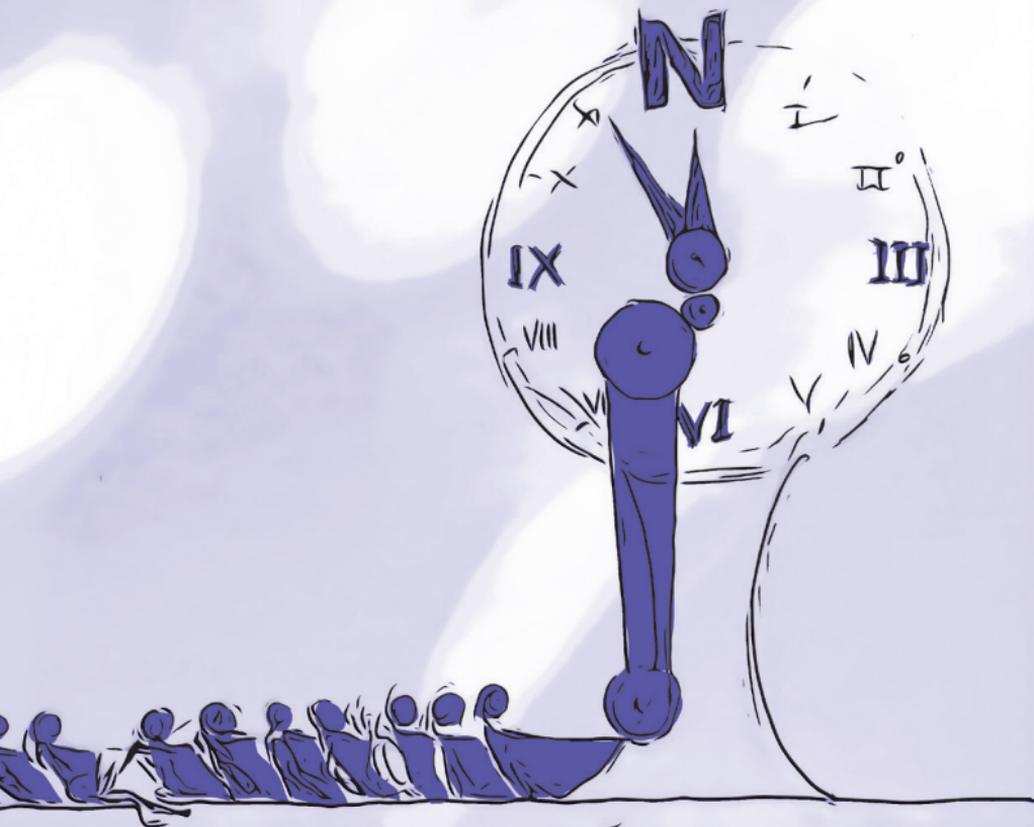


# TIME TO N

LEGACY  
REPORT\*  
02023

MAGGIO 02024

**NATIVA**



\*in ottemperanza ai requisiti per la Relazione di Impatto della legge sulle Società Benefit

Certified



Corporation

# INDICE



N



<b>NATIVA</b>	<b>14</b>
La materialità di NATIVA	14
I Nativer	15
Gli Stream	16
Il mercato	16

<b>01 FELICITÀ E BENESSERE DELLE PERSONE</b>	<b>18</b>
<b>Storie di impatto 02023</b>	20
Earth Day: un framework di sensibilizzazione e ingaggio per le aziende	20
I Convivia: hotspot della rigenerazione	21
La felicità nelle piccole cose	22
<b>Review obiettivi 02023</b>	23
<b>KPI NATIVA 02023</b>	24
<b>Impegni 02024</b>	25

<b>02 SISTEMI ECONOMICI E SOCIALI A PROVA DI FUTURO</b>	<b>26</b>
<b>Storie di impatto 02023</b>	28
Danone e lo sviluppo di un'attitudine al business a duplice finalità	28
Diventare Società Benefit per porre le basi di una strategia di business di successo nel lungo termine: il caso Sammontana	29
CO2alizione 2.0 un programma per accelerare la curva di apprendimento, riducendo tempi e costi per la transizione beyond fossile	30
ImagiNATION un dialogo per immaginare collettivamente un futuro rigenerativo	31
B for Good Leaders Summit 02023	32
Time to B 2023 i primi dieci anni del Movimento B Corp in Italia	34
Il business come driver globale verso il cambiamento: Sanofi CHC Nord America si certifica B Corp	35
Kerakoll diventa B Corp: innovare in un settore complesso che vive di consuetudini	36
<b>Review obiettivi 02023</b>	38
<b>KPI NATIVA 02023</b>	40
<b>Impegni 02024</b>	41

<b>03 EVOLUZIONE DI PRATICHE E MODELLI DI BUSINESS</b>	<b>42</b>
<b>Storie di impatto 02023</b>	44
Giro d'Italia e Maratona di Milano: Il primo Legacy Report sullo sport	44
Trasformare il turismo di lusso in Brasile: un'alleanza per il business sostenibile	45
Il contratto come strumento moltiplicatore di impatto per il business: il	
Percorso Double Purpose di Arena	46
Il Legacy Book di AIDAF. Come essere dei buoni antenati	47
VC italiano, dalla misura dell'impatto verso business rigenerativi	48
<b>Review obiettivi 02023</b>	49
<b>KPI NATIVA 02023</b>	53
<b>Impegni 02024</b>	54
<hr/>	
<b>04 SINERGIE</b>	<b>56</b>
<b>Storie di impatto 02023</b>	58
È nata B Lab Italia	58
<b>Review obiettivi 02023</b>	59
<b>KPI NATIVA 02023</b>	62
<b>Impegni 02024</b>	63
<hr/>	
<b>05 NEUTRALITÀ CLIMATICA</b>	<b>64</b>
<b>Storie di impatto 02023</b>	66
L'evoluzione del supporto di NATIVA per la decarbonizzazione	66
<b>Review obiettivi 02023</b>	67
<b>KPI NATIVA 02023</b>	68
<b>Impegni 02024</b>	69
<hr/>	
<b>06 RESPONSABILITÀ, TRASPARENZA E SOSTENIBILITÀ</b>	<b>70</b>
<b>Storie di impatto 02023</b>	72
L'impatto di NATIVA secondo il B Impact Assessment BIA	72
Ecovadis Gold Medal	73
<b>Review obiettivi 02023</b>	74
<b>KPI NATIVA 02023</b>	74
<b>Impegni 02024</b>	75
<hr/>	
<b>NOTA METODOLOGICA</b>	<b>76</b>
Perimetro di rendicontazione e processo di reporting	77

---

**DETTAGLIO INDICATORI GRI****78**

Persone

79

Gestione dei Rischi

83

Coinvolgimento degli stakeholder

84

Emissioni

84

---

**GRI CONTENT INDEX****88**

---



# LETTERA DEI FOUNDER

Terra, Maggio 02024<sup>1</sup>

Quando nel 02011 abbiamo intrapreso l'avventura che si chiama NATIVA abbiamo trascorso ore e ore a conversare sulla destinazione che avremmo voluto raggiungere. Disegni, colori, schemi, immagini, parole. Una cosa sola era certa: sapevamo che ciascuna scelta di allora avrebbe inevitabilmente influenzato il futuro. Non è un caso che in tutte le opere di fantascienza che includono una macchina per viaggiare nel tempo, l'avvertimento numero uno sia .. stai attento, tornando indietro potresti modificare il corso degli eventi e generare un paradosso spazio temporale! Con questo in testa, abbiamo deciso di partire dal futuro, dalle tappe che avremmo voluto raggiungere, progettando un'azienda che avrebbe operato nel futuro e, con uno di quei guizzi di cui andremo fieri per sempre, inventammo il payoff che ci ha accompagnato in questi anni: NATIVA **established in 2023**. Anche se era solo il 02011.

Cosa facciamo ora che il 02023 è arrivato? Cosa ne facciamo delle t-shirt, dei piumini, dei gadget che ci hanno unito e che ci hanno dato l'opportunità di parlare del nostro WHY, rispondendo con determinazione e passione alla reazione che mille volte abbiamo suscitato ... ehi, ma qui c'è un errore! Con un conto alla rovescia durato 12 anni, siamo riusciti ad arrivare impreparati. Cosa facciamo ora? Spostiamo l'anno di nascita ancora più in avanti? Perché invece non valorizzare il vero anno di nascita? Facciamo finta di niente! Usiamo il tasto snooze!

La risposta è emersa un giorno di fine anno, realizzando che lo stallo non era un fatto in sé, ma la conseguenza di qualcosa, del fatto che l'attenzione di questi anni è stata rivolta verso fuori di noi e che in fondo lo stallo era dovuto alla mancanza di tempo, al tempo da dedicare a noi stessi. A NATIVA.

Così è nato **It's Time to N** e il guizzo che Bénédicte ci ha donato per raccogliere l'energia che ci accompagnerà nei prossimi anni.

<sup>1</sup>Le date in NATIVA sono codificate secondo il sistema LongNow, come AAAAAMMGG. Le cinque cifre ci ricordano che rispetto ad una scala di decine di migliaia di anni siamo nell'anno 02024 su 99999 anni. NATIVA agisce ora e pensa a lungo termine.

## It's Time to N.

It's 02024.

We are born.

Our over 10 years gestation has built the vital organs of our living system.

It's time to share what we are made of.

We are made of regenerative designers.

We are made of science and badass tools.

We are made of human inspiration.

We are made to change the rules of the game.

We are legacy leaders doers.

We are coalition builders.

We are policy inspirers.

We are thought provokers.

It's time to be radical.

It's time to N.

Ora, nel tempo N, vogliamo tornare ad **esercitare la nostra capacità di immaginare**, quella che Einstein aveva definito 'più importante della conoscenza.' Il nostro logo la rappresenta come un **Handprint, l'impronta intenzionale della nostra mano**, diversa dal footprint che distrattamente lasciamo alle nostre spalle. Nessun animale ha un senso del possibile e Immaginazione sviluppati quanto gli umani. **Il senso del possibile è la convinzione che qualcosa possa concretamente accadere e opera in simbiosi con l'immaginazione.** Un'area specifica nel nostro cervello, l'ippocampo, è in grado di recuperare pensieri e conoscenze immagazzinati nella memoria e proiettarli nel futuro. Diamo per scontata questa **prerogativa, quasi magica, di visualizzare e sentire qualcosa che ancora non esiste.** In realtà proprio questo è il fondamento per creare nuove realtà e migliorare quello che oggi consideriamo immutabile. Senza senso del possibile e immaginazione non esisterebbe nulla di quanto l'umanità ha creato nella storia.

Uno dei pilastri nel **nostro lavoro in NATIVA consiste proprio nell'immaginare una società rigenerativa** in cui i paradigmi e le pratiche di business migliorano sistematicamente il mondo e le persone. Sappiamo che oggi non è la realtà dominante ma siamo determinati a promuovere quest'evoluzione attraverso le nostre basi di ricerca e lo studio dei trend fondamentali. **Abbiamo immaginato e scritto la tensione verso la rigenerazione nel nostro statuto oltre 10 anni fa ed è bello riconoscere come già oggi migliaia di aziende in Italia e decine di migliaia nel mondo abbiano scelto di evolvere in questa stessa direzione.**

Nel passato ci è anche successo di pensare che la capacità di immaginare fosse una risorsa scarsa. In realtà, **l'immaginazione è costantemente all'opera** e senza di essa nessuno potrebbe vivere e funzionare nella società di oggi. **Il potenziale c'è**, solo che se non lo stimoliamo tendiamo ad immaginare sempre le stesse cose, già consolidate dal passato. La possibilità che abbiamo davanti è quella di **applicare la nostra capacità di immaginare per creare qualcosa di radicalmente diverso e migliore rispetto a ciò che è già noto. Dare un Senso all'Immaginazione, orientarla verso una direzione rigenerativa, è il compito fondamentale che NATIVA ha scelto di portare avanti.** Il 'mito della rigenerazione' si sta diffondendo, non è ancora la normalità, ma siamo convinti che lo diventerà. Ci vorranno anni, lustri o decenni, ma riorientare i nostri miti e le nostre scelte in una direzione che crei condizioni favorevoli alla vita è l'unica strada percorribile.

Negli anni scorsi la narrativa sulla sostenibilità ha prevalentemente alimentato l'immaginazione rispetto a futuri degenerativi e distopici ma si è visto che questo non funziona: da un lato gli incubi non accendono le migliori energie umane e portano a chiudere la mente, dall'altro non serve più farlo. E' ridondante perché gli impatti di guerre e genocidi, shock climatici, disuguaglianze, disagio mentale, degrado dei sistemi ambientali e sociali e accelerazione dirompente della tecnologia sono talmente profondi che l'attenzione ne è obnubilata, l'apatia prende il sopravvento.

C'è un altro modo.

**In NATIVA alleniamo noi stessi e vogliamo alimentare negli altri il Senso di quanto è possibile e nel contempo naturalmente migliore. Più bello.** Lo abbiamo fatto lanciando i **dialoghi 'ImagiNATION'**, uno spazio di confronto ed esplorazione di nuove direzioni. **La nostra relazione di impatto 2023 diventa un 'Legacy Report':** un racconto della Legacy che vogliamo lasciare insieme ai Leader con cui collaboriamo, **una semina di possibilità migliori che possano svilupparsi e amplificarsi nel tempo.** Ogni manufatto e ogni esperienza che viviamo oggi, **ogni possibilità che troviamo aperta è la conseguenza delle azioni di altre donne e altri uomini che hanno reso possibile il presente che stiamo vivendo.** Hanno lasciato la loro Legacy senza sapere chi o quando ne avrebbe beneficiato. **A loro va la nostra gratitudine e ora è il nostro turno** nel gioco della Legacy. **Siamo anche chiamati a superare limiti progettuali di cui in passato non c'era consapevolezza e orientare le scelte di ogni istante, in modo da poter un giorno diventare dei buoni antenati.**

Gli imprenditori sono particolarmente allenati a pensare in termini di possibilità e dare un senso all'immaginazione: nessuna impresa potrebbe prosperare senza questa capacità ed è per questo che troviamo sempre più interlocutori attenti e pronti ad agire insieme a noi.

### **E allora, What If...? Cosa accadrebbe se...?**

Ci piace vedere **tutte le storie in questo Legacy Report come prototipi di possibilità**. Dimostrano che qualcosa che non esisteva prima ora invece esiste e funziona, non solo bene, ma spesso anche meglio e **crea diverso e migliore valore** per tutta la società e per le generazioni future, oltre che per gli azionisti. **E se esiste, per definizione, è possibile**. Si tratta di diffondere modelli diversi per rendere obsoleto quello che oggi riteniamo 'il solo modo' di fare le cose e rendere normale quello che oggi ancora non lo è. Nelle pagine che seguono raccontiamo di embrioni che tuttavia rivelano il senso dell'ovvio e dell'inevitabile.

**Immaginiamo** che tutte le persone in tutte le aziende siano coinvolte in esperienze simili ai Convivia di NATIVA, le giornate che passiamo insieme per vivere insieme e sviluppare la cultura comune, come può essere fatto solo quando siamo nello stesso luogo in carne e ossa.

**Immaginiamo** che tutte le più importanti aziende innovino, senza che nessuno le obblighi a farlo, per soddisfare standard elevati di performance ambientale e sociale e questo coincida con migliori risultati di business.

**Immaginiamo** che le aziende, quando realizzano operazioni industriali e finanziarie, rafforzino il loro impegno per la sostenibilità e adottino un 'modello benefit' come cardine del loro sviluppo futuro. E che gli investitori comprendano il pieno valore di queste scelte e le sostengano.

**Immaginiamo** che le società non benefit evolvano in benefit e il numero di queste ultime cresca di 100 o 1000 volte, perché sono guidate da un concetto diverso, adatto al XXI secolo, di creazione di valore.

**Immaginiamo** che tutte le aziende del pianeta scrivano l'impegno per la protezione del clima, includano le generazioni future e la Natura nei loro statuti - il che coincide con un più ampio mandato dagli azionisti al management - e collaborino tra loro verso questo obiettivo.

**Immaginiamo** che tutti i più grandi eventi che riuniscono vertici di aziende e altri leader abbiano come scopo primario la rigenerazione. E che gli eventi sportivi e le grandi manifestazioni artistiche, che in Italia mobilitano oltre 100

milioni di persone ogni anno, diventino un catalizzatore di evoluzione a favore delle persone e del pianeta.

**Immaginiamo** che tutte le aziende modifichino e facciano evolvere i termini dei loro contratti per creare valore durevole e condiviso insieme a tutto l'ecosistema di cui sono parte.

**Immaginiamo** che le aziende familiari si mobilitino all'unisono per 'Essere Buoni Antenati' e creare una Legacy positiva che si estende a tutti gli stakeholder.

**Immaginiamo** che quello che NATIVA ha fatto in Italia possa essere adattato **in Paesi e contesti diversi e che attraverso questa connessione tutti gli attori coinvolti possano alimentare una reciproca crescita ed evoluzione.** Con questo pensiero in mente, abbiamo accelerato le nostre attività in vari paesi del mondo e ci siamo focalizzati sull' **America Latina con una nuova sede a Rio de Janeiro.**

**Immaginiamo** che le quasi 300 B Corp in Italia, che già tracciano la strada verso nuove possibilità di fare impresa, unite in una delle più grandi e attive community al mondo, diventino un riferimento sempre più forte per il nostro Paese e al di fuori. Con questo obiettivo abbiamo contribuito a costituire una nuova e autonoma entità giuridica, la **Fondazione B Lab Italia e completato il passaggio delle attività di cura della community delle B Corp a un nuovo team che raccoglie, per portarla avanti, la nostra Legacy.** Nel mese di ottobre 2023 è stato bellissimo organizzare il B Corp Summit Italiano per ritrovarsi e celebrare insieme i 10 anni di cammino insieme. **Abbiamo riabbracciato centinaia di compagni di viaggio** con cui abbiamo condiviso e continueremo a condividere **la passione per un modo diverso, crediamo più sensato, di fare impresa.**

Guardiamo agli anni a venire **con un Senso del Possibile più grande delle sfide che abbiamo davanti.** E anche **con un senso di gratitudine** verso chi dal passato ci ha permesso di essere qui, **verso tutti i Nativer** con cui condividiamo questo viaggio e **verso la moltitudine inarrestabile di persone che si spinge sempre avanti,** oltre il noto, per creare un'economia che si prenda cura delle persone e della vita sul pianeta Terra.

Questa lettera è stata scritta da umani - Maggio 02024.

# NATIVA

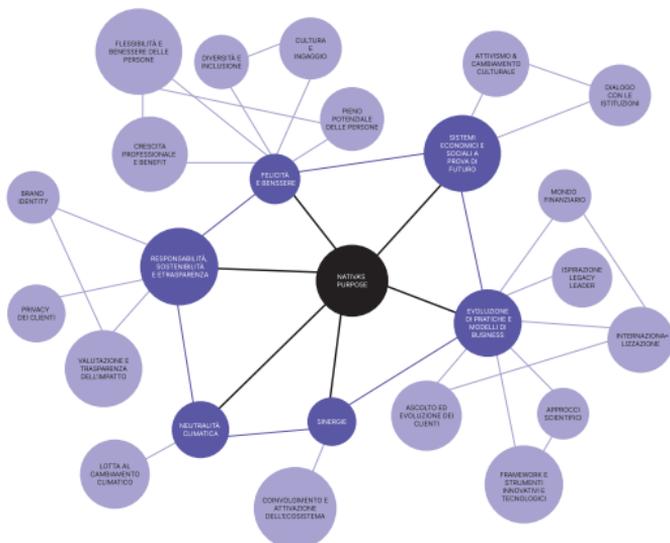
LA MATERIALITÀ DI NATIVA

Esistiamo per accelerare la transizione verso un paradigma rigenerativo, questo è il purpose di NATIVA, ovvero lo scopo e l'ambizione che guida e indirizza tutte le nostre attività.

Lo scorso anno abbiamo aggiornato e rivisto i temi materiali di NATIVA grazie a un processo di Human Exploration che ci ha portato a focalizzarci su **18 tematiche materiali**. Da tale analisi di materialità emerge che i temi in questione cooperano in modo

sinergico alla realizzazione delle finalità di beneficio comune e contribuiscono a rafforzare e a celebrare il purpose di NATIVA. Per questo in ogni capitolo dedicato a ciascuna finalità riportiamo i temi materiali emersi e, ove possibile, i KPI associati.

## TEMI MATERIALI



## I Nativer

Perché NATIVA possa prosperare ed evolvere perseguendo pienamente il proprio scopo, è fondamentale creare le condizioni affinché ogni Nativer e il team nel suo complesso possano esprimere tutto il loro potenziale professionale, mentre migliorano il proprio benessere e la propria felicità. In particolare, coltiviamo la

comprensione dell'**Interdipendenza**: ciascun Nativer può stare e lavorare bene nella misura in cui contribuisce a fare lavorare e stare bene gli altri. Quando questo meccanismo si innesca, si autoalimenta e crea un ambiente umano e professionale diverso e, speriamo, sostanzialmente migliore.

<b>NATIVER</b>	<b>58</b>
<b>TASSO DI CRESCITA</b>	<b>28%</b>
<b>DONNE</b>	<b>57%</b>
<b>SOTTO I 30 ANNI</b>	<b>45%</b>

## Gli Stream

Gli stream, sono una parte essenziale del sistema NATIVA e il fondamento della governance. Questo termine è stato scelto per riflettere - con linguaggio più espressivo e dinamico, simile a quello di un sistema vivente - la nostra struttura. Gli stream rappresentano il flusso continuo e interconnesso di energie all'interno dell'ecosistema NATIVA. Essi convergono e si alimentano reciprocamente lungo il percorso di minima resistenza, simboleggiando la forza primordiale del nostro scopo

rigenerativo e umanista. Gli stream sono le componenti dinamiche del sistema, in costante crescita e sviluppo. Tutte le Nativer e i Nativer partecipano attivamente in uno stream, contribuiscono a definirne la strategia anno per anno e a renderla concreta e attuata. Gli stream di NATIVA sono al momento articolati in: Activism, Badass Tools, Branding & Positioning, Ecosystem, Finance, Flow, International, Legacy, Life, Market, Science.

## Il mercato

Nel corso del 02023 abbiamo lavorato con 147 Legacy leader con cui abbiamo avuto l'opportunità di promuovere una transizione verso un nuovo paradigma economico orientato verso la rigenerazione. Un Legacy Leader è un essere umano che non solo riconosce l'urgente necessità di un cambiamento, ma si fa carico di tracciare la strada, e mette in contatto

le persone intorno allo scopo condiviso di lasciare il mondo migliore di come l'hanno trovato.

Nei grafici che seguono presentiamo i settori che ci hanno visti maggiormente impegnati. Il 15% del fatturato proviene da Legacy Leader internazionali, a testimonianza della crescita dell'impatto dei nostri valori oltre i confini italiani.

## FATTURATO vs LEGACY LEADER (LL)

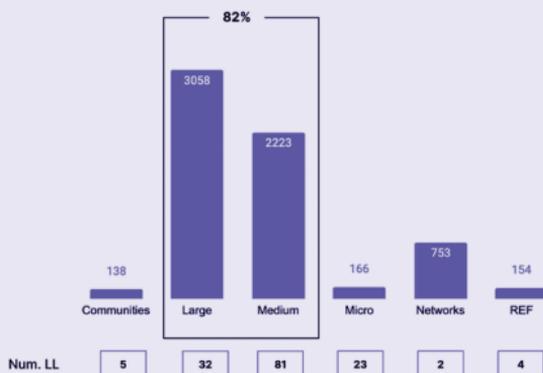
VALORE IN K€

6.492

Fatturato 2023

147

Numero  
Legacy Leader (LL)



### LEGENDA

Communities: enti del territorio e non profit

Large: fatturato > 300M€

Medium: 10M€ < fatturato < 300M€

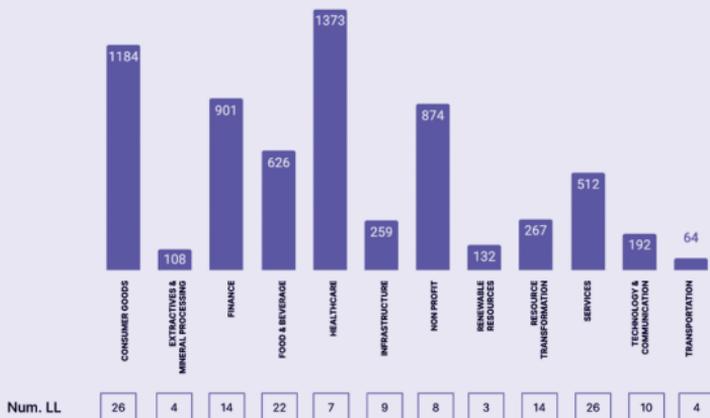
Micro: fatturato < 10M€

Networks: ecosistema di aziende

REF: Regenerative Events Framework

## FATTURATO vs SETTORE

VALORE IN K€



# FELICITÀ E BENESSERE DELLE PERSONE

## CAPITOLO 1

Lo scopo di NATIVA è di accelerare la transizione verso paradigmi economici rigenerativi per le persone e la biosfera e contribuire alla felicità e al benessere delle persone che animano la Società stessa.



# STORIE DI IMPATTO 02023



## Earth Day: un framework di sensibilizzazione e ingaggio per le aziende

**Per la Giornata della Terra abbiamo fermato le nostre attività quotidiane per chiederci, nel profondo, come ci sentiamo rispetto al futuro del nostro pianeta e quale forza hanno le nostre azioni nel modellarlo.**

Ogni attività messa in atto dalla specie umana imprime un'impronta sul pianeta - a volte positiva, altre negativa. Proprio come le impronte che lasciamo lungo la strada quando camminiamo, la maggior parte delle volte non ci rendiamo nemmeno conto di generare un impatto, agiamo distrattamente inconsapevoli degli effetti delle nostre azioni. Proprio per questo NATIVA ha scelto come proprio simbolo un handprint, cioè l'impronta di una mano, per evidenziare l'intenzionalità del proprio impatto positivo e rappresentare i valori di cui

si fa portatrice.

La stessa intenzionalità ha guidato la nostra decisione di rallentare per un giorno il flusso della quotidianità per dedicare del tempo a celebrare e approfondire il significato di una ricorrenza speciale per NATIVA il Giorno della Terra.

L'abbiamo fatto sperimentando un nuovo modello di partecipazione e sensibilizzazione che si sviluppa intorno a 3 pilastri principali: 1 Understand – per approfondire la conoscenza che abbiamo del tema; 2 Listen to your emotions – per

guardarci dentro con onestà e capire cosa proviamo; 3 Take action – per trasformare conoscenza ed emozioni in azioni concrete, individuali e collettive.

Siamo partiti dall'ultimo Report dell'Intergovernmental Panel on Climate Change IPCC, che ci ha permesso di riflettere sullo stato attuale del pianeta, per poi dedicare un momento all'ascolto di noi stessi con il supporto del fiore delle emozioni di Plutchik. Abbiamo dato espressione fisica alle nostre emozioni, disponendoci in quadranti secondo il

nostro approccio verso il futuro. Infine, abbiamo utilizzato il Climate Action Venn Diagram per trovare la nostra modalità personale e intenzionale attraverso cui definire le azioni per contrastare il cambiamento climatico. È stato prezioso per NATIVA dedicare del tempo ad approfondire il tema di questa giornata, a stare insieme, immersi nella natura, a confrontarci su cosa proviamo per provare ad agire concretamente insieme, in modo positivo e intenzionale, anche in tutti gli altri giorni dell'anno.

## **I Convivia: hotspot della rigenerazione**

**Ritrovarci e rigenerarci attraverso i Convivia è la linfa di cui ci nutriamo, almeno due volte l'anno. Condividere lo spazio fisico insieme, come diversa dimensione nella quale esprimere il nostro pieno potenziale di persone e di azienda.**

I Convivia sono momenti ricorrenti nel corso dell'anno, dedicati alla condivisione ed allo stare insieme, per riconnetterci tra di noi e con la natura che ci circonda. Durante il 02023 ci siamo ritrovati in due Convivia, uno in inverno ed uno in primavera. Immersi nella neve di Val di Zoldo, abbiamo dedicato il nostro tempo a focalizzarci su come impostare l'anno al meglio, condividendo i nostri obiettivi e tracciando il percorso per raggiungerli. Tra le diverse attività che abbiamo fatto, c'è stata una mattinata

interamente dedicata a ciaspolare, perdendoci nel silenzio della valle ovattata ma anche giocando a palle di neve.

Avvolti dalla dolcezza delle colline toscane, tra una passeggiata notturna nel bosco e un tuffo in piscina, abbiamo dedicato qualche giorno di primavera a riflettere su quelle che percepiamo essere le principali tensioni dentro e fuori NATIVA. Per quanto emotivamente impegnativo e sfidante, approfondire questi aspetti con onestà e coraggio è ciò

che ci permette di crescere insieme, esplorando e iniziando a co-creare percorsi per sciogliere quei nodi che possono ostacolare l'espressione del nostro pieno potenziale. Il 02023 ha visto l'avvio di questo percorso con la definizione di una governance interna e diversi livelli di coinvolgimento. In un momento di grande crescita

e trasformazione come quello che sta attraversando NATIVA, questo processo è fondamentale per eseguire quel salto di cui abbiamo parlato nel 02022. La tensione, infatti, non è altro che energia che spinge in avanti, aiutandoci a superare i nostri limiti. Senza tensione, insomma, non può esserci alcun salto.

## La felicità nelle piccole cose

**In NATIVA crediamo che un'astronave, per poter stare in orbita, debba garantire a tutto l'equipaggio libertà, partecipazione, affetto, sussistenza e protezione, come strumento per vivere la felicità nel quotidiano.**

La nostra prima finalità afferma che parte del nostro scopo è "contribuire alla felicità e al benessere delle persone che animano la Società stessa".

Non esiste una chiave perfetta, ma ognuno può tracciare la propria strada per trovare la felicità in NATIVA, come Nativer e come individuo.

Ogni essere vivente ha bisogno di un ambiente sano e nutriente ed "è felice quell'ambiente che permette alle persone che lo vivono di farne parte attiva, di sentirsi responsabili della propria ed altrui felicità" La felicità della Giraffa).

Allineati a questa idea, nel 02023, ci siamo presi cura dei nostri spazi e di

viverli insieme. Tra aperitivi e momenti di condivisione informale, abbiamo immaginato e co-creato la nostra nuova Spaceship (l'ufficio) di Roma e riprogettato il sistema operativo di quella di Milano, per garantire a ognuno le migliori condizioni per lavorare e per rigenerarsi (stanze apposite per i meeting o per il silenzio, aree relax, piante, librerie, la spesa settimanale e la visita di cani o amici). Durante l'anno, tutti, come Nativer, ci siamo presi cura della nostra vita quotidiana in comune, con stimoli o semplici gesti di condivisione: dalle pause pranzo o corse al parco a Milano ai pranzi e agli aperitivi sul terrazzo di Roma o lo yoga settimanale in ufficio.

## REVIEW OBIETTIVI 02023

OBIETTIVO	STATO	NOTE
Attivare un programma, per tutti i Nativer, per lo sviluppo e la diffusione di una cultura double purpose in NATIVA. L'obiettivo di lungo termine è assicurare che ogni Nativer sia in grado di prendere decisioni tali da massimizzare l'impatto economico, insieme a quello ambientale e sociale, e bilanciare gli interessi degli shareholder con quelli degli stakeholder	100%	Il programma è stato avviato e sono stati coinvolti tutti i Nativer nell'approfondire i cambiamenti da mettere in atto a livello individuale e collettivo per garantire la massimizzazione dell'impatto nell'agire quotidiano
Identificare e adottare un nuovo modello di misura olistica della felicità e del benessere	100%	E' stata selezionata e adottata una piattaforma di rilevazione periodica online con cadenza settimanale e in forma non anonima. Nella piattaforma è previsto l'inserimento di domande customizzate, è disponibile la rilevazione di gradienti su un arco temporale più o meno granulare e l'individuazione di trend a livello di singoli e di team sui quali basare interventi specifici. Sono presenti anche una funzione per scambiarsi feedback positivi e per fornire spunti di miglioramento

01 - Felicità e benessere delle Persone			
TEMA MATERIALE	KPI NATIVA	DATO 02023	DATO 02022
<b>Cultura e ingaggio</b>	# Convivia nell'anno (giornate persona)	2 (290)	2 (210)
<b>Flessibilità e benessere delle persone</b>	Indice di felicità: valore medio della misura della felicità (da 1 a 10) dei Nativer nell'anno	8/10	8,2/10
<b>Pieno potenziale delle persone</b>	Utilizzo del KPI GRI 404-1, 404-3	vedi Dettaglio Indicatori GRI Tabelle 9, 10	
<b>Diversità e inclusione</b>	Utilizzo del KPI GRI 405-1	vedi Dettaglio Indicatori GRI Tabelle 6,7,8	
<b>Crescita professionale e benefit</b>	% di Nativer che hanno ricevuto bonus/ premi durante l'anno	100%	100%

Aumentare la capacità di NATIVA di supportare l'evoluzione delle aziende con un team appassionato, competente e felice nel compiere questa missione. Il Piano di recruiting 02024 di NATIVA prevede un incremento di circa 10 persone nelle fasce di esperienza intorno ai 2-3 anni, con background accademico tecnico e respiro internazionale (per nazionalità o studi ed esperienze lavorative all'estero). Ciò per rafforzare le competenze interne e migliorare i livelli di "diversity" nel contributo portato dai Nativer.

Proseguire con il processo di sviluppo della cultura Double Purpose: intendiamo attivare workshop dedicati al confronto con l'esterno finalizzati a comprendere punti di vista diversi e cogliere spunti utili per noi. Le iniziative previste sono tre e sono focalizzate sulle strategie organizzative, sul tema della crescita e sulla gestione del tempo, tematiche cruciali al fine di perseguire le nostre finalità in modo armonico e coerente.

Misurare la felicità e il benessere dei Nativer con cadenza settimanale attraverso uno strumento dedicato ad esplorare il livello generale di well-being e il livello di soddisfazione circa l'esperienza in NATIVA (ad es. crescita personale, relazioni umane, coinvolgimento, ecc.). La survey adottata prevede risposte in forma non anonima e un trattamento delle informazioni confidenziale. L'obiettivo target di utilizzo è che il 90% dei Nativer compili almeno due survey al mese. Inoltre, ci impegniamo a indirizzare con azioni di mitigazione mirate il 100% delle situazioni critiche che emergeranno. Infine, il target complessivo 2024 per l'indice di felicità e well-being deve mantenersi sopra al valore di 3.5/5.

Creare un ecosistema che favorisca i Nativer nello sviluppo del loro pieno potenziale come strumento della loro felicità e nell'acquisizione delle competenze (hard & soft) necessarie al perseguimento del purpose di NATIVA. L'obiettivo è la semplificazione degli strumenti di sviluppo del pieno potenziale, utilizzati dal 100% dei Nativer e con il 95% dei Nativer che percepisce come utile il Full Potential Development kit. Grazie agli interventi di sviluppo adottati si dovrà inoltre registrare un generale incremento dei punteggi nella crescita dei Nativer.

# SISTEMI ECONOMICI E SOCIALI A PROVA DI FUTURO

## CAPITOLO 2

La promozione e diffusione di modelli e sistemi economici e sociali a prova di futuro, in particolare il modello e gli standard B Corp, la forma giuridica di Società Benefit e altri modelli inclusivi dei portatori di interessi e delle generazioni future.

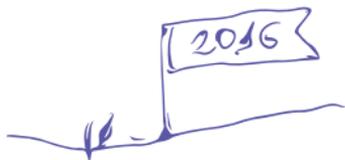
4K



2036



# STORIE DI IMPATTO 02023



## Danone e lo sviluppo di un'attitudine al business a duplice finalità

**Danone ha implementato un modello di ingaggio delle persone per rafforzare il Double Purpose Mindset, valorizzando il concetto di Società Benefit e B Corp. Grazie a workshop interattivi, i dipendenti sono stati formati sui principali trend della sostenibilità e hanno esplorato il proprio ruolo nella creazione di un impatto positivo.**

Danone, azienda B Corp e Società Benefit leader nel settore della nutrizione e da anni impegnata nell'evoluzione verso un paradigma rigenerativo, nel 02023 ha implementato un modello di ingaggio delle persone volto a rafforzare il Double Purpose Mindset, riconoscendo l'importanza di prendere decisioni di business che soddisfino contemporaneamente le finalità di profitto e una o più finalità di Beneficio Comune.

Per raggiungere questo obiettivo, Danone ha organizzato due workshop per formare le proprie persone sui principali trend della sostenibilità e sul percorso dell'azienda. I partecipanti hanno avuto l'opportunità di interagire con ospiti provenienti dalla comunità delle B Corp e non solo e di lavorare in gruppi di confronto, grazie ai quali hanno assimilato le finalità di beneficio comune (proprie dell'essere una Società Benefit) e approfondito come le proprie scelte quotidiane possano

avere un impatto positivo in relazione a queste. Sono così emerse azioni concrete da adottare a livello di brand e funzioni.

NATIVA ha fornito le competenze e conoscenze sulla sostenibilità e ha facilitato le attività di gruppo guidate durante i workshop, creando un ambiente di apprendimento costruito per essere coinvolgente e significativo.

Il progetto ha apportato innovazione nella formazione e nell'approccio al coinvolgimento della popolazione aziendale, contribuendo a creare

momenti di connessione umana e a sbloccare il cambiamento verso modelli rigenerativi.

L'approccio di formazione e coinvolgimento delle persone adottato può essere applicato in altri contesti aziendali che desiderano sviluppare un mindset orientato al Double Purpose: incoraggiare i partecipanti a riflettere sul proprio ruolo e sulle scelte quotidiane di impatto positivo favorirà l'allineamento delle persone con la missione dell'azienda.

## **Diventare Società Benefit per porre le basi di una strategia di business di successo nel lungo termine: il caso Sammontana**

**Diventando SB, Sammontana raddoppia di dimensioni e completa un'acquisizione da mezzo miliardo di euro con l'ingresso nel capitale di un fondo B Corp. La logica di questa operazione è di sviluppo del business, competitività sul mercato contro colossi non benefit, finanziaria e anche di impatto.**

Nel nostro percorso di collaborazione con Sammontana, iniziato nel 02021, abbiamo avuto quest'anno il privilegio di assistere l'azienda in un momento di trasformazione importante: la trasformazione in Società Benefit. Questo cambiamento non è stato semplicemente una formalità legale, ma un profondo impegno che ha permeato l'anima stessa dell'azienda. Attraverso un'analisi approfondita della ragion d'essere di Sammontana, abbiamo collaborato con i nostri partner di Innate Motion, per definire la

sua vocazione e integrare nei principi fondamentali del modello di business di Sammontana, l'obiettivo di generare un impatto positivo su tutti gli attori del suo ecosistema: i consumatori, la comunità, le future generazioni, la filiera e l'ambiente.

Questo impegno è stato formalizzato attraverso cinque finalità di beneficio comune all'interno dello statuto dell'organizzazione, diventando il motore che guida le azioni di Sammontana, oltre al perseguimento del profitto.

Le finalità di beneficio comune, definite grazie al supporto di NATIVA, guidano la definizione degli obiettivi a breve, medio e lungo termine, offrendo una chiara direzione nell'ambito della pianificazione aziendale:

Creare esperienze gustose e sostenibili: Offrendo prodotti di alta qualità e ricette innovative, rispettando le radici italiane e promuovendo un consumo consapevole.

Contribuire alla crescita della comunità: Sostenendo le nuove generazioni per esprimere il loro potenziale, facilitando lo scambio intergenerazionale e creando opportunità di crescita.

Promuovere modelli sostenibili: Adottando pratiche responsabili in produzione, distribuzione e commercio, riducendo gli sprechi e promuovendo l'uso di risorse a basso impatto ambientale.

Favorire l'interdipendenza e la collaborazione: Coinvolgendo i partner

per migliorare la sostenibilità dell'intera filiera, consapevoli che solo insieme è possibile massimizzare l'impatto positivo.

Decarbonizzare il modello di business: Trasformando gradualmente il modello di business verso un'economia a zero emissioni, in linea con gli obiettivi europei e nazionali.

Essere una Società Benefit è diventato un impegno a lungo termine che si riflette nella cultura aziendale di Sammontana, basata sui valori e sulla storia trasmessi di generazione in generazione dalla famiglia Bagnoli, fondatrice dell'azienda.

Diventando SB, Sammontana raddoppia di dimensioni e completa un'acquisizione da mezzo miliardo di euro con l'ingresso nel capitale di un fondo B Corp. La logica di questa operazione è di sviluppo del business, competitività sul mercato contro colossi non benefit, finanziaria e anche di impatto.

## **CO2alizione 2.0 un programma per accelerare la curva di apprendimento, riducendo tempi e costi per la transizione oltre il fossile**

**CO2alizione, il movimento italiano delle imprese per la neutralità climatica, si evolve per andare oltre l'adozione di una buona pratica di governance, definendo un programma di collaborazione e condivisione per onorare la finalità d'impresa e accelerare la transizione verso modelli di business a zero emissioni.**

La crisi climatica è una delle sfide principali del nostro secolo e le

imprese rappresentano una leva fondamentale per affrontarla in modo

efficace e innovativo. Quello che ha dimostrato la COP28 di Dubai è che la lotta al cambiamento climatico non si realizza solo attraverso le scelte di governi, ma deve essere perseguita secondo un più efficace modello di coinvolgimento delle città, delle imprese e della società.

CO2alizione nasce nel 02022 grazie all'iniziativa di un primo gruppo di 60 imprese che ha scelto di affrontare la sfida della decarbonizzazione in maniera innovativa, inserendo all'interno del proprio statuto aziendale una finalità di neutralità climatica, equiparandola in questo modo a una finalità d'impresa al pari del profitto. Una scelta che ha conseguenze tanto simboliche quanto concrete, perché affida un chiaro mandato al management a mettere in campo azioni per far evolvere il modello di business dell'azienda in favore della neutralità climatica.

Oggi CO2alizione è in espansione e coinvolge 89 aziende italiane, per un valore di fatturato totale di più di 30 miliardi, imprese che fanno lavorare in tutto 40.000 dipendenti. Il 02023

è stato il primo anno in cui abbiamo sperimentato la creazione di una piattaforma di collaborazione tra le aziende aderenti a CO2alizione, che hanno sin dall'inizio manifestato una forte spinta verso la condivisione, la collaborazione e il dialogo.

Lo abbiamo fatto attraverso un programma di 10 incontri focalizzati su 6 tematiche particolarmente rilevanti nella definizione di una strategia di decarbonizzazione per le imprese, dalla rendicontazione climatica e l'offsetting delle emissioni, fino alla logistica green e al packaging, all'interno di un calendario di webinar e laboratori per scambiare buone pratiche e condividere problemi e soluzioni e far evolvere gli strumenti operativi e i processi di business, anche coinvolgendo ospiti esterni.

Abbiamo raccolto dati e buone pratiche ora disponibili sulla piattaforma online dedicata alle aziende di CO2alizione, un luogo virtuale dove consultare il materiale che abbiamo co-creato e che continueremo a progettare.

## **ImaginATION un dialogo per immaginare collettivamente un futuro rigenerativo**

**Nel 02023 abbiamo iniziato a portare avanti uno sforzo di immaginazione collettivo, per immaginare come dovrebbe essere una società a prova di futuro. Per riuscire a mettere in campo una reale transizione, è fondamentale avere una visione chiara e condivisa, per progettare i passi (piccoli e grandi) che ci consentiranno di raggiungerla.**

Come possiamo progettare un futuro rigenerativo, se prima non lo abbiamo immaginato? È questa la domanda chiave che ci ha spinti a organizzare il primo ImagiNATION, un format di eventi nato con l'obiettivo di stimolare un dialogo per immaginare collettivamente uno scenario non fossile ed equo verso cui tendere. Mai come oggi, infatti, ci troviamo di fronte alla necessità di ripensare radicalmente i nostri modelli economici, sociali e culturali. Per questo crediamo che sia necessario fare uno sforzo per visualizzare il futuro che vogliamo raggiungere, in un esercizio di immaginazione collettiva, partecipata e intergenerazionale. Il primo evento si è svolto in forma di workshop presso il nostro ufficio a San Lorenzo il 13 Settembre 02023, inserito nel programma ufficiale della Rome Future Week, una settimana di eventi su innovazione e futuro

diffusi in tutta la città. Si è trattato di un dialogo a più voci - tra cui anche quella di Monica Lucarelli Assessora alle Politiche della Sicurezza, Attività Produttive e alle Pari Opportunità del Comune di Roma) - che hanno ispirato poi il dialogo durante un "fishbowl", un esercizio di profonda condivisione partecipata, in cui tutte e tutti i partecipanti hanno potuto esprimere la propria opinione sul futuro della città di Roma.

Non è stato un evento frontale, ma un confronto tra persone con esperienze e punti di vista diversi, come studentesse e studenti, imprenditrici e imprenditori, docenti, cittadine e cittadini del territorio ed esponenti istituzionali. Questo è il format e lo spirito di ImagiNATION, che verrà conservato anche negli eventi del 2024, che si focalizzeranno su vari temi, tra cui le elezioni europee.

## **B for Good Leaders Summit 02023**

**Dopo il Summit di Roma nel 02022 siamo stati co-organizzatori della seconda edizione del B For Good Leaders Summit, evento che ha riunito a Amsterdam leader da decine di paesi, accomunati dall'intenzione di cocreare un'economia rigenerativa.**

Dopo il successo della prima edizione a Roma nel 02022, NATIVA ha collaborato nell'organizzazione della seconda edizione del B For Good Leaders Summit nell'iconico Beurs van Berlage di Amsterdam a maggio

02023. Questo evento ha riunito 1.200 partecipanti (un incremento di 600 rispetto alla prima edizione a Roma), tra investitori, imprenditori, accademici, policy maker e i principali rappresentanti di aziende B Corp,

Società Benefit e altre organizzazioni provenienti da tutto il mondo con l'obiettivo comune di creare un'economia rigenerativa insieme.

Durante due intense giornate, sono state condivise idee, generate energie e tracciate le linee guida per un futuro rigenerativo. In particolare, NATIVA ha contribuito alla creazione del programma coordinando i diversi curatori di ogni tema e nel processo

di harvesting, ovvero la raccolta di contenuti chiave e azioni per dare seguito alla "B For Good Leaders Declaration". Questa dichiarazione raccoglie i principi fondanti della Leadership Rigenerativa, risultato principale emerso dal summit del 02022 a Roma.

Oltre alle plenarie, le breakout session e la Jamming Room tra altri, i 6 temi principali trattati sono stati:

- **L'attivismo in azienda**
- **Finanza sostenibile**
- **Leadership**
- **B Corp**
- **Economia rigenerativa**
- **Cambiamento sistemico, Food +**

Durante l'evento diversi Nativer hanno svolto ruoli chiave. Oltre ai 14 harvester distribuiti tra le diverse stanze con l'obiettivo di raccogliere gli spunti emersi, il nostro co-fondatore Paolo di Cesare ha arricchito la tematica sulla leadership con un intervento incentrato sull'ingaggio dell'ecosistema, Juan Diego Mujica Filippi ha contribuito al tema delle B Corp con una riflessione sulle

benefit corporation e le società benefit e Lorenzo Fioramonti ha dato il suo contributo all'interno della tematica Food+. Martina Grossi e Bénédicte Peillon, invece, hanno presentato i principali elementi raccolti dagli harvester nella sessione plenaria di chiusura. Confidiamo nel proseguimento di questa collaborazione nei prossimi anni!

## Time to B 2023 i primi dieci anni del Movimento B Corp in Italia

**Il summit Time to B 02023 ha riunito il Movimento B Corp italiano in una due giorni di ispirazione, riflessione e partecipazione attiva, per celebrare insieme i primi 10 anni di una community in crescita esponenziale.**

Il 18 e 19 ottobre 02023 a Milano è tornato Time to B, il summit italiano delle B Corp, nato con l'idea di stimolare l'incontro e l'espressione di interdipendenza in un network che in pochi anni è passato da poche decine di aziende a 260 B Corp.

Time to B 02023 è stato anche l'occasione per celebrare il primo decennio del Movimento B Corp in Italia: nella due giorni di evento abbiamo ripercorso la storia della community, dagli albori al presente, passando per le milestone di un percorso incredibile, raccontate dalle stesse aziende protagoniste, come l'approvazione della Legge sulle Società Benefit nel 2016, la prima campagna di comunicazione nazionale UnlockTheChange del 2021 e tutte le iniziative di azione collettiva intraprese negli anni a seguire.

Ci siamo lasciati ispirare da speaker di eccezione tra cui il Professor Zamagni, il premio Nobel per la Pace Riccardo Valentini e i giovani attivisti Andrea Grieco di AWorld e Anna Berti

Suman di Sense for Justice. Tanti i temi toccati, su cui si è lavorato e ragionato insieme, in un rinnovato spirito di collaborazione ed entusiasmo per l'impatto che possiamo generare collettivamente come B Corp. Al Summit hanno partecipato oltre 300 leader italiani insieme a oltre 20 speaker e l'organizzazione dell'evento ha visto impegnate tante risorse di NATIVA in partnership con l'Agenzia B Corp e Società Benefit We Look Around WLA.

L'evento è stato per NATIVA il simbolo di un impegno decennale nello sviluppo e nell'affermazione del Movimento B Corp in Italia. Ha segnato anche l'ufficiale passaggio di consegne, progettato nei due anni precedenti, da NATIVA come Country Partner alla Fondazione B Lab Italia, nata nel Maggio 02023. Vestire questo ruolo è stato per noi un viaggio bellissimo e non poteva esserci modo migliore per celebrarlo, di un evento come il Time to B.

## Il business come driver globale verso il cambiamento: Sanofi CHC Nord America si certifica B Corp

**Sanofi CHC North America si certifica B Corp nel 02023 con il supporto di NATIVA, diventando la prima consumer healthcare company di grandi dimensioni a certificarsi come B Corp, avendo ottenuto 85 punti.**

Nel 02023, come NATIVA abbiamo supportato Sanofi Consumer Healthcare North America nel percorso di miglioramento e certificazione che ha portato Sanofi CHC a diventare la prima grande consumer healthcare company certificata B Corp. Con questo importante riconoscimento, l'azienda entra a far parte della crescente comunità B Corp di aziende che soddisfano elevati standard di performance sociale e ambientale, responsabilità e trasparenza verso i propri stakeholder e che si impegnano per generare impatto positivo operando secondo paradigmi di business rigenerativi.

In particolare, l'ottenimento della certificazione B Corp è stato possibile grazie alle azioni portate avanti da Sanofi CHC come parte della propria strategia di sostenibilità, su cui NATIVA ha contribuito con la sua expertise, tra cui:

- Riduzione delle emissioni di gas a effetto serra del sito produttivo di Sanofi CHC North America del 77% nel 2022 rispetto al 2019, costruendo un percorso verso la neutralità climatica entro il 2030 e

l'azzeramento delle emissioni entro il 2045 (rispetto all'anno di riferimento 2019);

- Alimentazione del sito di produzione e distribuzione nordamericano con il 100% di energia elettrica rinnovabile dal 2020, al fine del raggiungimento dell'obiettivo di raggiungere il 100% di energia elettrica rinnovabile entro il 2025 per tutte le attività produttive a livello globale;
- Rappresentanza femminile al 41% nei ruoli dirigenziali, nel contesto dell'obiettivo di raggiungere la parità di genere del 50/50 nelle posizioni dirigenziali entro il 2025;
- L'accesso allo sport fornito ai giovani canadesi con barriere socio-economiche attraverso una partnership con KidSport Canada, che contribuisce al conseguimento dell'obiettivo globale di raggiungere 5 milioni di persone entro il 2030 attraverso programmi di impatto;
- Adozione dello status di Benefit Corporation da parte dell'azienda che ha adattato il proprio statuto per includere considerazioni relative agli stakeholder e il proprio purpose, elemento fondante nei processi di decision-making.

Questi elementi insieme a numerose altre azioni, portate avanti da un team locale e globale di più 15 persone, hanno portato all'ottenimento del risultato, riassunto in uno score di 85 punti.

Si tratta di un progetto chiave, perché

non solo simboleggia l'impegno sempre più internazionale di NATIVA, ma rappresenta una pietra miliare nel percorso di Sanofi CHC, che sta continuando il suo percorso a livello globale con NATIVA per raggiungere un impatto sempre più profondo.

## **Kerakoll diventa B Corp: innovare in un settore complesso che vive di consuetudini**

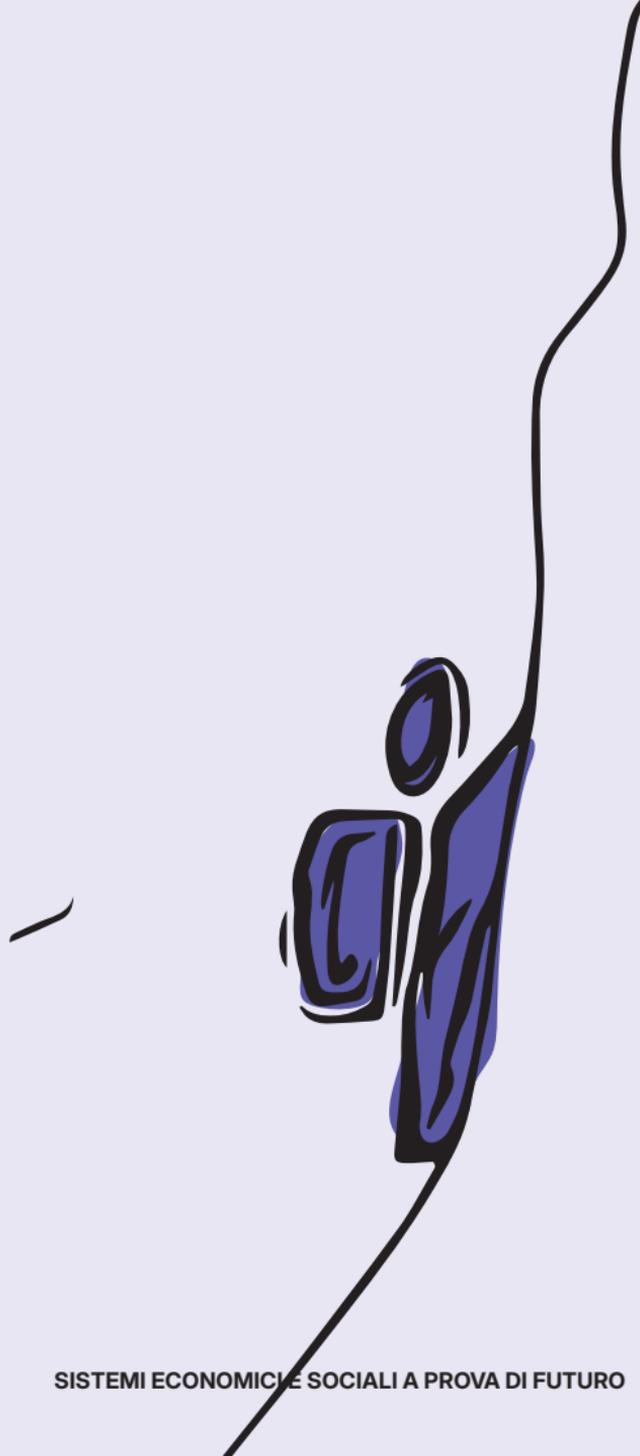
**Kerakoll è riuscita a dimostrare che anche in un'industria molto tradizionale, quando c'è consapevolezza insieme a un grande impegno, è possibile innovare strategicamente verso la sostenibilità, raggiungendo risultati concreti.**

Oggi mettere la sostenibilità al cuore della propria strategia è un imperativo e una sfida per tutte le aziende. La sfida è ancora più grande in settori produttivi complessi ed energivori come quello dell'edilizia e dei materiali da costruzione, che vive molto di dinamiche consolidate nel tempo.

NATIVA accompagna Kerakoll nel proprio percorso di crescita verso la sostenibilità dal 2021. Kerakoll è riuscita a dimostrare come anche in un'industria molto tradizionale, quando c'è consapevolezza insieme a un grande impegno è possibile innovare strategicamente verso la sostenibilità, raggiungendo risultati concreti. Abbracciare un modello Benefit richiede un lavoro sistemico che entra in tutte le stanze dell'organizzazione. In questo percorso Kerakoll ha coinvolto azionisti, management e diverse funzioni aziendali in 11 Paesi. Non si tratta solo di un cambiamento operativo ma anche culturale, che richiede un modo di pensare orientato al continuo miglioramento.

Un passo fondamentale, inoltre, è stato quello di proteggere la missione dell'azienda nel tempo, riportandola all'interno dello statuto, dando così mandato al management di bilanciare vocazione e profitto. Per Kerakoll si è trattato di formalizzare delle pratiche virtuose e innovative già prioritarie per l'azienda: dalla ricerca di materiali riciclati, ai processi produttivi e distributivi a basso impatto, passando per l'impegno civico e il territorio.

Il percorso di evoluzione non è terminato ed è oggi orientato sempre di più alla generazione di un impatto positivo verso l'ecosistema in cui Kerakoll opera: dalle nuove persone che si uniranno al gruppo ai partner industriali, dalla città di Sassuolo alle comunità internazionali in cui il gruppo opera. Ci auguriamo che questo avvenimento possa aprire ulteriori nuovi orizzonti in Italia e che molte altre aziende, che abbracciano questi valori siano ispirate a muoversi nella stessa direzione.



## REVIEW OBIETTIVI 02023

OBIETTIVO	STATO	NOTE
Lanciare il programma 02023 di CO2alizione in partnership con SusDeF su tre linee operative: condivisione di contenuti, creazione di gruppi di lavoro e LAB di R&D e promozione di azioni di policy-making.	<b>80%</b>	Lanciato e concluso il programma 02023 di CO2alizione in partnership con Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile SusDeF, per un totale di 10 incontri tra webinar ed exploration lab su 6 tematiche rilevanti nella definizione di una strategia di decarbonizzazione. Avvio della piattaforma online dedicata alle imprese aderenti per la condivisione e la fruizione offline dei contenuti co-creati. La produzione di un position paper sul tema offsetting come base per attività di policy making è stata posticipata al 02024.
Contribuire all'organizzazione della seconda edizione del B For Good Leaders Summit previsto ad Amsterdam nel Maggio del 02023 e alla progettazione e lancio del network di B for Good leaders.	<b>100%</b>	Siamo stati co-organizzatori della seconda edizione del summit, contribuendo in particolare alla definizione del programma, il harvesting delle sessioni, il conversation book del dialogue series e la gestione degli inviti ai partecipanti.
Progettare un polo di apprendimento sui temi della rigenerazione rivolta ai nostri stakeholder.	<b>70%</b>	Nel corso del 02023 sono stati definiti i principali aspetti del polo di apprendimento sui temi della rigenerazione di NATIVA purpose e finalità per ogni stakeholder target di riferimento e format dei corsi. Sono stati impostati il business plan e la brand identity, insieme al piano di obiettivi e attività per il 02024, anno in cui sarà ufficialmente lanciato e partiranno i primi corsi.

## REVIEW OBIETTIVI 02023

OBIETTIVO	STATO	NOTE
Accompagnare B Lab Italia alla piena operatività, supporto all'organizzazione del Summit delle B Corp italiane e alla crescita del movimento.	<b>100%</b>	Il Summit è stato realizzato con la guida di NATIVA ed è stato un successo a tutti gli effetti, con la partecipazione di + 140 B Corp e + 300 persone. Il passaggio del testimone tra NATIVA e B Lab Italia si è concluso dal punto di vista formale con la firma del contratto ed è divenuto operativo con il passaggio di tutte le attività a B Lab Italia. Nel corso del 02023, è stato raggiunto il numero di 266 B Corp in Italia, con un + 78 rispetto al 02022.
Proseguire con le attività del Framework "Attivismo" in continuità con l'anno 02022, con focus sia sui quartieri sia sull'ingaggio di persone e territorio.	<b>100%</b>	Nel corso del 02023, NATIVA ha mantenuto il contatto e la relazione a livello di quartiere, per proseguire nella diffusione di una cultura di partecipazione attiva e coinvolgimento. Questa direzione è stata veicolata grazie all'adesione a progetti locali come l'"Albero delle Identità", "Piazza dei Mestieri", e la collaborazione con realtà attiviste come gli "Stati Generali di Ci sarà un Bel Clima".

<i>02 - Sistemi economici e sociali a prova di futuro</i>			
<b>TEMA MATERIALE</b>	<b>KPI NATIVA</b>	<b>DATO 02023</b>	<b>DATO 02022</b>
<b>Attivismo e cambiamento culturale</b>	# aziende certificate B Corp in Italia nell'anno	266	188
	# aziende supportate nel passaggio a Società Benefit	24	16
	# ore di attivismo per ciascun Nativer	10	9
<b>Dialogo con le istituzioni</b>	Tema trattato qualitativamente, non misurato attraverso un KPI	-	-

## IMPEGNI 02024

Attivare programmi di supporto alla diffusione di **Società Benefit** con le amministrazioni comunali di 3 grandi città italiane.

Consolidare il movimento di **CO2alizione** in Italia con l'adesione di almeno 5 nuove aziende e con la estensione del programma su 5 filoni tematici con working group dedicati e la produzione di un position paper sul tema offsetting.

Iniziare l'internazionalizzazione del movimento di CO2alizione con l'attivazione dell'iniziativa (con nome **CO2alition**) in un altro Paese europeo e in America Latina.

Realizzare il lancio di un **polo di apprendimento** sui temi della rigenerazione rivolta ai nostri stakeholder e attivarne l'azione nella seconda parte dell'anno.

Contribuire all'organizzazione della terza edizione del **B For Good Leaders Summit** previsto ad Amsterdam nel Maggio del 02024 e rafforzare la partnership con il team BfGL creando le condizioni per il lancio del primo chapter locale da realizzarsi in Italia.

Promuovere la diffusione di nuovi modelli di racconto e confronto basati su dinamiche di Human Inspiration, con la programmazione e sviluppo degli eventi di **ImagiNATION** su tutto il 2024 e con almeno 5 nuove puntate e la condivisione di contenuti video settimanali per focalizzare il messaggio su l'ampliamento e l'approfondimento del rapporto con gli stakeholder.

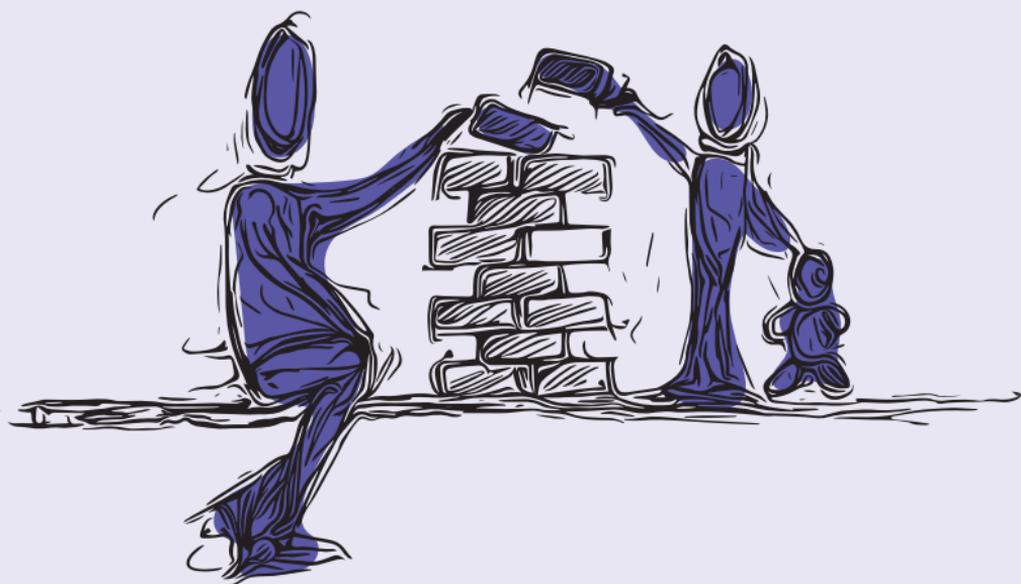
Continuare le attività sulle **community locali** di Roma e Milano, attraverso l'esplorazione di forme artistiche di attivismo di prossimità e la condivisione e il racconto dell'esperienza per stimolare l'identificazione di altri stakeholder. In particolare, con Albero delle Identità a Roma, almeno due eventi di costruzione delle foglie dell'albero da affiggere nei quartieri in concomitanza con gli eventi ImmagiNATION; con Piazza dei Mestieri a Milano, almeno due percorsi di formazione.

Individuare e abbracciare una **causa sociale** che funga da cassa di risonanza per lo scopo di NATIVA attraverso il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei Nativer e del network di NATIVA in eventi e manifestazioni correlati.

# EVOLUZIONE DI PRATICHE E MODELLI DI BUSINESS

## CAPITOLO 3

Il design e l'introduzione di pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle imprese e nelle istituzioni 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.



# STORIE DI IMPATTO 02023



## Giro d'Italia e Maratona di Milano: Il primo Legacy Report sullo sport

**Il Legacy Report di Giro d'Italia e Milano Marathon 02023. Un'analisi degli impatti e le strategie per innovare verso un futuro più sostenibile insieme a tutto l'ecosistema.**

Anche il mondo degli eventi e dello sport, come qualsiasi attività umana, genera un impatto e ha davanti a sé l'occasione di contribuire alla risoluzione delle sfide del XXI secolo, usando lo sport come forza positiva. Non solo attraverso l'evoluzione della propria cultura e degli impatti, ma coinvolgendo e ispirando milioni di persone e appassionati, con l'obiettivo di accelerare il cambiamento. Nel 02023 NATIVA e RCS Sport hanno pubblicato il primo Legacy Report sullo sport. Il Legacy Report è il documento di mappatura

degli impatti ambientali, sociali ed economici del Giro d'Italia e della Milano Marathon e di racconto delle principali storie e sfide dei suoi attori chiave. Un'analisi per capire quale sia il vero impatto di un grande evento e per porre la strategia per migliorare, considerando oltre 150 parametri di sostenibilità rispetto a 5 aree che includono gli aspetti ambientali, sociali ed economici: Circolarità, Capitale Naturale, Resilienza Climatica, Educazione e Coinvolgimento, Benessere, Felicità e Salute. Il lavoro ha dato il via per un coinvolgimento

progressivo del vasto ecosistema dell'evento su queste tematiche (dall'organizzazione interna, ai partner e sponsor, le comunità locali, gli atleti e l'ampio bacino degli spettatori), attraverso incontri, interviste, survey anonime, sopralluoghi e audit on site

e monitoraggio delle informazioni pubbliche. Il risultato è rappresentato nel Report attraverso il Profilo di Rigenerazione, dove per ciascuna area di impatto sono raccontate le principali storie di impatto, tramite numeri chiave e testimonianze, le sfide e gli impegni futuri.

## **Trasformare il turismo di lusso in Brasile: un'alleanza per il business sostenibile**

**La partnership tra NATIVA e BLTA è volta ad avviare quel cambiamento di paradigma necessario nel turismo di lusso brasiliano, perseguendo un business più sostenibile grazie a un percorso di cooperazione tra le aziende associate.**

NATIVA ha unito le forze con la Brazilian Luxury Travel Association BLTA per promuovere imprese più rigenerative nel settore turistico brasiliano e abbiamo iniziato un percorso collettivo di evoluzione aziendale con 6 associate alla BLTA nel 2023 Ibiti Engenho Lodge, Barracuda, Hotel Emiliano Rio e São Paulo, Hotel Unique e Santapele. Il percorso ha alternato momenti di formazione e riflessione condivisa tra le aziende, a momenti di confronto dedicato tra NATIVA e ciascuna azienda. Il dialogo e lo scambio tra le diverse realtà è stato una parte essenziale del progetto, rafforzando i vantaggi di un approccio sistemico rispetto a quello tradizionale. L'impatto è stato misurato attraverso il B Impact Assessment, attraverso il quale abbiamo tracciato il profilo dell'impatto di ogni azienda, al fine di progettare percorsi di evoluzione collettive e individuali. Al termine del percorso, abbiamo organizzato

un webinar con la partecipazione di Sistema B Brasil e di 3 B Corp - Grupo Cataratas (che coordina e indirizza le B Corp Econoronha, Marco das 3 Fronteiras e Paineiras Corcovado), Anavilhanas Jungle Lodge e Teva Vegetal - per condividere le sfide e le opportunità di diventare B Corp; abbiamo poi condiviso i risultati del progetto, un profilo di impatto medio delle 6 aziende e i benchmark del settore. Questo percorso è il risultato del nostro impegno nel promuovere un approccio sistemico al cambiamento verso una cultura più rigenerativa, coinvolgendo direttamente i settori chiave dell'economia. I risultati di questo progetto saranno presentati all'intera rete BLTA nell'aprile 02024. Allo stesso tempo, nel 02024 viene coinvolto un secondo gruppo di evoluzione aziendale con 3 aziende che hanno già deciso di utilizzare il loro business come forza di trasformazione del settore del turismo in Brasile.

## **Il contratto come strumento moltiplicatore di impatto per il business: il Percorso Double Purpose di arena**

**Il nuovo progetto «Impact Terms» realizzato con arena ha portato a ripensare il contratto come uno strumento in grado di elevare la relazione da una mera transazione commerciale a un legame costruito sui valori e sull'impatto.**

Arena è un brand emblematico per tutti gli sport acquatici fondato nel 1973. Gli atleti che indossano i prodotti arena hanno superato oltre 500 record mondiali nel nuoto e conquistato oltre 300 medaglie d'oro alle Olimpiadi. In questo mezzo secolo il mondo è cambiato profondamente, e con esso anche arena. Il 02023 ha infatti segnato un traguardo speciale per l'azienda: il suo 50° anno di vita e il primo anno come Società Benefit. Arena è stata affiancata da NATIVA nella transizione dello status giuridico societario della sua capogruppo in Italia. Con ciò, ha incorporato nel suo statuto il perseguimento del bene comune che segue un percorso di misurazione e lo sviluppo delle azioni di evoluzioni presenti nel suo Piano di Sostenibilità.

Ma cosa significa per un brand iconico come arena essere una Double Purpose Company e sviluppare appieno il potenziale delle relazioni con i propri stakeholder? È da questa

domanda che nasce il progetto "Impact Terms", che come NATIVA nel corso del 02023 ci ha visto protagonisti nella progettazione e integrazione di clausole contrattuali ad impatto nei contratti dei partner della filiera dello sport supportati da arena. L'obiettivo è avviare una conversazione nuova e innovativa con l'ecosistema di arena, passando da una relazione contrattuale tradizionale a una basata sull'impatto.

Queste nuove clausole, infatti, riconoscono il contratto non solo come un documento formale con termini economici, ma come uno strumento in grado di elevare la relazione da una mera transazione commerciale a un legame costruito sui valori e sull'impatto. Il progetto mira a coinvolgere tutti i partner di lunga data di arena lungo la filiera degli sport acquatici, incluse venti federazioni, sessanta atleti e decine di club e piscine in tutto il mondo entro il termine del 02024.

## Il Legacy Book di AIDAF. Come essere dei buoni antenati

**Cosa significa essere delle buone antenate e dei buoni antenati? Quali opportunità e responsabilità implica questo concetto per una imprenditrice o un imprenditore? Il Legacy Book come bussola di navigazione per le quasi 300 imprese familiari che si pongono collettivamente queste domande.**

Il Legacy Book di AIDAF è un documento redatto insieme ad AIDAF, l'Associazione delle Imprese Familiari Italiane, con l'obiettivo di fornire alle quasi 300 associate uno strumento di accompagnamento per costruire un futuro in cui l'impresa generi valore non solo per l'azienda stessa e la famiglia, ma anche per il pianeta e la società intera. Uno strumento dunque per immaginare, definire e perseguire la propria Legacy.

Il documento è stato realizzato in modalità corale con il contributo sia degli organi di governance principali di AIDAF, sia di tutte le imprese associate. Il Legacy Book è previsto con pubblicazione a cadenza biennale e si pone come il primo di una serie di pubblicazioni che riflettano l'agire dell'associazione e delle sue associate nei prossimi anni. Un modo per impegnarsi all'azione e per rendicontare costantemente i

progressi, ponendosi nuovi obiettivi sempre più sfidanti.

Al centro della progettualità si trova il concetto di Legacy, che rappresenta una visione a lungo termine, e si esprime in scelte consapevoli e intenzionali, messe in atto oggi, allo scopo di prendersi cura delle generazioni che verranno e del pianeta in cui vivranno.

Le 300 imprese coinvolte hanno così la possibilità di perseguire la propria Legacy individualmente e collettivamente, di dare vita a ulteriori sinergie per raggiungere gli obiettivi e di replicare il modello declinandolo sul proprio ecosistema.

Il Legacy Book rappresenta quindi una bussola di navigazione non solo per le imprese associate, ma per tutte le imprese, familiari e non solo, che ritrovano nel concetto di Legacy l'opportunità più grande della propria esistenza oggi.

**Il percorso di evoluzione di P101 ha coinvolto NATIVA in Evolution Due Diligence per valutare e guidare l'impatto di 8 società in cui P101 intendeva investire. NATIVA proseguirà con P101 questo percorso per amplificare l'impatto e favorire la crescita economica del portafoglio del fondo.**

Siamo a Milano, la città italiana con il maggior numero di startup e cuore pulsante della finanza. P101 SGR è uno dei principali gestori di fondi di Venture Capital in Italia, specializzato in investimenti in società innovative e technology driven in Europa. Attraverso l'ultimo fondo, Programma 103, costituito nel 02022, P101 desidera utilizzare il business "as a force for good", indirizzando il capitale verso la crescita delle aziende in portafoglio e verso il benessere sociale e ambientale dei contesti in cui queste operano. Dopo aver supportato P101 nella definizione della strategia di sostenibilità e della relativa documentazione di compliance secondo la direttiva EU SFDR (Sustainable Finance Disclosure Regulation) di Programma 103, il 02023 ci ha visti affiancare P101 in 8 Evolution Due Diligence, con l'obiettivo di individuare eventuali rischi e opportunità in termini di impatto ambientale e/o sociale ricadenti sulle società oggetto di acquisizione. Secondo la strategia di sostenibilità del fondo, che mira a contribuire positivamente a 5 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, abbiamo creato un

modello di Due Diligence che, oltre a permettere di soddisfare i requisiti di compliance, abilita un percorso di evoluzione delle aziende in portafoglio verso performance rigenerative. In particolare, la roadmap di sostenibilità definita durante la Due Diligence per ognuna delle società oggetto di acquisizione consente al fondo e all'azienda stessa di intraprendere un percorso di miglioramento coerente con gli obiettivi del fondo e che riguarda profondamente i temi materiali del settore di cui l'azienda fa parte. Il fondo, inoltre, ha stretto accordi vincolanti con le partecipate per fissare obiettivi di avanzamento oggettivi e misurabili. Il processo è agevolato da un Profilo di Sostenibilità progettato ad hoc per il fondo che consente di valutare le performance dell'azienda e, dunque, l'efficacia delle attività promosse dal fondo, dalla due diligence all'exit. La progettualità con P101 potrà essere replicata con altri attori del mondo finance, così come con Legacy Leader in prossimità di fare acquisizioni, adattando la metodologia secondo la strategia di sostenibilità che si intende seguire.

## REVIEW OBIETTIVI 02023

OBIETTIVO	STATO	NOTE
Stimolare l'adozione della proposizione del modello di Regeneration Partnership da parte dei Legacy Leaders, come strumento di affiancamento alla implementazione dei loro piani di sostenibilità.	<b>100%</b>	Il framework Regeneration Partnership che stabilisce la collaborazione continuativa tra NATIVA e Legacy Leader nell'assicurare l'implementazione dei piani strategici di sostenibilità è stato adottato dal 24,5% dei Legacy Leader con cui abbiamo iniziato a lavorare nel 02023.
Applicare il Regenerative Events Framework & Legacy Report a nuovi eventi del mondo dello sport e oltre.	<b>100%</b>	Il framework è stato applicato ad eventi del mondo dello sport e dell'arte. E' stata conclusa l'applicazione a Giro D'Italia 02023 e Milano Marathon 02023 con pubblicazione del Legacy Report. È anche partito il progetto per l'applicazione del Framework al PalaJova 02024. Inoltre, il modello è stato evoluto sulla base di ciò che abbiamo imparato, per permetterne un'applicazione sempre più ampia e di impatto.
Applicare il Community Multistakeholder Engagement Model su almeno una nuova istituzione territoriale o associazione private con focus su uno specifico territorio, integrando iniziative volte a diffondere il modello delle Società Benefit.	<b>100%</b>	Il framework è stato applicato per il coinvolgimento degli attori chiave del territorio della Provincia di Sondrio in un percorso di co-creazione di una visione comune, con un orizzonte temporale almeno decennale, per far emergere il pieno potenziale delle Olimpiadi 2026 nella creazione di valore condiviso e durevole. Il progetto, avviato a fine 02023, vedrà il pieno svolgimento durante il 02024.

## REVIEW OBIETTIVI 02023

OBIETTIVO	STATO	NOTE
Progettazione di una piattaforma di investimenti (dedicata all'acquisizione di equity di aziende interessate a evolvere in una direzione di sostenibilità) per favorire lo sviluppo di un nuovo modello di finanza rigenerativa, a supporto dell'espressione del pieno potenziale delle aziende, secondo cui NATIVA realizza una piattaforma d'investimento.	<b>95%</b>	Definiti i design principle e i principali elementi della piattaforma di investimento, concludendo di fatto la prima fase di progettazione interna. E' in corso la creazione di una partnership con un advisor e/o un fondo esistente che permetta di passare alla successiva fase di progettazione.
Supportare le istituzioni finanziarie per assicurare la centralità della performance ESG in ogni investimento, attraverso l'istituzione di ulteriori prodotti innovativi che favoriscano l'adozione di pratiche sostenibili da parte dei beneficiari.	<b>100%</b>	Nel corso del 02023 NATIVA ha creato e implementato un framework di Due Diligence di sostenibilità, applicabile ad acquisizioni di capitale sociale da parte di fondi o aziende nell'attività di merger & acquisition. Il programma è caratterizzato da elementi distintivi coerenti con la vocazione di NATIVA, in particolare consegnando all'azienda target e all'acquirente una roadmap di sostenibilità allineata ai temi materiali della target e agli obiettivi di sostenibilità portati avanti dal fondo. Nell'anno il framework è stato applicato su 8 diverse acquisizioni di equity di aziende, principalmente operanti nel mondo digitale, partecipate da P103, fondo gestito da P101 SGR e classificato ex art. 8 del regolamento SFDR.

## REVIEW OBIETTIVI 02023

OBIETTIVO	STATO	NOTE
<p>Definire e attivare il modello per l'espansione internazionale di NATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Operatività in 3 mercati aggiuntivi;</li><li>• Lavorare insieme a 12 legacy leader internazionali;</li><li>• Assicurare che il 15% del fatturato derivi da progetti internazionali.</li></ul>	<b>80%</b>	<p>Nel corso del 02023, abbiamo accelerato la nostra internazionalizzazione permettendoci di arrivare al 15,8% del nostro fatturato, lavorando con 11 legacy leader con HQ in Europa e in Brasile. Inoltre abbiamo aperto due nuovi mercati:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Brasile con il lancio di una nuova filiale basata a Rio.</li><li>• Svizzera con nuovi legacy leader, Victorinox e l'École Hôtelière de Lausanne EHL.</li></ul> <p>Abbiamo anche avviato delle fasi di esplorazione per l'ulteriore espansione di NATIVA in Francia e avviato una joint venture con RCS Dubai per attivare legacy leader negli Emirati Arabi.</p>
<p>Sviluppare modelli di implementazione e adozione di SPACESHIP che consentano lo scale up rapido della sua adozione (es: modelli white label per network di aziende) anche attraverso l'evoluzione del modello di ingaggio e dell'ampliamento del numero dei flow di contenuto (es: flow a supporto del processi di decarbonizzazione delle imprese).</p>	<b>100%</b>	<p>Nel corso del 02023, è stato finalizzato un white label di SPACESHIP in collaborazione con Chiesi Italia con l'obiettivo di ingaggiare le farmacie italiane in un percorso di evoluzione verso la carbon neutrality. È in corso il progetto con Sistema Moda Italia e il relativo white label della piattaforma. È stato progettato e implementato un nuovo flow di contenuto a supporto del processo di decarbonizzazione delle imprese). È stata progettata una evoluzione della UX della piattaforma SPACESHIP e sono...</p>

## REVIEW OBIETTIVI 02023

OBIETTIVO	STATO	NOTE
		...stati implementati i primi quick win. La versione finale sarà live ad aprile 2024. È stato progettato il piano di lancio della nuova versione di IMPACTO e appunto della nuova User Experience di SPACESHIP. L'implementazione è prevista nella prima parte del 2024.
Ampliare il numero degli utenti delle piattaforme di NATIVA OURO, SPACESHIP e IMPACTO.	<b>100%</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• SPACESHIP 56 aziende (di cui 40 provenienti da network)</li><li>• IMPACTO 49 aziende</li><li>• OURO 10 aziende</li></ul>

03 - Evoluzione di pratiche e modelli di business			
TEMA MATERIALE	KPI NATIVA	DATO 02023	DATO 02022
<b>Approcci scientifici</b>	# nuovi Prodotti analizzati con la metodologia SLCA (Sustainability LifeCycle Assessment)	16	9
<b>Framework e strumenti innovativi e tecnologici</b>	# nuovi strumenti e framework sviluppati da NATIVA durante l'anno	6	6
<b>Ascolto ed evoluzione dei clienti</b>	# progetti strategici di sostenibilità	314	242
<b>Internazionalizzazione</b>	% fatturato derivante da progetti internazionali	14%	9%
<b>Mondo Finanziario</b>	Ammontare in euro dei finanziamenti erogati tramite prodotti di finanza sostenibile da noi progettati (Sustainability-linked Loan)	5 Miliardi	2,2 Miliardi
<b>Ispirazione Legacy Leader</b>	# conferenze su nuovi paradigmi a cui abbiamo partecipato come speaker nel corso dell'anno	47	92

## IMPEGNI 02024

Acquisire almeno 20 nuovi **legacy leader**.

Concludere almeno l'80% di Regeneration Partnership (**REPA**) rispetto ai Legacy Leader di media/grande dimensione attivi nel 02023.

Consolidare la presenza **internazionale** NATIVA nei paesi pilot selezionati BR, CH, FR, UAE attraverso la crescita del numero di Legacy Leader coinvolti.

Individuare il partner per la piattaforma di **finanza** sviluppata da NATIVA per favorire lo sviluppo di un nuovo modello di finanza rigenerativa, progettazione del modello operativo e avvio degli incontri con potenziali investitori.

Lanciare la nuova versione gratuita di **IMPACTO**, piattaforma per Società Benefit per assicurare la corretta adozione del modello benefit da parte delle imprese. Progettarne la versione premium.

Lanciare la nuova versione di **SPACESHIP**, piattaforma a supporto della diffusione del know how di NATIVA per piccole e medie imprese.

Sviluppare le nuove versioni dei framework NATIVA e incrementarne la diffusione. Per ciò che concerne i framework associati allo sviluppo normativo europeo, includere sistematicamente il design principle "**beyond compliance**" per assicurare che l'azione normativa mantenga la sua forza propulsiva di cambiamento ed evoluzione e non venga invece recepita come mera indicazione burocratica. In particolare:

- Continuare ad applicare il Regenerative Event Framework (**REF**) & Legacy Report a supporto dell'evoluzione del profilo di impatto degli eventi ai quali è stato già applicato: Giro d'Italia e Milano Marathon 02024. Estendere l'applicazione del framework a un nuovo evento.
- Applicare il nuovo framework **Net Zero** Program a 4 nuove aziende.
- Applicare il **Community Multistakeholder Engagement** Model su una nuova istituzione territoriale o associazione private con focus su uno specifico territorio, integrando iniziative volte a diffondere il modello delle Società Benefit.
- Consolidare il Framework per la valutazione di attività economiche in termini di allineamento alla **Tassonomia** europea, con focus sull'individuazione degli elementi di sinergia all'azione del Legacy Leader, beyond compliance.
- Consolidare il Framework di **Doppia Materialità** legato alla valutazione degli

## IMPEGNI 02024

impatti inerenti la materialità finanziaria, a integrazione del Framework pre-esistente di materialità ambientale e sociale, beyond compliance.

- Sviluppare il Framework NATIVA **PC**, a supporto della massimizzazione dei risultati legati alle finalità delle SB
- Sviluppare il Framework NATIVA legato alla **valutazione monetaria** degli impatti sociali e ambientali, con focus sull'individuazione degli elementi che consentano al Framework di coadiuvare l'azione di NATIVA per i Legacy Leader.

Supportare le istituzioni finanziarie per assicurare la centralità della **performance ESG** in ogni investimento, attraverso l'istituzione di ulteriori prodotti innovativi che favoriscano l'adozione di pratiche sostenibili da parte dei beneficiari.

Migliorare la **visibilità** di NATIVA come attore chiave sulla scena internazionale attraverso la partecipazione attiva a eventi internazionali e la promozione di tavoli di lavoro e di collaborazione internazionale (almeno due eventi tra BfGL, COP29, Impact trade, House of Beautiful Business, G20.

Assicurare il flusso di conoscenza interno tramite sessioni periodiche di **training** immersive e interattive mensili, che si concentreranno su casi pratici, framework specifici e strategie per gestire sempre più efficacemente la relazione con i legacy leader.

Definire e mappare la **'Legacy Leader Journey'** di Nativa, identificando i momenti chiave di contatto nella relazione tra Nativa e i Legacy Leader. Per questo intendiamo sviluppare linee guida intenzionali, denominate 'human touch guidelines', così da ottimizzare l'efficacia e la rilevanza dell'esperienza del Legacy Leader durante il percorso.

Consolidare le basi per l'**internazionalizzazione** di NATIVA, attraverso la produzione di contenuti di comunicazione bilingue, l'integrazione di nuove modalità all'interno dei rispettivi flussi di lavoro e l'acquisizione di nuove competenze tra Italia e Brasile e l'assunzione di profili internazionali qualificati.

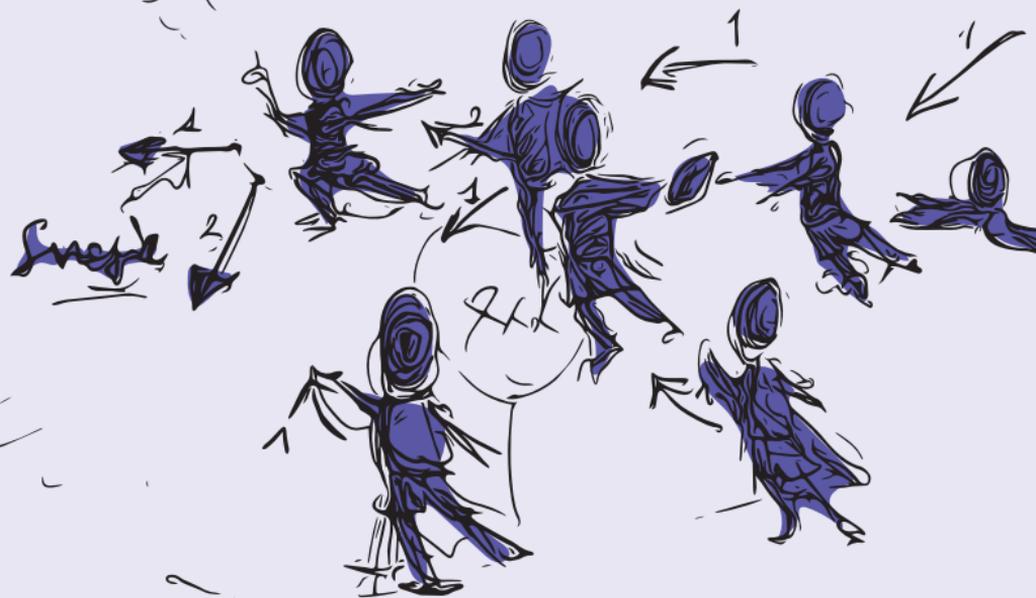
Garantire la piena disponibilità di **strumenti a supporto delle attività interne** di NATIVA (rilascio completo di Odoo, il sistema adottato da NATIVA come strumento di CRM, project management, event management e altre funzionalità; gestione avanzata delle security aziendale).

# SINERGIE

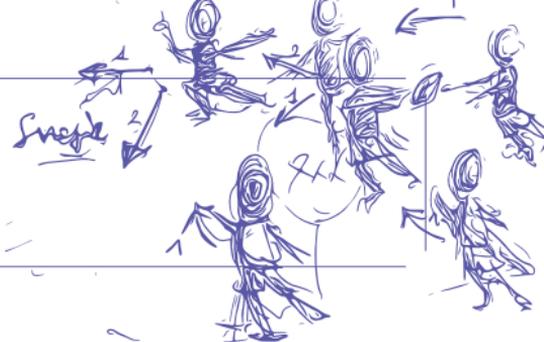
## CAPITOLO 4

L'azione guidata dal principio di interdipendenza con altre organizzazioni il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società, per amplificare l'impatto positivo congiunto.

mobile dbz



# STORIE DI IMPATTO 02023



## È nata B Lab Italia

**NATIVA finalizza il passaggio di consegne delle sue attività come Country Partner a B Lab Italia, che ora guida il movimento delle B Corp in Italia.**

Dal 2015 NATIVA è stata Country Partner di B Lab per l'Italia, con l'onore e l'onere di diffondere nel nostro Paese la cultura e i valori portanti del Movimento delle B Corp, quali l'interdipendenza, la trasparenza e la volontà di utilizzare il business come forza positiva, in favore di un'economia più inclusiva, equa e rigenerativa. Nel 02023, in Italia, il movimento è arrivato a contare oltre 250 B Corp, un traguardo di cui NATIVA va fiera e che rappresenta una solida base su cui costruire il futuro. Per farlo, insieme a B Lab Europa abbiamo deciso di costituire un ente completamente dedicato al Movimento a livello nazionale: la Fondazione di Partecipazione B Lab Italia.

Creare B Lab Italia come Fondazione di Partecipazione è stata una scelta finalizzata a garantire il miglior livello di espressione e coinvolgimento della Community delle B Corp italiane

all'interno del modello di governance della stessa, assicurandoci che possano essere rappresentate nei processi di decision-making. Durante il 02023, NATIVA ha garantito un graduale passaggio di consegne alla neonata Fondazione, che è ora pienamente operativa e rappresenta l'Italia nel B Global Network, il gruppo di organizzazioni globali, regionali e nazionali che alimenta il movimento delle B Corp nei diversi Paesi e Continenti.

Come NATIVA restiamo parte della Community delle B Corp italiane e siamo felici di collaborare con B Lab Italia e con le altre B Corp per promuovere insieme, come sempre, l'evoluzione verso paradigmi di business rigenerativi.

La creazione di B Lab Italia è un segno di continuità del lavoro fatto da NATIVA fino ad oggi e della nostra volontà di passare il testimone, definendo così la nostra legacy.

## REVIEW OBIETTIVI 02023

OBIETTIVO	STATO	NOTE
Terminare il processo di costituzione della Fondazione B Lab Italia e realizzare un'efficace ed efficiente transizione del ruolo di Country Partner di B Lab Europa per l'Italia da NATIVA alla nuova Fondazione B Lab Italia.	<b>100%</b>	La Fondazione B Lab Italia è stata costituita a maggio 2023 e nel corso dell'anno sono state portate a termine, con 3 mesi di anticipo rispetto al piano iniziale, le attività previste per il completo passaggio di consegne. Con la fine dell'anno, infatti, la Fondazione ha preso pienamente in carico la gestione della pipeline, la realizzazione delle attività di marketing e tutte le attività di animazione della community.
Applicare il modello di governance delle Società Benefit "Act as a Benefit Corporation" alle cinque partnership principali di NATIVA RSF, SusDeF, B Lab, Assobenefit, BfGL.	<b>40%</b>	Le partnership attive sono con: Regenerative Society Foundation RSF, Fondazione Sviluppo Sostenibile SusDeF, B Lab, Assobenefit e B for Good Leaders BfGL. Tra queste, quelle a cui è stato applicato il modello di governance delle Società Benefit "Act as a Benefit Corporation" nel 02023 sono quelle con SusDeF e BfGL 2 su 5. Rispetto a quella con SusDeF, l'obiettivo relativo alla creazione del programma 02023 per le aziende di CO2alizione è risultato totalmente soddisfatto, mentre altri, tra i quali l'avvio di attività di policy-making, non sono ancora partiti. In generale...

## REVIEW OBIETTIVI 02023

OBIETTIVO	STATO	NOTE
		...il modello favorisce la creazione di accountability e trasparenza rispetto alle partnership in essere e agli obiettivi raggiunti anno su anno.
Identificare e attivare alleanze nuove, valutare la reale efficacia delle alleanze attive e deciderne il mantenimento, lo sviluppo o la dismissione. Esplorazione di possibili sinergie con le istituzioni, Policy Maker e la Pubblica Amministrazione sia a livello nazionale che europeo.	<b>25%</b>	La mappatura delle partnership attive ha permesso di circoscriverne l'insieme e di focalizzarsi in maniera prioritaria su quelle che al momento sono risultate maggiormente in linea con le finalità di NATIVA. Al contempo, prosegue la valutazione di potenziali nuove partnership che potranno essere attivate una volta identificato chiaramente il valore aggiunto e l'allineamento con le finalità di NATIVA delle stesse.
Partecipare attivamente al board di Assobenefit.	<b>100%</b>	NATIVA partecipa con regolarità al Board, tramite la presenza di uno dei due co-Founder, e nel corso dell'anno ha promosso l'attivazione di uno studio sulle Società Benefit per il quale è stato stipulato un accordo (di cui si rendicontra nel seguito).

## REVIEW OBIETTIVI 02023

OBIETTIVO	STATO	NOTE
Sviluppare un framework di misurazione del profilo di rigenerazione di determinati progetti con il gruppo di lavoro dedicato di Regenerative Society Foundation e applicazione ad almeno due progetti pilota.	<b>60%</b>	NATIVA ha definito l'approccio progettuale e ha guidato il team di lavoro che ha sviluppato il framework pilota che è stato applicato per la valutazione di due primi progetti. Il lavoro di sviluppo di dettaglio per la definizione delle domande guida e delle reference e l'assegnazione dei punteggi sono state sospese nella seconda metà dell'anno. In questi mesi sono infatti stati rivisti gli obiettivi generali e l'organizzazione della Fondazione stessa.
Disegnare e realizzare uno studio osservazionale sulle Società Benefit in Italia in collaborazione con importanti istituzioni di rappresentanza e ricerca con l'obiettivo di promuovere il valore del modello e la corretta interpretazione dello spirito della legge.	<b>40%</b>	NATIVA ha identificato e attivato i partner per il programma di Ricerca Nazionale sulle Società Benefit: Centro Studi e Ricerche di Intesa San Paolo, il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'università di Padova, la Camera di Commercio di Taranto, Infocamere e Assobenefit. La definizione dell'accordo formale fra le parti ha richiesto più tempo del previsto e i primi risultati saranno disponibili a marzo 2024.

<i>04 - Sinergie</i>			
<b>TEMA MATERIALE</b>	<b>KPI NATIVA</b>	<b>DATO 02023</b>	<b>DATO 02022</b>
<b>Coinvolgimento e attivazione dell'ecosistema</b>	Numero di partnership strategiche per cui si definisce una collaborazione chiara per la promozione di modelli di business	5	9

## IMPEGNI 02024

Definire e perseguire le strategie (e relativo modello di governance **ABC** "Act as a Benefit Corporation") di NATIVA per le partnership chiave attive B4GL, Assobenefit, B Lab, Susdef, RSF e implementare il modello con i partner. In particolare:

Rispetto alla partnership con **SusDeF**, avviare le attività relative al secondo anno di programma di CO2alizione, creando dei KPI e un report annuale per la misura dei risultati delle attività.

Con **BfGL** stringere un livello di partnership più ampio e profondo anche attraverso la collaborazione nell'organizzazione del summit 2024.

Attraverso l'attiva partecipazione nel board e Comitato Scientifico di **Assobenefit**, contribuire all'accelerazione della crescita del numero delle Società Benefit in Italia e al rafforzamento della loro influenza come forza di rigenerazione.

Consolidare il framework di misurazione del profilo di rigenerazione di determinati progetti con il gruppo di lavoro dedicato di **Regenerative Society Foundation** con la revisione e l'aggiornamento dell'asse "capitale naturale"; con l'applicazione a un nuovo progetto pilota e con lo sviluppo di un documento di linee guida e metodologia.

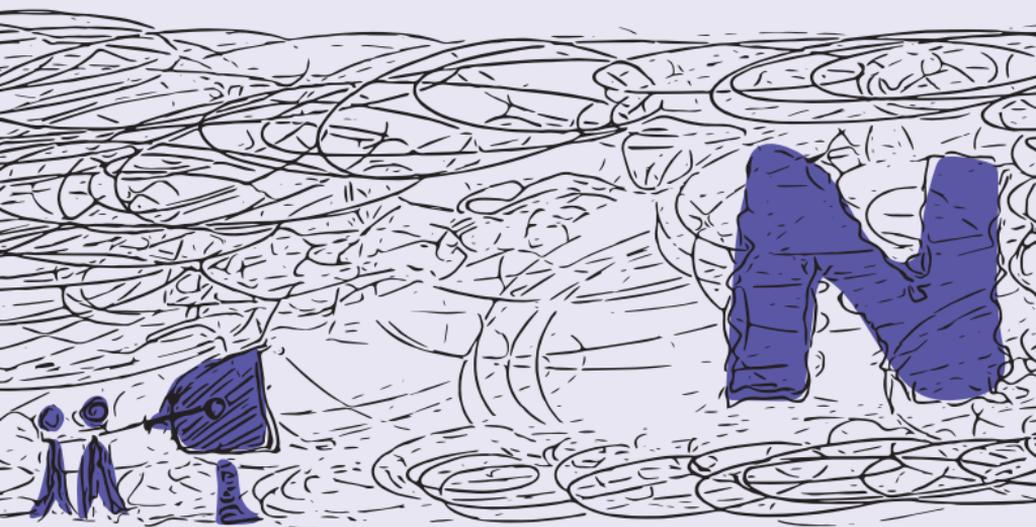
Completare lo **studio** osservazionale sulle Società Benefit in Italia entro metà anno con la pubblicazione di un "long form tecnico" e una landing page divulgativa sul sito societàbenefit.net al fine di promuovere il valore del modello e la corretta interpretazione della legge.

Completare la valutazione di potenziali **nuove partnership** da attivare qualora sia identificato chiaramente il valore aggiunto e l'allineamento con le finalità di NATIVA. Per le partnership che saranno selezionate progettare l'ABC model.

# NEUTRALITÀ CLIMATICA

## CAPITOLO 5

L'evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica.





# STORIE DI IMPATTO 02023

## L'evoluzione del supporto di NATIVA per la decarbonizzazione

**Negli ultimi anni c'è stata a una proliferazione di metodologie per la neutralità climatica che rischia di creare confusione e rallentare il cambiamento. NATIVA ha rielaborato il proprio framework per la decarbonizzazione, in linea con le indicazioni della comunità scientifica, per una generazione di valore a lungo termine.**

L'attenzione all'emergenza climatica da parte dei cittadini, delle aziende e delle istituzioni sta vivendo una forte accelerazione, in particolare nell'Unione europea. Una delle conseguenze è che negli ultimi anni c'è stata una proliferazione di termini, metodologie e strumenti per la decarbonizzazione che ha generato una forte confusione tra chi vuole includere questi temi nella propria strategia aziendale.

Per questo nel corso del 02023 NATIVA ha rielaborato il proprio framework per supportare i Legacy Leader nella decarbonizzazione e nell'adattamento ai cambiamenti climatici, seguendo i rapidi mutamenti del contesto e i riferimenti scientifici più adottati a livello internazionale. Il nuovo Net Zero Program ha l'obiettivo di portare il business ad

agire come forza propulsiva per contribuire a creare un sistema economico e sociale che possa prosperare all'interno degli equilibri della biosfera, senza metterli sotto pressione e anzi contribuendo alla loro rigenerazione. Allo stesso tempo, mira a strutturare un sistema di gestione basato su criteri scientifici e orientato alla generazione di valore a lungo termine, aumentando il grado di adattamento e antifragilità rispetto all'intensificarsi degli effetti dell'emergenza climatica al quale stiamo già assistendo.

Al momento della scrittura della Relazione, NATIVA ha supportato e supporta 6 Legacy Leader di diversi settori nel percorso di decarbonizzazione attraverso il nuovo Net Zero Program.

## REVIEW OBIETTIVI 02023

OBIETTIVO	STATO	NOTE
Sviluppare un piano di decarbonizzazione per NATIVA con azioni finalizzate a raggiungere i target SBTi relativi alle emissioni di scope 1 e 2 al 02030 46% rispetto a Baseline 02019 e definizione di un target di riduzione di Scope 3.	<b>20%</b>	I principali hotspot di emissione di NATIVA su scope 1, 2 e 3 sono stati identificati e per ciascuno di essi sono state valutate le possibili azioni di mitigazione. Abbiamo già raggiunto l'obiettivo di decarbonizzazione degli scope 1 e 2, mentre per lo scope 3 le azioni identificate non sono state ancora inserite all'interno di un piano strutturato e completo di target.
Definire una policy per i viaggi di lavoro finalizzata alla diminuzione delle emissioni.	<b>70%</b>	La policy è stata progettata e condivisa con XYZ per ricevere dei feedback. La condivisione con gli altri Nativer per la messa in pratica non è ancora stata effettuata.
Supportare con continuità la strutturazione del programma di CO2alizione.	<b>100%</b>	Il programma 02023 di CO2alizione è stato supportato con successo attraverso il disegno e la moderazione dei webinar e degli exploration lab erogati nel corso dell'anno sui 6 temi previsti.

<i>05 - Neutralità climatica</i>			
TEMA MATERIALE	KPI NATIVA	DATO 02023	DATO 02022
<b>Lotta al cambiamento climatico</b>	Utilizzo del KPI GRI 305-1, 305-2, 305-3	vedi Dettaglio Indicatori GRI Tabella 11	

## IMPEGNI 02024

Fissare il **Science-Based Target** di NATIVA per le emissioni di scope 3 e definire un piano strutturato per l'anno successivo finalizzato al raggiungimento della decarbonizzazione secondo gli obiettivi fissati per l'anno target.

Diffondere e applicare la **policy** per i viaggi di lavoro finalizzata alla diminuzione delle emissioni e curare il monitoraggio della sua efficacia attraverso la misurazione delle riduzioni degli impatti di carbon footprint connessi a viaggi di lavoro.

Supportare con continuità la progettazione e la successiva realizzazione del programma di CO2alizione 02024 attraverso l'organizzazione dei 5 working group sui filoni tematici selezionati per l'anno.

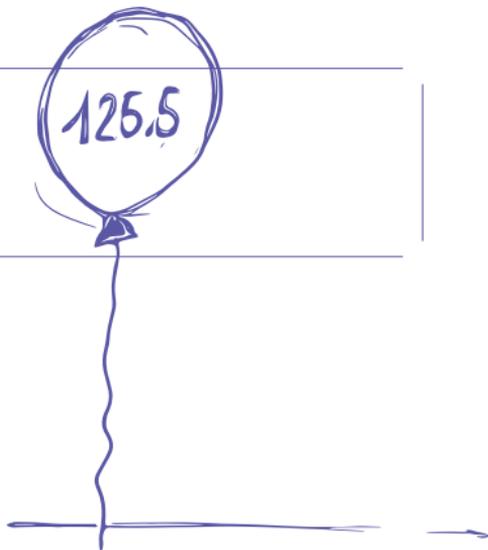
# RESPONSABILITÀ, TRASPARENZA E SOSTENIBILITÀ

## CAPITOLO 6

In qualità di Società Benefit, la Società persegue una o più finalità di beneficio comune e opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni, altri portatori di interesse e generazioni future.



# STORIE DI IMPATTO 02023



## L'impatto di NATIVA secondo il B Impact Assessment

Attualmente, NATIVA ha un punteggio di 125.5 (non ancora verificato da B Lab). Nel corso del 02024, NATIVA si sottoporrà all'audit con B Lab per la sua ricertificazione. Il risultato positivo di crescita dell'impatto rispetto all'ultimo punteggio certificato da B Lab nel 02021 di 123.2 punti (ultimo

report certificato da B Lab visionabile qui: <https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/nativa-srl-sb>) è frutto delle azioni benefit perseguite per il raggiungimento delle finalità specifiche di beneficio comune come descritte nei capitoli precedenti.

Area di Impatto	Punteggio ottenuto <sup>2</sup>
Governance	19.6
Lavoratori	37.9
Comunità	25.5
Ambiente	11.3
Clienti	31.0

<sup>2</sup>Punteggio non verificato da B Lab

## Ecovadis Gold Medal

NATIVA si confronta con lo standard e gli strumenti Ecovadis, piattaforma di valutazione e rating di sostenibilità sempre più diffusa a livello globale. Ecovadis, attraverso uno standard attento alla compliance, rafforza la nostra attenzione verso la formalizzazione e la descrizione esplicita delle nostre pratiche. Per farlo, ci siamo misurati su quattro temi: 1 ambiente, 2 approvvigionamento sostenibile, 3 etica e 4 condizioni lavorative e

diritti umani, ottenendo un punteggio verificato nel 02023 di 74 punti (su 100, media pesata rispetto al punteggio ottenuto in ogni tema. Questo punteggio classifica NATIVA nel 97° percentile tra tutti gli utenti Ecovadis, e corrisponde a una medaglia d'oro. Il nostro obiettivo per il 2024 è il raggiungimento della medaglia platino, entrando nel 99° percentile, lavorando soprattutto sulla sicurezza dei dati e sulla formalizzazione dell'etica aziendale.

<b>Temi Ecovadis</b>	<b>Punteggio ottenuto</b>
Ambiente	80 <sup>3</sup>
Approvvigionamento sostenibile	70
Lavoratori e diritti umani	80
Etica	60



<sup>3</sup>La stima della quantità di rifiuti non pericolosi prodotta nel 02023 negli uffici NATIVA corrisponde a circa 1500 kg, di cui l'80% è stato avviato a raccolta differenziata.

## REVIEW OBIETTIVI 02023

OBIETTIVO	STATO	NOTE
Aggiornare il profilo target di NATIVA	0%	Il profilo attuale di NATIVA è stato aggiornato in linea con i dati rilevati per la submission di marzo 02024. Il profilo target di NATIVA sarà aggiornato in seguito alla fase di revisione condotta con B Lab in modo da partire da una situazione consolidata.
Ideare una matrice per declinare gli impegni che NATIVA assume in termini di Responsabilità, Sostenibilità e Trasparenza verso i suoi stakeholder	40%	Una prima matrice è stata definita ma occorre ancora affinarla per renderla pienamente utile e condivisibile.
Raggiungere la certificazione Ecovadis Platinum	50%	NATIVA è stata riconosciuta oltre il 97° percentile delle aziende verificate da Ecovadis (passaggio da Silver a Gold Medal). Ciò, grazie ad una più esplicita descrizione delle nostre pratiche, ora espresse attraverso policy. Il nostro impegno è di usare al meglio questi strumenti e farli evolvere in maniera costante.

## KPI NATIVA 02023

06 - Responsabilità, trasparenza e sostenibilità			
TEMA MATERIALE	KPI NATIVA	DATO 02023	DATO 02022
Valutazione e trasparenza dell'impatto	Punteggio del Benefit Impact Assessment (BIA) (0-200)	125.5	124
Brand Identity	Tema trattato qualitativamente, non misurato attraverso specifici KPI	-	-
Privacy dei Clienti	Utilizzo del KPI GRI 418-1	vedi GRI Content Index	

## IMPEGNI 02024

Ottenere la ri-certificazione **B Corp** con un punteggio superiore rispetto all'ultimo certificato nel 02021 123.2

Realizzare una prima verifica del posizionamento di NATIVA rispetto ai nuovi **Evolution of Standard** di B Lab

Aggiornare il **profilo target** di NATIVA a seguito della fase di revisione del profilo attuale condotta con B Lab in fase di ricertificazione.

Completare la **matrice degli impegni** che NATIVA assume in termini di Responsabilità, Sostenibilità e Trasparenza verso i suoi stakeholder e assicurare il monitoraggio degli impegni entro fine anno.

Raggiungere il livello **Ecovadis Platinum**.

# **NOTA METODOLOGICA**

## Perimetro di rendicontazione e processo di reporting

Il Legacy Report è pubblicato con cadenza annuale e i dati si riferiscono, salvo diversa indicazione, al periodo che intercorre dal 1° gennaio 02023 al 31 dicembre 02023 e, quando esistenti, questi sono comparati con lo stesso perimetro dell'anno fiscale precedente. Il perimetro delle informazioni e dei dati economici, ambientali e sociali è lo stesso del Bilancio ed include una sola realtà, NATIVA Srl SB con due amministratori, Paolo di Cesare e Eric Ezechieli. I responsabili dell'impatto nell'anno 02023 sono: Eric Ezechieli, Martina Grossi e Claudia Mormino. Ove non fosse stato possibile reperire i dati quantitativi, è stato fatto ricorso a stime che, se presenti, sono

fondate su metodologie condivise e garantiscono una rappresentanza attendibile della performance e dei dati. La relazione di interdipendenza contiene informazioni relative ad aspetti sociali, ambientali e di governance che sono emersi dal processo di stakeholder engagement e tiene conto del contesto e di specifici trend a livello nazionale e internazionale. Il presente documento è stato redatto in conformità ai GRI standard: opzione core. In appendice al documento, si presenta il GRI Content Index con il dettaglio dei contenuti rendicontati in conformità ai GRI Standards e in linea con i temi materiali emersi per NATIVA.

# DETTAGLIO INDICATORI GRI

**Tabella 1.** Ripartizione persone per tipologia contrattuale in Italia

Tipologia contrattuale	al 31 dicembre 02023			al 31 dicembre 02022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
A tempo indeterminato	22	29	<b>51</b>	16	23	<b>39</b>
A tempo determinato	3	4	<b>7</b>	1	2	<b>3</b>
<b>Totale</b>	25	33	<b>58</b>	17	25	<b>42</b>
Contratti trasformati da tempo determinato a tempo indeterminato	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>

**Tabella 2.** Ripartizione persone per genere, area geografica e tipologia contrattuale in Italia

Tipologia contrattuale	al 31 dicembre 02023			al 31 dicembre 02022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Area Geografica</b>						
<b>Milano</b>	12	17	<b>29</b>	9	12	<b>21</b>
<i>A tempo indeterminato</i>	10	13	<b>23</b>	8	10	<b>18</b>
<i>A tempo determinato</i>	2	4	<b>6</b>	1	2	<b>3</b>
<b>Roma</b>	13	16	<b>29</b>	8	13	<b>21</b>
<i>A tempo indeterminato</i>	12	16	<b>28</b>	8	13	<b>21</b>
<i>A tempo determinato</i>	1	0	<b>1</b>	0	0	<b>0</b>
<b>Estero</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
<i>A tempo indeterminato</i>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
<i>A tempo determinato</i>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
<b>Totale</b>	25	33	<b>58</b>	17	25	<b>42</b>

**Tabella 3.** Ripartizione persone per genere e per tipologia di impiego

Full-time / Part-time	al 31 dicembre 02023			al 31 dicembre 02022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	24	32	56	16	25	41
Part-time	1	1	2	1	0	1
<b>Totale</b>	25	33	58	17	25	42

**Tabella 4.** Ripartizione lavoratori esterni per categoria

Lavoratori esterni	al 31 dicembre 02023			al 31 dicembre 02022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Lavoratori a partita IVA con contratto continuativo	1	0	1	2	1	3
Lavoratori a partita IVA con contratto ad obiettivi	5	3	8	6	1	7
Altro (specificare) - Prestazione occasionale	0	0	0	0	0	0
Stage	1	0	1	0	0	0
<b>Totale</b>				8	2	10

**Tabella 5.** Nuove assunzioni e turnover

Numero di persone	02023		02022	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Dipendenti assunti	8	10	2	10
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	0	2	1	1
<b>Totale assunti</b>	<b>18</b>	<b>12</b>		
<b>Totale cessati</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
<b>Turnover in entrata (%)</b>	<b>31%</b>		<b>28,6%</b>	
<b>Turnover in uscita (%)</b>	<b>3%</b>		<b>5%</b>	

Numero di persone	02023			02022		
	≤30 anni	31-50 anni	>50 anni	≤30 anni	31-50 anni	>50 anni
Dipendenti assunti	7	11	0	9	2	1
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	2	0	0	0	2	0
<b>Totale assunti</b>	<b>18</b>	<b>12</b>				
<b>Totale cessati</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				

Numero di persone	02023	02022
<b>Dipendenti assunti</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
Milano	10	8
Roma	8	4
Esterni	0	0
<b>Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
Milano	1	1
Roma	1	1
Esterni	0	0

A livello organizzativo siamo un'organizzazione priva di gerarchie, in cui la leadership è collaborativa, empatica e condivisa. Tuttavia, si presenta di seguito la scomposizione rispetto ai diversi livelli di inquadramento del CCNL di riferimento.

**Tabella 6.** Ripartizione personale per genere, età e categorie

Numero di persone	al 31 dicembre 02023					al 31 dicembre 02022				
	Uomini	%	Donne	%	Totale	Uomini	%	Donne	%	Totale
Dirigenti	2	100%	0	0%	2	2	100%	0	0%	2
Quadri	10	40%	15	60%	25	4	44%	5	56%	9
Impiegati	12	30%	18	60%	30	10	33%	20	67%	30
Operai	1	100%	0	0%	1	1	100%	0	0%	1
<b>Totale</b>	<b>25</b>	<b>43%</b>	<b>33</b>	<b>57%</b>	<b>58</b>	<b>17</b>	<b>40%</b>	<b>25</b>	<b>60%</b>	<b>42</b>

Numero di persone	al 31 dicembre 02023							al 31 dicembre 02022						
	≤30 anni	%	31-50 anni	%	>50 anni	%	Totale	≤30 anni	%	31-50 anni	%	>50 anni	%	Totale
Dirigenti	0	0%	0	0%	2	100%	2	0	0%	0	0%	2	100%	2
Quadri	6	24%	17	68%	2	8%	25	0	0%	7	78%	2	22%	9
Impiegati	20	67%	10	33%	0	0%	30	22	73%	8	27%	0	0%	30
Operai	0	0%	0	0%	1	100%	1	0	0%	0	0%	1	100%	1
<b>Totale</b>	<b>26</b>	<b>45%</b>	<b>27</b>	<b>47%</b>	<b>5</b>	<b>8%</b>	<b>58</b>	<b>22</b>	<b>52%</b>	<b>15</b>	<b>36%</b>	<b>5</b>	<b>12%</b>	<b>42</b>

**Tabella 7.** Ripartizione personale appartenente a categorie protette per fascia d'età e genere

Numero di persone	al 31 dicembre 02023					al 31 dicembre 2022				
	Uomini	%	Donne	%	Totale	Uomini	%	Donne	%	Totale
Dirigenti	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0
Quadri	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0
Impiegati	0	0%	0	0%	0	0	0%	1	100%	1
Operai	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0
<b>Totale</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>	<b>1</b>

**Tabella 8.** Componenti Consiglio di Amministrazione per fascia d'età e genere

Numero di componenti	al 31 dicembre 02023					al 31 dicembre 02022				
	Uomini	%	Donne	%	Totale	Uomini	%	Donne	%	Totale
>50 anni	2	100%	0	0%	2	2	100%	0	0%	2
<b>Totale</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>2</b>

**Tabella 9.** Ore di formazione per categoria e genere

Ore di formazione	02023			02022		
	N. Ore Uomini	N. Ore Donne	N. Ore Totali	N. Ore Uomini	N. Ore Donne	N. Ore Totali
Dirigenti	-	-	0	-	-	0
Quadri	145	375	520	39,8	168	207,8
Impiegati	594	1019	1613	357,6	631,6	989,2
Operai	-	-	0	-	-	0
<b>Totale</b>	<b>739</b>	<b>1394</b>	<b>2133</b>	<b>397,4</b>	<b>799,6</b>	<b>1.197</b>

**Tabella 10.** Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale

Numero di persone	al 31 dicembre 02023			al 31 dicembre 02022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	n.a	-	n.a	n.a	-	n.a
Quadri	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Impiegati	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Operai	n.a	-	n.a	n.a	-	n.a
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

I soci di NATIVA hanno deciso di individuare e mappare in via preventiva i principali rischi, adottando strumenti idonei per governarli e ridurne l'impatto. Di seguito presentiamo un breve riassunto dei rischi non finanziari a cui l'organizzazione è esposta e come si è deciso di gestirli:

1. Mancanza di diversificazione della clientela e rischio legato al fatto di dipendere da un numero concentrato di clienti: con l'aumento del numero di clienti sperimentato nell'ultimo anno, si cerca di differenziarli sempre di più sia come numero che come settore;
2. Rischio di un alto turnover data la giovane età dei Nativer e il trend noto come "Great Resignation" che ha caratterizzato l'ultimo anno: crescente impegno di NATIVA per la felicità dei Nativer con processi di feedback strutturati e creazione della componente Life nel framework XYZ con l'assunzione di una persona dedicata;
3. Rapida espansione e possibile mancanza di una strutturazione delle attività: creazione di un'organizzazione interna definita tramite l'XYZ e avvio di un sistema di monitoraggio interno;
4. Esposizione a rischi ambientali e sociali: continua misurazione e gestione/miglioramento della performance attraverso misurazione con standard internazionali quali il B Impact Assessment;
5. L'espansione e l'accesso universale all'Intelligenza Artificiale presenta rischi connessi alla perdita di creatività umana, alla privacy e alla manipolazione dei dati: monitoraggio delle evoluzioni normative, selezione degli strumenti di IA più appropriati da integrare nei nostri processi ed framework, in modo da garantire la protezione dei dati e delle informazioni dei nostri clienti, il nostro modo di lavorare e ciò che ci contraddistingue in termini di creatività, innovazione e human touch, in linea con i nostri valori.

## COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

I nostri stakeholder principali includono: i legacy leader che sono i nostri clienti, le persone o Nativer, i giovani, i nostri partner principali inclusi B Lab, Regenerative Society Foundation, Fondazione Sviluppo Sostenibile, UN Global Compact, WLA, le istituzioni e policymaker nazionali ed internazionali, i nostri fornitori, le università e tutti gli altri

membri dell'ecosistema NATIVA con cui collaboriamo per portare avanti l'evoluzione di modelli di business rigenerativi. Le attività di stakeholder engagement svolte nel 02022 e il relativo risultato in termini di aggiornamento dei temi materiali sono raccontati nel paragrafo "La Materialità di NATIVA".

## EMISSIONI

**Tabella 11.** Emissioni di NATIVA<sup>1</sup>

Emissioni (suddivise secondo il GHG Protocol)	02023	02022
	tCO <sub>2</sub> eq.	tCO <sub>2</sub> eq.
Scope 1	6,59 (2,1%)	6,73 (5,9%)
Scope 2 (market based) <sup>2</sup>	0	0
Scope 2 (location based)	4,34 (1,4%)	2,35 (2%)
Scope 3	296,58 (96,5%)	104,26 (92,1%)
<b>Totale (market based)</b>	<b>303,17</b>	<b>110,99</b>
<b>Totale (location based)</b>	<b>307,51</b>	<b>113,34</b>

<sup>1</sup>L'incremento di emissioni rispetto al 2022 è dovuto a vari fattori, tra i quali i principali risultano essere: la realizzazione di interventi di ristrutturazione presso l'ufficio di Roma, la contabilizzazione delle emissioni collegate ai contributi INPS e INAIL (non incluse nel 2022) e la variazione dei fattori di emissione dovuta all'adozione di una nuova piattaforma per la contabilizzazione delle emissioni.

<sup>2</sup>Nel corso del 02023 NATIVA ha acquistato certificati di Garanzia di Origine (GO) pari al 100% di energia elettrica acquistata da rete azzerando le emissioni di Scope 2 calcolate secondo la metodologia market-based. Il consumo di energia elettrica è stato pari a 13833 kWh.

**Tabella 11.1 GRI 305-1**

<b>Emissioni dirette di GHG (Scope 1) in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti</b>	6,59
<b>Gas inclusi nel calcolo</b>	<b>CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFCs, PFCs, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub></b>
<b>Emissioni di CO<sub>2</sub> di origine biogenica in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti</b>	0
<b>Fonte dei fattori di emissione e potenziale di riscaldamento globale</b>	Green Future Project
<b>Approccio di consolidamento in materia di emissioni</b>	Equity share
<b>Standard, metodologie, ipotesi e/o strumenti di calcolo utilizzati</b>	GHG Protocol: a corporate accounting and reporting standard <a href="https://ghgprotocol.org/corporate-standard">https://ghgprotocol.org/corporate-standard</a>  ISO 14064-1:2018 <a href="https://www.iso.org/standard/66453.html">https://www.iso.org/standard/66453.html</a>

**Tabella 11.2 GRI 305-2**

<b>Emissioni indirette di GHG (Scope 2) da consumi energetici in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti</b>	4,34
<b>Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) lorde market-based in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti</b>	0
<b>Gas inclusi nel calcolo</b>	<b>CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFCs, PFCs, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub></b>
<b>Fonte dei fattori di emissione e potenziale di riscaldamento globale</b>	Green Future Project
<b>Approccio di consolidamento in materia di emissioni</b>	Equity share
<b>Standard, metodologie, ipotesi e/o strumenti di calcolo utilizzati</b>	ISO 14064-1:2018 <a href="https://www.iso.org/standard/66453.html">https://www.iso.org/standard/66453.html</a>

**Tabella 11.3 GRI 305-3**

<b>Altre emissioni indirette lorde di GHG (Scope 3) in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti</b>	296,58
<b>Gas inclusi nel calcolo</b>	<b>CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFCs, PFCs, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub></b>
<b>Emissioni di CO<sub>2</sub> di origine biogenica in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti</b>	0
<b>Altre categorie di emissioni indirette di GHG (Scope 3)</b>	Purchased goods and services; Capital goods; Fuel- and energy-related activities (not included in scope 1 or scope 2); Waste generated in operations; Business travel; Employee commuting; Processing of sold products.
<b>Fonte dei fattori di emissione e potenziale di riscaldamento globale</b>	Green Future Project
<b>Standard, metodologie, ipotesi e/o strumenti di calcolo utilizzati</b>	GHG Protocol: a corporate accounting and reporting standard <a href="https://ghgprotocol.org/corporate-standard">https://ghgprotocol.org/corporate-standard</a>  GHG Protocol: corporate value chain (scope 3) accounting and reporting standard <a href="https://ghgprotocol.org/standards/scope-3-standard">https://ghgprotocol.org/standards/scope-3-standard</a>  ISO 14064-1:2018 <a href="https://www.iso.org/standard/66453.html">https://www.iso.org/standard/66453.html</a>

Di seguito sono riportate le categorie di emissioni che sono state considerate nel 02023 per la contabilizzazione, in linea con la ISO 14064, standard di riferimento per il corporate accounting ed il loro relativo peso indicato in tCO<sub>2</sub>e.

**Tabella 11.4** Dettaglio Emissioni Scope 1, Scope 2, Scope 3

Scope	Voce di Emissione	Emissioni 02023 (tCO <sub>2</sub> e)	% su totale
1 Emissioni dirette	Emissioni dirette da fonti stazionarie	3,61	1,20%
	Emissioni dirette da fonti mobili	2,97	1%
	Emissioni/rimozioni dirette da processi industriali	0	0%
	Emissioni fuggitive dirette in sistemi antropogenici	0	0%
	Emissioni/rimozioni dirette da utilizzo del suolo	0	0%
	Emissioni dirette da utilizzo di biomasse	0	0%
2 Emissioni indirette da energia	Emissioni indirette da elettricità importata	4,33	1,40%
	Emissioni indirette da energia importata	0	0%
3 Emissioni indirette	Emissioni da trasporto e distribuzione di beni - upstream	0	0%
	Emissioni da trasporto e distribuzione di beni - downstream	0	0%
	Emissioni da trasporto casa-lavoro dipendenti	10,96	3,60%
	Emissioni da trasporto clienti e visitatori	0	0%
	Emissioni da business travel	49,46	16%
	Emissioni da generazione e distribuzione di combustibile	2,11	0,70%
	Emissioni da beni acquistati	6,24	2%
	Emissioni da immobilizzazioni	0	0%
	Emissioni da smaltimento rifiuti solidi e liquidi	0,04	0%
	Emissioni da utilizzo di servizi non compresi nelle altre categorie	227,79	74%
	Emissioni/rimozioni da utilizzo del prodotto/servizio	0	0%
	Emissioni da asset downstream concessi in leasing	0	0%
	Emissioni da fine vita del prodotto/servizio	0	0%
	Emissioni da investimenti	0	0%
Emissioni indirette da altre fonti	0	0%	

**TOTALE EMISSIONI 02023 (tCO<sub>2</sub>e) 307,51**

## GRI CONTENT INDEX

	L'ORGANIZZAZIONE E LE SUE PRASSI DI RENDICONTAZIONE	PARAGRAFO, NOTE
<b>GRI 2-1</b>	Dettagli organizzativi	NATIVA Srl Società Benefit NATIVA
<b>GRI 2-2</b>	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota Metodologica
<b>GRI 2-3</b>	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota Metodologica Frequenza di rendicontazione annuale e depositata con il bilancio d'esercizio info@nativallab.com
<b>GRI 2-4</b>	Revisione delle informazioni	Non ci sono state revisioni delle informazioni fornite nei report degli anni precedenti
<b>GRI 2-5</b>	Assurance esterna	Non è presente alcuna attestazione esterna

	ATTIVITÀ E LAVORATORI	PARAGRAFO, NOTE
<b>GRI 2-6</b>	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Essendo una società di servizi, i nostri fornitori principali includono i fornitori di apparecchiature elettroniche, di materiale per uffici, di energia elettrica, mobility e altri consulenti (servizi legali, di comunicazione e marketing e di servizi amministrativi).  Mercato  Evoluzione di pratiche e di modelli di business

<b>GRI 2-7</b>	Dipendenti	Tabelle 1, Tabella 2, Tabella 3
<b>GRI 2-8</b>	Lavoratori non dipendenti	Tabella 4
	<b>GOVERNANCE</b>	<b>PARAGRAFO, NOTE</b>
<b>GRI 2-9</b>	Struttura e composizione della governance	Tabella 8
<b>GRI 2-10</b>	Nomina e selezione del massimo organo di governo	Due amministratori e soci: Paolo Di Cesare, Eric Ezechieli
<b>GRI 2-11</b>	Presidente del massimo organo di governo	Due amministratori e soci: Paolo Di Cesare, Eric Ezechieli
<b>GRI 2-12</b>	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Assemblea dei due soci o amministratori con competenza su temi economici, sociali e/o ambientali
<b>GRI 2-13</b>	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	NATIVA ha individuato i soggetti responsabili a cui affidare le funzioni e i compiti volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune di cui all'art. 2 della Legge 28-12-2015 n. 208
<b>GRI 2-14</b>	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Assemblea dei due soci o amministratori con competenza su temi economici, sociali e/o ambientali
<b>GRI 2-15</b>	Conflitti di interesse	Gestione dei rischi
<b>GRI 2-16</b>	Comunicazione delle criticità	Gestione dei rischi
<b>GRI 2-17</b>	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	Il massimo OdG di NATIVA, XYZ, e NATIVA stessa è costituito da persone completamente dedicate alle tematiche di

		sviluppo sostenibile. Attraverso partnership con organizzazioni leader, attività di docenza e formazione universitaria, conferenze, scrittura di articoli e libri, attività di policy making e attivismo, l'organismo promuove la diffusione delle conoscenze e si impegna a sensibilizzare il pubblico su temi di sostenibilità fondamentali.
<b>GRI 2-18</b>	Valutazione della performance del massimo organo di governo	La performance di XYZ avviene internamente, ed ogni mese ogni coordinatore dello stream riporta lo stato avanzamento degli obiettivi dell'anno in linea con il perseguimento delle finalità di beneficio comune di NATIVA. Inoltre ogni coordinatore annualmente riceve una valutazione della propria performance in cui sono legate anche le attività di coordinamento all'interno di XYZ.
<b>GRI 2-19</b>	Norme riguardanti le remunerazioni	NATIVA adempie alle prescrizioni in materia di accordi di contrattazione collettiva applicando il CCNL di riferimento
<b>GRI 2-20</b>	Procedura di determinazione della retribuzione	Felicità e benessere
<b>GRI 2-21</b>	Rapporto di retribuzione totale annuale	Il rapporto tra la retribuzione della persona che riceve la massima retribuzione in NATIVA e la retribuzione media dei

		Nativer (esclusa la persona con la massima retribuzione) è pari a 2,5 nel 02023. Tale rapporto è stato calcolato considerando la retribuzione fissa e variabile annua lorda che è rappresentata dallo stipendio e dal bonus erogato nel 02023. Poiché il compenso della persona con la massima retribuzione in NATIVA non ha subito variazioni nell'ultimo anno, il rapporto dell'aumento percentuale è pari a 0.
--	--	---

	STRATEGIA, POLITICHE E PRASSI	PARAGRAFO, NOTE
--	-------------------------------	-----------------

<b>GRI 2-22</b>	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Impegni 02024
<b>GRI 2-23</b>	Impegno in termini di policy	Le politiche che NATIVA adotta sono specificate in corrispondenza della review obiettivi di ciascuna finalità, se applicabile. Tutte le pratiche di NATIVA sono formalizzate all'interno del NATIVA Living System.
<b>GRI 2-24</b>	Integrazione degli impegni in termini di policy	Nel 02023 sono state approvate 14 policy che verranno diffuse nel 02024.
<b>GRI 2-25</b>	Processi volti a rimediare impatti negativi	Gestione dei rischi
<b>GRI 2-26</b>	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	NATIVA nel 02023 ha redatto una policy di whistleblowing interna

<b>GRI 2-27</b>	Conformità a leggi e regolamenti	Nel 02023 non si sono registrate casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti
<b>GRI 2-28</b>	Appartenenza ad associazioni	Adesione al UN Global Compact e gli UN Principles on Business and Human Rights e alla Declaration of Interdependence di B Lab. Dal 02015 siamo Country Partner di B Lab in Italia. Siamo partner del UN Global Compact Network con cui contribuiamo a diffondere strumenti robusti per la gestione dell'impatto basata sugli SDGs. Abbiamo co-fondato la Regenerative Society Foundation e siamo soci fondatori di Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile. Uno dei nostri co-founder è membro del Consiglio Direttivo di Assobenefit, associazione di cui siamo soci e che riunisce le Società Benefit in Italia.

**COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER**

**PARAGRAFO, NOTE**

<b>GRI 2-29</b>	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	La materialità di NATIVA Coinvolgimento degli stakeholder
<b>GRI 2-30</b>	Contratti collettivi	IL 100% dei Nativer è coperto da CCNL

**ASPETTI MATERIALI**

**PARAGRAFO, NOTE**

<b>GRI 3-1;</b> <b>GRI 3-2;</b> <b>GRI 3-3</b>	Indicazioni su come determinare i temi materiali; Informative su temi materiali	La materialità di NATIVA
--	--	--------------------------

<b>GRI 401-1</b>	Nuove assunzioni e turnover	Tablelle 5
<b>GRI 404-1</b>	Ore medie di formazione annua per i dipendenti	Tabella 9
<b>GRI 404-3</b>	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Tabella 10 Tutti i Nativer ricevono una valutazione periodica almeno annuale delle proprie performance con indicazioni sullo sviluppo professionale attraverso il processo del selfie. Il selfie è un processo continuo per dare e ricevere feedback composto da moduli da compilare, scambi di pareri e altri momenti di interazione.
<b>GRI 405-1</b>	Composizione degli organi di governo e ripartizione del personale per genere, età, appartenenza alle categorie protette e altri indicatori di diversità	Tabella 6, Tabella 7, Tabella 8
<b>GRI 305-1</b>	Totale emissioni scope 1	Tablelle 11
<b>GRI 305-2</b>	Totale emissioni scope 2	Tablelle 11
<b>GRI 305-3</b>	Totale emissioni scope 3	Tablelle 11
<b>GRI 418-1</b>	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Nel 02023 non si sono registrate denunce comprovate ricevute riguardanti violazioni della privacy dei clienti e/o fughe, furti o perdite di dati dei clienti.

## Hanno co-creato questo report:

Agnese Peyron  
Alessandra De Santi  
Alessia Decicco  
Alice Zannini  
Anna Buchi  
Antonio Pinto  
Bénédicte Peillon  
Chiara Caimi  
Chiara Tufarelli  
Claudia Mormino  
Davide Cananzi  
Elena Basile  
Elisa Saturno  
Emanuele Cazzola  
Emilia Apetino  
Eric Ezechieli  
Federica Bombacci  
Federica Travaglini  
Federico Zuccaro  
Francesco Amabile  
Francesco Carra  
Francesco Serventi  
Giada Cianfarini  
Gianandrea Spadoni  
Gianluca Laera  
Giulia Belpoliti  
Giulia Delogu  
Giulia Garello  
Giuseppe Colasurdo  
Guido Ferrari Bravo  
Irene Lo Vecchio  
Joao Bernardo Casali  
Juan Diego Mujica Filippi

Leonardo Ghiraldini  
Letizia Rigazzi  
Lorenzo Fioramonti  
Luca Guarneri  
Marco Giambone  
Marco Valerio Ceccotti  
Martina Grossi  
Matilde Breda  
Matteo Caprioli  
Matteo Ghedini  
Mattia Musso  
Melina Assis  
Miriam Damiano  
Nicola Piccolo  
Nicolas Schilder  
Paola Merletti  
Paolo Di Cesare  
Pierfrancesco Paradiso  
Pierpaolo Laurito  
Qi Shao  
Samira Tasso  
Sara Mancini  
Silvia Zanazzi  
Stefano Pieretti  
Susanna Potestio  
Tommaso Bulgarelli  
Valentina Ciurlante  
Valentina Zanini  
Valeria Venditti  
Valerio Giustino  
Veronica Tominic  
Yasemin Ottaviani



Illustrazioni di Paolo Di Cesare

Grafica a cura di Arkage Artattack Group S.r.l. – Società Benefit e B Corp

Pensiamo che un sistema privo di feedback sia stupido per definizione, per questo confidiamo nel tuo aiuto. Se vuoi manda i tuoi feedback a Irene Lo Vecchio e Giulia Delogu, responsabili del Legacy Report 02023.

Mail: [info@nativallab.com](mailto:info@nativallab.com)

[www.nativa.eco](http://www.nativa.eco)

# It's Time to N.

It's 02024.

We are born.

Our over 10 years gestation has built the vital organs of our living system.

It's time to share what we are made of.

We are made of regenerative designers.

We are made of science and badass tools.

We are made of human inspiration.

We are made to change the rules of the game.

We are legacy leaders doers.

We are coalition builders.

We are policy inspirers.

We are thought provokers.

It's time to be radical.

It's time to N.



Scarica i nostri report

**NATIVA**

