



THE OKAPI NETWORK SRL
SOCIETÀ BENEFIT
IMPACT
REPORT

2022

TABLE OF CONTENTS

01

Chi siamo

02

Il nostro statuto
benefit

03

La 1[^] finalità:
Promuovere la
transizione delle
aziende vs il digitale
e la sostenibilità

04

La 2[^] finalità:
Sviluppare modelli di
consumo sostenibili
e innovativi per la
transizione

05

La 3[^] finalità:
Approccio alla
sostenibilità rigoroso
e trasparente

06

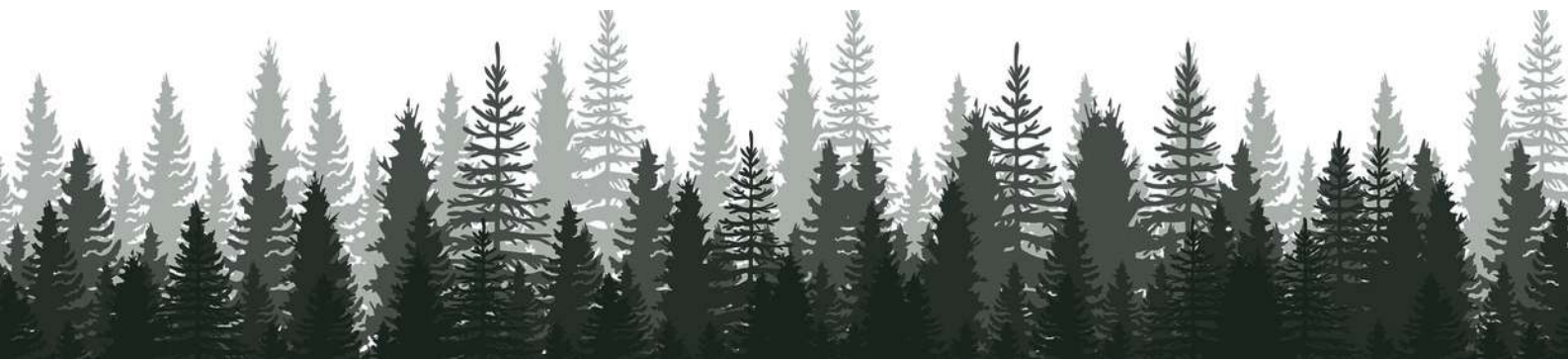
La 4[^] finalità:
Promozione di un
contesto di lavoro
positivo

07

La 5[^] finalità:
Relazioni
trasparenti

08

Misura dell'Impatto



1. CHI SIAMO

Il percorso di messa a fuoco della nostra mission

“The Okapi Network s.r.l.”(OKAPI) è stata costituita a Dicembre 2019 e ha assunto sin da subito lo status di **start up innovativa**. OKAPI ha cominciato ad operare nell’ambito dei servizi di consulenza alle aziende sui temi dell’innovazione e della sostenibilità. L’obiettivo che la società inizialmente si era data era quello di aiutare le aziende a trasformare e innovare il loro business, sia sotto il profilo della digitalizzazione e dell’innovazione, sia dal punto di vista della grande trasformazione necessaria ad evolvere verso **un sistema rispettoso dei 17 Sustainable Development Goals del Global Compact**, promuovendo processi produttivi e pratiche commerciali più responsabili, per il beneficio reciproco delle persone e del pianeta.

La digitalizzazione si riferisce tipicamente all’utilizzo della tecnologia e alle sue implicazioni e conseguenze. L’aspetto della digitalizzazione che colpisce sempre di più è l’impatto dirompente ed esponenziale che ha avuto nel fornire nuove soluzioni, capaci di cambiare radicalmente il modo in cui vengono forniti beni e servizi. Il digitale può, deve, rappresentare una leva fondamentale per fornire soluzioni in settori che devono cambiare radicalmente per garantire la sostenibilità globale.

La sostenibilità nasce invece dalla evidenza che il principale difetto dell’attuale modello industriale, con i suoi obiettivi di espansione, l’aumento della popolazione e del consumo pro-capite a discapito degli ecosistemi-naturali, sta portando all’esaurimento delle risorse naturali minando le stesse basi della sopravvivenza dell’uomo.



L'innovazione sostenibile, la lotta al cambiamento climatico e l'impegno per una produzione e un consumo responsabili danno vita a un circolo virtuoso: portano non solo un beneficio per l'ambiente e la società ma generano efficienza nei cicli produttivi, riduzione degli sprechi, limitazione dei processi antieconomici, anche a beneficio dei margini aziendali. **La digitalizzazione e la sostenibilità sono quindi due delle più potenti influenze del mercato su cui poter far leva.** Ognuna di esse determina come cambieranno le pratiche di gestione e, più in generale, il business e la società. L'intersezione di queste tendenze, tuttavia, rimane territorio in gran parte inesplorato: **OKAPI si è data l'obiettivo di essere l'anello di congiunzione tra queste due forze** per supportare le aziende nella realizzazione di un cambiamento duraturo e d'impatto, affrontando al contempo le principali questioni di sostenibilità.



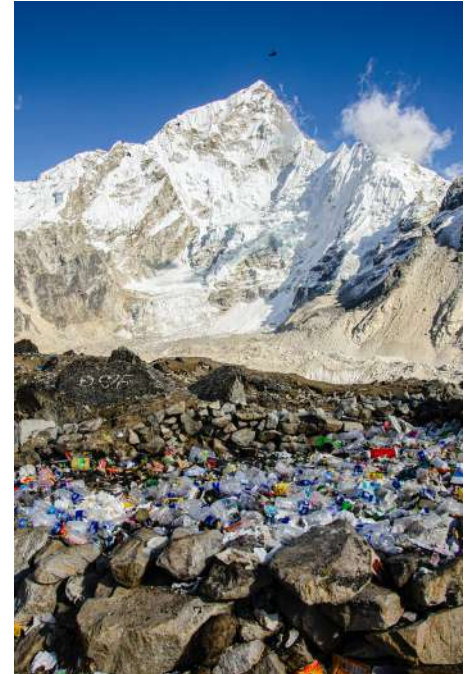
A metà del 2020 OKAPI si è resa conto che, per poter avere un maggior impatto in termini di sostenibilità, avrebbe potuto sviluppare in proprio alcuni modelli di business operando non sempre e non solo a supporto di altre aziende, ma creando qualcosa nuovo e gestendolo direttamente.

L'idea su cui OKAPI ha cominciato a lavorare è stata quella **di creare un portafoglio di marchi "digital and sustainable-first"** per operare in settori prevalentemente maturi, dove la trasformazione sostenibile e digitale può portare enormi benefici. Questi marchi devono condividere le risorse operative, quelle infrastrutturali e i dati come mezzo per ottimizzare i costi fissi, mentre si creano e-commerce verticali dedicati (v-commerce) per portare sul mercato un insieme unico di prodotti e di valori innovativi.

Proprio seguendo questa direttrice di sviluppo **OKAPI ha avviato a settembre 2020 le attività per la definizione di un Brand e lo sviluppo di una Linea di Prodotti Innovativi nell'ambito della "Detergenza della Casa e la Cura della Persona"** incentrati sulla eliminazione della plastica monouso e la riduzione della CO2.

L'impiego della plastica ha radicalmente modificato l'offerta di beni e servizi e le nostre abitudini di acquisto e consumo. La diffusione delle materie plastiche su scala globale ha facilitato il progresso tecnologico e lo sviluppo economico ma, al tempo stesso, le caratteristiche di resistenza e durezza che hanno reso la plastica un materiale utile in vari settori, l'hanno anche trasformata in una delle più grandi minacce per l'ambiente, se la si continua a produrre "nuova" per utilizzi one-shot (plastica monouso) anche in applicazioni in cui la possibilità di riutilizzo è alta. La plastica "nuova" inoltre genera emissioni rilevanti di CO2 contribuendo al riscaldamento globale.

L'eccessiva dipendenza dalla plastica monouso riguarda soprattutto l'industria del packaging che in Europa impiega il 40% di tutta la plastica prodotta. I prodotti per la detergenza fanno uso di diversi tipi di contenitori prevalentemente in plastica e di questo bisogna tener conto se si vuole ottimizzare il packaging di questi prodotti.



La sfida che OKAPI ha voluto avviare è stata quindi quella di ideare, realizzare e commercializzare una linea di prodotti per la detergenza della casa e la cura della persona totalmente innovativa nell'utilizzo della plastica e nella "forma" del prodotto, implementando un modello di prodotto e di fruizione totalmente Plastic-Free e Water-Free. Il 90% di un prodotto detergente per la casa infatti è costituito da acqua che viaggia in flaconi di Plastica Monouso. Ogni anno questo settore contribuisce all'immissione non solo di miliardi di flaconi usa e getta, ma anche al trasporto di più di 3mio di litri. L'acqua pesa e contribuisce all'immissione di CO2 da trasporto. E se ci pensate è anacronistico nel 2023 far viaggiare acqua quando possiamo utilizzare quella del nostro rubinetto.

Il nostro contributo per cambiare il mondo – OKAPI Società Benefit

Il 23/11/2020 OKAPI ha modificato la propria denominazione e il proprio statuto diventando Società Benefit.

Cosa vuol dire essere Società Benefit

Le Società Benefit rappresentano un'evoluzione del concetto stesso di azienda. Mentre le società tradizionali esistono con l'unico scopo di rispondere prioritariamente, nel pieno rispetto delle indicazioni di legge, alle esigenze dei propri shareholders, il che tradizionalmente equivale a massimizzare i risultati economici dell'azione aziendale, 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 e sulla Biosfera.

Le Società Benefit decidono quindi di **soddisfare volontariamente** non solo le esigenze degli shareholders ma anche **una o più finalità di beneficio comune**, ossia i bisogni e gli interessi degli stakeholder e della società in generale. Per beneficio comune si intende il perseguimento di uno o più effetti positivi (perseguibili anche riducendo gli effetti negativi) su persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interessi.

Essere Società Benefit significa disporre di uno strumento legale che crea una solida base per l'allineamento della mission aziendale nel lungo termine con la creazione di valore condiviso.

Le Società Benefit si impegnano a realizzare tali finalità di beneficio comune in modo responsabile, sostenibile e trasparente. La gestione delle società benefit richiede agli amministratori il bilanciamento tra l'interesse dei soci e l'interesse della collettività. Essere società benefit per noi significa anche perseguire l'attività di impresa nel rispetto dei 17 Goal di Sostenibilità.



Il Manifesto di OKAPI

La nostra trasformazione in Società Benefit, più che una scelta, è stata **una naturale declinazione della vocazione della azienda**, nata per sviluppare modelli di consumo sostenibili e digitali nella loro più efficace accezione.

Siamo convinti che ognuno può e deve dare il suo contributo per salvare il nostro mondo e che questo sta nei piccoli gesti di ognuno di noi, sta in quello che ogni giorno scegliamo di fare o di non fare.

Il percorso di OKAPI Società Benefit è appena iniziato. Lo abbiamo intrapreso per garantire in modo ancora più deciso l'allineamento del nostro operato alla nostra mission. Siamo convinti di essere sulla strada giusta per la creazione di un futuro migliore per noi, per la comunità in cui operiamo e per il mondo.

R5[®]

R E T H I N K
R E F I L L
R E U S E
R E C Y C L E
R E L A X

Il nostro logo mostra il pentagramma come il suo "manifesto concentrato".

Una sorta di invito all'azione e di manuale operativo racchiuso tutto nel nostro stesso nome.

2. IL NOSTRO STATUTO BENEFIT

In qualità di Società Benefit, la società intende perseguire più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, territorio, ambiente.

1. Promuovere la transizione delle aziende vs il digitale e la sostenibilità

L'ideazione, l'implementazione e la diffusione di modelli e sistemi economici e sociali basati sulla sostenibilità e il digitale, ovvero sulla innovazione sostenibile nelle imprese per aiutare la transizione verso nuovi paradigmi di produzione, distribuzione e consumo che minimizzino gli impatti negativi e amplifichino gli impatti positivi sulle persone, sull'ambiente, sulle comunità e sul territorio, tutelando le risorse naturali e quelle umane.

In particolare la società intende anche contribuire alla creazione e allo sviluppo di nuove realtà imprenditoriali il cui scopo sia quello di operare secondo il principio della innovazione sostenibile e/o collaborare con altre imprese, istituzioni, associazioni, organizzazioni (anche benefit e/o no profit), fondazioni e simili, il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della società.

2. Sviluppare modelli di consumo sostenibili e innovativi per abilitare la transizione dai piccoli passi

OKAPI vuole sviluppare e diffondere modelli di consumo discontinui rispetto al passato e virtuosi nei confronti dell'ambiente e del mondo. Vorremmo fare questo, in particolare, in settori maturi, sviluppando prodotto efficaci e sicuri attraverso la ricerca e l'implementazione di pratiche e tecnologie innovative, l'adozione di design di prodotto sostenibili e circolari, l'utilizzo preferibile di materiali con caratteristiche di sostenibilità.

3. Approccio alla sostenibilità rigoroso e trasparente

OKAPI intende sviluppare il proprio approccio alla sostenibilità in modo rigoroso, misurando e monitorando la propria "performance" di Sostenibilità, nel rispetto dei principi e delle metodologie per la sostenibilità collegati al "framework for strategic sustainable development" (FSSD), quadro di riferimento per lo sviluppo strategico sostenibile.

4. Promozione di un contesto di lavoro positivo

OKAPI promuove un **contesto di lavoro positivo che riconosca la diversità**, dove ognuno possa crescere ed esprimere i propri talenti e le proprie vocazioni e dove sia valorizzato il benessere delle persone e l'equilibrio tra la vita professionale e quella privata.

La società, in particolare, si impegna a perseguire la creazione delle migliori condizioni possibili per attrarre, fare crescere e valorizzare persone di talento.

5. Buone, aperte e trasparenti relazioni con i clienti, i fornitori, la comunità, il territorio, il mondo

OKAPI vuole operare in modo trasparente e autentico, condividendo apertamente con tutti gli stakeholders le sfide che sta affrontando e le opportunità che intendiamo cogliere in un percorso di continuo miglioramento sia del prodotto che dell'impatto sulla natura e sull'ambiente. Crediamo nell'utilizzo del business come forza positiva generatrice di buone pratiche che possono diventare azioni concrete per il miglioramento della qualità della vita di ciascuno di noi e la ricostruzione di un più corretto equilibrio nei rapporti tra l'uomo e la terra, principi imprescindibili per una crescita economica realmente sostenibile nel lungo periodo.



3. LA PRIMA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE

Promuovere la transizione delle aziende vs il digitale e la sostenibilità

OKAPI nel 2022 ha proseguito nel supporto di un'importante realtà del settore tessile italiano per intraprendere un percorso di digitalizzazione a favore dei clienti che tenesse conto dell'evoluzioni in atto in ottica di sostenibilità. Il Fashion è tra i settori più impattanti in assoluto sul Pianeta e la transizione verso nuovi modelli è urgente e improrogabile.

Anche nel 2022 sono stati coinvolti numerosi stakeholders e sono state definite le principali azioni di transizione verso un modello di digitalizzazione **a supporto della tracciatura di sostenibilità**. In particolare su questo tema si è lavorato ai fini della raccolta e della tracciatura di tutti i dati sin dall'origine (seme) fino all'invio del prodotto finito (rocche) ai clienti finali, per garantire il rispetto dei principi di sostenibilità lungo tutta la filiera di produzione. È stato completato il prototipo della prima parte del progetto e a breve verrà messa online la piattaforma digitale a supporto dei clienti.

Oltre a questo progetto è stato portato avanti il progetto della startup nata per il recupero dei materiali a terra, e si è in fase di approvazione dello sviluppo complessivo. Proprio quest'anno verrà anche preparata la prima Relazione d'Impatto per questa nuova società e verranno definiti gli obiettivi per il 2023

Risultati AZIONI 2022

Ambito di Intervento	Descrizione attività	Risultati
Supporto allo sviluppo di nuovi business digitali e sostenibili	Prosecuzione e implementazione del progetto avviato per il nostro Cliente nel corso del 2021; in particolare si intende sviluppare un modello digitale di relazione con i clienti, che sia in grado anche di raccogliere e rappresentare il tracciamento di sostenibilità dei prodotti.	Prototipazione completa della piattaforma di relazione del cliente. Mappatura, raccolta e digitalizzazione delle informazioni di sostenibilità
	Definizione dei requisiti e realizzazione della prototipazione della piattaforma	Sviluppo della piattaforma. Preparazione della strategia di lancio sul mercato

AZIONI programmate anno 2023

Ambito di Intervento	Descrizione attività
Rilascio delle piattaforme di sostenibilità	Rilascio della piattaforma per i clienti Implementazione del sistema di tracciabilità e trasparenza
	Rilascio della piattaforma di Marketplace Estensione dei settori di riferimento per il recupero dei materiali



4. LA SECONDA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE

Sviluppare modelli di consumo sostenibili e innovativi per abilitare la “transizione dai piccoli passi”

Siamo costantemente impegnati nella ricerca e sperimentazione di diverse tecnologie di prodotti concentrati per individuare e migliorare la combinazione prodotto- efficacia-formato che coniughi l'obiettivo di ridurre gli impatti ambientali, anche attraverso formulazioni sempre più green, con la garanzia di elevate performance di prodotto.

A partire da settembre 2020 OKAPI ha cominciato a lavorare allo sviluppo di un brand e ad una linea di prodotti sostenibili per la Cura della Casa e della Persona. La sfida che OKAPI ha voluto affrontare è quella della realizzazione di una linea di prodotti totalmente innovativa, che eliminasse ogni utilizzo di plastica monouso, che stimolasse il riutilizzo dei flaconi e che riducesse il consumo improprio dell'acqua e soprattutto il suo trasporto, il tutto con un packaging essenziale e 100% riciclabile. Siamo nati con l'obiettivo specifico di innovare un settore che oggi contribuisce all'immissione nell'ambiente di miliardi di flaconi usa e getta e che costringe al trasporto di milioni di litri di acqua che potrebbe essere aggiunta a casa.

Il 90% di un prodotto detergente infatti è costituito da acqua e solo il 10% realmente da prodotto detergente. Ecco noi ci siamo concentrati su questo.

Nel 2021 abbiamo gettato le basi del nostro portafoglio prodotti e lanciato i seguenti prodotti.

Linea Detersivi per la Pulizia della Casa – Refill concentrate in Caps idrosolubili

Il 12 Aprile 2021 abbiamo avviato la commercializzazione di una prima release di prodotti (5 referenze) per la pulizia di tutte le superfici dure della casa.

Si tratta di prodotti liquidi concentrati, che non contengono acqua (e quindi da diluire), e che sono racchiusi all'interno di una pellicola di PVA (alcool polivinilico) solubile completamente a contatto con l'acqua. I nostri prodotti sono delle Refill di liquido concentrato che vengono semplicemente sciolte in acqua (di rubinetto) in un flacone riutilizzabile infinite volte, eliminando in questo modo ogni rifiuto in plastica monouso ed evitando di trasportare acqua, che nei detersivi tradizionali può rappresentare fino al 90% del prodotto venduto.

I nostri prodotti casa sono totalmente PRIVI DI ACQUA. Non spediremo mai acqua in giro per il mondo.

Le dimensioni minime del prodotto e il packaging in logica **"compact by design"**, inoltre, riducono sia il volume che il peso del trasporto e quindi le emissioni complessive di CO2. Si tratta di prodotti efficaci e che rispettano il più possibile l'ambiente, non rilasciano microplastiche, sono vegani e non testati sugli animali. Sono stati accolti con grande entusiasmo dai nostri clienti. Per raggiungere il nostro obiettivo di migliorare l'impatto ambientale, abbiamo deciso di lavorare su diverse tecnologie di imballaggio e di prodotto per la parte detergenti. **La R&D è al centro della nostra iniziativa: nel 2022 abbiamo lavorato a nuovi formati e abbiamo riformulato tutti i prodotti in casa, per lavorare su ingredienti provenienti dagli scarti di lavorazione di altre industrie in vera ottica di economia circolare.**



Le nostre ricariche sono racchiuse in una pellicola prodotta con alcol polivinilico (PVA), un polimero sintetico solubile in acqua che non rilascia sostanze tossiche o nocive ed è biodegradabile attraverso l'azione di microrganismi in ambienti sia aerobici che anaerobici.

Il PVA è inodore e ha molte altre proprietà e siamo convinti che spingere a trovare nuovi usi al di fuori dell'industria dei detergenti possa essere un passo avanti nel packaging a basso impatto. Ecco perché abbiamo scelto questa tecnologia, anche se richiede molto lavoro in termini di preparazione e formulazione del prodotto.

Sempre più Paesi stanno adottando politiche di Extended Producer Responsibility (EPR), una strategia di protezione ambientale in cui il produttore è responsabile dell'intero ciclo di vita del prodotto per il ritiro, il riciclaggio e lo smaltimento finale. L'utilizzo di un'innovazione di imballaggio a base di PVA è un modo per affrontare i programmi EPR. Ora sta a noi spingerci sempre più in là nella creazione di prodotti senza imballaggi tradizionali.





Ogni nostro prodotto prima di essere immesso sul mercato viene testato da un laboratorio terzo indipendente, per essere validato dal punto di vista dell'efficacia e delle caratteristiche prestazionali del prodotto.

Ogni nostro prodotto deve rispettare i nostri principi in tutte le fasi di produzione:

- concentrato
- senza acqua
- con ingredienti vegetali, il più possibile da recupero di scarti di altre industrie
- vegani
- non testati sugli animali
- prodotti in Italia, per diminuire il più possibile le emissioni di CO2 da trasporto

LE DIRETTRICI DI SVILUPPO DEI NOSTRI PRODOTTI

NO WATER



**PLANT-BASED
FROM WASTE**



**VEGAN & NOT
TESTED ON ANIMALS**



**NO SINGLE-USE
PLASTIC**



**POWERFUL
CLEANING**



Linea Detersivi per il Bucato – Detersivo in Foglietti Idrosolubili e Polveri eco-sostenibili

A Luglio 2021 abbiamo lanciato il nostro **Detersivo per il Bucato in Foglietti Idrosolubili**. Si tratta di fogli di detersivo predosati che a contatto con l'acqua si sciolgono rilasciando il detersivo senza rilasciare microplastiche. Le confezioni sono estremamente compatte e leggere, non si fa uso di plastica monouso e non contengono acqua.



A completamento della linea abbiamo introdotto anche prodotti ecologici coadiuvanti del lavaggio:

Acido Citrico e Carbonato di sodio in polvere e Percarbonato di Sodio in Caps e polvere. Anche in questo caso abbiamo lavorato al packaging in ottica di compact by design, riducendo al minimo gli ingombri e lavorando con packaging in carta.

Questi prodotti consentono al consumatore di avere una valida alternativa ecologica ai classici prodotti di mercato utilizzati per aumentare le performance di lavaggio.

Nel 2022 abbiamo lanciato anche il primo profumatore per il bucato, **lavorando solo con ingredienti biodegradabili, in formato super concentrato, con packaging 100% in R-PET.**



Durante il 2022 abbiamo iniziato a riformulare anche il prodotto in foglietti per avere ad un prodotto plat-based e con un'aumentata efficacia.

Alla linea in foglietti si è aggiunta **la linea in caps, per cui abbiamo ricevuto la certificazione Ecolabel.**

Linea Detergenti Solidi per la Cura della Persona

Sempre a Luglio 2021 abbiamo lanciato una capsule-collection di **detergenti Solidi per la Cura della Persona**. Si tratta ancora una volta di prodotti che non hanno bisogno di contenitori monouso di plastica essendo prodotti solidi e che non contengono acqua. Ogni prodotto da 70gr equivale a ben 2 flaconi da 300grammi di prodotto tradizionale. Abbiamo introdotto prima 3 referenze (Shampoo, Shampoo e Balsamo 2in1, Docciaschiuma) e poi altre 2 referenze (Doccia-Shampoo e Detergente Viso).

Nel 2022 abbiamo fatto un ulteriore sforzo in termini di formulazione, iniziando anche in questo ambito a recuperare ingredienti provenienti da scarti di altre lavorazioni, in particolare dall'industria alimentare. Abbiamo infatti introdotto ingredienti di scarto quali, bucce di limone, noccioli di olive, noccioli di albicocche. Con questa logica abbiamo sviluppato alcuni nuovi prodotti: scrub corpo, docciashampoo kids e balsamo solido.

Le materie prime utilizzate per questi prodotti sono al **97-98% di origine naturale**. I prodotti sono Vegan, non testati sugli animali, come previsto dalla legge e Nichel-tested.



Alla linea solidi abbiamo affiancato una produzione ad hoc di porta-solidi in plastica 100% riciclata dalla raccolta differenziata di Bergamo e 100% riciclabile.

Riciclare i rifiuti significa far diventare il rifiuto una risorsa, un prodotto che può essere riutilizzato e nuovamente immesso nel sistema economico creando articoli a partire da materie prime seconde. **Questa attività è indispensabile per aiutare il nostro pianeta, in quanto riduce il consumo di materie prime (il petrolio), l'utilizzo di energia e l'emissione di CO2.**

Certificazione:

Plastica Seconda Vita.



Ogni volta che immettiamo un prodotto in plastica nel mercato più che compensiamo l'immissione attraverso la partnership con rePurpose Global, provvedendo a compensare il doppio delle nostre emissioni.

Per questo motivo abbiamo ottenuto **la certificazione Plastic Negative**, primi in Italia e tra i primi in Europa.

Packaging primario e secondario

Anche sul packaging primario e secondario abbiamo lavorato per sviluppare soluzioni adeguate per il trasporto e la conservazione del prodotto, **cercando di ridurre al minimo ulteriori imballi di spedizione e utilizzando cartone certificato FSC®.**

Per l'approvvigionamento delle etichette adesive (necessario su alcune confezioni) abbiamo lavorato con un fornitore che ha adottato **un protocollo green di produzione:** processo di pre-stampa privo di sostanze chimiche, **vernici a base di acqua, riduzione del 100% del consumo di acqua in stampa, 100% utilizzo di fonti rinnovabili, carta certificata FSC recycled e utilizzo di carta nuova che non deriva da legno, riduzione degli scarti e compensazione di Co2.**

La scelta del materiale delle permanent bottle è ricaduta sul PET perché è il miglior materiale per contenere i detergenti domestici. Consente di mantenere inalterate le caratteristiche del prodotto, è leggero e resistente.

La bottiglia ha una durata potenzialmente infinita ed è 100% riciclabile nella plastica quando giunge a fine vita.

Lo studio di LCA tra Plastica, Vetro e Alluminio ha dimostrato come la Plastica fosse il materiale con un ciclo di vita completo meno impattante rispetto agli altri materiali, oltre ad essere il contenitore migliore per il tipo di prodotto. Questo a maggior ragione ci spinge ad utilizzare la Plastica nel miglior modo possibile, ossia eliminandola dove non necessaria, riutilizzarla il più possibile (flaconi ricaricabili) e riciclarla correttamente in fase di smaltimento.

Siamo in linea con l'Unione europea, che nel suo piano d'azione 2020 ribadisce che l'uso degli imballaggi è una questione che deve essere affrontata in modo chiaro e tempestivo. Per garantire che tutti gli imballaggi sul mercato europeo siano riutilizzabili o riciclabili in modo economicamente sostenibile entro il 2030, la Commissione rivedrà la direttiva 94/62/CE per rafforzare i requisiti essenziali obbligatori per gli imballaggi immessi sul mercato europeo.

Le azioni necessarie sono quelle delineate dalla Fondazione Ellen MacArthur:

- eliminare la plastica non necessaria
- innovare per garantire il riutilizzo, la riciclabilità o il compostaggio della plastica
- rendere circolare l'uso di tutti gli articoli di plastica.

Noi ci impegniamo ogni giorno per agire secondo queste indicazioni.



RISULTATI Azioni 2022

Ambito di Intervento	Descrizione attività	Risultati
Ampliamento della gamma prodotti, sempre in linea con la filosofia R5	Lancio sul mercato di un numero significativo di nuovi prodotti mantenendo sempre la massima attenzione alla eliminazione della plastica monouso, alla eliminazione dell'acqua, all'utilizzo di un packaging compatto e sostenibile e alla naturalità delle formulazioni.	<ul style="list-style-type: none"> • Lancio di 4 nuovi prodotti Casa e Laundry: tabs lavastoviglie (ecolabel), tabs lavatrice (ecolabel), profumatore bucato (con ingredienti biodegradabili), spray piatti a mano in refill • Riformulazione completa dei prodotti Casa Spray con ingredienti plant-based provenienti da economia circolare • Lancio di 4 nuovi prodotti della Linea Beauty riformulati anche con ingredienti provenienti da scarti di altre industrie • Pre-produzione dei nuovi prodotti Beauty in Refill

AZIONI programmate anno 2023

Ambito di Intervento	Descrizione attività
Ampliamento della gamma prodotti, sempre in linea con la filosofia R5	<p>Lancio sul mercato di nuovi formati e di nuovi prodotti mantenendo sempre la massima attenzione alla eliminazione della plastica monouso, alla eliminazione dell'acqua, all'utilizzo di un packaging compatto e sostenibile e alla naturalità delle formulazioni.</p> <p>Aumento delle formulazioni basate sul recupero degli scarti</p>

5. LA TERZA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE

Approccio alla sostenibilità rigoroso

Sin dalle fasi iniziali dello sviluppo del brand R5 OKAPI si è adoperata per predisporre uno strumento di misurazione della efficacia “ambientale” del progetto, strumento che facesse anche da guida e riferimento allo sviluppo della stessa gamma dei prodotti. Il sistema di monitoraggio dell’impatto ambientale dei prodotti R5 è stato affidato ad una società terza specializzata su queste tematiche e utilizza una metodologia consolidata e ampiamente adottata (LCA – Life Cycle Assessment) che esamina l’impatto ambientale dei prodotti R5 lungo l’intero ciclo di vita (LCA) a confronto con i prodotti “tradizionali”.

Lo studio ha dimostrato che il sistema di imballaggio e spedizione dei prodotti concentrati R5 genera una forte riduzione su tutte le categorie di impatto e in particolare quella relativa al Cambiamento Climatico, misurata in kg di CO2 equivalente risparmiati.

Nel corso del 2022 abbiamo intrapreso il percorso di misurazione complessivo di Scope 1, 2 e 3 per arrivare alla Carbon Neutrality.

Obiettivo che speriamo di raggiungere entro la fine del 2023.

Inoltre siamo orgogliosi di essere tra le prime aziende al mondo e la prima in Italia a più che compensare la nostra impronta di plastica attraverso la certificazione **Plastic Negative con rePurpose Global**. Questa certificazione comporta una attenta e continua misurazione della plastica comunque introdotta nell’ambiente a seguito della attività di sviluppo business (nel nostro caso si tratta sostanzialmente dei flaconi permanenti e dei portasolidi in plastica riciclata) e richiede che vengano sostenute le attività di alcuni consorzi che si occupano nel mondo della raccolta della plastica dispersa nell’ambiente, generando un beneficio che è sia ambientale che sociale. Ottenere la nostra certificazione Plastic Negative è un passo nel piano di sostenibilità della nostra azienda.



Il Più dell'80% dei rifiuti di plastica del mondo finisce nelle discariche, viene bruciato o scaricato nei nostri oceani e corsi d'acqua. Anche se abbiamo lavorato fin dal primo giorno per ridurre ed eliminare la plastica non necessaria nei nostri prodotti, nella produzione e nella distribuzione, una parte è inevitabile. E questo perché la plastica è anche una risorsa molto preziosa, che garantisce la conservazione degli alimenti, degli oggetti, è leggera e riciclabile. Ma il suo utilizzo non sempre è intelligente.

In particolare attraverso la **partnership con rePurpose Global abbiamo finanziato la raccolta e il trattamento etico del doppio dei rifiuti plastici** presenti nell'ambiente rispetto a quanti ne immettiamo con i nostri prodotti. Contribuendo con una parte dei nostri ricavi al Progetto Anant Pranay, riconosciamo il terribile bisogno di fondi da destinare a questa emergenza continua, e siamo orgogliosi di aver fatto il nostro primo passo per facilitare un impatto olistico a lungo termine.

Con rePurpose Global stiamo cercando di creare un **impatto duraturo attraverso un'azione sulla plastica significativa**: da quasi due anni il Progetto Anant Pranay ad Aurangabad, in India.

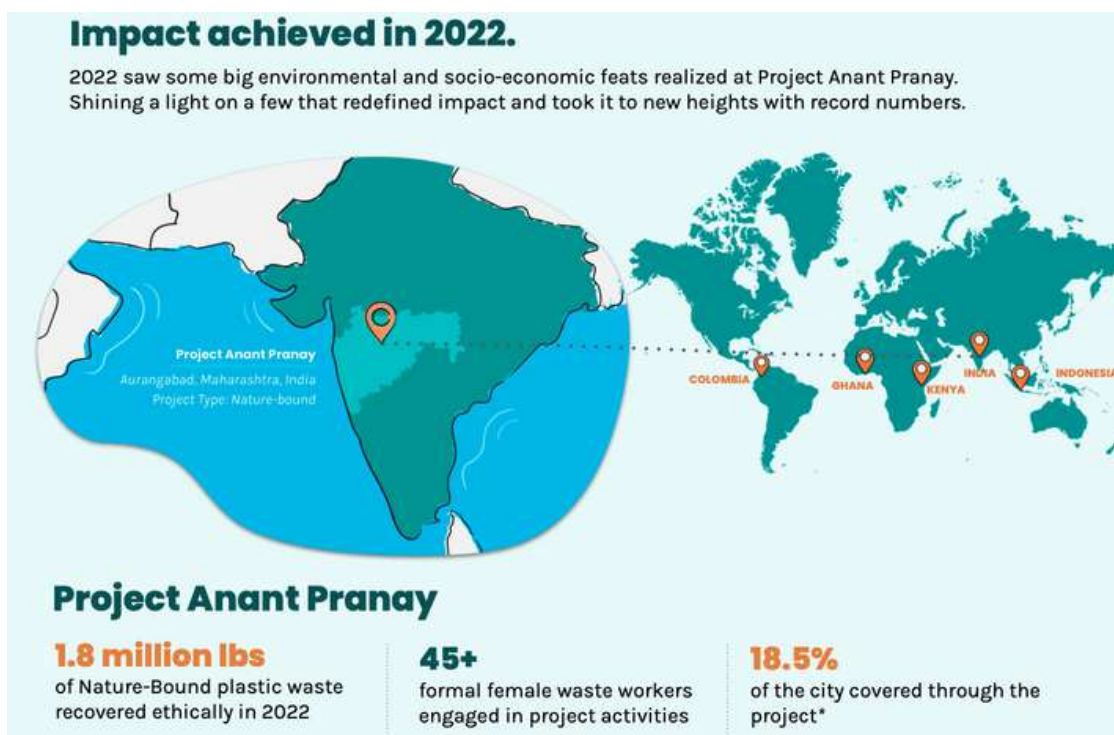
Grazie al Progetto Anant Pranay, rePurpose è ora in grado di recuperare **8.000 tonnellate di rifiuti di plastica all'anno**. È l'equivalente di oltre 408 milioni di buste di plastica o 45 milioni di bottiglie di plastica sottratte alla natura.

Siamo orgogliosi di essere tra le aziende che contribuiscono a questo incredibile risultato.



"Now more than ever, we need brands to take responsibility for the global plastic epidemic. We're proud to announce that R5 Living has taken a commendable step towards creating change by becoming certified Plastic Neutral with rePurpose Global and facilitating the removal of nature-bound plastic."

(Svanika Balasubramanian – Co-Founder and CEO rePurpose Global)



Nel **2022** abbiamo attivato la **collaborazione con Climate Partner** per certificarci Carbon Neutral su tutti gli aspetti della nostra catena, dalla produzione alla distribuzione.

Abbiamo iniziato a raccogliere i dati e contiamo di ultimare il percorso entro la fine del 2023.

Il nostro obiettivo non è solo la compensazione, che ovviamente si renderà necessaria, **ma la riduzione costante delle nostre emissioni lungo tutto il processo produttivo e distributivo.**

In ottica di ridurre il nostro impatto, nel 2022 abbiamo compensato 419.892kg di Co2 equivalente, sostenendo il Progetto Mataven in Colombia.



Certificato

Partner per la protezione del clima



R5living (The Okapi Network Srl
Società Benefit)
Contributo 2022

Il presente certificato conferma la compensazione delle emissioni di gas serra mediante progetti supplementari di protezione del clima.

CO₂-equivalente
491.892 kg

Progetto di protezione del clima supportato
**Protezione delle foreste
Mataven
Colombia**

ID di ClimatePartner
20349-23011001

Rilasciato il
11.01.2023

Crediamo che il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030 debba muovere ogni azienda.



Con R5, ci stiamo concentrando sull'**SDG 12**: Assicurare modelli di produzione e consumo sostenibili e sull'**SDG 14**: La vita sotto l'acqua. Conservare e utilizzare in modo sostenibile gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile.

Lavoriamo anche per l'**SDG 6** attraverso la definizione di nuove formulazioni sempre più green dei nostri prodotti e la continua riduzione del packaging da imballaggio.

RISULTATI Azioni 2022

Ambito di Intervento	Descrizione attività	Risultati
Certificazione prodotti	Avvio del percorso di certificazione volontaria di sostenibilità per una selezione dei prodotti R5	Due nostri prodotti (tabs lavatrice e tabs lavastoviglie) hanno ottenuto la certificazione Ecolabel
Misurazione e compensazione della plastica introdotta.	Proseguire nel monitoraggio della plastica utilizzata nell'ambito dell'attività di R5 e immessa sul mercato al fine di compensarla attraverso il finanziamento di progetti di raccolta e trattamento etico	Continuiamo il nostro percorso con rePurpose Global, per cui anche per il 2022 abbiamo misurato e doppiamente compensato tutte le emissioni di plastica. Nei nuovi prodotti che hanno richiesto l'utilizzo di plastica abbiamo sempre usato plastica riciclata al 100%
Misurazione dell'impatto dei prodotti R5 vs prodotti "tradizionali"	Progettazione e sviluppo di uno strumento per determinare il beneficio generato dall'utilizzo dei prodotti R5 sulle diverse dimensioni dell'impatto ambientale e in particolare su quella relativa al Cambiamento Climatico, misurata in riduzione di kg CO2 equivalenti.	Avvio del programma di certificazione Carbon Neutral su tutti e tre gli Scope

AZIONI programmate anno 2023

Ambito di Intervento	Descrizione attività
Certificazione Carbon Neutral	Conclusione del percorso di certificazione volontaria Carbon Neutral
Misurazione e compensazione della plastica introdotta	Proseguire nel monitoraggio della plastica utilizzata nell'ambito dell'attività di R5 e immessa sul mercato al fine di compensarla attraverso il finanziamento di progetti di raccolta e trattamento etico
Misurazione dell'impatto dei prodotti R5 vs prodotti "tradizionali"	Attraverso il percorso di certificazione Carbon Neutral

6. LA QUARTA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE

Promozione di un contesto di lavoro positivo

OKAPI è una start up e sta progressivamente sviluppando il proprio team e conseguentemente le politiche di gestione del personale, che partono però dal presupposto di fare sentire tutti:

- **Sicuri:** sia dal punto di vista economico (con assunzioni a tempo indeterminato) sia da un punto di vista di wellbeing complessivo. Questo punto per noi è fondamentale, lavorare in squadra rispettando le esigenze di ciascuno e "facilitando" la vita fuori dal lavoro è un obiettivo importante e una garanzia da dare a ciascuno di noi
- **Accolti e liberi di esprimersi** e di portare il proprio contributo in azienda, favorendo il percorso di crescita interna;
- **Riconosciuti nelle proprie attività.** Abbiamo lavorato ad un questionario di valutazione che a partire da luglio 2023 diventerà la base di confronto con ciascuno di noi per la crescita professionale e umana

- **Liberi di "formarsi" rispetto alle proprie attitudini.** Crediamo che a fianco alla formazione di impresa le persone debbano sentirsi libere di approfondire le proprie competenze ed esercitare le proprie skill secondo le attitudini individuali. Per questo promuoviamo l'autoformazione anche su tematiche e discipline diverse da quelle tipiche dell'impresa.



I principi di rispetto delle nostre risorse fanno parte anche del **nostro codice Etico**, per rimarcare con sempre maggior forza i valori e i principi che ci guidano e che fanno questa squadra unica.

DAL NOSTRO CODICE ETICO

Rispettare l'individuo / Essere se stessi e trattarsi bene

"Trattiamo le persone con **dignità**, diamo l'esempio e ci ascoltiamo a vicenda. **Cerchiamo e accogliamo le differenze di persone, idee ed esperienze.** Agire in modo coerente con il nostro scopo e i nostri valori richiede che una cultura dell'integrità guidi tutte le nostre decisioni. Ci impegniamo a promuovere un ambiente in cui **TUTTE** le persone sono benvenute e supportate.

Manteniamo un ambiente di lavoro che rifletta le opportunità aperte, in cui tutti siano avvantaggiati dal loro potenziale e nessuno sia svantaggiato e nessuno sia svantaggiato dall'appartenenza a un particolare gruppo. Noi siamo impegnati in questi obiettivi in quanto tali, ma crediamo anche che la diversità sia il modo migliore per sviluppare prodotti e servizi di qualità superiore."

RISULTATI Azioni 2022

Ambito di Intervento	Descrizione attività	Risultati
Formazione sui temi della sostenibilità	Partecipazione a eventi e corsi di formazione sui temi della sostenibilità ambientale e sociale per tutti i dipendenti di Okapi (almeno 12 ore a persona)	Superamento delle 12 ore di formazione e raggiungimento delle 20 ore di formazione e partecipazione e a numerosi convegni e webinar su tematiche ambientali specifiche per persona

AZIONI programmate anno 2023

Ambito di Intervento	Descrizione attività
Formazione sui temi della sostenibilità	Partecipazione a eventi e corsi di formazione sui temi della sostenibilità ambientale e sociale per tutti i dipendenti di Okapi (almeno 15 ore a persona) e approfondimenti specifici

7. LA QUINTA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE

Buone, aperte e trasparenti relazioni con i clienti, i fornitori, la comunità, il territorio, il mondo.

Nella nostra visione sviluppare relazioni positive con tutti gli interlocutori della azienda è un passaggio fondamentale dell'essere Benefit. Nel 2022, come per il 2021, abbiamo concentrato la nostra azione su 3 direttrici: i fornitori, i clienti, la comunità e il mondo.

Fornitori.

Siamo dell'idea che l'unione fa la forza se parliamo di agire per il cambiamento climatico. Ognuno di noi, singolarmente, come individuo deve agire, ma tutti insieme possiamo cambiare la direzione di questa crisi climatica e farla diventare un'opportunità. Per questo abbiamo ricercato ed individuato aziende che come noi nascono con l'obiettivo specifico di lavorare per l'ambiente, per diminuire il nostro impatto ambientale nelle azioni di tutti i giorni, per diminuire le emissioni di CO2.

Abbiamo adottato i loro prodotti nel nostro portafoglio e questi si sposano alla perfezione con la nostra proposta commerciale perché nascono dagli stessi valori e dagli stessi obiettivi.

Abbiamo introdotto per ogni fornitore un questionario di valutazione che include anche una sezione dedicata all'ambiente.

Nel 2022 abbiamo confermato queste partnership:

- **Made in Sustained:** i prodotti Re-Sack sono nati per creare una nuova abitudine, quella di portare le proprie borse riutilizzabili (es. la borsa della spesa, i sacchetti per la frutta e la verdura al supermercato invece di inutili sacchetti usa e getta).
- **GUPPYFRIEND®:** La sacca GUPPYFRIEND® è una soluzione scientificamente provata e brevettata contro l'inquinamento da fibre microplastiche durante il lavaggio e l'unica che protegge i vestiti e l'ambiente.
- **LastObject:** è un'azienda danese dedicata alla creazione di alternative sostenibili e riutilizzabili agli articoli monouso (cotton fioc, dischetti struccanti, bastoncini struccanti, ecc.).

Abbiamo lavorato anche a nuove partnership di cui andiamo particolarmente orgogliosi:

- **Atotus:** è il primo circuito che connette la filiera della moda sostenibile attraverso il recupero di capi usati e il loro recupero, riutilizzo e upcycling. È un circuito che comprende al suo interno filatori, tessitori, brand di abbigliamento, scuole di moda, giovani designers e organizzazioni non profit, con al centro il consumatore finale, il Tipper.

I Tipplers portano i propri capi usati guadagnando le loro TIPs, moneta sostenibile del circuito che si muove B2C e B2B, che possono utilizzare per l'acquisto di nuovi capi sostenibili.

I capi prendono tre circoli virtuosi: riciclo, upcycling e riuso.

Con loro abbiamo sviluppato un panno per la casa totalmente da scarti di produzione.

- **Dalfilo:** Dalfilo nasce proprio a Bergamo, culla italiana del tessile per la casa, per rendere la biancheria artigianale per la casa accessibile a tutti. Abbiamo deciso di collaborare per promuovere e incentivare un tipo di consumo più umano, consapevole e sostenibile. Dalfilo ha reso possibile l'acquisto del Detersivo per il Bucato in Foglietti Solubili R5® Living, innovativo e plastic-free, sul proprio sito.
- **Yamamay:** Yamamay pone da sempre l'attenzione al Pianeta al centro del proprio operato, e soprattutto negli ultimi anni la sostenibilità è diventata un driver importantissimo nello sviluppo dei propri prodotti e nella relazione con i consumatori.



Noi di R5®Living sviluppiamo prodotti per la cura della persona e della casa a basso impatto con l'obiettivo di ripensare il modo in cui produciamo e consumiamo, eliminando packaging in plastica monouso e il trasporto di acqua.

Questo progetto con Yamamay mira ad educare ad un consumo consapevole per combattere la produzione di plastica monouso laddove non necessaria riducendo così la plastica che ogni anno finisce negli oceani. Gli obiettivi comuni:

- **promuovere la riduzione del consumo di plastica monouso**, eliminando al contempo il trasporto di acqua (una scatola di detersivo in foglietti R5 corrisponde ad un flacone da 1,5lt di detersivo liquido tradizionale)
 - **ridurre la presenza di plastica negli oceani**
 - **educare ad un consumo consapevole**, nei piccoli gesti quotidiani, come quelli del fare il bucato.
- **MammecheTest:** MammacheTest è la piattaforma, collegata al MammacheClub, dove le mamme e i papà possono condividere le recensioni sui prodotti e servizi legati al periodo Gravidanza e Prima Infanzia e leggere le opinioni della community. Il sito offre numerosi test di prodotto a cui le mamme possono candidarsi per testarli gratuitamente e recensirli. Mammachetest si propone di diventare per le mamme e i papà una guida agli acquisti legati al mondo mamma/donna, gravidanza e prima infanzia. Grazie alle schede prodotto e a tante recensioni verificate le famiglie possono confrontare le opinioni di chi ha già provato i prodotti e di conseguenza orientarsi nella scelta degli acquisti per la famiglia.

Abbiamo collaborato con Mammachetest per far testare i nostri prodotti e ricevere un feedback indipendente e autentico.

L'opinione dei nostri clienti per noi è fondamentale. È forza pura per continuare a migliorarci ogni giorno e per progettare nuovi prodotti che rispettino la nostra filosofia. Sappiamo che molto c'è ancora da fare, noi continueremo a impegnarci.



- **Sony Picture:** abbiamo collaborato con la casa di distribuzione italiana, attraverso l'agenzia Coboxing, per il lancio del film "Il Talento di Mr Crocodile". Il film è rivolto alle famiglie e proprio la casa di distribuzione italiana, ci ha coinvolto R5 Living per sensibilizzare i piccoli e anche i più grandi consumatori sui valori della sostenibilità e dell'inclusività.

Noi crediamo fortemente che lavorare in rete sia il nuovo modello di fare business di cui il mondo ha bisogno: l'unione fa la forza. E

questo è ancora più vero se parliamo di agire per il cambiamento climatico. Ognuno di noi, singolarmente, come individuo deve agire, tutti insieme possiamo cambiare la direzione di questa crisi climatica e farla diventare un'opportunità. Questa è la nostra missione: rendere possibili queste nuove abitudini, questi semplici gesti quotidiani grazie a prodotti innovativi rispettosi dell'ambiente e delle persone e diffonderli il più possibile. Per questo ci impegnamo ogni giorno per farvi conoscere altre aziende che condividano gli stessi valori, perché insieme si può accelerare il cambiamento.

Clients.

Abbiamo gestito i nostri clienti al meglio delle nostre possibilità.

Spediamo e consegniamo i nostri ordini entro 3gg lavorativi.

Gestiamo il 100% delle richieste/segnalazioni ricevute in poche ore dalla segnalazione e abbiamo risolto il 100% dei problemi sollevati. Non abbiamo ricevuto nessuna email/segnalazione di clienti insoddisfatti. Abbiamo aperto anche il canale whatsapp per essere ancora più vicini ai nostri clienti.

Vogliamo fare ancora di più: **coinvolgiamo i nostri clienti nel nostro percorso di ricerca e selezione dei prodotti** perché acquistare il nostro prodotto non è un semplice acquisto, ma significa sposare una filosofia, un approccio, scegliere di percorrere con noi una strada per migliorare il mondo. Per questo motivo li coinvolgiamo sia in survey di prodotto, sia attraverso la possibilità di lasciarci feedback, sia chiedendo loro di provare i prodotti prima di lanciarli sul mercato.

Abbiamo ottenuto un **punteggio di 4,8 su 5 nelle recensioni spontanee ricevute dai clienti.**

Comunità e il mondo.

Anche nel 2022 abbiamo **devoluto più del 5% dei nostri ricavi a progetti per il sociale e l'ambiente.**

Con **rePurpose Global** misuriamo il nostro footprint in termini di introduzione di plastica nell'ambiente e lo compensiamo finanziando progetti di raccolta e smaltimento in diverse aree del mondo, con un impatto sia sociale che ambientale. Stiamo sostenendo il

Progetto Anant Pranay, una collaborazione tra rePurpose Global e l'organizzazione locale di gestione dei rifiuti, Civic Response Team (CRT), che ha una significativa esperienza nella costruzione di nuove catene di valore per il recupero e il riciclaggio dei rifiuti plastici in tutta l'India centrale e settentrionale.

Insieme a Climate Partner quest'anno abbiamo sostenuto il **Progetto Mataven:**

Contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs)
Standard del progetto: Standard del carbonio verificato (VCS)

Tecnologia CCBS: Protezione delle foreste
Regione: Mataven, Colombia

Riduzione annuale stimata delle emissioni: 3.622.352 t CO2

Convalidato dall'Istituto colombiano per gli standard tecnici e la certificazione (ICONTEC)

Verificato da EPIC Sustainability Services Private Ltd.

Questo progetto si pone di assolvere al raggiungimento di alcuni dei principali SDGs:

Sconfiggere la fame

Nell'ambito del progetto, è stato istituito un programma di produzione agroalimentare per consentire a 3.600 famiglie di provvedere alla propria sicurezza alimentare e a un'alimentazione adeguata. Inoltre, il progetto sostiene circa 800 anziani della comunità con cibo e beni di prima necessità.

5%

**DEI NOSTRI RICAVI È
DEVOLUTO A PROGETTI
PER IL SOCIALE E
L'AMBIENTE.**

Salute e benessere

Il progetto migliora la salute e il benessere di circa 16.000 persone offrendo corsi di primo soccorso, costruendo sei centri sanitari comunitari e fornendo i materiali necessari. Nell'ambito del progetto è stata condotta anche una campagna di igiene dentale.

Educazione di qualità

Il progetto ha sviluppato un programma di istruzione e formazione per la gestione e l'amministrazione delle risorse naturali locali. Nel 2018 e nel 2019, più di 120 giovani locali hanno ricevuto un sostegno finanziario per la loro formazione. Il progetto ha inoltre finanziato 13 scuole per aiutare i bambini a studiare.

Lavoro dignitoso e crescita economica

Il progetto ha creato posti di lavoro per la popolazione locale e ha formato centinaia di guardie e capitani per svolgere le attività del progetto. Inoltre, promuove l'imprenditorialità della popolazione locale nei settori dell'agricoltura, dell'artigianato tradizionale e del turismo.

Lotta al cambiamento climatico

Il progetto consente di risparmiare circa 3.622.350 tonnellate di emissioni di CO2 all'anno.

Vita sott'acqua

Il progetto contribuisce alla protezione delle zone umide e delle reti idriche: 78 aree affluenti e numerosi bacini idrografici sono di fondamentale importanza per le specie presenti nella foresta e tutti hanno un loro prezioso ecosistema. Il progetto prevede la conservazione di 136 specie ittiche.

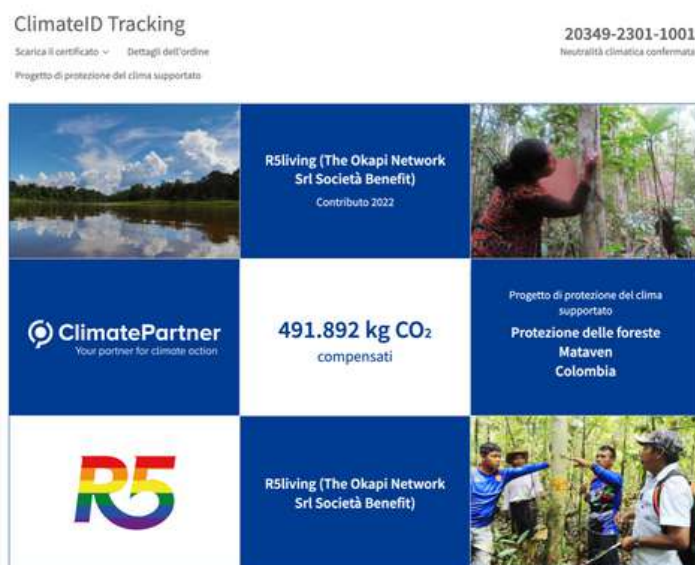
La vita sulla terra

Il progetto contribuisce a preservare la ricca biodiversità dell'area, che comprende 249 specie di uccelli, 198 specie di farfalle, 33 specie di coleotteri e 121 specie di piante. Molte di queste specie sono rare o endemiche.

Pace, giustizia e istituzioni solide

Il progetto rafforza l'amministrazione dell'area migliorando la capacità e la connettività delle autorità. Il progetto istruisce e fornisce chiarimenti alle comunità sui loro diritti e doveri nella riserva indigena all'interno del quadro costituzionale e legale del Paese. I dettagli completi del progetto sono disponibili qui:

<https://fpm.climatepartner.com/tracking/project/details/20349-2301-1001/1288/it>



RISULTATI Azioni 2022

Ambito di Intervento	Descrizione attività	Risultati
<p>Insieme per la sostenibilità: Sviluppo partnership con brand sostenibili</p>	<p>Ampliamento delle collaborazioni con brand che condividono i nostri stessi valori e obiettivi</p>	<p>Abbiamo mantenuto le principali collaborazioni e nel 2022 abbiamo aumentato le collaborazioni con diverse aziende (+5), portando avanti i principi di sostenibilità e correttezza e promuovendo un consumo consapevole delle risorse</p>
<p>Mettere i Clienti al centro</p>	<p>Mantenere l'elevato livello di assistenza ai clienti garantito finora, con risposte tempestive (entro 8 ore lavorative) al 100% delle richieste dei nostri clienti e con un tasso di insoddisfazione per il servizio clienti praticamente nullo</p>	<p>Abbiamo aumentato i canali di contatto con i clienti per facilitare il dialogo</p> <p>Abbiamo effettuato 2 Survey specifiche sui clienti per raccogliere feedback e suggerimenti per gli sviluppi futuri</p> <p>Abbiamo incentivato l'utilizzo delle recensioni online (4,8 su 5)</p> <p>Abbiamo assicurato a tutti i clienti la policy "Soddisfatti o rimborsati"</p>
<p>Progetti di sostenibilità ambientale e sociale</p>	<p>Continuare a supportare iniziative per l'ambiente e il sociale, in particolare su tematiche legate alla riduzione della plastica monouso e alla riforestazione, destinando risorse pari almeno al 5% del fatturato</p>	<p>Abbiamo donato oltre il 5% del nostro fatturato a progetti di riforestazione sociale.</p> <p>Abbiamo proseguito la nostra partnership con rePurpose Global</p> <p>Abbiamo attivato la partnership con Climate partner</p>

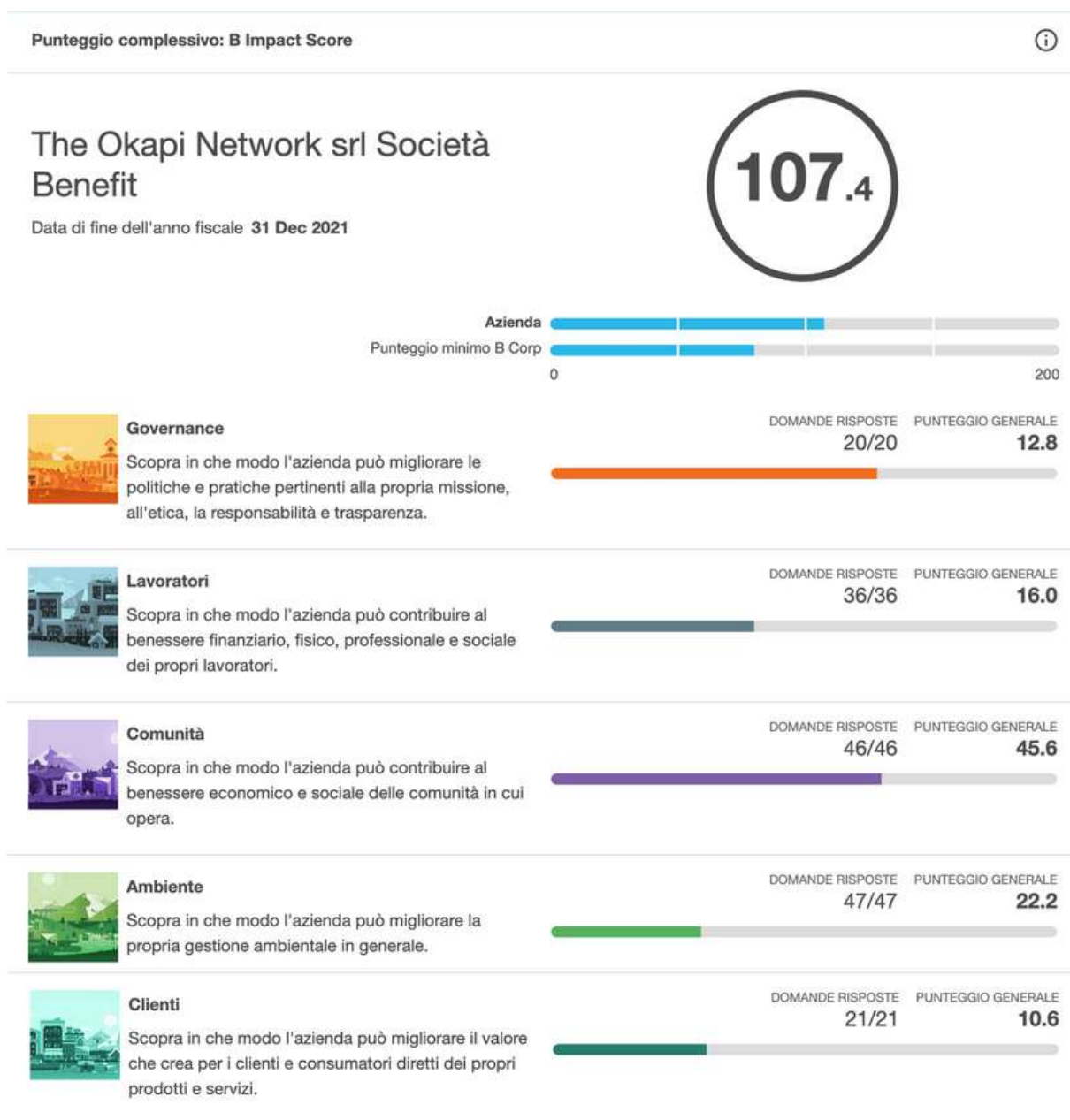
AZIONI programmate anno 2023

Ambito di Intervento	Descrizione attività
Insieme per la sostenibilità: Sviluppo partnership con brand sostenibili	Continuare a sviluppare collaborazioni con brand che condividono i nostri stessi valori e obiettivi
Mettere i Clienti al centro	Mantenere l'elevato livello di assistenza ai clienti garantito finora, con risposte tempestive (entro 8 ore lavorative) al 100% delle richieste dei nostri clienti e con un tasso di insoddisfazione per il servizio clienti praticamente nullo
Progetti di sostenibilità ambientale e sociale	Continuare a supportare iniziative per l'ambiente e il sociale, in particolare su tematiche legate alla riduzione della plastica monouso e alla riforestazione, destinando risorse pari almeno al 5% del fatturato

8. MISURA DELL'IMPATTO

Riportiamo qui di seguito il risultato del "B Impact Assessment" (BIA) della The Okapi Network srl Società Benefit ad Aprile 2023.

La società ha sottoposto la sua candidatura per acquisire la certificazione B-Corp all'inizio del 2021 e siamo in attesa delle ultime fasi di verifica per l'ottenimento della certificazione. Il punteggio nel 2021 era di 103.2.



Grazie



OKAPI[®]

THE RISE OF INTANGIBLE GOODNESS