

Rapporto di Impatto della  
Zelato di A.Z. SRL Società Benefit  
per l'anno 2024

Zelato  
Via degli Aurunci, 40  
00185, Roma  
Email: [zelato\\_roma@hotmail.com](mailto:zelato_roma@hotmail.com)  
[www.zelato.it](http://www.zelato.it)  
P. IVA. 17590161000

W

Introduzione .....	4
Finalità di Beneficio Comune .....	5
Azioni e Key Performance Indicators (KPI) .....	5
Ambiente.....	5
Consuntivo delle azioni per il 2024 .....	7
Azioni pianificate per il 2025 .....	8
Prodotto .....	9
Consuntivo delle azioni per il 2024 .....	10
Azioni pianificate per il 2025 .....	10
Persone .....	11
Consuntivo delle azioni per il 2024 .....	12
Azioni pianificate per il 2025 .....	12
Comunità e Territorio.....	13
Consuntivo delle azioni per il 2024 .....	14
Azioni pianificate per il 2025 .....	14
Misurazione dell'impatto .....	15
Valutazione degli impatti .....	15
Conclusioni .....	19
ALLEGATO 1: RISULTATI ANALITICI – SABI.....	21
ALLEGATO 2: RISULTATI DI SINTESI .....	30

## Introduzione

Zelato è una nuova realtà nel panorama del gelato artigianale di qualità a Roma che ha deciso di porre il concetto di sostenibilità al centro del proprio progetto.

Quando sentiamo la parola sostenibilità pensiamo subito alla campagna, al verde, ed al rispetto dell'ambiente e delle risorse naturali. In realtà la sostenibilità è un concetto molto più ampio, che include dimensioni anche sociali ed economiche. In ambiente urbano ci sembra particolarmente importante concentrarsi su come le nostre città ed i nostri quartieri possano essere, diventare, o rimanere sostenibili anche e soprattutto dal punto di vista sociale. L'approccio di Zelato a questi temi parte dall'idea che una nuova attività che apra i battenti a Roma in questi anni, per quanto piccola, non possa non domandarsi che tipo di impatto le sue azioni avranno sul territorio in cui si inserisce, sia dal punto di vista ambientale che, e forse soprattutto, dal punto di vista economico e sociale. Per fare degli esempi concreti, Zelato cerca di limitare il proprio impatto ambientale attraverso scelte consapevoli (acquistando energia proveniente tutta da fonti rinnovabili, riduzione e, dove possibile, eliminazione della plastica) e ricercando ingredienti provenienti da esperienze di agricoltura sociale, cioè da una forma di agricoltura che integra obiettivi produttivi con finalità sociali, educative e di inclusione.

Per testimoniare la serietà di questo impegno, e per permettere al pubblico di poterlo controllare in tutta trasparenza, motivandoci a fare sempre meglio, Zelato ha deciso di costituirsi sin dall'inizio come Società Benefit, e per quanto ci risulta siamo la prima gelateria artigianale in Italia a fare questa scelta (ed una delle poche attività artigianali a conduzione familiare).

La legge prevede che le Società Benefit perseguano, oltre all'obiettivo classico di produrre e distribuire degli utili per i soci, anche finalità di beneficio comune. Nel caso di Zelato, la Società si impegna per Statuto ad operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente. In particolare, la Società intende agire per il beneficio sociale in queste aree:

- **Ambiente:** Limitare al massimo l'impatto ambientale e dove possibile avere un impatto positivo. Perseguire l'obiettivo di neutralità climatica, anche attraverso la compensazione delle emissioni in collaborazione con progetti locali. Utilizzo di energia elettrica da gestori che forniscono energia al 100% da fonti rinnovabili. Riduzione e se possibile eliminazione dell'utilizzo di plastica monouso e di plastiche non riciclabili.
- **Prodotto:** Sviluppare prodotti sani e di qualità e utilizzare, ove possibile, ingredienti da cooperative sociali ed altri fornitori che operano con principi analoghi. Adottare processi di produzione sicuri, rispettosi dell'ambiente.
- **Persone:** Offrire ove possibile opportunità lavorative a persone con più difficile accesso all'impiego.
- **Comunità e territorio:** Integrarsi rispettosamente nel territorio urbano, per rafforzarne il tessuto sociale contribuendo alle iniziative dei residenti e delle diverse realtà, associazioni, comitati esistenti che promuovono fini analoghi.

Ovviamente, oltre a questi obiettivi cui ci siamo obbligati per Statuto, cercheremo di improntare tutte le scelte aziendali ad un'ottica di responsabilità sociale, che dovrà comunque essere sempre temperata con la necessità di assicurare la sostenibilità economica e finanziaria dell'azienda.

Zelato è stata costituita come società nell'Aprile del 2024, ed ha cominciato ad operare ad Ottobre. Questo primo rapporto copre quindi solo i pochi primi mesi di operatività, durante i quali gli sforzi sono stati concentrati soprattutto sull'apertura e sulla definizione di pratiche ed obiettivi, ed a comprendere meglio quali possano essere le leve su cui agire con maggior decisione già dal prossimo esercizio.

Nonostante, quindi, i risultati concreti non possano che essere limitati, siamo comunque orgogliosi di aver già raggiunto obiettivi importanti, e di aver attirato su di noi -nel nostro piccolo- sia l'attenzione di colleghi e stampa specializzata che, e soprattutto, degli abitanti del quartiere che ci hanno accolto con molto interesse e calore.

Questo rapporto riassume gli obiettivi che ci siamo dati, quello che abbiamo fatto in questi primi mesi, il tanto che rimane da fare, ed alcune delle idee che metteremo in atto nel 2025 e negli anni a seguire. Speriamo che, oltre ad essere un obbligo di legge cui assolvere, il rapporto possa diventare negli anni uno strumento di dialogo e confronto con clienti, lavoratori, colleghi e con chiunque vorrà mostrare interesse verso il nostro lavoro per suggerirci come migliorare, e magari anche per farci ogni tanto qualche complimento.

## Finalità di Beneficio Comune

1. Ambiente: Limitare al massimo l'impatto ambientale e dove possibile avere un impatto positivo.
  - Emissioni zero o negative: Perseguire l'obiettivo di neutralità climatica, anche attraverso la compensazione delle emissioni in collaborazione con progetti locali.
  - Riduzione e se possibile eliminazione dell'utilizzo di plastica monouso e di plastiche non riciclabili.
2. Prodotto: Sviluppare prodotti sani e di qualità ed utilizzare, ove possibile, ingredienti da cooperative sociali ed altri fornitori che operano con principi analoghi. Adottare processi di produzione sicuri, rispettosi dell'ambiente.
3. Persone: Offrire ove possibile opportunità lavorative a persone con più difficile accesso all'impiego.
4. Comunità e Territorio: Integrarsi rispettosamente nel territorio urbano, per rafforzarne il tessuto sociale contribuendo alle iniziative dei residenti e delle diverse realtà, associazioni, comitati esistenti che promuovono fini analoghi.

## Azioni e Key Performance Indicators (KPI)

### Ambiente

Per ridurre il nostro impatto sull'ambiente abbiamo deciso di cominciare concentrandoci sulle aree di azione in cui l'impatto di una attività di gelateria è potenzialmente più rilevante. La prima area è senz'altro l'utilizzo dell'energia elettrica. Utilizzando impianti di refrigerazione per la produzione e conservazione del gelato, nonché per la conservazione delle materie prime, la gelateria è un'attività ad alta intensità di utilizzo di energia elettrica.

Come Zelato pensiamo che oltre all'impatto vero e proprio delle nostre azioni (che comunque è relativamente piccolo rispetto alla scala su cui si misurano i fenomeni ambientali) il nostro impatto può essere soprattutto di tipo dimostrativo. Tutti possono nel loro piccolo fare scelte di responsabilità sociale, ambientale e di altro genere.

Nel campo dell'energia, con la semplice scelta di un fornitore che produce energia al 100% da fonti rinnovabili in una piccola cooperativa altoatesina (Oetzi), abbiamo di fatto ridotto a zero quello che potenzialmente è la prima fonte di emissioni di CO2 di una attività come la nostra.

L'altra macro area su cui ci siamo concentrati in questo inizio di attività è quella della riduzione e se possibile della eliminazione delle materie plastiche non riutilizzabili. Fortunatamente l'offerta in questo campo si è molto ampliata negli ultimi anni e non è stato difficile reperire palettine, bicchieri, posate e tovagliolini compostabili. Rimaniamo comunque attenti al fatto che alcuni materiali compostabili (tipo il PLA)

richiedano in realtà molto tempo e condizioni particolari per biodegradarsi completamente. Per questo motivo continueremo a cercare in futuro altri prodotti che ci consentano di diminuire ulteriormente l'impatto ambientale dei prodotti monouso. Al momento la parte più critica è quella delle vaschette per il gelato da asporto in polistirolo, per cui valuteremo nel 2025 alternative possibili ed economicamente sostenibili.

### ***Verso la neutralità climatica: Utilizzare energia rinnovabile si può!***

*Il nostro fornitore di energia elettrica è [Oetzi](#), una piccola cooperativa altoatesina che produce energia certificata 100% da rinnovabili. La loro energia proviene da piccoli e medi produttori situati solamente all'interno dell'Alto Adige, sostenendo l'economia locale.*

*I ricavi sono reinvestiti nello sviluppo della cooperativa stessa, creando ulteriori servizi a valore aggiunto per i nostri soci, con un impatto positivo per il territorio.*



**Energia  
rinnovabile  
dall'Alto Adige**

## Consuntivo delle azioni per il 2024

Azione	KPI	Progresso
Riduzione/eliminazione plastiche monouso area vendita - Identificazione delle opzioni per la riduzione di materie plastiche nell'area vendita e conseguente selezione di prodotti e fornitori	Eliminazione plastiche monouso non compostabili - Utilizziamo ancora vaschette di polistirolo per il gelato da asporto. Nel 2025 valuteremo le alternative offerte dal mercato a costi ragionevoli per il consumatore e con buone performance di efficienza termica,	85%(Obiettivo: 100, Risultato: 85)
Riduzione/eliminazione plastiche monouso area vendita - Identificazione delle opzioni per la riduzione di materie plastiche nell'area vendita e conseguente selezione di prodotti e fornitori	Identificazione dei migliori sostituti compostabili delle materie plastiche - I fornitori offrono frequentemente nuovi prodotti, per cui questa attività non sarà mai completa. Sarà necessario tenersi aggiornati con quello che offre il mercato	80%(Obiettivo: 100, Risultato: 80)
Riduzione eliminazione materie plastiche nella produzione - Identificazione prodotti e fornitori per ridurre l'utilizzo di plastiche in laboratorio e nella produzione	Identificazione dei prodotti per cui appare possibile ridurre o eliminare le plastiche non riutilizzabili - I prodotti che utilizziamo in laboratorio che contengono plastica non riutilizzabile sono: - Il latte (bottiglie, box di cartone con interno in plastica) - Pellicola trasparente per conservazione alimenti - I contenitori di alcuni prodotti (per esempio alcune spezie, il mascarpone, etc.)	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
Riduzione eliminazione materie plastiche nella produzione - Identificazione prodotti e fornitori per ridurre l'utilizzo di plastiche in laboratorio e nella produzione	Riduzione utilizzo materie plastiche nella produzione - Abbiamo praticamente eliminato l'utilizzo di bottiglie di latte, non utilizziamo uova con imballaggi in plastica, utilizziamo box per il latte con presenza minima di imballaggi in plastica. Differenziamo comunque tutto	78%(Obiettivo: 90, Risultato: 70)
Ridurre emissioni Co2 - Selezione comportamenti e fornitori per ridurre le emissioni di Co2	Riduzione emissioni nella produzione - Abbiamo eliminato la principale fonte di emissione di Co2 approvvigionandoci totalmente di energia da fonti rinnovabili certificate (idroelettrica, dalla cooperativa altoatesina Oetzi) Nel 2025 ci impegneremo ad identificare in maniera più precisa le emissioni a monte del nostro processo produttivo (le materie prime) ed ad elaborare approcci atti alla loro riduzione o compensazione.	100%(Obiettivo: 80, Risultato: 80)

**Azione**

Ridurre emissioni Co2 - Selezione comportamenti e fornitori per ridurre le emissioni di Co2

**KPI**

Riduzione emissioni da altre attività aziendali - Le principali emissioni non legate alla produzione aziendale sono quelle legate agli spostamenti del personale. Delle due persone che lavorano in azienda una si sposta con mezzi pubblici (bassissimo impatto), l'altra con un motociclo benzina 350c, ma per pochi km.

**Progresso**

75%(Obiettivo: 100, Risultato: 75)

### *Azioni pianificate per il 2025*

**Riduzione/eliminazione plastiche monouso area vendita**

Identificazione delle opzioni per la riduzione di materie plastiche nell'area vendita e conseguente selezione di prodotti e fornitori

**Riduzione eliminazione materie plastiche nella produzione**

Identificazione prodotti e fornitori per ridurre l'utilizzo di plastiche in laboratorio e nella produzione

**Ridurre emissioni Co2**

Selezione comportamenti e fornitori per ridurre le emissioni di Co2

## Prodotto

Produrre in maniera sostenibile significa per noi oltre che concentrarci sugli aspetti strettamente ambientali anche guardare alla sostenibilità sociale. Per questo motivo Zelato cercherà di produrre gelato non solo con ingredienti di qualità, ma anche con ingredienti prodotti e commercializzati da fornitori che condividono la nostra visione di sostenibilità e beneficio sociale.

In Italia e nel mondo scopriamo continuamente bellissime realtà che producono prodotti eccellenti mettendo attenzione su una incredibile varietà di obiettivi sociali, dal coinvolgimento di individui con diverse forme di disabilità, al fornire opportunità di lavoro a persone in differenti regimi di detenzione, o a rifugiati. Ci sono produttori e commercianti di prodotti tropicali che assicurano produzioni da agricoltura sostenibile e che lavorano per garantire ai produttori una equa distribuzione dei margini di guadagno (commercio equo e solidale).

Sin da prima dell'apertura abbiamo cominciato ad esplorare questo bellissimo mondo che dimostra che investimenti, redditi, guadagni e beneficio sociale non devono necessariamente essere in antitesi ma possono assolutamente convivere. Nella fase di apertura siamo riusciti solo in piccola parte ad approvvigionarci da fornitori di queste categorie, ma già dai primi mesi del 2025 intendiamo aumentare il numero di produttori con cui veniamo in contatto e i cui prodotti utilizzeremo nella produzione del nostro gelato.

### ***Dolci evasioni – Le mandorle della Cooperativa l'Arcolaio***

*La prima cooperativa sociale con cui abbiamo lavorato già nei primi mesi è stata [la Cooperativa Sociale l'Arcolaio di Siracusa](#).*

*Nata nel 2003, questa cooperativa lavora per costruire percorsi di cambiamento e inserimento lavorativo per detenuti, giovani migranti e altre persone fragili valorizzando le tradizioni e la diversità naturale e culturale della Sicilia.*

*Noi abbiamo acquistato da loro delle ottime mandorle siciliane che abbiamo trasformato in un freschissimo gelato.*

**L'ARC  LAIO**  
SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE

## Consuntivo delle azioni per il 2024

Azione	KPI	Progresso
Identificazione fornitori - Identificare e contattare fornitori che oltre a produrre materie prima di qualità condividano obiettivi di beneficio sociale in linea con quelli di Zelato, ed acquisire i loro prodotti	Materie prime da agricoltura sociale, fair trade, produttori bio e simili - Numero di prodotti da agricoltura sociale o simile utilizzati nel 2024	50%(Obiettivo: 10, Risultato: 5)
Processi produttivi - Nella produzione, adottare processi produttivi rispettosi dell'ambiente	Limitare emissioni, evitare sprechi, plastiche inutili - Questo indicatore riflette azioni già evidenziate sotto la finalità ambiente. Limitiamo le emissioni attraverso l'utilizzo di energia rinnovabile, riduciamo per quanto possibile l'utilizzo di plastiche non riutilizzabili	80%(Obiettivo: 100, Risultato: 80)

## Azioni pianificate per il 2025

### Identificazione fornitori

Identificare e contattare fornitori che oltre a produrre materie prima di qualità condividano obiettivi di beneficio sociale in linea con quelli di Zelato, ed acquisire i loro prodotti

### Processi produttivi

Nella produzione, adottare processi produttivi rispettosi dell'ambiente

## Persone

Una parte importante della visione di Zelato consiste nel relazionarsi in maniera positiva con le persone, siano esse gli abitanti del quartiere, i nostri clienti, i fornitori, i colleghi ed ovviamente i dipendenti. Proprio i dipendenti sono le persone che 'fanno' Zelato e che alla fine avranno un ruolo determinante nel futuro di questa impresa. Ed in un mondo del lavoro di cui spesso lamentiamo la precarietà, l'erosione delle tutele, e gli aspetti discriminatori, ci è sembrato naturale incentrare le nostre azioni sulle persone proprio sull'aspetto del tentativo di favorire l'inclusione di persone normalmente svantaggiate nell'accesso. Anche se la nostra dimensione è piccola e quindi lo sarà anche il nostro impatto occupazionale, speriamo di riuscire a condividere un percorso di crescita con le persone che faranno parte del nostro team.

## *Consuntivo delle azioni per il 2024*

<b>Azione</b>	<b>KPI</b>	<b>Progresso</b>
Ricerca personale tra categorie svantaggiate - Cercare il personale almeno in parte nell'ambito di categorie con difficoltà di accesso al mercato del lavoro	Percentuale staff da categorie svantaggiate - Abbiamo ricercato personale tra i detenuti del penitenziario di Rebibbia in collaborazione con l'associazione Second Chance. Il tentativo non è andato a buon fine per questioni legate alla tempistica ed a difficoltà a conciliare orario di lavoro ed orario del rientro in carcere. Abbiamo pertanto esplorato altre strade e felici di aver assunto un giovane rifugiato.	200%(Obiettivo: 50, Risultato: 100)

## *Azioni pianificate per il 2025*

### **Ricerca personale tra categorie svantaggiate**

Cercare il personale almeno in parte nell'ambito di categorie con difficoltà di accesso al mercato del lavoro

## Comunità e Territorio

Territorio è un termine molto usato, e a volte abusato, nel settore del 'food'. Il gelato in quanto prodotto può essere solo fino ad un certo punto legato al territorio: molti degli ingredienti caratterizzanti (cioccolato, caffè, zucchero...) non possono che venire da terre lontane. La concezione di 'territorio' di Zelato oltre che sull'utilizzo di alcune eccellenze tipiche dei territori italiani si concentrerà dunque in special modo sul territorio urbano, cercando di contribuire in maniera positiva alla società circostante rafforzando i rapporti umani che ne sono alla base.

In una città assediata dalla turistificazione, ed in un quartiere come quello di San Lorenzo caratterizzato da complesse stratificazioni sociali, l'apertura di una nuova attività può dare ulteriore linfa a processi di deterioramento del tessuto urbano, o può al contrario cercare coscientemente di contribuire a rafforzarne le dinamiche più virtuose. L'idea di fondo è che una piccola attività può essere legata al quartiere, tessendo rapporti ed entrando in sinergia con altre realtà vitali (aziende, associazioni, istituzioni) esistenti nel quartiere contribuendo quindi ad un miglioramento della qualità della vita per le persone che vivono nel quartiere e per quelle che lo attraversano anche solo episodicamente.

In questa stessa ottica, in una città in cui le piccole attività tradizionali lottano per la sopravvivenza minacciate dalla potenza della grande distribuzione fisica ed online, e dalle attività rivolte esclusivamente ai turisti, Zelato ha per esempio deciso per quanto possibile di acquistare frutta fresca dal piccolo mercato rionale di via dei SS Quattro e prodotti da forno nel forno Roma di San Giovanni.

## *Consuntivo delle azioni per il 2024*

### **Azione**

Esplorare il quartiere - Individuare le associazioni ed altre realtà con cui potremo negli anni sviluppare relazioni e collaborazioni

### **KPI**

Contatti con le associazioni di quartiere - Abbiamo cominciato a presentare il nostro progetto ad alcune delle associazioni attive nel quartiere. Nei pochi mesi di attività ovviamente i contatti sono stati pochi ed ancora superficiali e dovranno essere approfonditi nei mesi ed anni a venire

### **Progresso**

50%(Obiettivo: 100, Risultato: 50)

## *Azioni pianificate per il 2025*

### **Esplorare il quartiere**

Individuare le associazioni ed altre realtà con cui potremo negli anni sviluppare relazioni e collaborazioni

## Misurazione dell'impatto

Per tenere traccia degli obiettivi raggiunti e monitorare progressi e difficoltà è molto importante la misurazione dell'impatto per la quale abbiamo deciso di utilizzare SABI, lo Strumento di Autovalutazione Buona Impresa messo a disposizione delle piccole e medie imprese da [labuonaimpresa.it](http://labuonaimpresa.it). Questo strumento, a differenza di altri, come per esempio il Benefit Impact Assessment (BIA), si adatta meglio alle esigenze di una piccola realtà artigianale come la nostra.

Il SABI prende in considerazione tutti gli impatti - effettivi e potenziali, positivi e negativi, intenzionali e non - che entrano in gioco nella generazione di valore da parte di un'azienda. Questi sono organizzati in 15 aree di "Impatti sociali e ambientali standard" che sono stati identificati osservando i principali standard esistenti (ESRS, GRI, SDGs), la normativa sulle Società Benefit (l. 208/2005, art.1 comma 378, all. 5) e sulla base dell'esperienza derivata da anni di utilizzo di SABI da parte delle imprese.

Per ciascuno dei 15, l'impresa indica il grado di rilevanza per il proprio caso, scegliendo tra 4 opzioni:

- Trascurabile > Trascurabili non perché non interessino, ma perché sono aree di fatto poco impattate dall'attività ordinaria dell'azienda.
- Abbastanza rilevante > Non costituiscono il cuore dell'impatto aziendale, ma sono da tenere in considerazione perché l'attività dell'azienda ha ricadute in questo senso.
- Molto rilevante --> Sono gli impatti principali che l'azienda genera, in modo strutturalmente legato alla propria attività e al proprio scopo, su società e ambiente.
- E' il core business--> questa opzione è da scegliere solo qualora un determinato impatto rappresenti il core business, cioè quando l'azienda nasce in modo specifico per rispondere a una questione sociale o ambientale.

Gli impatti definiti come abbastanza o molto rilevanti, o come core business, rimandano ad elementi di valutazione specifici in SABI, che concorrono a determinare la valutazione finale dell'impatto. Gli impatti definiti come trascurabili non vengono inclusi nella valutazione, salvo che per la verifica dei requisiti minimi di sostenibilità, che sono applicabili a tutte le imprese.

Di seguito presentiamo il semaforo degli impatti, che sintetizza in maniera grafica i risultati della valutazione SABI, precisando che si riferiscono soli ai primi 3 mesi di operatività (ottobre-dicembre 2024), e che alcune azioni sono state intraprese già nei primi mesi del 2025 per rispondere ad alcuni dei problemi individuati. In allegato includiamo i risultati analitici della valutazione SABI, ed il quadro di sintesi.

## Valutazione degli impatti

Di seguito, vengono presentati gli impatti materiali per la nostra azienda, con una valutazione (verde, giallo, rosso) dell'impatto generato dall'attività della azienda. I risultati sono basati su un questionario di autovalutazione. Nel questionario, i singoli aspetti vengono valutati con una scala da 1 a 6 dove i livelli 1 e 2 indicano una situazione problematica, il livello 3 una situazione accettabile, i livelli 4 e 5 una situazione buona o ottima, ed il livello 6 una situazione eccezionalmente positiva.

La legenda offerta da SABI per interpretare questo 'semaforo degli impatti' assegna ad ogni colore un significato che può aiutare a capire meglio questa rappresentazione grafica:

- Rosso --> PUNTO CRITICO: se anche solo un Requisito Minimo pertinente risulta "non verificato" o "in via di definizione"



- Giallo--> ATTENZIONE: se anche solo uno degli elementi che generano tale impatto ha una valutazione critica (1 o 2)
- Verde --> MOLTO BENE: se la media degli elementi che generano tale impatto è superiore a 3,8
- Neutro: negli altri casi

Sono inoltre ricapitolati per ogni impatto gli elementi che vi incidono, che costituiscono le leve su cui lavorare per migliorare ulteriormente il proprio impatto positivo.

Gli impatti sono presentati in ordine di importanza per l'azienda: a partire da quelli legati al Core Business fino a quelli giudicati abbastanza rilevanti. La rilevanza è indicata dall'azienda stessa anche in questo caso in base ad un'autovalutazione. Gli impatti valutati come trascurabili non sono rappresentati.

IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Diversità, Equità e Inclusione ⓘ






Accessibilità e inclusività   Coerenza ruolo-persona   Valorizzazione delle differenze e inclusione   Condivisione con i lavoratori   Diritti umani e del lavoro nella filiera

Monitoraggio Diversity & Inclusion   Accessibilità   Parità di genere

IMPATTO MOLTO RILEVANTE



Salute e sicurezza dei lavoratori ⓘ

Welfare aziendale e benefit   Sicurezza sul posto di lavoro   Diritti umani e del lavoro nella filiera   Filiera sostenibile   Salute e sicurezza dei collaboratori

IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Benessere degli individui ⓘ

Qualità della Relazione con i clienti   Welfare aziendale e benefit   Prospettive e tutela dei lavoratori   Relazioni e collaborazione   Riconoscimento

Sicurezza sul posto di lavoro   Diritti umani e del lavoro nella filiera   Salute e sicurezza dei clienti

IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Diritti Umani ⓘ



- Prospettive e tutela dei lavoratori
- Valorizzazione delle differenze e Inclusion
- Sicurezza sul posto di lavoro
- Diritti umani e del lavoro nella filiera
- Filiera sostenibile
- Rispetto dei diritti umani

IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Cambiamento climatico ⓘ



- Contributo al benessere del pianeta
- Energia ed Emissioni (scope 1 e 2)
- Gestione dei Rifiuti
- Trasporti e logistica
- Emissioni indirette (scope 3)
- Filiera sostenibile
- Monitoraggio e riduzione delle emissioni GHG

IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Inquinamento ⓘ



- Materie prime
- Fine Vita del prodotto (economia circolare)
- Energia ed Emissioni (scope 1 e 2)
- Gestione dei Rifiuti
- Trasporti e logistica
- Filiera sostenibile
- Monitoraggio e riduzione inquinamento

IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Acque e risorse marine ⓘ



- Fine Vita del prodotto (economia circolare)
- Consumi di acqua e scarichi idrici
- Ecosistema e biodiversità
- Filiera sostenibile
- Monitoraggio e riduzione scarichi idrici

IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Progresso della società e innovazione ⓘ



- Qualità del prodotto
- Contributo al benessere delle persone
- Accessibilità e inclusività
- Innovazione di prodotto
- Cultura
- Creazione e remunerazione di lavoro
- Prospettive e tutela dei lavoratori
- Sviluppo professionale e formazione
- Investimenti
- Anticorruzione e Conflitto d'Interessi

IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori ⓘ



- Creazione e remunerazione di lavoro
- Welfare aziendale e benefit
- Prospettive e tutela dei lavoratori
- Coerenza ruolo-persona
- Sviluppo professionale e formazione
- Chiarezza organizzativa
- Relazioni e collaborazione
- Riconoscimento
- Valorizzazione delle differenze e Inclusion
- Condivisione con i lavoratori
- Sicurezza sul posto di lavoro
- Diritti umani e del lavoro nella filiera
- Filiera sostenibile
- Salario dignitoso

IMPATTO MOLTO RILEVANTE

Comunità Locali ⓘ



- Accessibilità e inclusività
- Condivisione con i lavoratori
- Sostegno all'indotto
- Filantropia
- Diritti umani e del lavoro nella filiera
- Filiera sostenibile
- Comunità Locali

IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE

Disuguaglianze economiche e sociali ⓘ



- Accessibilità e inclusività
- Creazione e remunerazione di lavoro
- Welfare aziendale e benefit
- Prospettive e tutela dei lavoratori
- Sviluppo professionale e formazione
- Valorizzazione delle differenze e Inclusion
- Condivisione con i lavoratori
- Politiche di prezzo al cliente
- Sostegno all'indotto
- Filantropia
- Diritti umani e del lavoro nella filiera
- Disparità salariali

IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE

Circularità e uso delle risorse ⓘ



Materie prime Fine Vita del prodotto (economia circolare) Energia ed Emissioni (scope 1 e 2) Gestione dei Rifiuti Filiera sostenibile  
Monitoraggio e riduzione dei consumi di risorse

IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE

Educazione, informazione e cultura ⓘ



Cultura Sviluppo professionale e formazione Comunicazione e Trasparenza

IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE

Sviluppo economico ⓘ



Innovazione di prodotto Creazione e remunerazione di lavoro Welfare aziendale e benefit Prospettive e tutela dei lavoratori Sviluppo professionale e formazione  
Fatturato Redditività Condivisione con i lavoratori Politiche di prezzo al cliente Remunerazione del capitale Investimenti Sostegno all'indotto  
Filantropia Diritti umani e del lavoro nella filiera Filiera sostenibile Salario dignitoso nella filiera Fisco e tasse Rispetto degli impegni economici

## Conclusioni

Il 2024 è stato un anno pieno di sfide in cui l'idea di Zelato come attività artigianale capace di coniugare obiettivi commerciali ed obiettivi di beneficio comune è diventata realtà.

Siamo solo all'inizio di questa esperienza ma le reazioni che percepiamo da parte dei clienti, del quartiere, dei colleghi sono estremamente positive e ci fanno guardare con fiducia al futuro.

In questo primo anno abbiamo messo meglio a fuoco le sfide che ci siamo prefissati di affrontare dal punto di vista della sostenibilità ambientale e sociale, le aree dove limiti interni ed esterni all'azienda rendono il raggiungimento di obiettivi concreti particolarmente difficile, le opportunità emergenti, le novità che ci stimolano a fare sempre meglio.

Come piccola attività artigianale siamo coscienti e molto chiari sul fatto che il nostro impatto è inevitabilmente minuscolo, limitato. Non vogliamo essere né apparire degli ingenui: non si tratta né di combattere mulini a vento, né di salvare il mondo un gelato alla volta. Ci pare però che se ci si imbarca in una attività economica e commerciale in questo millennio, ci sono solo due modi di farlo, responsabilmente o meno - e a noi procura più soddisfazione farlo responsabilmente.

Dove forse potremo avere qualche impatto reale, è nella nostra dimensione di quartiere, nel comunicare a chi ci sta attorno, a cominciare dai più piccoli che vengono per gustare il nostro gelato, che le scelte di tutti i giorni che ognuno di noi fa possono fare la differenza, per noi stessi, per le persone con cui lavoriamo, per il quartiere, per la città, e per il pianeta.

Il nostro impatto, in altre parole, può essere soprattutto nel proiettare all'esterno l'idea che una imprenditoria sostenibile è possibile, al di là della dimensione operativa. Ma anche che al di là delle scelte imprenditoriali, ognuno di noi può prendere piccole decisioni, cambiare piccoli comportamenti per contribuire in maniera positiva a tante delle dinamiche che ci sembrano complesse e più grandi di noi, e che alla fine dei conti determinano la direzione in cui si muove la nostra società.

Aver scelto di essere Società Benefit è un modo per testimoniare questo approccio: Ci obbliga a rendere conto pubblicamente (attraverso questo rapporto annuale) del nostro impegno. La forma societaria non implica alcun vantaggio fiscale o di altro genere, ma ci fornisce uno stimolo a riflettere su quello che facciamo e su quello che potremmo fare diversamente e, speriamo, potrà fornirci un'opportunità per dialogare con la comunità del quartiere e con chi altro lo vorrà sulle scelte fatte e su quelle da fare.

## ALLEGATO 1: RISULTATI ANALITICI – SABI

In questo allegato si riportano gli esiti di dettaglio del questionario di autovalutazione del Sistema di Autovalutazione del Buon Impatto (SABI), per la parte di Creazione di Valore in termini di Prodotto, Lavoro e Valore Economico. In particolare:

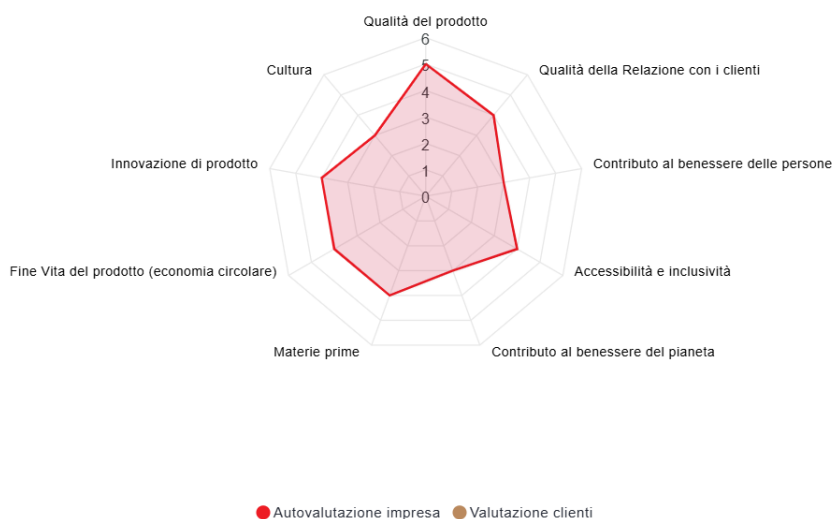
Nei grafici radar chart di seguito, viene raffigurata la creazione di valore per ogni Pilastro dell'attività di impresa (Prodotto, Lavoro, Valore economico). Negli assi sono rappresentati gli elementi che risultano rilevanti per l'impresa, in base alla valutazione di materialità degli impatti espressa. Alcuni elementi corrispondono alla Prima dimensione del modello della Buona Impresa (elementi che creano valore), altri alla Seconda dimensione (elementi che qualificano una buona creazione di valore).

La linea rossa corrisponde alla valutazione assegnata dall'impresa mentre – ove i dati sono disponibili – la linea marrone disegna la media delle valutazioni assegnate dagli stakeholder. Nel nostro caso non è stato utilizzato un questionario per gli stakeholder, e viene quindi visualizzato solo il risultato relativo all'impresa. Segue una tabella con il dettaglio delle valutazioni attribuite a ciascun elemento dall'impresa.

### Legenda dei criteri di valutazione

1. FORTE CRITICITA'
2. QUALCHE PROBLEMA
3. OK MA MIGLIORABILE
4. BEN PRESIDATO
5. UN RISULTATO SPECIALE
6. INSUPERABILE

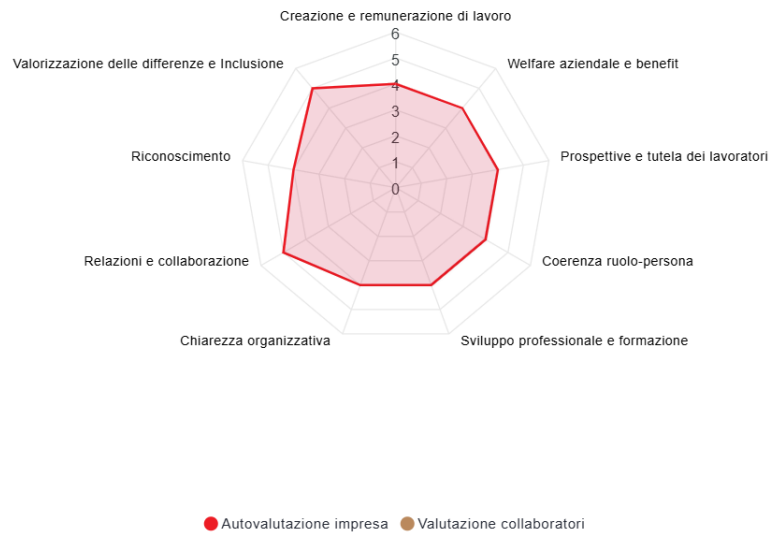
### La creazione di valore con il Prodotto





Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Qualità del prodotto	5	N/A	
Qualità della Relazione con i clienti	4	N/A	
Contributo al benessere delle persone	3	N/A	
Accessibilità e inclusività	4	N/A	Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Benessere degli individui Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Comunità Locali
Contributo al benessere del pianeta	3	N/A	Cambiamento climatico Inquinamento Acque e risorse marine Circolarità e uso delle risorse
Materie prime	4	N/A	Inquinamento Circolarità e uso delle risorse
Fine Vita del prodotto (economia circolare)	4	N/A	Inquinamento Acque e risorse marine Circolarità e uso delle risorse
Innovazione di prodotto	4	N/A	
Cultura	3	N/A	

## La creazione di valore con il lavoro

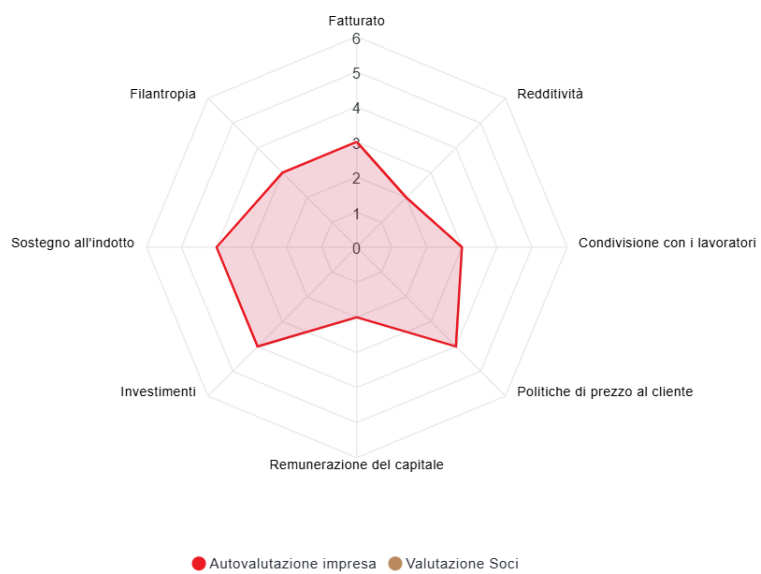


## La creazione di valore con il lavoro



Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Creazione e remunerazione di lavoro	4	N/A	Disuguaglianze economiche e sociali Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Welfare aziendale e benefit	4	N/A	Disuguaglianze economiche e sociali Salute e sicurezza dei lavoratori Benessere degli individui Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Prospettive e tutela dei lavoratori	4	N/A	Disuguaglianze economiche e sociali Benessere degli individui Diritti Umani Progresso della società e innovazione Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Coerenza ruolo-persona	4	N/A	Diversità, Equità e Inclusione Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Sviluppo professionale e formazione	4	N/A	Disuguaglianze economiche e sociali Progresso della società e innovazione Educazione, informazione e cultura Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Chiarezza organizzativa	4	N/A	Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Relazioni e collaborazione	5	N/A	Benessere degli individui Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Riconoscimento	4	N/A	Benessere degli individui Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Valorizzazione delle differenze e Inclusione	5	N/A	Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Diritti Umani Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori

## La Creazione di valore economico

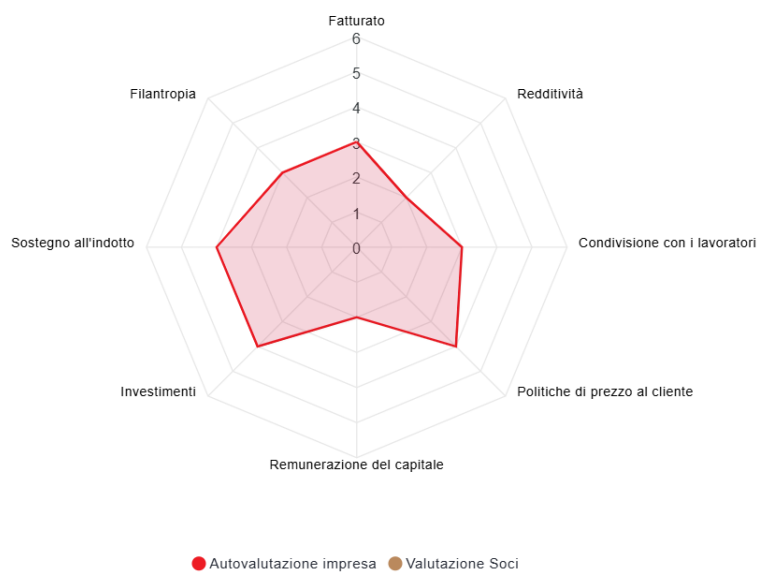


## La Creazione di valore economico



Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Fatturato	3	N/A	Sviluppo economico
Redditività	2	N/A	Sviluppo economico
Condivisione con i lavoratori	3	N/A	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori Diversità, Equità e Inclusione Comunità Locali
Politiche di prezzo al cliente	4	N/A	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico
Remunerazione del capitale	2	N/A	Sviluppo economico
Investimenti	4	N/A	Progresso della società e innovazione Sviluppo economico
Sostegno all'indotto	4	N/A	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico Comunità Locali
Filantropia	3	N/A	Disuguaglianze economiche e sociali Sviluppo economico Comunità Locali

## La Creazione di valore economico

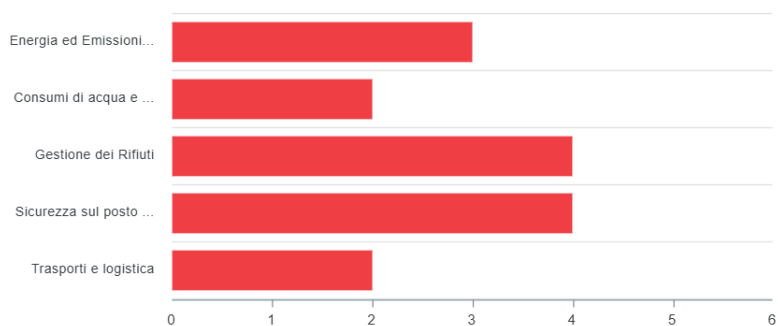


## Autovalutazione della Sostenibilità delle Operations

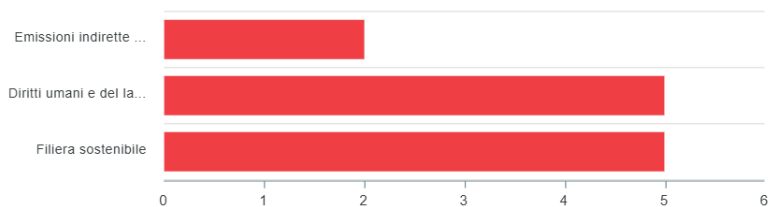


In questa sezione vengono visualizzati gli esiti di dettaglio del questionario rispetto alla gestione sostenibile delle proprie Operations. Nei grafici, vengono rappresentati i risultati delle valutazioni sia relative ai processi di produzione aziendali che alla gestione della filiera. E' riportato solo il punto di vista dell'impresa poichè si ritiene che gli stakeholder non dispongano di sufficienti informazioni per valutare questi aspetti, e dunque non viene chiesta loro di esprimersi.

### Processi di produzione



### Filiera



## Sostenibilità delle Operations



Elemento di valutazione	Autovalutazione	Impatti generati
Energia ed Emissioni (scope 1 e 2)	3	Cambiamento climatico Inquinamento Circolarità e uso delle risorse
Consumi di acqua e scarichi idrici	2	Acque e risorse marine
Ecosistema e biodiversità	N/A	Acque e risorse marine Biodiversità ed ecosistemi
Gestione dei Rifiuti	4	Cambiamento climatico Inquinamento Biodiversità ed ecosistemi Circolarità e uso delle risorse
Sicurezza sul posto di lavoro	4	Salute e sicurezza dei lavoratori Benessere degli individui Diritti Umani Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Trasporti e logistica	2	Cambiamento climatico Inquinamento
Emissioni indirette (scope 3)	2	Cambiamento climatico
Diritti umani e del lavoro nella filiera	5	Disuguaglianze economiche e sociali Diversità, Equità e Inclusione Salute e sicurezza dei lavoratori Benessere degli individui Diritti Umani Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori Comunità Locali
Filiera sostenibile	5	Salute e sicurezza dei lavoratori Diritti Umani Cambiamento climatico Inquinamento Acque e risorse marine Biodiversità ed ecosistemi Circolarità e uso delle risorse Sviluppo economico Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori Comunità Locali

# ALLEGATO 2: RISULTATI DI SINTESI

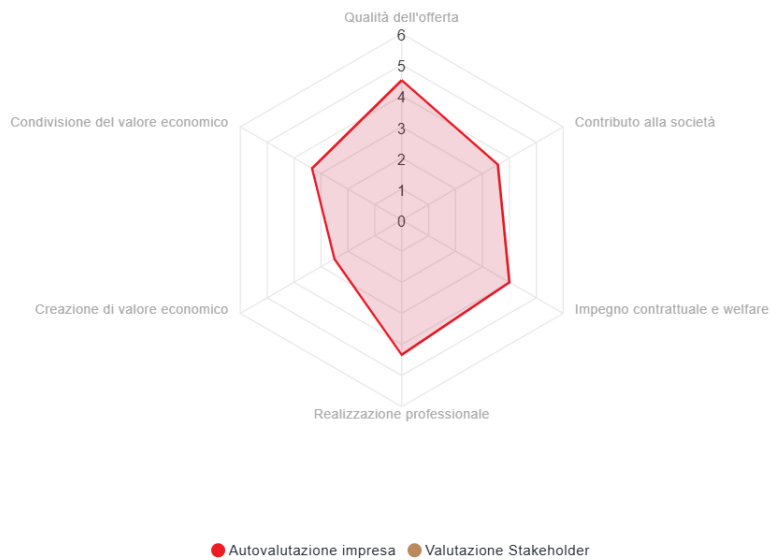
Autovalutazione rispetto alla Governance



## Sintesi Della Creazione Di Valore



Il grafico seguente intende offrire uno sguardo di sintesi della creazione di valore attraverso i principali pilastri dell'attività di impresa: il Prodotto, il Lavoro e il Valore economico. Sono rappresentate le prime due dimensioni di ciascun pilastro (**elementi che creano valore** e **elementi che qualificano una "buona" creazione di valore**). La valutazione di sintesi per ciascuna dimensione (linea rossa per l'impresa, linea marrone per lo stakeholder di riferimento) corrisponde alla media delle valutazioni assegnate ai singoli elementi che compongono quella dimensione.



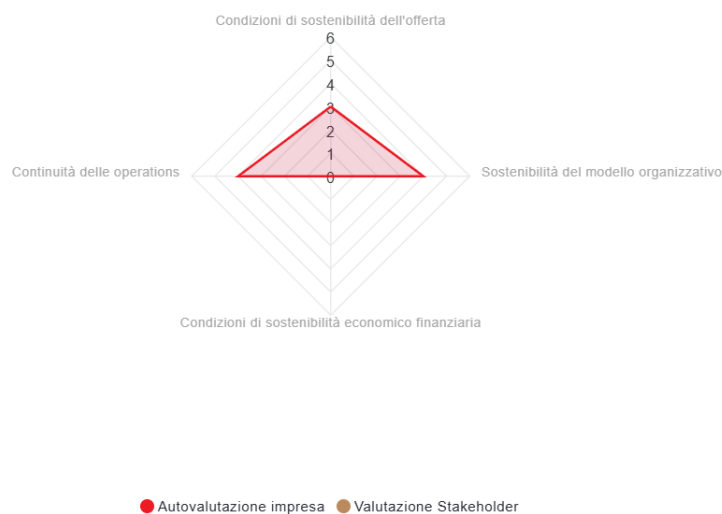
## La continuità nel tempo della Creazione di valore



Questo grafico intende restituire uno sguardo d'insieme rispetto ad un elemento caratterizzante dell'osservazione del modello della Buona Impresa, ovvero la **capacità di continuare a generare valore per la società nel lungo periodo**.

Sono rappresentate le "terze dimensioni" relative a Prodotto, Lavoro e Valore economico (rispettivamente: **continuità dell'offerta, continuità organizzativa, continuità economica**). In particolare: per l'impresa viene espressa la valutazione rispetto alla fidelizzazione di clienti, lavoratori e soci; la valutazione degli stakeholder invece è la media delle risposte date alle domande rispetto all'intenzione di consigliare ad altri l'impresa (consigli per gli acquisti, da parte dei clienti; consigli come datore di lavoro, per i lavoratori; consigli di investimento, per i soci).

L'ultimo vertice, infine, rappresenta la valutazione di sintesi rispetto alla **sostenibilità delle operations**, interpretata come un fattore determinante per garantire il successo nel tempo dell'attività di impresa. Anche in questo caso: per l'impresa viene espressa la valutazione rispetto alla solidità della relazione con fornitori e partner commerciali; non è invece previsto in questo punto il riscontro degli stakeholder.





Z E

L A T

O