raccontarne gli impatti positivi.

MATTEO BRAGA

RESPONSABILE DI IMPATTO

The Good Idea in numeri

20+ Paesi serviti

PROMINATE™
Partner dal 2021

ippag
International Partnership for Promises & Gifts
Membri dal 2021

€ 14,7 Milioni di fatturato

26 Persone

 13  13

300+ Fornitori

 51% dei fornitori
24% di spesa

200+ Clienti



Manifesto

①

L'INTERO PROCESSO INIZIA DAL DESIGN E DALL'ANALISI DEI TREND DI SETTORE.

②

NON SMETTIAMO MAI DI FARE SCOUTING DI NUOVI PRODOTTI,
MATERIALI E TENDENZE.

③

LA QUALITÀ VIENE PRIMA DELLA QUANTITÀ, ANCHE NELLE
FORNITURE DI GRANDI STOCK.

④

LE ESIGENZE DEL CLIENTE SONO LA BASE SU CUI COSTRUIAMO
IL LAVORO DI PROGETTAZIONE.

⑤

CI IMPEGNIAMO NELLA CONTINUA RICERCA E SELEZIONE DI PRODOTTI
CHE RISPONDONO AI PIÙ ATTUALI TREND CREATIVI E DI MARKETING.

⑥

SCEGLIAMO LA TRASPARENZA, DALL'APPROVVIGIONAMENTO
DELLE MATERIE PRIME ALLA CONSEGNA FINALE.

⑦

SUGGERIAMO SEMPRE L'OPZIONE CON IL MINORE IMPATTO AMBIENTALE.

⑧

"PRODOTTO, PERSONE, PIANETA" È IL MANTRA CHE CI STA A CUORE.

Il nostro approccio

Crediamo nel potere degli oggetti di raccontare storie di rispetto e ispirare il cambiamento.

MINDFUL CREATORS

La nostra mission è offrire prodotti che abbiano impatto sulle persone, non sul pianeta. Siamo creatori attenti ai dettagli, guidati dalla passione per la ricerca. Siamo artefici consapevoli, perché vogliamo trasformare le idee in creazioni tangibili e con esse ispirare il cambiamento.

VALUES BELIEVERS

Siamo esperti nell'utilizzo di materiali innovativi, riciclati e sostenibili e ci impegniamo nella diffusione di modelli di produzione e consumo responsabili, sostenendo una visione dell'economia circolare. Portiamo questi messaggi tanto nel lavoro quotidiano con le persone con cui abbiamo a che fare quanto nelle fiere e nei contesti internazionali.

PRATICAL CHANGEMAKERS

Lavoriamo in team per riunire diverse specializzazioni e sviluppare, insieme ai nostri partner e colleghi su scala globale, degli standard di settore elevati, per garantire maggiore trasparenza e sostenibilità nelle nostre filiere e dati concreti ai nostri clienti.



Aree di Impatto

Governance

Benefit e B Corp
Le nostre Certificazioni

Environment

Corporate Carbon Footprint
L'impatto dei nostri prodotti
Prameya Italia ETS

Social

Le nostre persone
I contenuti sui social

Beneficio Comune

Obiettivi e Risultati 2024
Obiettivi 2025

Governance

Prima azienda del settore promozionale in Italia B Corp®



Il 2025 sarà l'anno del rinnovo della Certificazione B Corp®: ci impegneremo a migliorare il nostro impatto e rafforzare il nostro impegno.

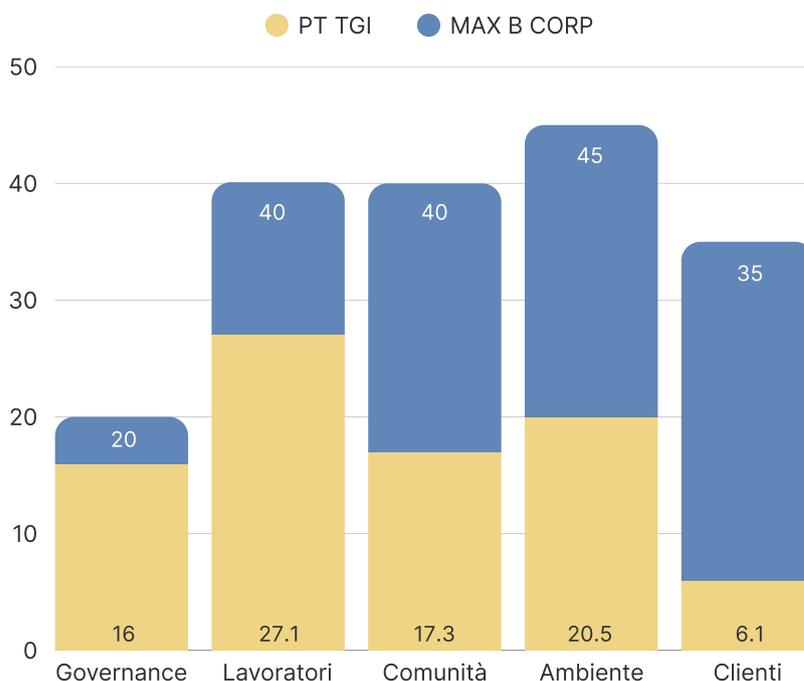
Un grande riconoscimento per un settore complesso, in cui è difficile conciliare business e impatti positivi, ma il nostro impegno costante ci ha premiati. Siamo fieri di essere una B Corp!

Siamo diventati Società Benefit nel 2021, ai sensi della L. 208/2016. Le SB sono società che, oltre l'esercizio di una attività economica, si prefiggono da **Oggetto Sociale** di perseguire una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti i tutti gli **stakeholders** e dell'**ambiente**. Nelle prossime pagine illustreremo i nostri obiettivi e i risultati raggiunti.



Il punteggio B Corp

87.1



Amiamo ciò che facciamo e il nostro lavoro sarebbe meno significativo se non considerassimo l'impatto che ogni nostra scelta ha sulle aziende che utilizzano i nostri prodotti, sui dipendenti e sui fornitori.

È per questo che siamo fieri di essere un'azienda certificata B Corp® e di essere parte di un movimento globale che vuole usare il business come forza positiva.

Per poter ottenere la Certificazione B Corp® bisogna superare la soglia minima di 80 punti. Grazie alla trasformazione in Società Benefit, alle certificazioni aziendali, agli impegni in ambito ambientale e sociale che portiamo avanti da anni, siamo riusciti ad ottenere un punteggio ben al di sopra della media italiana (68.6) e di tutto rispetto per il settore in cui operiamo. Coniugare materiale promozionale con la sostenibilità è complesso: produzioni in Far East, spedizioni in aereo o nave, durate brevi dei prodotti.

Noi affrontiamo la sfida con un continuo impegno in **Ricerca & Sviluppo** di materiali sostenibili, packaging a basso impatto, trasporti efficienti accorpendo spedizioni, filiere etiche certificate.

Il nostro risultato ci insegna che anche nel nostro campo è possibile fare delle scelte più responsabili, senza rinunciare alla qualità e alla convenienza.

Le nostre certificazioni

Certified



B CORP

/ DAL 2023

Società Benefit verificata da B Lab: soddisfiamo standard elevati di performance sociale, ambientale e di governance, generando valore positivo per le persone e per il pianeta.



ECOVADIS BRONZE MEDAL

/ DAL 2022

Valutazione ESG: ci impegniamo a migliorare in modo continuo su parametri etici e ambientali, pratiche lavorative, diritti umani e approvvigionamento sostenibile.



ISO 9001:2015 - QUALITY MANAGEMENT

/ DAL 2014

Sistema di Gestione per la Qualità: applichiamo standard rigorosi per la realizzazione dei prodotti e l'erogazione dei servizi, operando con efficienza e puntando alla piena soddisfazione del cliente.



ISO 14001:2015 - ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

/ DAL 2017

Sistema di Gestione per l'Ambiente: identifichiamo e misuriamo gli impatti delle nostre attività e scegliamo soluzioni che siano sostenibili per il pianeta.



UNI PDR 125/2022 PARITÀ DI GENERE

/ DAL 2024

Parità di genere sul lavoro: promuoviamo politiche e procedure che assicurano pari opportunità in ogni fase del percorso lavorativo.



FAIRTRADE

/ DAL 2020

Commercio equo e solidale: garantiamo prezzi equi ai produttori, condizioni di lavoro sicure e la tutela dell'ambiente, soprattutto nei Paesi in via di sviluppo.



SEDEX - SUPPLIER ETHICAL DATA EXCHANGE

/ DAL 2019

Audit etico per la supply chain: siamo membri Sedex e utilizziamo la piattaforma Supplier Ethical Data Exchange per monitorare i nostri fornitori, garantendo condizioni di lavoro sicure, il rispetto dei diritti umani e la massima trasparenza. Il nostro profilo è consultabile con il codice: ZC4632269



GREENCLOUD

/ DAL 2021

Servizi Cloud a zero emissioni: utilizziamo data center a zero emissioni di CO2, al fine di ridurre la nostra impronta digitale.



ROC REGENERATED ORGANIC CERTIFIED

/ DAL 2023

Agricoltura rigenerativa e biologica: scegliamo materie prime che garantiscono il benessere sugli animali, la gestione responsabile del territorio e l'equità sociale.

Environment

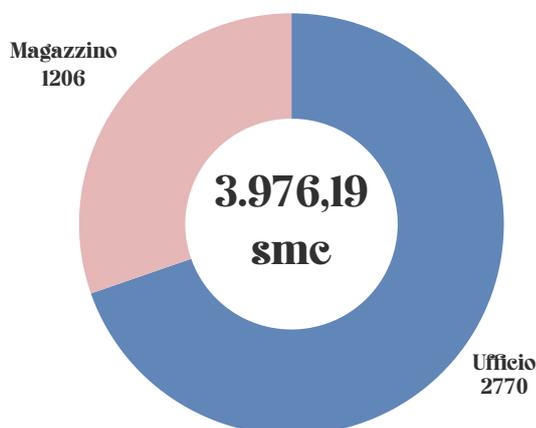
I consumi e i dati a supporto

Senza misurare i propri impatti non è possibile gestirli e ottimizzarli.

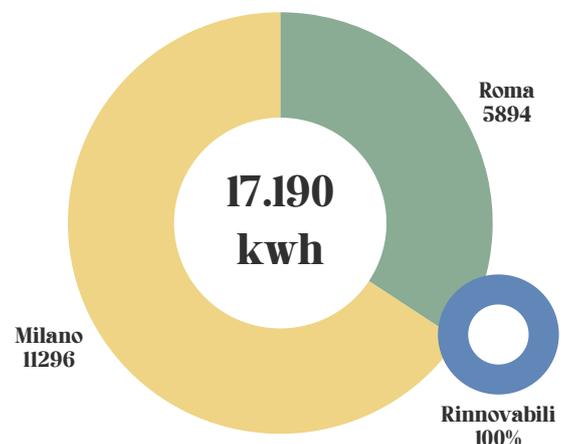
Abbiamo avviato un ampliamento della misurazione e rendicontazione pubblica dei nostri consumi e impatti ambientali graduale: da quest'anno divulgheremo anche i consumi di gas ed energia, che già misuravamo per poter calcolare la Carbon Footprint, e inizieremo a misurare anche le emissioni associate alla realizzazione e consegna dei prodotti che vendiamo.

Quest'ultimo processo è reso possibile dal Carbon Tracking Tool che Ippag Cooperative ha sviluppato e validato negli ultimi anni secondo gli standard LCA e ISO 14067.

Consumi di Gas di Milano*



Consumi Energetici degli Uffici**



*I dati riguardano esclusivamente uffici e magazzino di Milano in quanto per la sede di Roma non abbiamo caldaia per il riscaldamento e l'acqua calda.

**Per entrambe le nostre sedi abbiamo optato per un fornitore di energia 100% rinnovabile.

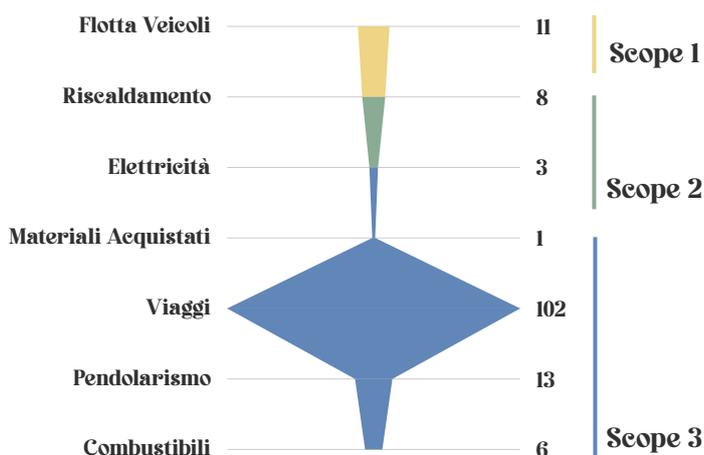
Corporate Carbon Footprint

Da quando abbiamo avviato il calcolo (2021) ad oggi, le nostre emissioni sono aumentate per vari motivi.

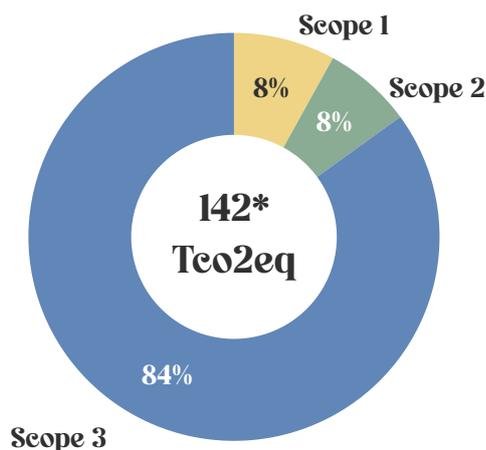
La crescita di Scope 1 e 2 è dovuta al fatto che abbiamo preso un ufficio più ampio e indipendente a Roma, accavallando per alcuni mesi due uffici e relativi consumi, e perché abbiamo integrato anche i calcoli relativi alla flotta aziendale, non misurati in precedenza.

Lo Scope 3 è aumentato sia per la crescita dei viaggi legati a fiere e incontri coi clienti, sia per una maggiore accuratezza del calcolo sul pendolarismo. Inoltre, abbiamo ampliato le fonti misurate, integrando anche alcuni materiali acquistati (acqua, devices e carta).

Emissioni CO2 per Fonte 2024

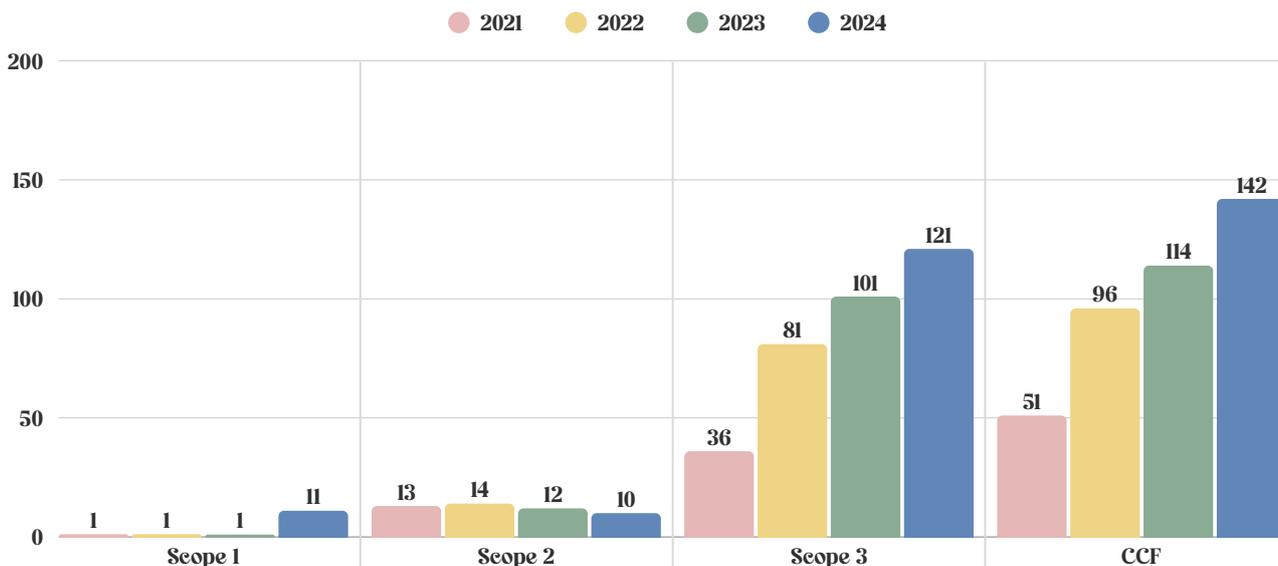


Emissioni CO2 per Scope 2024

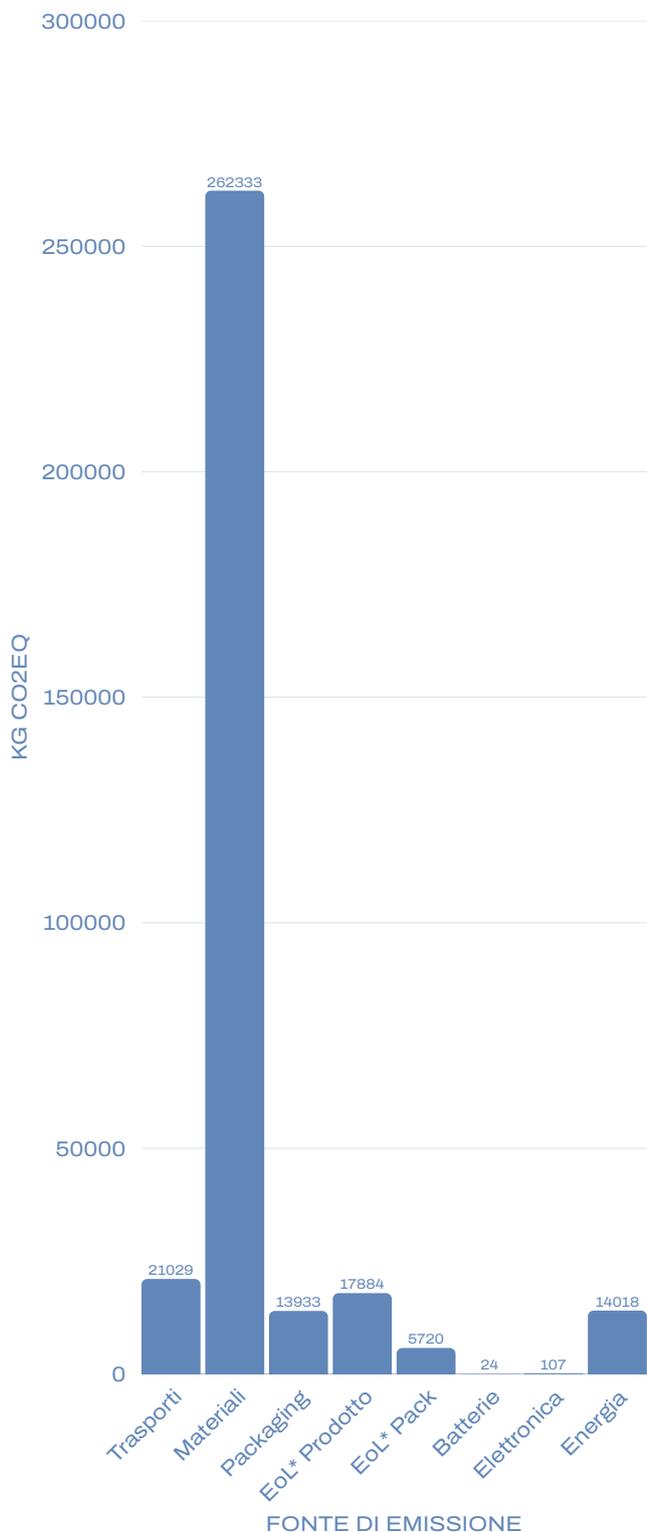


*Alcuni dati sono stimati, abbiamo considerato un 10% di margine in più, arrivando a 156 TCo2eq.

Confronto CCF 2021-2024



L'impatto dei nostri prodotti

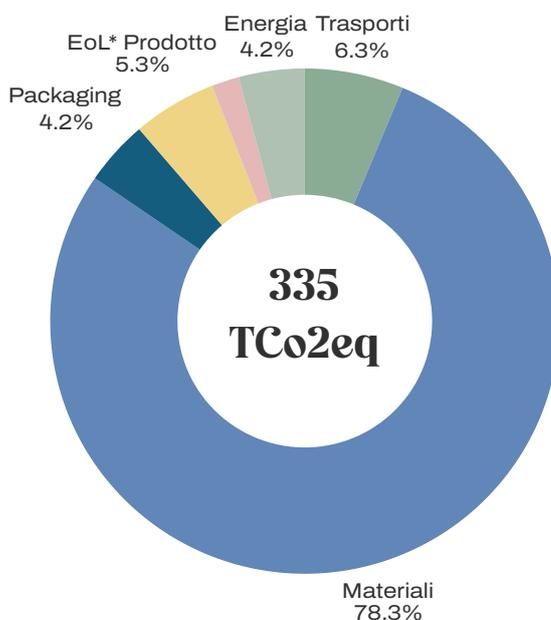


EoL = End-of-Life, ossia il Fine Vita

Grazie all'utilizzo del Carbon Tracking Tool sviluppato da Ippag, e validato da Bureau Veritas su LCA e ISO 14067, abbiamo avviato la misurazione della carbon footprint dei prodotti (PCF) che acquistiamo. La complessità della nostra catena di fornitura e l'assenza di dati in molti casi non ci consentono una misurazione esaustiva e del tutto accurata. Si tratta quindi di un processo che implementeremo a piccoli passi.

Nel 2024 abbiamo calcolato la PCF dei prodotti comprati da due dei nostri maggiori fornitori, equivalenti a circa il 10% del totale degli acquisti.

Questi calcoli non sono stati validati da ente terzo, né compensati, a differenza della Corporate Carbon Footprint (CCF).



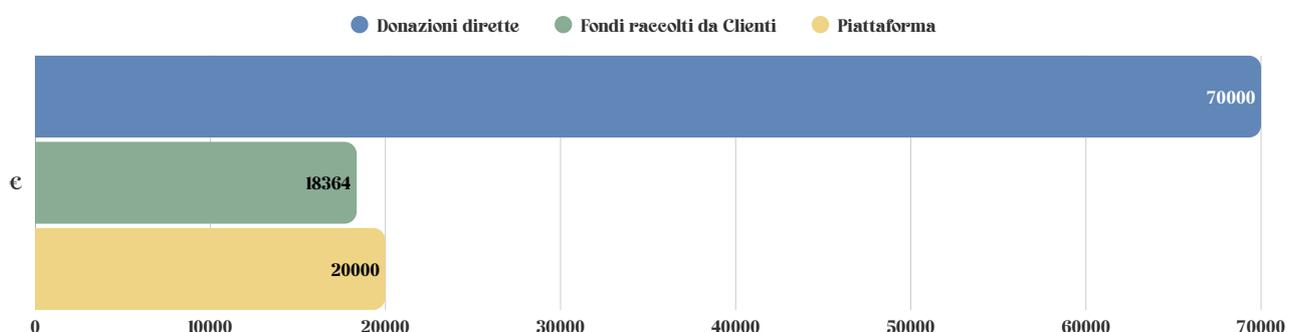
Prameya Italia ETS

Per sostenere e diffondere il Mangrove Restoration Project iniziato nel 2023 in India con la **Fondazione Prameya** abbiamo istituito la Associazione Prameya Italia ETS: organizzazione senza scopo di lucro che possa fungere da strumento di raccolta donazioni nostre e di chiunque voglia contribuire ai progetti in India e ad altre iniziative benefiche. In questo primo anno abbiamo raccolto fondi da aziende nel nostro network per poco più di € 18.000 a sostegno del progetto Mangrovie.

Ad oggi abbiamo messo a dimora 200.000 mangrovie lungo 10 ettari di costa dell'Isola Ganga Sagar, a Sud di Calcutta, nel Delta del Gange. Oltre a questo, altre 78.000 mangrovie sono attualmente in nursery per rafforzare e sostituire le piante che non sopravvivranno alla stagione dei monsoni. L'origine delle piante è Jharkhali, un remoto villaggio vicino alla riserva delle Tigri del Bengala, dove la Fondazione ha un altro progetto attivo da anni con piante già adulte.



Oltre a donare delle cifre considerevoli, attraverso The Good Idea e la nostra società Rebrain India, abbiamo investito in una piattaforma online di tracciamento e raccolta dati per garantire la giusta trasparenza e raccolto fondi dai nostri partner e clienti per sostenere l'iniziativa integrando in tutti i preventivi, a partire da Luglio 2024, una percentuale da destinare al progetto. Il risultato complessivo è stato di € 70.000 donati nel triennio, più un investimento di € 20.000.



Gli impatti del progetto

Finanziari



30,7 lakhs di salari
(circa € 31.500)



6,5 lakhs di spese (circa € 7.000)
per acquisti di beni e servizi locali

Sociali



40 donne - 21 uomini
3 giovani laureati



30 mesi di coinvolgimento
38 ore di formazione

Ambientali



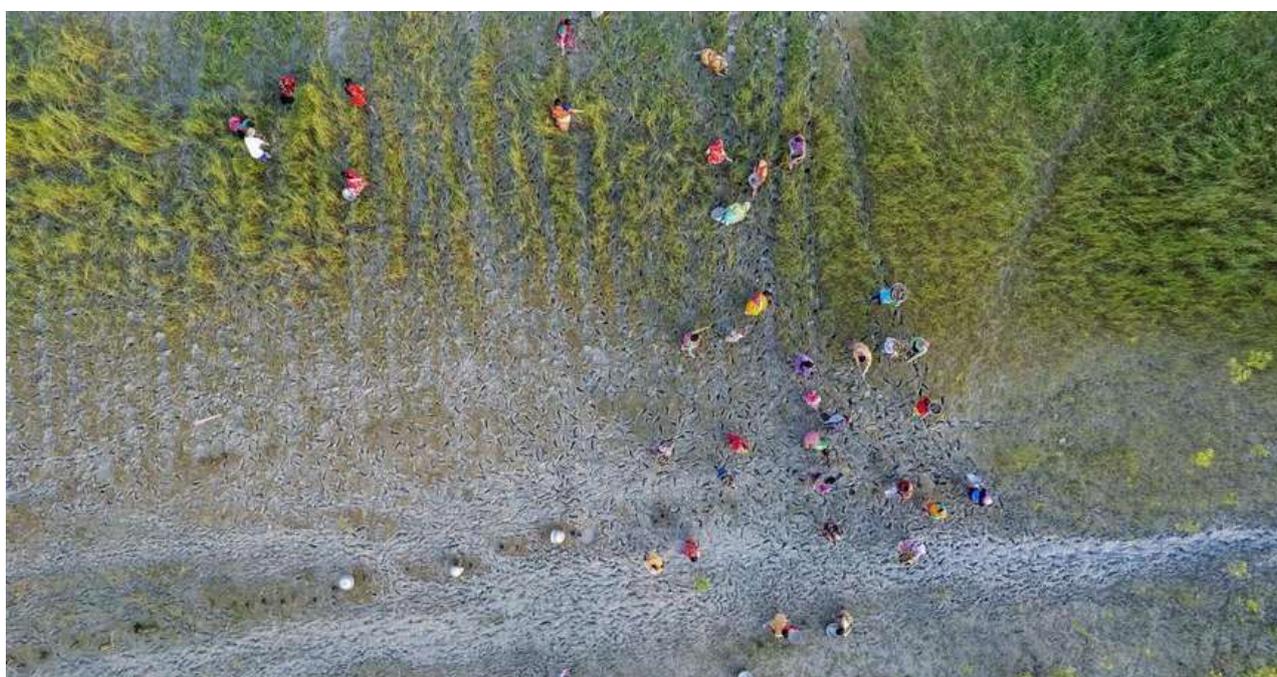
10 ettari di terreno costiero
ripristinato



2.500 Tco2eq / anno stimate al
raggiungimento dell'età matura
(3-5 anni)



200.000 mangrovie piantate
78.000 mangrovie in nursery di
sicurezza in caso di monsoni



Social

Le nostre persone

Prosegue il nostro impegno nel tutelare le persone con cui lavoriamo, investendo nella formazione del personale su temi inerenti alle mansioni di ciascuno ma anche su aspetti trasversali. Raccogliamo di seguito i corsi erogati, il personale coinvolto e il numero complessivo delle ore.

Dati sul personale

 15
  13
 Dipendenti

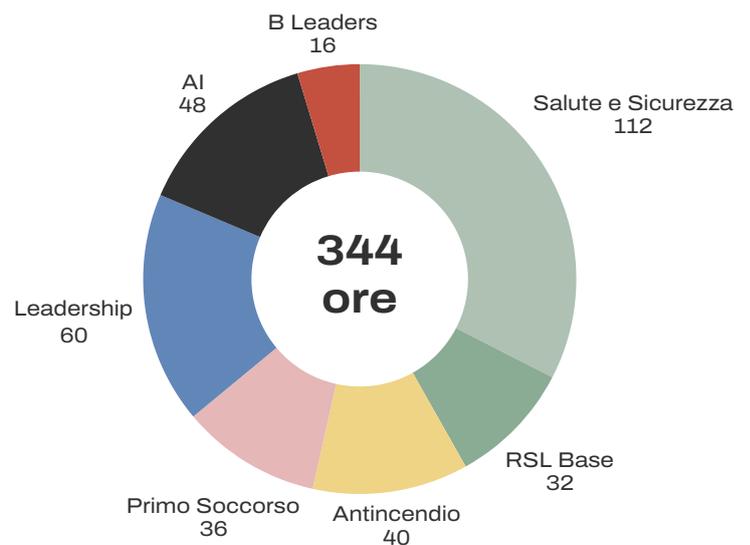
 2
  5
 Soci

Persone formate Tot. Dipendenti

20

28

Temi e distribuzione ore di formazione



Il nostro partner Matteo Braga ha partecipato a **B Leaders**: l'unico programma di formazione ufficiale interamente sviluppato da B Lab per apprendere il framework B Corp, il B Impact Assessment e l'interazione con altri strumenti di reporting. B Leaders è l'unico corso che offre un pacchetto completo di conoscenza teorica e pratica, con la certezza di un insegnamento competente ed autorevole.



I contenuti sui social

In occasione del B Corp Month (Marzo) abbiamo realizzato un'intervista al nostro CEO Tommaso Aiello per diffondere il modello e creare consapevolezza su cosa significhi diventare B Corp. Seguendo lo stimolo della campagna #DirezioneFuturo, abbiamo chiesto al nostro amministratore:

1. Cosa vi ha portato entrare nella community italiana?
2. Cosa sono le B Corp?
3. Cosa vuol dire essere B Corp nel settore promozionale?

Inoltre, in occasione della Giornata Internazionale dei Diritti delle Donne (8 Marzo), abbiamo pubblicato un altro contenuto, chiamato Women On Board, per raccontare il nostro impegno e celebrare le donne della nostra azienda.

A Luglio 2024 abbiamo ottenuto l'ambita certificazione UNI Pdr 125/2022 sulla Parità di Genere per dimostrare concretamente il nostro impegno e garantire piena trasparenza ai nostri stakeholder interni ed esterni.



Campagna B Corp Month, [link](#)



Video Women on Board, [link](#)

Beneficio Comune

I nostri obiettivi da Statuto

1. L'introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle imprese per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistematica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali;
2. Migliorare le possibilità di accesso a prodotti e comportamenti rispettosi e sostenibili per l'ambiente, sia in formato tradizionale che mediante supporti tecnologici, agli individui, senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e tenendo conto della loro condizioni sociali;
3. Ridurre l'analfabetismo funzionale in materia di ambiente;
4. La definizione e il supporto nell'implementazione di metodologie e strumenti operativi funzionali alla diffusione del rispetto dell'ambiente;
5. La sperimentazione di modelli di gestione che siano in linea con i principi base dello sviluppo sostenibile garantendo una piena valorizzazione delle risorse umane, economiche e naturali impiegate nella attività.

Essere Società Benefit vuol dire impegnarsi formalmente a perseguire una o più finalità di **Beneficio Comune**: vale a dire, generare impatti positivi o ridurre quelli negativi delle proprie attività di business e nei confronti degli stakeholder, interni ed esterni.

Nel nostro caso, abbiamo scelto di lavorare per l'**educazione di clienti e fornitori** sui temi di produzione e consumo responsabili attraverso contenuti, prodotti etici, strumenti di misurazione della sostenibilità.

Dal canto nostro, investiamo continuamente in **ricerca e sviluppo** di filiere etiche, materiali meno impattanti e packaging ridotto, per ottimizzare al meglio le ricadute ambientali e sociali del nostro operato.



Obiettivi e Risultati del 2024

Obiettivo 2024	Risultato
Formazione 5 apprendisti e 5 dipendenti da formare 100 ore di formazione da erogare	Superato 20 persone formate 344 ore erogate
Mangrove Restoration Project 200.000 mangrovie piantate su 10 ettari di terra su Sagar Island 100 donne coinvolte	Parzialmente Raggiunto Il progetto sarà completato a inizio 2025. Le donne coinvolte saranno meno del previsto
Survey ESG Fornitori 50 fornitori italiani ed esteri analizzati su temi ESG: codice etico, certificazioni e audit più diffusi in ambito di sostenibilità	Non raggiunto Abbiamo rimandato il progetto al 2025 per strutturare il processo secondo standard ISO 20400
Diversity & Inclusion Piano D&I Individuazione di 1 certificazione di Parità di Genere da ottenere	Superato Ottenimento certificazione UNI PDR 125/2022 su Parità di Genere
Diffusione Modelli Sostenibili 1 contenuto dedicato al B Corp Month (Marzo 24) Integrazione Sustainability Ranking System in almeno 1 portale	Parzialmente Raggiunto Abbiamo pubblicato 2 contenuti su temi di sostenibilità ma non abbiamo integrato il SRS nei portali per mancanza di interesse da parte dei clienti

Alcuni obiettivi prefissati sono stati raggiunti o addirittura superati. Per quanto riguarda il coinvolgimento dell'intera catena del valore, dai fornitori ai clienti finali, abbiamo bisogno di più tempo del previsto per raggiungere i nostri obiettivi. Siamo certi che l'entrata in vigore della CSRD ci possa portare un vantaggio in termini di adeguamento della filiera.

Piani per il 2025

Oltre a completare gli obiettivi del 24, ci poniamo questi target per l'anno prossimo.

- 1 Acquisti Sostenibili**
Impostazione di un Sistema di gestione degli acquisti sostenibili ai sensi della ISO 20400 e relativo sistema di qualifica fornitori
Formazione del personale sulla ISO 20400
- 2 Sustainability Specialist**
Identificazione di una risorsa junior che possa supportarci nelle crescenti attività quotidiane di sostenibilità
- 3 Mangrove Restoration Project**
Conclusione del progetto di messa a dimora delle mangrovie sulla costa di Sagar Island e realizzazione di un report complessivo delle attività e degli impatti positivi generati.
- 4 Rinnovo degli impegni**
Iniziare il percorso di ricertificazione B Corp
Rinnovo delle ISO 14001 e 9001
Sottoscrizione del United Nations Global Compact
- 5 Diffusione modelli sostenibili**
Almeno 1 contenuto dedicato al B Corp Month (Marzo 25)
Almeno 1 contenuto dedicato a temi ESG



THE GOOD IDEA

**Insieme,
per il benessere di tutti.**

THE GOOD IDEA SRL SOCIETÀ BENEFIT
VAT IT 12511661006
INFO@THEGOODIDEA.IT

ROMA
VIA DELLE CONCE, 20, 00154 ROMA
06.30360827

MILANO
VIA ADIGE, 9, 20135 MILANO
02.54121520