



RELAZIONE DI

impatto

2023



VIVI SRL
SOCIETÀ BENEFIT
ROMA, GIUGNO 2024

Sommario

Lettera agli stakeholder	1
Nota introduttiva	5
Chi siamo	6
Il Beneficio Comune nello Statuto di Vivi	7
Che cosa significa “ <i>Società Benefit</i> ”	8
Che cosa sono le <i>B Corp</i>	9
Valutare l’impatto: B Impact Assessment	10
Valutare l’impatto: SDG Action Manager	19
Il nostro impatto nel 2023 & il nostro impegno per il 2024	23
Conclusioni	32

Lettera agli stakeholder

Questa è la quarta relazione d'impatto di Vivi srl SB, divenuta Società Benefit nel giugno 2020 e successivamente certificata B Corp nel 2022.

Mi sento di esordire con una dichiarazione di soddisfazione e gratitudine per il percorso intrapreso quattro anni fa, poiché, ancorché impegnativo per le energie e le risorse che ha richiesto e continuerà a richiedere, ha senz'altro contribuito ad accrescere in tutti i reparti e a tutti i livelli della nostra azienda il senso di scopo del nostro lavoro quotidiano, sia come individui che come squadra, oltre a portare un indubbio miglioramento e incremento delle buone pratiche operative e gestionali interne.

Il 2023 è stato per Vivi un anno di investimenti, crescita e grandi soddisfazioni:

Abbiamo aperto un nuovo bistrot a Piazza Venezia, nel prestigioso Palazzo Bonaparte e abbiamo lanciato il nostro marchio di biscotti e torte certificati biologici "Borboletta".

Abbiamo investito in produzione di energia fotovoltaica ricoprendo di pannelli solari il tetto del nostro biscottificio.

Abbiamo avviato il processo di certificazione BRC e ISO14001 anche per il biscottificio e ottenuto il Rating di Legalità e la Certificazione Imprendigreen di Confcommercio, per continuare a migliorare le garanzie di qualità e trasparenza verso i nostri stakeholders.

Ci siamo impegnati a studiare tutti i metodi disponibili per ridurre quanto possibile i rifiuti prodotti dai nostri ristoranti e dunque il nostro impatto ambientale, ottenendo buoni risultati che contiamo di consolidare negli anni a venire.

In cucina è stato un anno all'insegna dello *Zero Waste*, dove le nostre brigate di cuochi si sono divertite a studiare come ridurre gli sprechi di materie prime biologiche per introdurre nel menù nuove ricette dove lo scarto sia davvero ridotto all'osso.

Sul fronte delle risorse umane, abbiamo attivato convenzioni con Enti e associazioni non-profit per l'integrazione nel nostro staff di persone con barriere d'ingresso al mondo del lavoro, ampliato le possibilità di formazione erogando diverse centinaia di ore di formazione per ampliamento delle competenze tecniche e soft skills e cercato di migliorare l'equilibrio vita-lavoro per tutta la squadra.

Molto resta ancora da fare, ma ci sentiamo di aver imboccato una strada che ci piace ed appassiona, accompagnati e ispirati dalle sempre più numerose Società Benefit che si mettono in gioco per misurare i propri impatti e creare prosperità, partecipando alla rigenerazione di ambiente e società.

M. Crístina Cattaneo

Nota introduttiva

Questa relazione d'impatto rendiconta i risultati raggiunti da Vivi srl Società Benefit nel corso del 2023 e definisce gli obiettivi fissati per il 2024.

Per redigerla, ci siamo avvalsi del ***Benefit Impact Assessment* (BIA)** elaborato dall'ente non-profit internazionale "B Lab", ossia uno degli strumenti suggeriti dalla legge che ha introdotto le società benefit in Italia. Esso fornisce una misura della performance aziendale, attraverso una valutazione quantitativa e qualitativa rigorosa e approfondita dell'impatto sociale e ambientale di un'azienda, con focus sui seguenti settori: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti. (v. pag. 10).

Come già fatto lo scorso anno per la Relazione Benefit 2022, anche per il 2023 abbiamo arricchito l'analisi dell'impatto della nostra società con l'**SDG Action Manager**, che integra i dati del B Impact Assessment con i dieci principi del Global Compact delle Nazioni Unite per facilitare azioni aziendali significative attraverso l'autovalutazione dinamica, il benchmarking e il miglioramento rispetto agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals) dell'Agenda 2030.

Chi siamo

Il marchio Vivi è nato a Roma nel 2008 da Cristina Cattaneo e Daniela Gazzini con l'intento di creare punti di ristoro naturali in aree verdi cittadine, con focus sulla promozione di uno stile di vita salutare, l'utilizzo di materie prime biologiche e un'idea di accoglienza informale e genuina, tale da creare oasi di quiete e benessere nel centro della città.

Vivi si è affermato a Roma come sinonimo di spazi di charme immersi nella natura o nell'arte, dove gustare una cucina mediterranea sana e gustosa, con ispirazioni dal mondo.

Ad oggi, le sedi sono:

Vivi Villa Pamphili, nel parco da cui prende il nome, primo locale Vivi inaugurato nel 2008;

Le Serre, Botanical Garden Restaurant situato nel vecchio vivaio di Monte Mario;

ViVi - Palazzo Braschi dentro al Museo di Roma, in Piazza Navona;

ViVi - Piazza Venezia all'interno di Palazzo Bonaparte in Piazza Venezia;

Vivi Lab, lo stabilimento di produzione gastronomica che sforna dolci artigianali certificati biologici a marchio *Borboletta®* per tutti i nostri locali e per clienti esterni.

Negli anni il *concept* Vivi si è arricchito di nuove valenze: il nostro intento, oltre a servire ottimo cibo in luoghi curati, è di generare, con la nostra attività e seguendo i nostri valori, un impatto positivo intorno a noi per i nostri clienti, dipendenti, per la comunità locale e l'ambiente. Per questo da ormai undici anni organizziamo tutte le estati la rassegna quotidiana di Yoga gratuito nel parco o organizziamo eventi benefici legati al cibo in collaborazione con vari enti del territorio.

Nel giugno 2020, assumendo la forma societaria di **Società Benefit**, abbiamo voluto dichiarare formalmente, inserendolo nel nostro statuto societario, il nostro impegno a perseguire con la nostra attività commerciale anche un beneficio comune.

Nell'aprile 2022, dopo un lungo processo di valutazione e verifica del Benefit Impact Assessment, Vivi srl SB, ha ottenuto la **certificazione B Corp**, che viene attribuita alle aziende che dimostrano di rispettare alti standard di impatto sociale e ambientale positivo.

Il Beneficio Comune nello Statuto di ViVi:

Di seguito riportiamo i quattro punti *for benefit* che abbiamo aggiunto al nostro statuto societario.

Sono tutti inerenti alla nostra attività di ristorazione e contribuiscono a fare del cibo un elemento di trasformazione e cambiamento.

Si tratta in definitiva di una “roadmap” e di una bussola che ci orienta e ci permette di gestire meglio la nostra impresa e di cogliere opportunità di miglioramento nei settori indicati.

(...) ViVi srl Società Benefit intende favorire:

BENESSERE DELLE PERSONE

1 - l'offerta e la promozione di un'alimentazione e di uno stile di vita sani e sostenibili volti al benessere delle persone e dell'ambiente, da un lato attraverso la selezione di materie prime provenienti da colture biologiche e da fornitori di qualità e la ricerca di cibi a basso impatto ambientale e dall'altro attraverso iniziative ricreative, formative e di condivisione rivolte ai clienti e alla comunità locale.

AMBIENTE

2 - Miglioramento costante del profilo di sostenibilità aziendale attraverso lo sviluppo di pratiche e processi di innovazione sostenibile per un impatto positivo e rigenerativo sull'ambiente e sulla società.

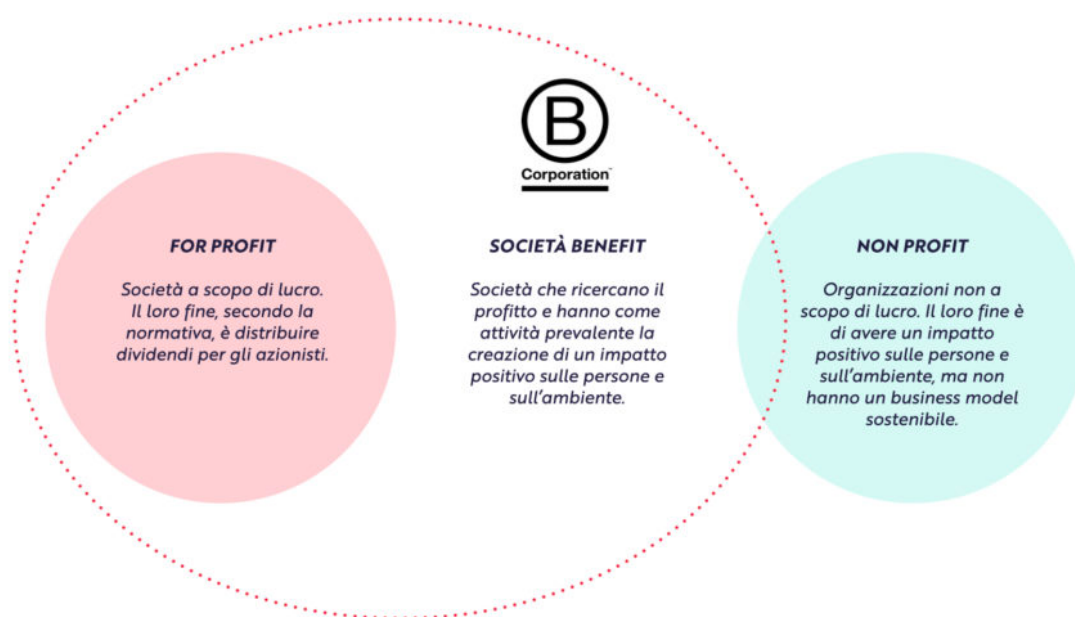
FELICITÀ SUL LAVORO

3 - Valorizzazione del talento individuale dei collaboratori della società, per creare un ambiente di lavoro motivante ed inclusivo, anche mediante programmi di formazione, con particolare focus sull'occupazione femminile e l'integrazione di persone con barriere all'impiego.

MONDO PIU' EQUO

4 - Lotta allo spreco alimentare e iniziative a supporto di enti e associazioni non profit legate al cibo e volte a un mondo più equo.

Che cosa significa “Società Benefit”



La **Società Benefit** (SB) è una forma giuridica d'impresa nata negli USA nel 2010 come Benefit Corporation e ormai diffusa in vari paesi del mondo. L'Italia è stata il secondo paese al mondo dopo gli USA ad introdurre questa nuova forma giuridica d'impresa, con la legge n. 208 del 2015. Ad oggi (dati marzo 2024 - Infocamere) in Italia esistono circa 4.000 Società Benefit, con un tasso di crescita del 35% rispetto allo scorso anno.

Le Società Benefit rappresentano un'evoluzione del concetto stesso di azienda. Mentre le società tradizionali esistono con l'unico scopo di distribuire utili agli azionisti, le **società benefit** sono espressione di un paradigma più evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società, le persone e l'ambiente. Le Società Benefit (SB) hanno due caratteristiche fondamentali:

1. esplicitano l'attenzione verso tutti i portatori di interesse, sia **shareholder** che **stakeholder**, nel proprio oggetto sociale.

2. misurano i propri **risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente** con la stessa completezza e con lo stesso rigore adottato per i **risultati di tipo economico e finanziario**.

Le SB, in Italia come negli USA, perseguono volontariamente, oltre allo scopo di lucro, anche una o più finalità di beneficio comune nell'esercizio dell'attività d'impresa.

Con l'approvazione di questa legge si è delineato un "nuovo ruolo dell'impresa nella società, (...) che associa l'esercizio dell'azione economica alla necessaria e contestuale generazione di impatti positivi (o riduzione di impatti negativi) nei confronti degli stakeholder: la **necessità di generare un beneficio comune per onorare la propria mission** diviene quindi parte integrante dell'azione quotidiana dell'impresa, delle proprie scelte strategiche, organizzative e manageriali, che devono essere orientate a bilanciare la creazione di valore per la proprietà con la creazione di valore per tutti gli stakeholder, per l'ambiente e per la collettività in generale. "(AA.VV., Nibr, 2019, Linee guida sul reporting delle Società Benefit)

Che cosa sono le B Corp:

Le B Corp rappresentano il modello più avanzato al mondo in termini di azienda sostenibile e rigenerativa.

Costituiscono un movimento globale che ha l'obiettivo di diffondere un paradigma economico più evoluto, che vede le aziende come protagoniste nel rigenerare la società e la biosfera.

L'OBIETTIVO: Usare il business come forza positiva: questa è la mission che unisce tutte le B Corp.

LA VISIONE: Tutte le B Corp competono per essere le **migliori PER il mondo** e creare così una prosperità durevole e condivisa per la società.

I VALORI: Responsabilità, Trasparenza, Interdipendenza e Innovazione, Inclusione, Rigeneratività, Passione che ispira l'azione e Diversità con cui la si esprime.

Nel mondo, le B Corp certificate si distinguono sul mercato da tutte le altre perché oltre a perseguire il profitto, innovano continuamente per massimizzare il loro impatto positivo verso i dipendenti, le comunità in cui operano, l'ambiente e tutti gli stakeholder. Infatti, l'azienda B Corp sceglie volontariamente e formalmente di produrre contemporaneamente benefici di carattere sociale e ambientale mentre raggiunge i propri risultati economici. Presente in 162 settori e in oltre 101 Paesi, il movimento B Corp ha un unico obiettivo: innescare una competizione positiva tra tutte le aziende, perché siano misurate e valutate nel loro operato secondo uno stesso metro: l'impatto positivo sulla società e il pianeta. Le oltre 8.800 B Corp e le 150.000 aziende che ne usano gli strumenti, rappresentano una soluzione concreta, positiva e scalabile che crea valore sia per gli azionisti che per tutti gli stakeholder. Per maggiori info sul movimento B Corp: <https://vimeo.com/651234509>;

Attualmente in Italia si contano circa 300 B Corp certificate e 4.000 Società Benefit, la community a più rapida crescita al mondo.

Valutare il proprio impatto:

1 - La valutazione Benefit Impact Assessment (BIA)

La valutazione dell'impatto generato ViVi srl SB è stata eseguita utilizzando il *Benefit Impact Assessment* (BIA).

Il BIA è il protocollo di misura di impatto sociale e ambientale sviluppato dall'ente no profit B Lab e oggi è il più diffuso al mondo, già adottato da oltre 150.000 aziende. www.bimpactassessment.net.

Il BIA Consente di ottenere una fotografia del profilo di impatto dell'azienda e di misurare il vero valore creato da un'azienda. Per questo è stato anche scelto dalle Nazioni Unite come lo strumento per misurare il progresso delle aziende verso i Sustainable Development Goal 2030.

Se supera la selezione del BIA (almeno 80 punti su una scala 0-200), un'azienda è considerata rigenerativa ed è eleggibile per

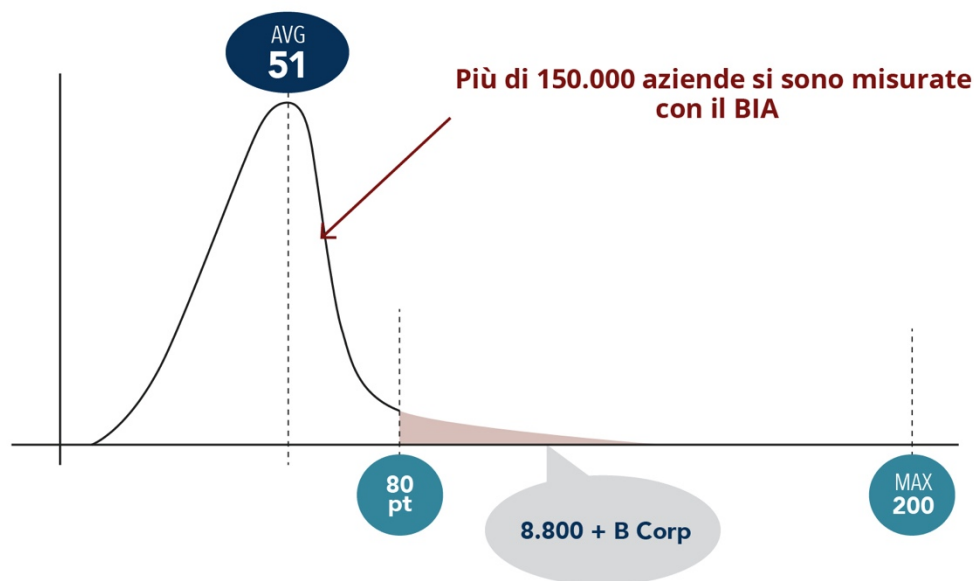
diventare B Corp certificata: <http://bcorporation.eu/become-a-b-corp-eu/become-a-b-corp>.

Il BIA analizza le seguenti aree dell'impresa:

- ***Governance*** - Grado di trasparenza e responsabilità di una società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune riguardo ai propri obiettivi, a livello di coinvolgimento degli *stakeholder*, grado di trasparenza delle politiche e pratiche adottate.
- ***Lavoratori*** - Le relazioni con i dipendenti e i collaboratori sono valutate in termini di retribuzioni e *benefit*, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza sul lavoro.
- ***Comunità*** - Si valutano le relazioni dell'azienda con i propri fornitori, il territorio e le comunità locali ove si opera, le azioni di volontariato, donazioni, attività culturali e sociali, ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura.
- ***Ambiente***. Si considera l'impatto dell'impresa nella prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi. E dunque in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso, consumo e fine vita dei prodotti.
- ***Clienti*** - Si considera il coinvolgimento, il rispetto e la considerazione nei confronti dei clienti e il valore creato per i propri clienti e consumatori.

Oltre 150.000 aziende nel mondo hanno compilato il proprio BIA, conseguendo in media 51 punti su 200.

Il punteggio del B Impact Assessment

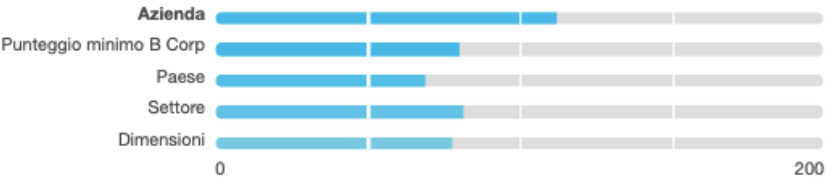


Il punteggio BIA di Vivi srl Società Benefit per il 2021, verificato da B Lab, è stato pari a **83,4** e ha consentito a Vivi srl SB di ottenere la certificazione B Corp ad aprile 2022. Nel 2022 il Bia è risultato **84,6** (punteggio non verificato da B Lab).

La valutazione di sintesi ottenuta utilizzando il BIA a fine 2023 ha dato un punteggio in netta crescita rispetto al 2022 pari a **111,8** (punteggio non verificato da B Lab), avendo incrementato il punteggio nelle aree Lavoratori (da 24,8 a 46,5 punti), Ambiente (da 24,7 a 25,2 punti), Comunità (da 18,5 a 21,8 punti) e Clienti (da 2,3 a 3,4 punti), grazie all'implementazione di buone pratiche aziendali in questi settori; anche l'area Governance cresce da 14,0 a 14,7 punti.

Vivi srl Società Benefit

Data di fine dell'anno fiscale 31 Dec 2023



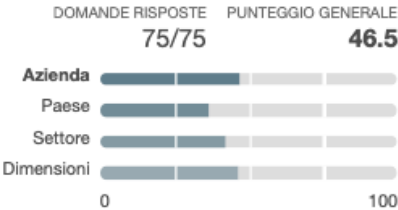
Governance

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.



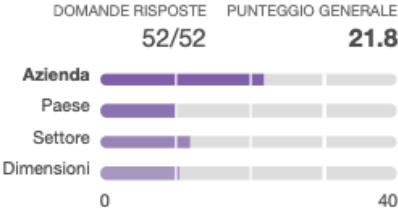
Lavoratori

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.



Comunità

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.



Ambiente

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.



Clienti

Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.



Gli obiettivi di Vivi per il 2023, come già l'anno precedente, si sono concentrati soprattutto sui **lavoratori** e sull'**ambiente**, questo per il verificarsi di criticità strutturali e globali, come:

LAVORATORI

- Difficoltà di reperimento di personale nella ristorazione in generale nel periodo post-Covid19 (non solo in Italia, ma ovunque nel mondo occidentale);
- incremento del tasso di abbandono dei lavoratori, con conseguente aumento del turnover del personale, che anche per Vivi è passato dall'11% al 21%;

AMBIENTE

- Aggravarsi del cambiamento climatico e necessità per le aziende di ripensare e ottimizzare le proprie politiche produttive per ridurre il proprio impatto negativo sull'ambiente se non, auspicabilmente, creare nel proprio piccolo un impatto positivo;
- Incremento del costo delle materie prime e degli imballaggi a causa dei conflitti in corso e della crescita del tasso d'inflazione;
- Incremento del costo dell'energia dovuto alla guerra Russia-Ucraina e ad altre concause.

Per quanto riguarda i lavoratori, l'obiettivo è rendere il personale più felice di lavorare con noi e fidelizzarlo maggiormente: abbiamo introdotto in via sperimentale in tre dei nostri locali - rispetto ai due dell'anno scorso - la **settimana lavorativa di 5 giorni** anziché 6, come è invece prassi ovunque nella ristorazione; abbiamo aumentato le ore di **formazione** in vari ambiti e distribuito **bonus** di fine anno. Abbiamo inoltre continuato nell'intento di sostenere l'accesso al lavoro di **categorie fragili**, attivando convenzioni con carceri per l'inserimento in organico di ex detenuti e con l'associazione Persone Down per un tirocinio nei nostri locali. Continuiamo il sostegno al lavoro femminile, sia quantitativamente (50% dello staff) che qualitativamente, garantendo **parità salariale** a parità di mansioni e flessibilità negli orari per chi ha figli, tutti aspetti che, insieme all'accesso alla formazione e alle possibilità di crescita interna, sono garantiti a tutto lo staff, indipendentemente da formazione e provenienza.

Per quanto riguarda l'ambiente abbiamo investito in **attrezzature Energy star Industria 4.0** per le nostre cucine e abbiamo ricoperto il tetto del nostro laboratorio di **pannelli fotovoltaici** di ultima generazione per aumentare l'efficienza energetica e autoalimentarci

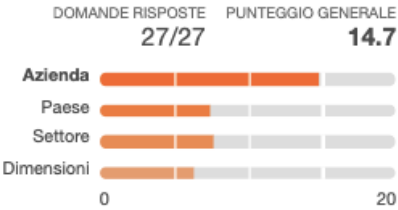
con energia solare. Sempre con il laboratorio di pasticceria abbiamo conseguito nuovamente la **certificazione Impatto Zero** con Lifegate, acquistando crediti di carbonio per compensare l'impatto ambientale residuo e la **certificazione biologica** con Bioagricert.

Di seguito la valutazione di impatto BIA di Vivi S.r.l. per il 2023, divisa per area di impatto.



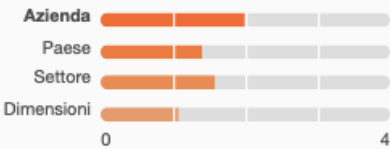
Governance

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.



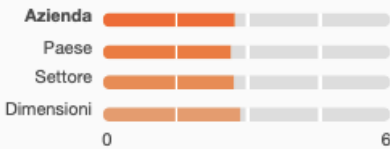
Mission e impegno

PUNTEGGIO
1.9/4



Etica & Trasparenza

PUNTEGGIO
2.7/6



Proteggere la missione
- Business Model d'impatto

PUNTEGGIO
10.0/10





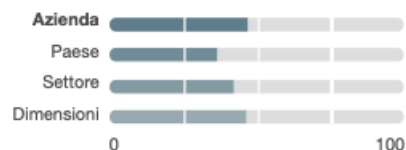
Lavoratori

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE

75/75

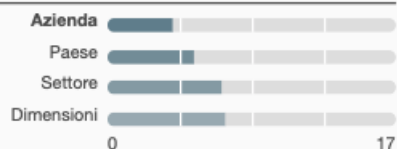
46.5



Sicurezza finanziaria

PUNTEGGIO

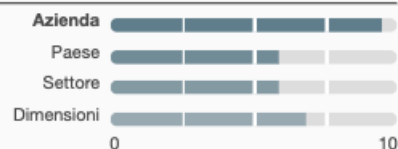
3.8/17



Salute, benessere, & sicurezza

PUNTEGGIO

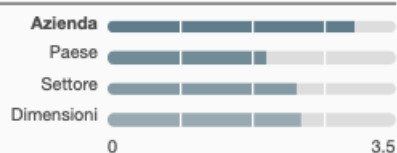
9.4/10



Sviluppo professionale

PUNTEGGIO

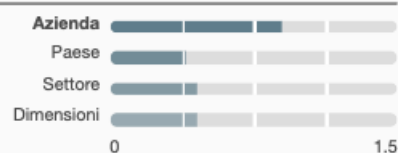
2.9/3.5



Sviluppo professionale (salariati)

PUNTEGGIO

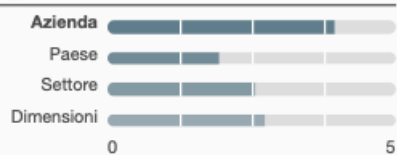
0.8/1.5



Livello di coinvolgimento e soddisfazione

PUNTEGGIO

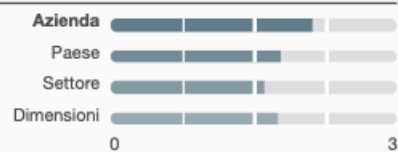
3.9/5



Livello di coinvolgimento e soddisfazione (salariati)

PUNTEGGIO

2.1/3



Sviluppo della forza lavoro - Business Model d'impatto

PUNTEGGIO

18.1/60





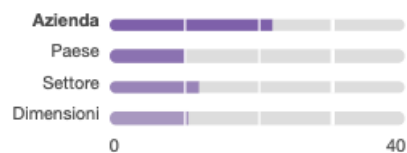
Comunità

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE

52/52

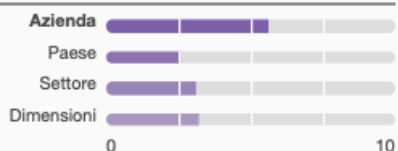
21.8



Diversità, equità, & inclusione

PUNTEGGIO

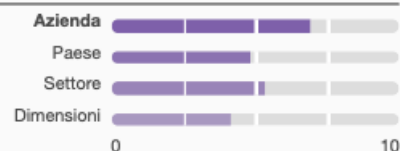
5.6/10



Impatto economico

PUNTEGGIO

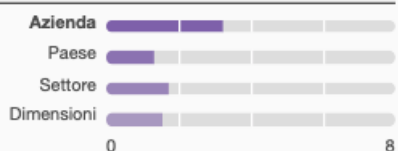
6.8/10



Impegno civico e donazioni

PUNTEGGIO

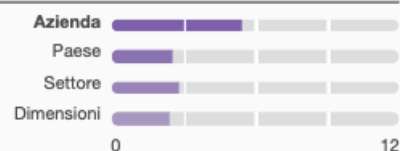
3.2/8



Gestione della catena di distribuzione e fornitura

PUNTEGGIO

5.4/12



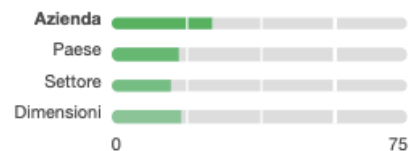
Ambiente

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE

76/76

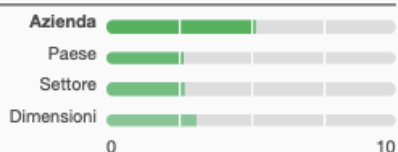
25.2



Management ambientale

PUNTEGGIO

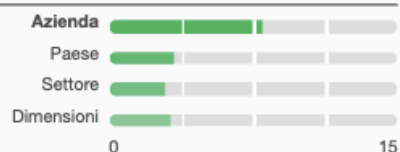
5.1/10



Aria & Clima

PUNTEGGIO

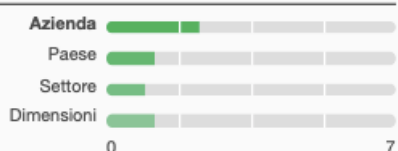
7.9/15



Acqua

PUNTEGGIO

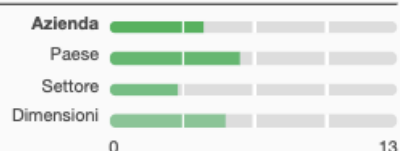
2.2/7



Terra & Vita

PUNTEGGIO

4.2/13



Risanamento/ riduzione delle tossine - Business Model d'impatto

PUNTEGGIO

4.8/30

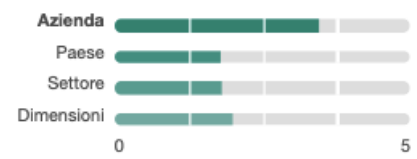




Clienti

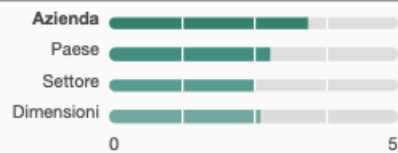
Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
11/11 3.4



Gestione del cliente

PUNTEGGIO
3.4/5



Valutare il proprio impatto:

2 - SDG Action Manager

Abbiamo integrato la valutazione di impatto Bia con gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030.

Attraverso l'SDG Action Manager, uno strumento capace di misurare l'impatto dell'azienda unendo le linee guida del B Impact Assessment di B Lab e i dieci principi del Global Compact delle Nazioni Unite, Vivi ha calcolato il proprio impatto sugli SDGs di riferimento. In questo modo le attività aziendali significative vengono evidenziate e sviluppate, anche grazie al benchmarking, favorendo il costante miglioramento delle ricadute positive sui diversi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

Vivi con le proprie finalità di beneficio comune si impegna anche a contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals - SDGs), approvati dalle Nazioni Unite nel 2015.

L'SDG Action Manager consiglia per la nostra azienda cinque obiettivi in particolare:

4 (Istruzione di qualità)
5 (Eguaglianza di genere)
8 (lavoro dignitoso e crescita economica)
12 (consumo e produzione responsabili)
e 14 (vita sott'acqua)

Le finalità di beneficio comune indicate nello Statuto di Vivi srl SB contribuiscono, inoltre, al raggiungimento dei seguenti SDGs:

2 (fame zero)
3 (salute e benessere)
7 (energia pulita e accessibile)
9 (innovazione e infrastrutture)
11 (città e comunità sostenibili)

Di seguito il risultato dell'autovalutazione di performance aziendale rispetto agli SDG.

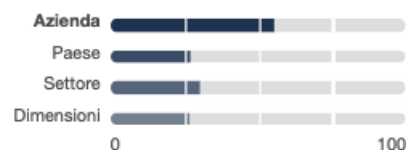
Consigliati



Modulo base

Si comincia con questo modulo per avere una idea complessiva della performance dell'azienda rispetto a diritti umani, pratiche lavorative, gestione ambientale e governance.

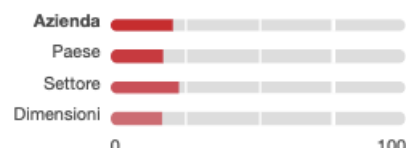
DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
31/31 55.0%



SDG 4 - Istruzione di qualità

Scopra in che modo l'azienda può contribuire agli obiettivi di istruzione di qualità, come per esempio eliminare il lavoro minorile, offrire formazione su capacità, fornire accesso a opportunità di formazione e promuovere l'istruzione superiore.

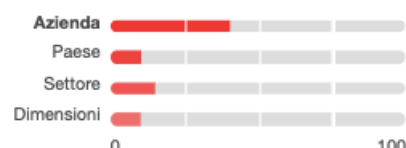
DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
26/26 20.9%



SDG 5 - Uguaglianza di genere

Scopra in che modo l'azienda può contribuire all'uguaglianza di genere, come per esempio aumentando la rappresentanza di donne, e occupandosi delle denunce per discriminazione di genere.

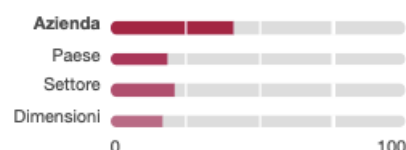
DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
29/29 40.1%



SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica

Scopra in che modo l'azienda può adottare misure per offrire lavoro dignitoso e crescita economica come per esempio pagare un salario di sussistenza e garantire condizioni di lavoro eque ai lavoratori delle proprie operazioni e nella catena di fornitura.

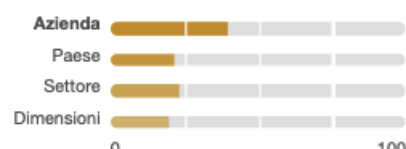
DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
34/34 41.3%



SDG 12 - Consumo e produzione responsabili

Scopra cosa può fare l'azienda per mantenere la produzione e il consumo a livelli responsabili, come per esempio adottare i principi dell' Economia circolare e condurre assessment sull'impatto dei fornitori sul consumo di risorse.

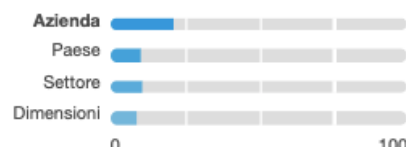
DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
20/20 39.4%



SDG 14 - Vita sott'acqua

Scopra in che modo l'azienda può fare per preservare e utilizzare gli oceani, i mari e le risorse marine in modo sostenibile, come per esempio conducendo un assessment sull'impatto dell'azienda sulla salute degli oceani.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
23/23 21.1%

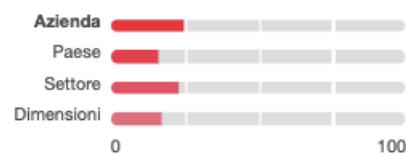




SDG 1 - Sconfiggere la povertà

Scopra cosa può fare l'azienda per eliminare la povertà, come per esempio pagare un salario di sussistenza, controllare che non ci siano situazioni di lavori forzati e condurre assessment di rischio nella catena di fornitura.

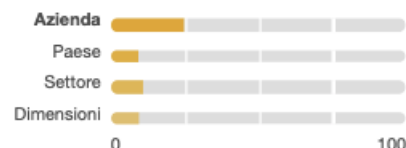
DOMANDE RISPOSTE 20/20 PUNTEGGIO GENERALE 24.4%



SDG 2 - Sconfiggere la fame

Scopra cosa può fare l'azienda per sconfiggere la fame, come per esempio fornire accesso a nutrizione adeguata, e migliorare il profilo nutrizionale dei prodotti facenti parte del portfolio dell'azienda.

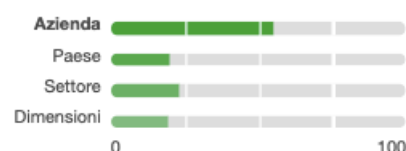
DOMANDE RISPOSTE 19/19 PUNTEGGIO GENERALE 24.5%



SDG 3 - Assicurare salute e benessere

Scopra in che modo l'azienda può contribuire alla salute e il benessere per tutti, come per esempio nel fornire copertura sanitaria e salute sul lavoro e programmi di sicurezza per tutti i lavoratori.

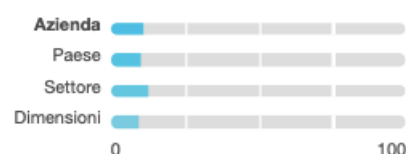
DOMANDE RISPOSTE 21/21 PUNTEGGIO GENERALE 54.7%



SDG 6 - Acqua pulita e servizi igienico-sanitari

Scopra in che modo l'azienda può adottare misure per facilitare il diritto all'acqua pulita e servizi sanitari per tutti, assicurandosi che entrambi siano offerti nelle proprie operazioni, nella comunità e nella catena di fornitura.

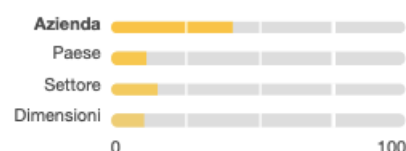
DOMANDE RISPOSTE 25/25 PUNTEGGIO GENERALE 10.9%



SDG 7 - Energia accessibile e pulita

Scopra in che modo l'azienda può adottare misure per fornire energia pulita e accessibile a tutti per esempio attraverso l'utilizzo di energia rinnovabile a basso impatto, o migliorando l'efficienza energetica.

DOMANDE RISPOSTE 21/21 PUNTEGGIO GENERALE 40.9%

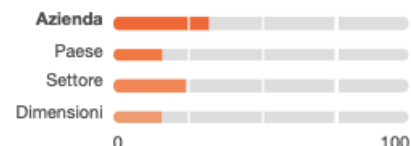




SDG 9 - Industria, innovazione e infrastrutture

Scopra cosa può fare l'azienda per promuovere un processo di industrializzazione sostenibile per esempio aumentando gli sforzi in ricerca e sviluppo d'accordo alle priorità di sviluppo sostenibile.

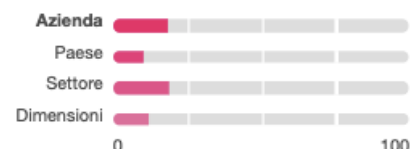
DOMANDE RISPOSTE 19/19 PUNTEGGIO GENERALE 32.1%



SDG 10 - Ridurre le disuguaglianze

Scopra in che modo l'azienda può adottare misure per ridurre disuguaglianze, come per esempio con il pagamento ai lavoratori del salario di sussistenza, implementando pratiche di anti discriminazione sul posto di lavoro, e creando un ambiente di lavoro inclusivo.

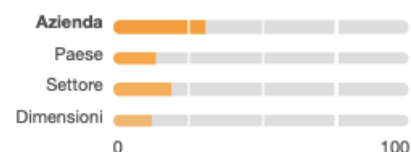
DOMANDE RISPOSTE 29/29 PUNTEGGIO GENERALE 18.3%



SDG 11 - Città e comunità sostenibili

Scopra in che modo l'azienda può adottare misure per costruire città e comunità sostenibili, come per esempio promuovere pratiche di urbanizzazione inclusiva, e adottando standard di costruzione green building.

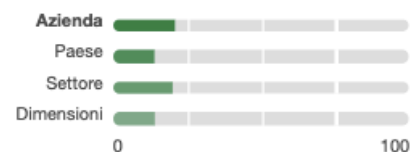
DOMANDE RISPOSTE 24/24 PUNTEGGIO GENERALE 30.9%



SDG 13 - Agire per il clima

Scopra in che modo l'azienda può contribuire alle azioni per il clima, come per esempio utilizzando assessment di rischio climatico e adottando una governance di cambio climatico.

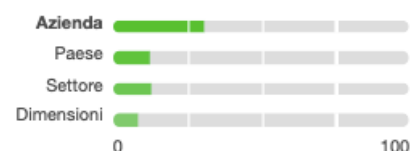
DOMANDE RISPOSTE 24/24 PUNTEGGIO GENERALE 20.7%



SDG 15 - La vita sulla terra

Scopra in che modo l'azienda può proteggere, ripristinare e promuovere un utilizzo sostenibile degli ecosistemi, con azioni come per esempio pratiche di utilizzo dei terreni sostenibili, e screening di gestione ambientale.

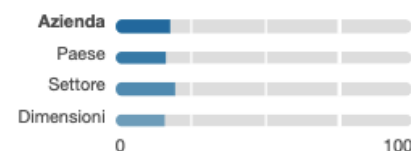
DOMANDE RISPOSTE 22/22 PUNTEGGIO GENERALE 30.4%



Introduzione - Pace, giustizia e istituzioni forti

Scopra in che modo l'azienda può contribuire alla pace, giustizia e istituzioni forti promuovendo la trasparenza nella governance e nella gestione fiscale dell'azienda, e attraverso azioni di pace in zone affette da conflitti.

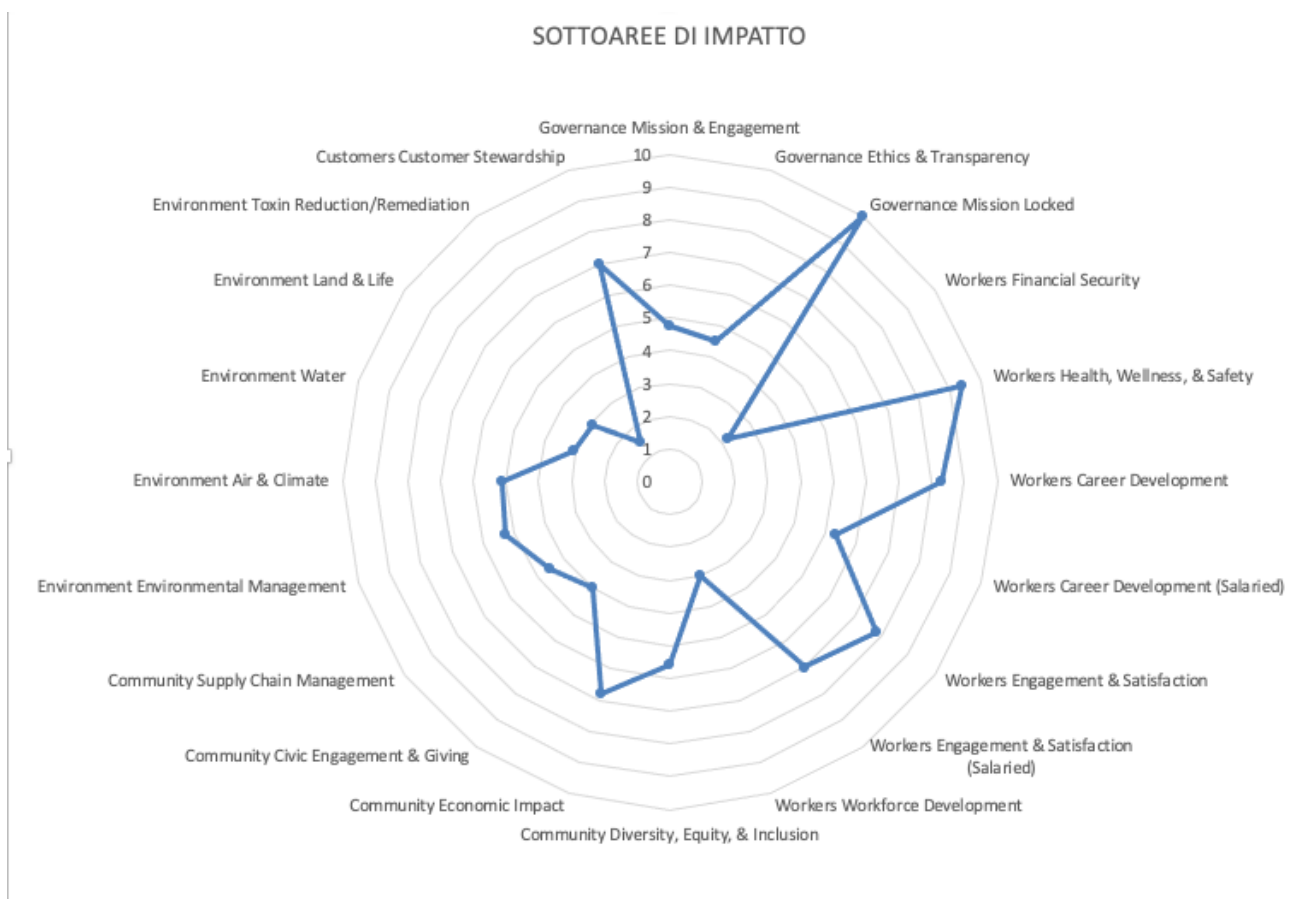
DOMANDE RISPOSTE 26/26 PUNTEGGIO GENERALE 18.2%

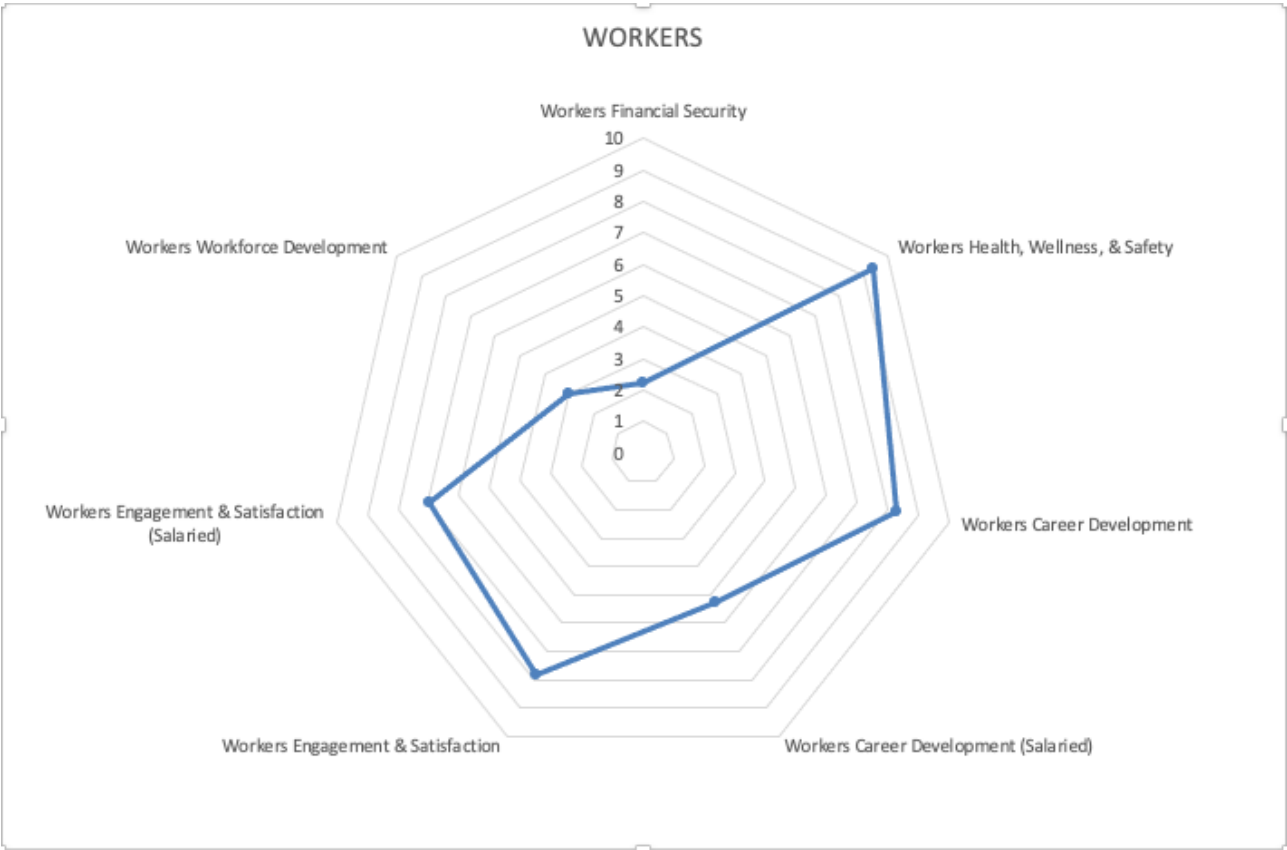
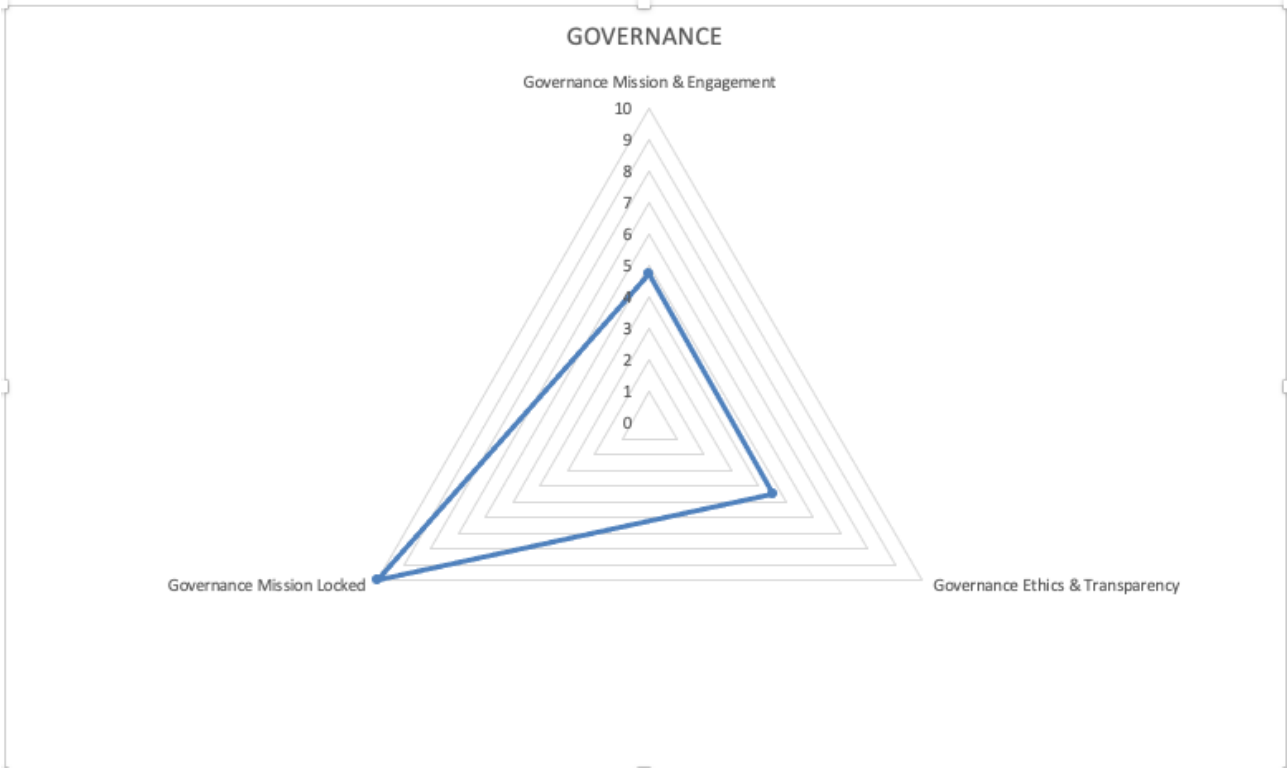


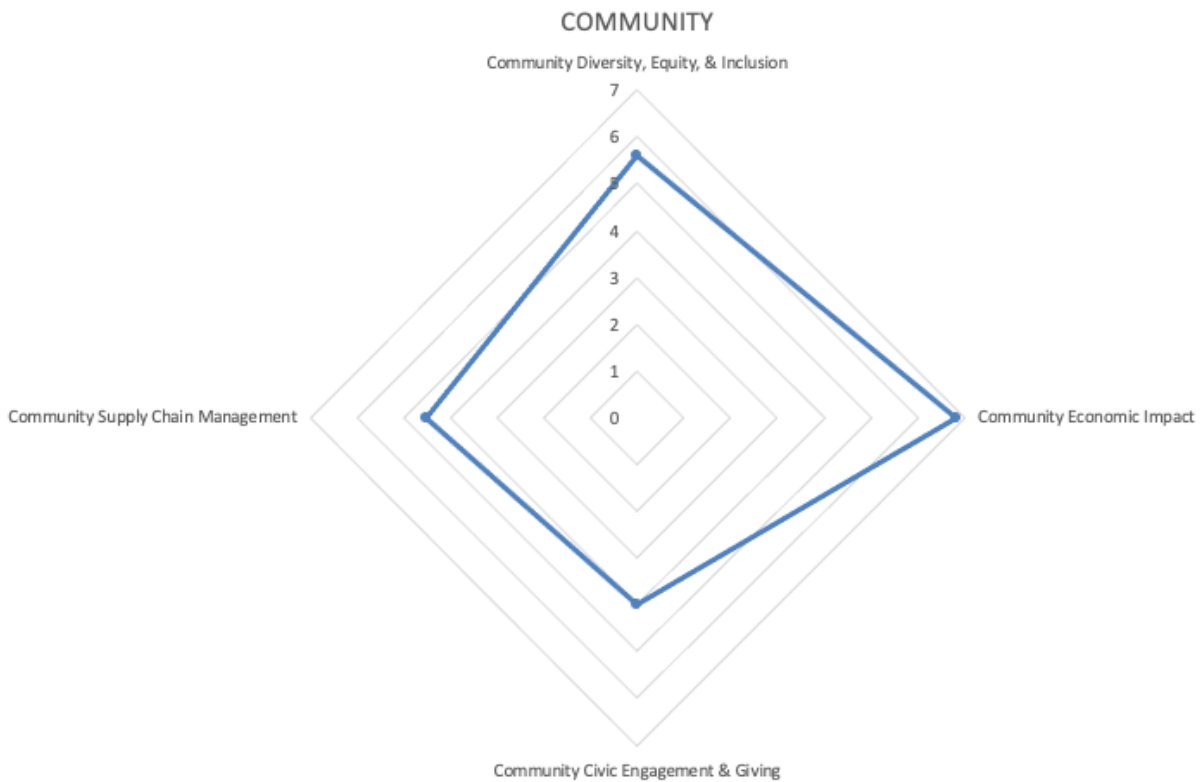
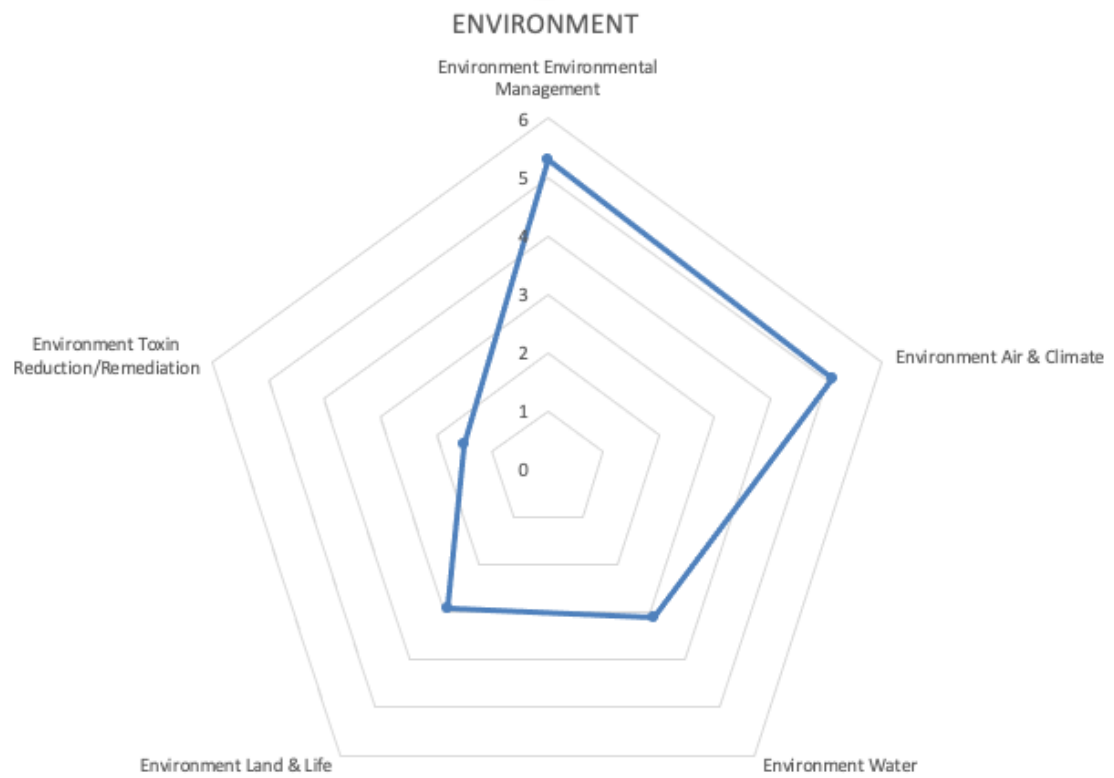
Il Nostro impatto nel 2023 e l'impegno per il 2024

I grafici che seguono offrono un'immagine dell'impatto della nostra attività in diverse aree, così come emergono dal Benefit Impact Assessment.

Evidenziano alcune aree di miglioramento (sicurezza finanziaria dei lavoratori, sviluppo di carriera, impegno civico nella comunità, gestione della catena di fornitura e alcune pratiche di rigenerazione ambientale) che saranno l'oggetto della nostra attenzione per il 2024 e per gli anni a seguire.







Di seguito il report che, per ogni finalità specifica o area d'impatto dell'azienda, elenca i risultati ottenuti per ciascuna area di impatto, unitamente ai progetti delineati per il 2024.

Area di impatto n. 1

Il Benessere delle persone

OBIETTIVI RAGGIUNTI PER L'ANNO 2023			
AREA D'IMPATTO	AZIONE	KPI	PROGRESSO
1 - BENESSERE DELLE PERSONE Offerta e la promozione di un'alimentazione e di uno stile di vita sani e sostenibili volti al benessere delle persone e dell'ambiente, da un lato attraverso la selezione di materie prime provenienti da colture biologiche e da fornitori di qualità e la ricerca di cibi a basso impatto ambientale e dall'altro attraverso iniziative ricreative, formative e di condivisione rivolte ai clienti e alla comunità locale	Ampliamento dell'offerta di cibi e bevande biologici nei nostri menù - Incrementare referenze certificate bio	Aumentata la percentuale di acquisti di food biologico dal 65% al 66% e beverage biologico al 62% rispetto al 63% dello scorso anno, ma incrementate 8 etichette fra vini e gin bio.	67%(Obiettivo: 100, Risultato: 67)
	Promuovere il cibo biologico Partecipare a rassegne o promuovere nei nostri locali il cibo biologico, l'etica che vi sta dietro e l'impatto positivo sull'ambiente	Adesione con i nostri bistrot alla Settimana Europea della Ristorazione Biologica, MAGGIO 2023, in collaborazione con Assobio e Unione Europea - Partecipazione al dibattito organizzato da Fiipe, Ismea e Assobio sull'indagine "Il biologico nella ristorazione commerciale"	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Ricerca di nuovi cibi CLEAN da offrire nei nostri menù Inserire quanto più possibile pesce certificato in menù	Inseriti nei nostri menù il Salmone Mowi certificato ASC e Collier fair 2021, i branzini e le orate Philosophical certificati ASC, antibiotic-free, IFS e BRC e il tonno rosso del Mediterraneo tracciato, che rispetta le quote di pesca stabilite annualmente per la sostenibilità	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Ricerca di nuovi cibi CLEAN da offrire nei nostri menù Promuovere cibi vegani nei nostri locali	Lanciata nuova linea di biscotti biologici a marchio Borboletta, con ben sei referenze vegane, serviti in tutti i nostri ristoranti e in vendita anche online e in negozi specializzati in Italia e all'estero. Introdotto un nuovo pulled chicken plant based nei nostri bistrot	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Vivi il Saluto al Sole Organizzazione e finanziamento della X edizione della rassegna di Yoga gratuito a Villa Pamphili	Erogate 98 ore di lezioni gratuite aperte a tutti di yoga, yoga bimbi e tai chi. La rassegna ha registrato oltre 10.000 presenze	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Promozione B Corp e Società Benefit Far conoscere il movimento B Corp per far crescere la rete di aziende rigenerative nel nostro paese	Partecipazione di Vivi come speaker all'evento "ImaginATION - Dialoghi per immaginare un sistema Paese sostenibile", organizzato da Nativa all'interno della Rome Future Week	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Solidarietà attraverso il cibo - Raccogliere fondi per emergenze / Onlus devolvendo parte degli incassi di un determinato piatto	Solidarietà attraverso il cibo - Devoluto alla Caritas Emilia Romagna il 10% degli introiti relativi al Tagliere di salumi per L'Emilia Romagna, iniziativa ideata a seguito dell'alluvione che ha colpito la regione	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Promozione B Corp e Società Benefit Attività di promozione a mezzo stampa e social media per promuovere il movimento B Corp e le Società Benefit	Publicati nel corso del 2023 diversi articoli sulla stampa nazionale con riferimento a Vivi srl Società Benefit e il movimento B Corp. Publicati oltre 50 post sui nostri account Instagram e FB (vivi, vivi le serre, vivi villa pamphili, vivi piazza navona, vivi piazza venezia e borboletta.it che rimandano con hashtag al mondo B Corp e Benefit	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)

PROGETTI PER IL 2024		
AREA D'IMPATTO	PROGETTO	DESCRIZIONE
1 - BENESSERE DELLE PERSONE Offerta e la promozione di un'alimentazione e di uno stile di vita sani e sostenibili volti al benessere delle persone e dell'ambiente, da un lato attraverso la selezione di materie prime provenienti da colture biologiche e da fornitori di qualità e la ricerca di cibi a basso impatto ambientale e dall'altro attraverso iniziative ricreative, formative e di condivisione rivolte ai clienti e alla comunità locale	Ampliamento dell'offerta di cibi e bevande biologici nei nostri menù	incrementare referenze certificate bio
	Promuovere il cibo biologico	Partecipare a rassegne o promuovere nei nostri locali il cibo biologico, l'etica che vi sta dietro e l'impatto positivo sull'ambiente
	Ricerca di nuovi cibi CLEAN da offrire nei nostri menù	Inserire quanto più possibile pesce certificato in menù
	Ricerca di nuovi cibi CLEAN da offrire nei nostri menù	promuovere cibi vegani nei nostri locali
	Vivi il Saluto al Sole	Organizzazione e finanziamento della XI edizione della rassegna di Yoga gratuito a Villa Pamphili
	Supporto alla comunità	Promuovere iniziative di supporto alla collettività attraverso il cibo
	Promozione B Corp e Società Benefit	Far conoscere il movimento B Corp per far crescere la rete di aziende rigenerative nel nostro paese
	Promozione B Corp e Società Benefit	Attività di promozione a mezzo stampa e social media per promuovere il movimento B Corp e le Società Benefit

Area di impatto n. 2

Ambiente e innovazione

OBIETTIVI RAGGIUNTI PER L'ANNO 2023			
AREA D'IMPATTO	AZIONE	KPI	PROGRESSO
	Progetto di sostegno agli insetti impollinatori Adottare alcune aiuole in città, in cui mettere a dimora erbacee perenni e specie di arbusti a fioritura scalare dalla primavera all'autunno, per fornire una fonte di cibo e riparo ai nostri amici impollinatori.	Intavolato dialogo con il Comune di Roma per selezionare aiuole adatte allo scopo. Progetto rimandato al 2024	obiettivo non raggiunto
	Certificazione B Corp Implementare buone pratiche per migliorare costantemente la gestione d'impresa e l'impatto che ne scaturisce	compilato Benefit Impact Assessment per il 2023, allegato a questa relazione d'impatto	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Certificazione ISO 9001 Mantenere la certificazione e Implementare buone pratiche per migliorare costantemente la gestione d'impresa circa il controllo di qualità	Ottenuto il rinnovo della certificazione Iso 14001 per la società Perugia Franco srl e iniziato il processo di certificazione per Foodix srl	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Certificazione ISO 14001 Rinnovare la certificazione estendendola ad altre realtà del gruppo	Ottenuto il rinnovo della certificazione Iso 14001 per la società Perugia Franco srl e iniziato il processo di certificazione per Foodix srl	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Certificazione biologica Laboratorio Vivi Mantenere la certificazione biologica per il nostro stabilimento di biscotteria e pasticceria	Ottenuto il rinnovo della certificazione biologica con Bioagricert	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Ricette biologiche aumentare il numero di ricette certificate bio	inserite 4 nuove ricette certificate	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Certificazione Impatto Zero Rinnovare la certificazione migliorando la nostra impronta di carbonio e partecipando a progetti di riforestazione e salvaguardia dell'ambiente e della biodiversità	Il laboratorio di pasticceria Vivi Lab ha rinnovato per il 2023-2024 la certificazione impatto zero con Lifegate utilizzando solo energia da fonti rinnovabili italiane e compensando l'impatto residuo con l'acquisto di crediti di carbonio spesi in progetti di riforestazione in Madagascar.	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Certificazione Imprendigreen Partecipare alla certificazione Imprendigreen di Confcommercio per imprese impegnate nel perseguimento della sostenibilità ambientale nell'esercizio della propria attività	Conseguimento della certificazione Imprendigreen 2023 con la società Perugia Franco srl	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Riduzione rifiuti indifferenziati L'azienda intende continuare nel percorso già avviato di riduzione dei rifiuti indifferenziati e non destinati al riciclo: target - 5%	Riduzione del 4% dei rifiuti indifferenziati nel 2023 rispetto al 2022, passando dal 28% sul totale dei rifiuti al 24%	80%(Obiettivo: 100, Risultato: 80)
	Riduzione della produzione rifiuti per euro di fatturato - target -5%	Rispetto al 2022, abbiamo rilevato un miglioramento nel rapporto fra volume complessivo dei rifiuti e fatturato, con una riduzione globale del 4,5% di rifiuti rispetto al fatturato aziendale (21 grammi di rifiuti prodotti per ogni euro di fatturato contro 23 grammi dell'anno precedente)	90%(Obiettivo: 100, Risultato: 90)
2 - AMBIENTE E INNOVAZIONE il costante miglioramento del profilo di sostenibilità aziendale attraverso lo sviluppo di pratiche e processi di innovazione sostenibile per un impatto positivo e rigenerativo sull'ambiente e sulla società	Monitoraggio rifiuti Migliorare il sistema di monitoraggio rifiuti per ciascun locale, per poter quantificare la produzione dei tipi di rifiuti	Istituito un sistema di monitoraggio rifiuti prodotti "artigianale": misurati i rifiuti prodotti dai Vivi Bistrot e dal laboratorio di pasticceria in settimane campione durante diverse stagioni dell'anno.	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)

Riduzione imballaggi fornitori Vivi intende continuare a indirizzare i fornitori verso l'utilizzo sempre più massiccio di imballi riutilizzabili per limitare la produzione di rifiuti di plastica, polistirolo e altri materiali inquinanti	Continua l'opera di sensibilizzazione dei fornitori circa materiali di imballaggio riutilizzabili, anche se è difficile quantificare il cambiamento prodotto.	50%(Obiettivo: 100, Risultato: 50)
Riduzione uso bottiglie di plastica continuare a cercare prodotti innovativi per sostituire la plastica	Adottato da diversi anni in tutti i nostri bistrot l'impianto di acqua filtrata per il servizio al tavolo. Adottato il "boccione" con vuoto a rendere per i dipendenti presso il nostro laboratorio di pasticceria. Eliminate le bottigliette di plastica in due location su cinque. Continua la campagna di sensibilizzazione all'utilizzo di borracce termiche: riempiamo gratuitamente le borracce dei clienti con acqua filtrata in tutti i nostri bistrot. Abbiamo sperimentato le lattine di acqua in alluminio, che non piacciono però ai clienti, non potendosi richiudere con il tappo come le bottigliette	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
Riciclo olio esausto Continuare a raccogliere e riciclare l'olio esausto di frittura per trasformarlo in ecodiesel	Recuperati 3.540 LITRI DI OLIO ESAUSTO tramite la società Friggioil. Una volta raccolto, l'olio vegetale esausto è utilizzato per produrre bio-diesel o altri materiali, tramite un processo chimico denominato 'rigenerazione'	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
Acquistare prodotti di pulizia non tossici Aumentare la % di prodotti ecologici per la pulizia in tutti i locali	Inseriti in tutti i nostri locali e stabilimento produttivo saponi e detergenti ecolabel. Evitato l'utilizzo di circa 3.000 litri di prodotti tossici a favore di prodotti ecolabel a basso impatto ambientale	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
Innovazione ed energie rinnovabili Investimento in pannelli fotovoltaici per alimentare il laboratorio di pasticceria	Acquistato impianto fotovoltaico da 20 kw	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
Sostenibilità ed efficienza energetica Esplorare le opportunità per migliorare l'efficienza energetica delle aziende e promuovere la ricerca di maggiore sostenibilità nel settore Horeca	Partecipazione come speaker al convegno "Transizione ecologica ed energetica: quali opportunità per le imprese?" organizzato da Confcommercio, Univ. Di Trieste, Enea - maggio 2023	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
Km 0 Aumentare l'approvvigionamento di materie prime locali per incrementare il volume di fornitura a km 0	Attivata fornitura di verdura con azienda agricola romana Solara - Incrementata la lista vini biologici della regione Lazio	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
Emergenza rifiuti Vivi intende sostenere l'attività di FIPEpresso l'amministrazione Capitolina affinché si renda più efficiente la raccolta differenziata di Ama e si implementi la misurazione dei rifiuti differenziati per i ristoranti	Vivi ha partecipato in quanto consigliere del board a diverse tavole rotonde presso la FiPe di Roma - Con Ama si sono delineati progetti di miglioramento della raccolta differenziata per Horeca	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)

PROGETTI PER IL 2024		
AREA D'IMPATTO	PROGETTO	DESCRIZIONE
2 - AMBIENTE E INNOVAZIONE il costante miglioramento del profilo di sostenibilità aziendale attraverso lo sviluppo di pratiche e processi di innovazione sostenibile per un impatto positivo e rigenerativo sull'ambiente e sulla società	Progetto di sostegno agli insetti impollinatori	Attivare un progetto a favore degli insetti impollinatori
	Certificazione B Corp	Implementare buone pratiche per migliorare costantemente la gestione d'impresa e l'impatto che ne scaturisce
	Certificazione ISO 9001	Mantenere la certificazione e Implementare buone pratiche per migliorare costantemente la gestione d'impresa circa il controllo di qualità
	Certificazione ISO 14001	Rinnovare la certificazione estendendola ad altre realtà del gruppo
	Certificazione biologica Laboratorio Vivi	Mantenere la certificazione biologica per il nostro stabilimento di biscotteria e pasticceria
	Certificazione Impatto Zero	Rinnovare la certificazione migliorando la nostra impronta di carbonio e partecipando a progetti di riforestazione e salvaguardia dell'ambiente e della biodiversità
	Certificazione Imprendigreen	Partecipare alla certificazione Imprendigreen di Confcommercio per imprese impegnate nel perseguimento della sostenibilità ambientale nell'esercizio della propria attività
	Riduzione rifiuti indifferenziati	L'azienda intende continuare nel percorso già avviato di riduzione dei rifiuti indifferenziati e non destinati al riciclo
	Riduzione della produzione rifiuti per euro di fatturato	L'azienda intende ridurre la quantità di rifiuti prodotta rispetto al fatturato generato.
	Monitoraggio rifiuti	Vivi intende migliorare il sistema di monitoraggio rifiuti per ciascun locale, per poter quantificare la produzione dei tipi di rifiuti
	Riduzione rifiuti organici	L'azienda intende esplorare la possibilità di introdurre una compostiera per la riduzione dei rifiuti organici da smaltire in discarica
	Riduzione uso bottiglie di plastica	continuare a cercare prodotti innovativi per sostituire la plastica
	Riciclo olio esausto	Continuare a raccogliere e riciclare l'olio esausto di frittura per trasformarlo in ecodiesel
	Prodotti di pulizia non tossici	continuare ad utilizzare prodotti ecologici per la pulizia in tutti i locali
	Innovazione ed energie rinnovabili	Esplorare il sistema delle Comunità Energetiche per migliorare l'efficienza del laboratorio di produzione dolciaria
	Sostenibilità ed efficienza energetica	Esplorare le opportunità per migliorare l'efficienza energetica delle aziende e promuovere la ricerca di maggiore sostenibilità nel settore Horeca
	Km 0	Aumentare l'approvvigionamento di materie prime locali per incrementare il volume di fornitura a km 0
	Emergenza rifiuti	Vivi intende sostenere l'attività di FIPEpresso l'amministrazione Capitolina affinché si renda più efficiente la raccolta differenziata di Ama e si implementi la misurazione dei rifiuti differenziati per i ristoranti

Area di impatto n. 3

Felicità dei dipendenti

OBIETTIVI RAGGIUNTI PER L'ANNO 2023			
AREA D'IMPATTO	AZIONE	KPI	PROGRESSO
	Partecipazione al questionario Best Place to Work	Per motivi di budget, rimandata l'adesione a Best Place to Work	obiettivo non raggiunto
	Corsi di formazione professionali Programmazione di corsi di formazione per aggiungere skill e professionalità dei dipendenti	Erogare 357 ore di formazione con il Fondo Nuove Competenze nei seguenti ambiti: innovazione sostenibile in azienda, Microsoft Office 370, Gestione rifiuti e sostenibilità aziendale, packaging e imballaggi sostenibili, Produzione sostenibile: energia circolare, Green energy: efficientamento energetico. Corso per software di tracciabilità per Responsabili amministrative, Responsabili laboratorio di produzione alimentare e responsabile logistica Corso per direttori e capi area sulla lettura della busta paga	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Corsi di formazione extra professionali Programmazione di corsi di formazione su ambiti non necessariamente collegati al lavoro	Non sono stati erogati corsi in questa categoria nel 2023	obiettivo non raggiunto
	Formazione finanziaria Fornire ai dipendenti accesso agevolato e formazione relativa al modello F23 con Acli	Non siamo riusciti ad organizzarlo, lo abbiamo riprogrammato per il 2023	obiettivo non raggiunto
	Corsi di formazione su tematiche sociali e ambientali Necessità di allineamento dell'organico aziendale sulle tematiche B Corp, per operare tutti quotidianamente verso gli stessi obiettivi	Organizzato un seminario di formazione sul movimento B Corp con i direttori dei locali e i capi area, perché formino a loro volta il proprio staff	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Questionario benessere aziendale Redazione ed invio a tutti i lavoratori di un questionario in formato elettronico sul benessere aziendale	Somministrazione del questionario sul benessere aziendale,	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Work-life balance	Lo scorso anno abbiamo introdotto in via sperimentale in due dei nostri locali la settimana lavorativa di 5 giorni anziché 6, come è invece prassi ovunque nella ristorazione. Quest'anno l'abbiamo confermata e l'abbiamo introdotta anche nel locale di Villa Pamphili nel periodo invernale.	60%(Obiettivo: 5, Risultato: 3)

3 - FELICITÀ DEI DIPENDENTI la valorizzazione del talento individuale dei collaboratori della società, per creare un ambiente di lavoro motivante ed inclusivo, anche mediante programmi di formazione con particolare focus sull'occupazione femminile e l'integrazione di persone con barriere all'impiego.	Bonus Strutturare un sistema di incentivi e bonus per motivare i lavoratori al raggiungimento di obiettivi aziendali, sia economici, che sociali e ambientali	Erogati bonus di fine anno al 13% dei dipendenti, in calo rispetto al 2023, ma pari all'11% dei profitti dell'azienda	52%(Obiettivo: 25%, Risultato: 13%)
	Volontariato retribuito Promuovere la policy delle ore di volontariato retribuite dall'azienda - Come stabilito nel proprio regolamento interno, Vivi dona a ciascun dipendente 20 ore di volontariato retribuito all'anno, da svolgersi in ente benefico, associazione, ong di libera scelta	erogate 72 ore di volontariato retribuito in busta paga	36%(Obiettivo: 200 ore, Risultato: 72)
	Certificazione parità di genere o simili Vivi intende candidarsi alla certificazione per la parità di genere	Per motivi di budget, rimandata la certificazione sulla parità di genere	obiettivo non raggiunto
	Women Empowerment Vivi, che è da sempre un'impresa femminile (100% proprietà e 60% organico), intende ampliare gli strumenti di women empowerment all'interno dell'azienda	Aperitivo di raccolta fondi alle Serre a favore di Komen Italia per il sostegno alla prevenzione del tumore al seno	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Team building aziendale Occasione di incontro e svago "fuori contesto" con tutto il personale aziendale	Non siamo riusciti ad organizzarlo, lo abbiamo riprogrammato per il 2024	obiettivo non raggiunto
	Fornire ai dipendenti accesso agevolato e formazione relativa al modello F23	Non siamo riusciti ad organizzarlo, lo abbiamo riprogrammato per il 2024	obiettivo non raggiunto
	Convenzione Legge Smuraglia x assunzione detenuti Fornire ai dipendenti accesso agevolato e formazione relativa al modello F23	Assunto con contratto annuale a tempo pieno un ex detenuto in sala e uno part time come manutentore	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Questionario valutazione dipendenti Nel questionario di valutazione inviato periodicamente a tutti i dipendenti inseriremo anche la valutazione "peer" per pari grado, migliorando il sistema di assessment	L'ultimo questionario di valutazione è stato top-down e bottom-up, ma riportiamo l'obiettivo al 2023	50%(Obiettivo: 100, Risultato: 50)
	Welfare Aziendale Vivi intende offrire ai propri collaboratori alcune proposte di welfare aziendale, per stimolare la fruizione di sport, cultura, istruzione ecc.	Sono state attivate iniziative saltuarie di stimolo all'attività sportiva, ma non in modo strutturato	30%(Obiettivo: 100, Risultato: 30)
	Career development aggiungere roadmaps per career development nella valutazione dei dipendenti	attuato nei colloqui orali con i lavoratori, non ancora per iscritto	50%(Obiettivo: 100, Risultato: 50)

PROGETTI PER IL 2024		
AREA D'IMPATTO	PROGETTO	DESCRIZIONE
3 - FELICITÀ DEI DIPENDENTI la valorizzazione del talento individuale dei collaboratori della società, per creare un ambiente di lavoro motivante ed inclusivo, anche mediante programmi di formazione con particolare focus sull'occupazione femminile e l'integrazione di persone con barriere all'impiego.		
	Corsi di formazione professionali	Programmazione di corsi di formazione per sviluppare skill e professionalità dei dipendenti
	Corsi di formazione extra professionali	Programmazione di corsi di formazione su ambiti non necessariamente collegati al lavoro
	Formazione finanziaria	corso di sensibilizzazione alle tematiche previdenziali
	Corsi di formazione su tematiche sociali e ambientali	Necessità di allineamento dell'organico aziendale sulle tematiche B Corp, per operare tutti quotidianamente verso gli stessi obiettivi
	Questionario benessere aziendale	Redazione ed invio a tutti i lavoratori di un questionario in formato elettronico sul benessere aziendale
	Work-life balance	Trovare insieme ai lavoratori un punto di accordo per migliorare la qualità della vita lavorativa e personale, in accordo con le esigenze dell'azienda
	Bonus	Strutturare un sistema di incentivi e bonus per motivare i lavoratori al raggiungimento di obiettivi aziendali, sia economici, che sociali e ambientali
	Volontariato retribuito	Promuovere maggiormente la policy delle ore di volontariato retribuite dall'azienda - Come stabilito nel proprio regolamento interno, Vivi dona a ciascun dipendente 20 ore di volontariato retribuito all'anno, da svolgersi in ente benefico, associazione, ong di libera scelta per incoraggiare l'attività di volontariato individuale
	Certificazione parità di genere o simili	Vivi intende candidarsi alla certificazione per la parità di genere
	Women Empowerment	Vivi, che è un'impresa femminile (100% proprietà e oltre 50% organico), intende ampliare gli strumenti di women empowerment all'interno dell'azienda
	Team building aziendale	Occasione di incontro e svago "fuori contesto" con tutto il personale aziendale
	Convenzione Legge Smuraglia x assunzione detenuti	Assumere altri detenuti a fine pena - Convenzione Legge Smuraglia x assunzione detenuti
	Welfare Aziendale	Vivi intende offrire ai propri collaboratori alcune proposte di welfare aziendale, per stimolare la fruizione di sport, cultura, istruzione ecc.
	Career development	aggiungere roadmaps per career development nella valutazione dei dipendenti

Area di impatto n. 4

Lotta agli sprechi

OBIETTIVI RAGGIUNTI PER L'ANNO 2023			
AREA D'IMPATTO	AZIONE	KPI	PROGRESSO
4 - LOTTA AGLI SPRECHI lotta allo spreco alimentare e iniziative a supporto di enti e associazioni non profit legate al cibo e volte a un mondo più equo.	Lotta allo spreco alimentare con TOO GOOD TO GO "Estendere ad altri locali Vivi l'accordo con Too Good To Go, B Corp contro lo spreco alimentare, che mette in contatto esercizi commerciali e consumatori per vendita a prezzi scontati di rimanenze alimentari del giorno."	Lotta allo spreco alimentare con TOO GOOD TO GO - Esteso il servizio a Vivi Piazza Navona e Vivi Pamphili - vendite complessivamente 465 magic box	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Eventi non profit Ospitare gratuitamente nei nostri locali associazioni e onlus per eventi di beneficenza, raccolta fondi ecc	Offerti tè e bevande per vari eventi sportivi a Villa Pamphili ospitati circoli di lettura e Relax creativo presso Le Serre ospitata associazione Alzheimer presso Villa Pamphili	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Studio di menù spreco 0 - ridurre lo spreco alimentare e lo scarto di rifiuti organici, recuperando le buone pratiche di un tempo	Inserite nei locali 12 ricette antispreco	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Acquisti centralizzati Centralizzazione acquisti di materia prima per evitare sprechi e ottimizzare gli ordini	centralizzazione di acquisti come tè ed infusi bio, prodotti plant based, olio evo biologico, bustine di zucchero e attrezzature per catering da utilizzare nei vari bistrot	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)
	Software ordini e giacenze Implementare un sistema elettronico di ordini ai fornitori e gestione magazzino per migliorare l'efficienza degli ordini e ridurre eventuali sprechi	acquisito software Food Cost in Cloud	100%(Obiettivo: 100, Risultato: 100)

PROGETTI PER IL 2024		
AREA D'IMPATTO	PROGETTO	DESCRIZIONE
4 - LOTTA AGLI SPRECHI lotta allo spreco alimentare e iniziative a supporto di enti e associazioni non profit legate al cibo e volte a un mondo più equo.	Lotta allo spreco alimentare con TOO GOOD TO GO	Estendere ad altri locali Vivi l'accordo con Too Good To Go, B Corp contro lo spreco alimentare, che mette in contatto esercizi commerciali e consumatori per vendita a prezzi scontati di rimanenze alimentari del giorno.
	Eventi non profit	Ospitare gratuitamente nei nostri locali associazioni e onlus per eventi di beneficenza, raccolta fondi ecc
	Studio di menù spreco 0	ridurre lo spreco alimentare e lo scarto di rifiuti organici, recuperando le buone pratiche di un tempo
	Acquisti centralizzati	Centralizzazione acquisti di materia prima per evitare sprechi e ottimizzare gli ordini
	Promozione buone pratiche anti spreco	Promozione pratiche anti spreco sia verso i nostri dipendenti che verso la clientela
	Progetto con Acli - Emergenza freddo	donazione di pasti gratuiti per senzatetto

Conclusioni

La misurazione del nostro impatto aziendale e la redazione di questa relazione d'impatto ci aiutano a capire quale strada percorrere per il futuro, quali miglioramenti apportare alla nostra gestione, quali obiettivi prefiggerci per il futuro.

Siamo un'azienda purpose driven, questo ci dà l'entusiasmo di affrontare sempre nuove sfide con curiosità e apertura.

Abbiamo ottenuto la certificazione Impatto Zero per il nostro laboratorio, ora vorremmo avvicinarci sempre più alla carbon neutrality anche con gli altri locali.

Stiamo lavorando per ottimizzare la filiera dei fornitori, cercando sul mercato le aziende che si distinguono per eccellenza e che troviamo affini alla nostra visione del business. Abbiamo inserito eccellenti fornitori di pesce certificato e aumentato rispetto allo scorso anno gli acquisti da produttori Km0.

Non è sempre facile ottenere dai fornitori dati sulla sostenibilità delle loro pratiche e procedure produttive interne: questa mentalità non è ancora tanto diffusa nelle aziende medio-piccole, ma sicuramente stiamo notando una sensibilità crescente sull'argomento.

Vogliamo diventare la realtà "Best for the People" nella ristorazione romana e migliorare ancora l'impatto positivo sulla comunità e sull'ambiente: per questo si aprono nuovi territori da esplorare e aree da ottimizzare e questo sarà il nostro focus per il 2024.

Insieme a tutto il team di Vivi vogliamo creare un ambiente di lavoro sempre più stimolante, soddisfacente, sano, allegro e inclusivo, da qui le iniziative di women empowerment, formazione, work-life balance, welfare aziendale che abbiamo implementato o metteremo presto in campo. Sappiamo che possiamo fare ancora tanto! Il mindset dei lavoratori, in particolare sotto i 35 anni, è cambiato profondamente e si è molto meno disposti di un tempo a sacrificare tempo libero e vita personale se il lavoro non è percepito come arricchente. Volendo vedere il lato positivo della medaglia, questo atteggiamento fornisce un'opportunità di miglioramento anche a noi come imprenditori.

Questo cammino è impegnativo ma appassionante, così come è appassionante rendersi conto che davvero, come professa il

movimento B Corp, il business possa essere una forza positiva e che cambiare il mondo (in meglio!) sia un'impresa possibile.