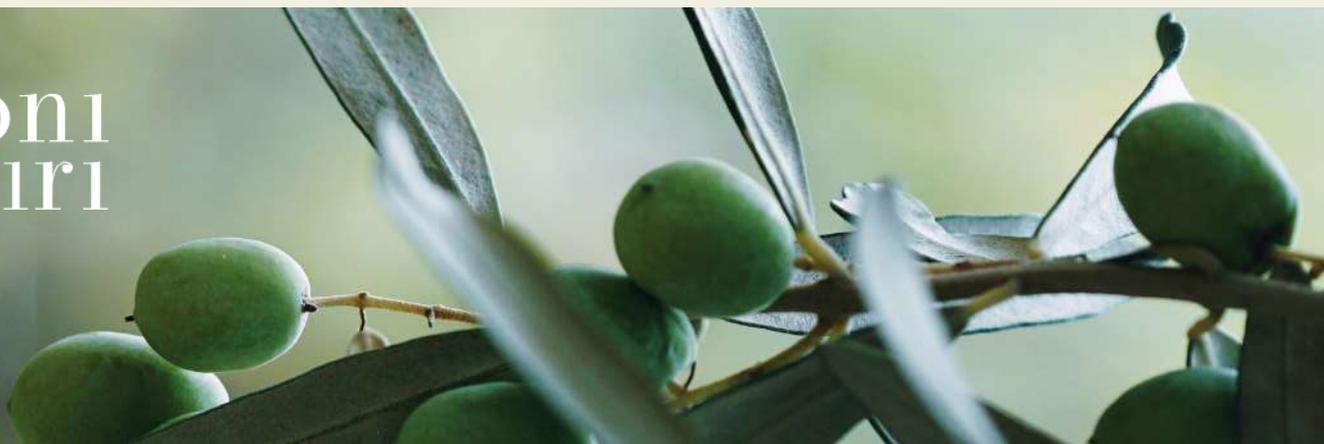


Impact report Boniviri

Sommario

PAG. 4	Lettera
6	La storia di Boniviri
9	La governance di Boniviri
11	I “Boniviri” e le prime 7 aziende partner
14	Un percorso verso la creazione di valore sociale: l’impact Map
16	I risultati del 2020
16	1 goal: Salvaguardare le piccole aziende agricole italiane di valore rendendole prospere e sostenibili
18	2 goal: Rendere i prodotti Boniviri il più possibile eco-friendly e di qualità
25	3 goal: Avvicinare il mondo di chi coltiva a quello di chi consuma attraverso la sostenibilità
27	I prossimi obiettivi
29	Il B Impact Assessment
30	Nota metodologica



01

Lettera

Essere artefici di un alimento buono, salutare e sostenibile non è semplice, ma può esserlo ancora di più valorizzarlo. Boniviri nasce con questo obiettivo: promuovere i prodotti dei coltivatori di valore avvicinando il mondo di chi consuma e quello di chi coltiva attraverso due valori fondanti, la qualità e la sostenibilità.

Una delle opportunità più rilevanti di cui ci siamo accorti riguarda i due estremi della catena del valore. Se da un lato i coltivatori sono sempre più colpiti dalle difficoltà nel gestire l'azienda agricola, dai rischi legati ai cambiamenti climatici e dalla difficoltà di vendere i propri prodotti a un prezzo equo, dall'altro sono sempre di più consumatori attenti alla qualità, alla provenienza e alla sostenibilità dei prodotti.

Quella che a primo sguardo sembra una difficoltà, è ai nostri occhi una grande opportunità.

Un ruolo nuovo per la filiera

In questo scenario, il ruolo di Boniviri è quello di avvicinare i due estremi della filiera agroalimentare, all'insegna dei due valori fondanti del progetto: la qualità e la sostenibilità.

Ogni acquisto è così un'opportunità per fare del bene e farsi del bene. Fare del bene perché, attraverso Boniviri, i consumatori scelgono un modo di fare impresa rispettoso dell'ambiente e delle persone, che salvaguarda le piccole aziende agricole di valore e il patrimonio di tradizione e biodiversità che queste proteggono, riducendo al contempo l'impatto sull'ambiente attraverso la scelta di materiali eco-friendly e la compensazione delle emissioni di gas serra. Allo stesso tempo, attraverso Boniviri i consumatori scelgono di farsi del bene, acquistando prodotti salutaris e di altissima qualità.



Oltre il business: creiamo valore

Grazie a questi valori, Boniviri rappresenta molto più di un business: è la missione di creare valore con il cibo. Boniviri ('persone di valore') sono quindi tutti coloro che aderiscono a questo progetto: coltivatori, partner e consumatori. Chi sceglie Boniviri non acquista soltanto prodotti eccezionali, frutto del lavoro dei produttori, ma partecipa a un movimento che, attraverso la salvaguardia delle piccole imprese agricole, l'azzeramento delle emissioni di gas serra e lo sviluppo di prodotti ecologici, crea valore sociale e ambientale.

Per rappresentare in maniera chiara e strutturata la strategia di impatto di Boniviri, abbiamo definito i nostri obiettivi sociali e ambientali all'interno del documento strategico Impact Map, attraverso un'analisi basata sugli SDGs (Sustainable Development Goals, gli obiettivi di sviluppo sostenibile) delle Nazioni Unite.

Le analisi e i risultati ottenuti durante questo primo anno di lavoro sono riportati nell'Impact Report, di cui il presente documento costituisce la prima edizione, che Boniviri redige ogni anno con attenzione e trasparenza in qualità di società benefit.

Come leggerete, è stato un anno di lavoro intenso e ricco di soddisfazioni, che ha visto il coinvolgimento delle prime 7 aziende agricole partner del progetto, la realizzazione del primo prodotto, la bottiglia di olio extravergine d'oliva da 750 ml, e il completamento dell'analisi di carbon footprint della nostra filiera olivicola.

Con la speranza di trasmettervi l'entusiasmo del nostro motto "Eat well, doing good", vi raccontiamo i primi mesi della storia di Boniviri.

CORRADO PATERNÒ CASTELLO
AMMINISTRATORE



02

La storia di Boniviri

La storia di Boniviri nasce in Sicilia dall'unione di forze e intenti di Corrado, Sergio e Alessandra.

Il loro sogno è quello di dare valore al lavoro degli imprenditori agricoli meritevoli, proteggere l'ambiente e dare un senso nuovo al mangiare bene: creare valore.

L'avventura è partita da un'approfondita analisi del territorio, in particolare delle sfide delle imprese agricole locali di eccellenza, e del mercato, sempre più attento a prodotti salutari, eccellenti e sostenibili.

Da questa analisi risulta chiaro che il tassello mancante è un'organizzazione aggregatrice che riesca a valorizzare il lavoro dei produttori eccellenti, attraverso nuovi canali di comunicazione e di vendita e una chiave di lettura rinnovata, basata sulla sostenibilità e la qualità.

Così, il **10 luglio 2020**, viene fondata Boniviri. La società è stata costituita con la qualifica di società benefit, in quanto persegue finalità di beneficio comune e opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, territorio, ambiente e altri portatori di interesse.



In qualità di società benefit, nel proprio statuto societario, Boniviri descrive gli obiettivi sociali e ambientali perseguiti:

- Salvaguardare le piccole aziende agricole italiane di valore rendendole prospere e sostenibili.
- Rendere i prodotti Boniviri il più possibile eco-friendly e di qualità, attraverso l'azzeramento delle emissioni di gas serra e la riduzione degli sprechi della produzione e del packaging
- Avvicinare il mondo di chi coltiva a quello di chi consuma attraverso la sostenibilità.

Oltre ad essere una società benefit, Boniviri è una startup innovativa perché sviluppa soluzioni digitali innovative che consentono di:

- migliorare le pratiche di coltivazione dei produttori in chiave di sostenibilità e produttività
- tracciare i prodotti lungo la filiera produttiva
- misurare, ridurre e mitigare gli impatti ambientali della produzione
- raccogliere le opinioni e le priorità dei produttori e dei consumatori in maniera partecipativa

I primi mesi di lavoro, durante **l'estate 2020**, sono stati dedicati alla ricerca delle prime aziende agricole partner. In Italia, le piccole imprese agricole soffrono condizioni avverse come l'incremento dei costi di produzione, i rischi legati ai cambiamenti climatici e la difficoltà di vendere i propri prodotti ad un prezzo equo a causa dell'alta competitività del mercato e dei prodotti esteri. Attraverso il proprio modello, Boniviri vuole sostenere le piccole imprese agricole artefici di prodotti alimentari eccezionali (i "Boniviri"), diventando parte attiva della filiera e mettendo in comunicazione diretta i due estremi: chi produce prodotti di grande qualità in maniera etica e chi desidera acquistare prodotti alimentari eccellenti, avendo sicurezza dell'origine e volendo contribuire ad un'economia più equa e sostenibile. La ricerca ha portato a selezionare 7 aziende agricole locali, distribuite sul territorio siciliano, le quali hanno firmato l'accordo quadro di Boniviri e si sono impegnate in un percorso di qualità e sostenibilità comune.

Nel mese di **settembre** è stato studiato attentamente il packaging del primo prodotto Boniviri, la bottiglia di olio extravergine d'oliva da 750 ml. A questo fine, è stato ripensato il packaging tradizionale, tenendo solo i componenti necessari e semplificando la complessità che spesso viene dettata da esigenze di marketing. Le scelte sono partite da un obiettivo: selezionare i migliori materiali per qualità e sicurezza, in ottica di sostenibilità e riduzione degli sprechi.

È stato inoltre sviluppato il sito web di Boniviri che contiene le storie delle aziende agricole partner, diverse sezioni dedicate ai temi di qualità e sostenibilità, tra cui il blog "L'Oleoteca", e che includerà un meccanismo di tracciabilità dei prodotti.

Nel mese di **ottobre**, è stato avviato un test di mercato su una tiratura limitata di bottiglie. Ai primi clienti, gli *Ambassador Boniviri*, è stato chiesto un feedback sul prodotto che ha portato ad affinare diverse componenti del packaging e della logistica dell'azienda. Inoltre, è stata svolta un'analisi della **carbon footprint** di una bottiglia d'olio Boniviri, coinvolgendo un'azienda agricola e un frantoio partner del progetto.

A **novembre e dicembre** sono iniziate le vendite delle bottiglie di olio Boniviri e sono stati introdotti nuovi prodotti a catalogo come le spezie.



GOVERNANCE DI BONIVIRI

La governance di Boniviri è composta dai suoi tre soci fondatori:



Corrado Paternò Castello

Gestione strategica
e amministrativa.

Corrado ha maturato diverse esperienze di consulenza aziendale e management in materia di sostenibilità e impatto sociale, gestendo un progetto in agricoltura sostenibile finanziato dall'Unione Europea e lavorando a stretto contatto con diverse imprese multinazionali. È il coordinatore delle attività e il responsabile della strategia sociale e ambientale di Boniviri.



Sergio Sallicano

Selezione e gestione dei
partner Boniviri e controllo
qualità dei prodotti.

Sergio cura la gestione dell'azienda agricola di famiglia da più di 8 anni e ha maturato esperienza nella coltivazione di olive, mandorle e agrumi. È responsabile dei rapporti con le aziende agricole partner di Boniviri, supportandole lungo tutte le fasi di coltivazione e produzione.



Alessandra Tranchina

Progettazione e
sviluppo comunicazione.

Alessandra ha alle spalle diverse esperienze nell'editoria e nella progettazione grafica, ma nel cuore ci sono soprattutto due progetti partecipativi che hanno avuto come protagonisti gli abitanti storici di uno dei luoghi simbolo di Palermo, la Vucciria. È responsabile della comunicazione e del marketing di Boniviri.

La società Boniviri ha la qualifica di società benefit e ha formalizzato in statuto i propri obiettivi sociali e ambientali. Il soggetto responsabile delle funzioni e dei compiti volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune della società Boniviri è l'Amministratore, Corrado Paternò Castello.

Il team di Boniviri si riunisce almeno due volte l'anno per discutere dei risultati sociali, ambientali ed economici dell'iniziativa.

A partire dal 2021, il team svolgerà inoltre almeno due incontri in plenaria con i propri coltivatori partner durante l'anno e raccoglie le opinioni dei propri consumatori riguardo alla propria strategia di impatto sociale e ambientale almeno una volta l'anno.

Boniviri ha sviluppato il proprio Piano di Gestione del beneficio comune, chiamato "Impact Map", dove esplicita in maniera dettagliata gli obiettivi di creazione di valore sociale definiti in statuto. Il documento, riportato al capitolo "Un percorso verso la creazione di valore sociale: l'Impact Map" è aggiornato ogni tre anni.



03

I “Boniviri” e le prime 7 aziende partner

La ricerca delle aziende agricole di Boniviri è iniziata nella primavera 2020 e si è concentrata su quelle aventi le seguenti caratteristiche:



Qualità

Sono creatrici di prodotti eccellenti sotto il profilo qualitativo e gastronomico



Missione

Si impegnano in un percorso di sostenibilità e impatto sociale



Obiettivo

Con il loro lavoro sono custodi di valori e patrimoni locali

LE PRIME ECCELLENZE

Azienda Agricola Sallicano Marianna



Noto

Fattorie Romeo del Castello



Randazzo

Azienda Agricola Bonfanti



Noto

Società Agricola Le Sette Aje



Santa Margherita di Belice

Sari - Azienda Agricola



Trecastagni

Terre sul Dirillo Società Agricola



Chiaramonte Gulfi

Azienda Agricola Virzì



Cesarò

Con l'obiettivo di garantire che i partner seguano gli stessi standard di qualità e sostenibilità, Boniviri segue i produttori durante tutti i processi di coltivazione e ha avviato i lavori di sviluppo di un Protocollo condiviso di Qualità e Sostenibilità e una piattaforma digitale utile a mappare le loro performance di produttività e sostenibilità.

04

Come lavora Boniviri

Il modello di Boniviri prevede l'acquisto di prodotti di alta qualità, salutari e sostenibili da coltivatori di eccellenza (i "Boniviri", persone di valore), impegnandoli e coinvolgendoli in un percorso verso obiettivi di sostenibilità comuni e sostenendo la prosperità delle loro aziende agricole. Nel farlo, Boniviri ripensa l'intera filiera, dalla produzione al packaging dei prodotti, in ottica eco-friendly e responsabile, azzerando l'impronta di carbonio dei prodotti tramite progetti di riforestazione, in Italia, con il supporto di partner certificati.

Essere creatori di un prodotto di eccellenza non è facile, commercializzarlo con successo lo è ancora di meno. Per questo Boniviri, attraverso un **accordo quadro**, acquista i prodotti dai propri coltivatori corrispondendo loro prezzi equi e si prende cura delle scelte e dei costi di packaging, commercializzazione e marketing, in ottica di sostenibilità e qualità. È una differenza fondamentale rispetto ad un normale distributore o rivenditore di prodotti, in quanto Boniviri si assume un rischio di impresa acquistando parte dei prodotti senza ricorrere a forme come il conto vendita che non prevede il pagamento anticipato della merce. Boniviri è, dunque, una soluzione win-win per gli imprenditori agricoli di eccellenza, un'occasione per trovare nuovi canali di mercato e un acceleratore di buone pratiche di sostenibilità e qualità.

Le regole di qualità

Boniviri prevede una serie di regole di qualità condivise dalle aziende agricole partner per la produzione dell'olio:

1. Raccogliere le olive nel momento di giusta maturazione (anche qualora questa scelta comporti una resa minore)
2. Molire il giorno stesso della raccolta in modo da mantenere tutte le proprietà delle olive raccolte
3. Richiedere ai frantoi partner (o assicurare in caso di frantoio proprio) la pulizia delle macchine rispetto alle olive che sono state trattate precedentemente in modo da evitare contaminazioni
4. Utilizzare in frantoio processi meccanici a freddo così da preservare le proprietà dell'olio
5. Conservare l'olio al riparo dalla luce e dal calore e preservarlo da processi di ossidazione

05

UN PERCORSO VERSO LA CREAZIONE
DI VALORE SOCIALE:

Impact map

Boniviri ha sviluppato il proprio Piano di Gestione del beneficio comune, chiamato "Impact Map", dove esplicita in maniera dettagliata gli obiettivi di creazione di valore sociale e ambientale definiti in statuto.

L'identificazione degli obiettivi è un'attività che la società benefit deve sviluppare nel primo esercizio, in relazione al beneficio comune specificato nell'atto costitutivo. Boniviri ha identificato la propria missione e gli obiettivi a lungo termine che vuole contribuire a raggiungere (goal), in relazione ai SDGs (gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite). Attraverso la metodologia della Teoria del Cambiamento, ha descritto i risultati necessari affinché si realizzino tali obiettivi (outcome), oltre alle attività e i relativi risultati che dovrà eseguire per realizzarli (output e attività).

I goals e gli outcome sono nella sfera di influenza di Boniviri (ovvero possono esserci agenti e circostanze esterne che influiscono sul loro raggiungimento), mentre output e attività sono sotto la sfera di controllo di Boniviri. Questa rappresentazione offre una visione dettagliata e organica degli obiettivi sociali e ambientali che Boniviri si è prefissata di raggiungere nel proprio statuto e chiarisce il percorso da intraprendere nel corso degli anni per raggiungere tali obiettivi.



Missione e obiettivi di sviluppo sostenibile

Mission

Sviluppare prodotti alimentari sani e di alta qualità a lunga conservazione - in primo luogo l'olio extravergine di oliva - creando valore sociale e ambientale insieme a chi compra e produce.

SDGs



Goal

1 Salvaguardare le piccole aziende agricole italiane di valore rendendole prospere e sostenibili.

2 Rendere i prodotti Boniviri il più possibile eco-friendly e di qualità.

3 Avvicinare il mondo di chi coltiva a quello di chi consuma attraverso la sostenibilità.

Outcome

1.1 Rafforzare la stabilità economica e le competenze delle piccole imprese agricole partner di Boniviri in ottica di sostenibilità.

2.2 Fare in modo che i prodotti Boniviri siano eco-friendly e il loro packaging sia smaltito correttamente, in ottica di sostenibilità e riduzione degli sprechi.

3.2 Fare partecipare coltivatori e consumatori ai processi decisionali di Boniviri legati alla sostenibilità.

Output

1.1.1 Nuovo canale di vendita offerto alle aziende agricole partner.

1.1.2 Supporto metodologico e formativo offerto alle aziende agricole sui temi di qualità, produttività e sostenibilità.

1.1.3 Fornire uno strumento gestionale alle aziende agricole per produttività e sostenibilità.

1.1.3.1 Offrire attività di supporto lungo le fasi produttive e opportunità di confronto metodologico con altre aziende.

1.1.3.2 Creare un protocollo di sostenibilità e qualità per le aziende agricole.

1.1.3.3

1.1.1.1 Creazione delle-commerce e dei prodotti di Boniviri.

1.1.1.2 Acquistare i prodotti alimentari ad un prezzo equo*.

1.1.1.3 Compravendita delle aziende agricole partner e firma dell'accordo quadro.

1.1.1.4 Supporto metodologico e formativo offerto alle aziende agricole partner.

1.1.1.5 Fornire uno strumento gestionale alle aziende agricole per produttività e sostenibilità.

1.1.1.6 Offrire attività di supporto lungo le fasi produttive e opportunità di confronto metodologico con altre aziende.

1.1.1.7 Creare un protocollo di sostenibilità e qualità per le aziende agricole.

1.1.1.8

1.1.1.9

1.1.1.10

1.1.1.11

1.1.1.12

1.1.1.13

1.1.1.14

1.1.1.15

1.1.1.16

1.1.1.17

1.1.1.18

1.1.1.19

1.1.1.20

1.1.1.21

1.1.1.22

1.1.1.23

1.1.1.24

1.1.1.25

1.1.1.26

1.1.1.27

1.1.1.28

1.1.1.29

1.1.1.30

1.1.1.31

1.1.1.32

1.1.1.33

1.1.1.34

1.1.1.35

1.1.1.36

1.1.1.37

1.1.1.38

1.1.1.39

1.1.1.40

1.1.1.41

1.1.1.42

1.1.1.43

1.1.1.44

1.1.1.45

1.1.1.46

1.1.1.47

1.1.1.48

1.1.1.49

1.1.1.50

1.1.1.51

1.1.1.52

1.1.1.53

1.1.1.54

1.1.1.55

1.1.1.56

1.1.1.57

1.1.1.58

1.1.1.59

1.1.1.60

1.1.1.61

1.1.1.62

1.1.1.63

1.1.1.64

1.1.1.65

1.1.1.66

1.1.1.67

1.1.1.68

1.1.1.69

1.1.1.70

1.1.1.71

1.1.1.72

1.1.1.73

1.1.1.74

1.1.1.75

1.1.1.76

1.1.1.77

1.1.1.78

1.1.1.79

1.1.1.80

1.1.1.81

1.1.1.82

1.1.1.83

1.1.1.84

1.1.1.85

1.1.1.86

1.1.1.87

1.1.1.88

1.1.1.89

1.1.1.90

1.1.1.91

1.1.1.92

1.1.1.93

1.1.1.94

1.1.1.95

1.1.1.96

1.1.1.97

1.1.1.98

1.1.1.99

1.1.1.100

1.1.1.101

1.1.1.102

1.1.1.103

1.1.1.104

1.1.1.105

1.1.1.106

1.1.1.107

1.1.1.108

1.1.1.109

1.1.1.110

1.1.1.111

1.1.1.112

1.1.1.113

1.1.1.114

1.1.1.115

1.1.1.116

1.1.1.117

1.1.1.118

1.1.1.119

1.1.1.120

1.1.1.121

1.1.1.122

1.1.1.123

1.1.1.124

1.1.1.125

1.1.1.126

1.1.1.127

1.1.1.128

1.1.1.129

1.1.1.130

1.1.1.131

1.1.1.132

1.1.1.133

1.1.1.134

1.1.1.135

1.1.1.136

1.1.1.137

1.1.1.138

1.1.1.139

1.1.1.140

1.1.1.141

1.1.1.142

1.1.1.143

1.1.1.144

1.1.1.145

1.1.1.146

1.1.1.147

1.1.1.148

1.1.1.149

1.1.1.150

1.1.1.151

1.1.1.152

1.1.1.153

1.1.1.154

1.1.1.155

1.1.1.156

1.1.1.157

1.1.1.158

1.1.1.159

1.1.1.160

1.1.1.161

1.1.1.162

1.1.1.163

1.1.1.164

1.1.1.165

1.1.1.166

1.1.1.167

1.1.1.168

1.1.1.169

1.1.1.170

1.1.1.171

1.1.1.172

1.1.1.173

1.1.1.174

1.1.1.175

1.1.1.176

1.1.1.177

1.1.1.178

1.1.1.179

1.1.1.180

1.1.1.181

1.1.1.182

1.1.1.183

1.1.1.184

1.1.1.185

1.1.1.186

1.1.1.187

1.1.1.188

1.1.1.189

1.1.1.190

1.1.1.191

1.1.1.192

1.1.1.193

1.1.1.194

1.1.1.195

1.1.1.196

1.1.1.197

1.1.1.198

1.1.1.199

1.1.1.200

1.1.1.201

1.1.1.202

1.1.1.203

1.1.1.204

1.1.1.205

1.1.1.206

1.1.1.207

1.1.1.208

1.1.1.209

1.1.1.210

1.1.1.211

1.1.1.212

1.1.1.213

1.1.1.214

1.1.1.215

1.1.1.216

1.1.1.217

1.1.1.218

1.1.1.219

1.1.1.220

06

I risultati del 2020

Questo capitolo ha l'obiettivo di rendicontare lo stato di avanzamento annuale rispetto agli obiettivi definiti in statuto ed esplicitati nell'Impact Map di Boniviri.

1 GOAL

Salvaguardare le piccole aziende agricole italiane di valore rendendole prospere e sostenibili

Durante il 2020, Boniviri ha coinvolto le prime 7 aziende agricole partner del progetto, con cui ha firmato l'Accordo Quadro, il documento che disciplina il rapporto commerciale e l'impegno verso il percorso di sostenibilità e qualità.

In particolare, con il suo modello di business, Boniviri acquista parte della produzione dell'azienda agricola ad un prezzo "equo". Tale prezzo dipende da diversi fattori e può variare per ogni annata a seconda delle quantità di produzione e delle qualità. Per questa ragione, ogni anno Boniviri ne discute con i coltivatori e frantoiani, stabilendo un prezzo da loro ritenuto giusto per il lavoro e i prodotti realizzati. L'Accordo Quadro disciplina, inoltre, una parte di produzione che i produttori si impegnano a tenere da parte per Boniviri.

Durante il 2020, Boniviri ha acquistato 463,5 litri di olio extravergine d'oliva (pari a 618 bottiglie da 750 ml) e poco più di 100 chili di spezie (1.062 piccole confezioni di spezie di circa 10 grammi l'una). Ai fini di tale rendicontazione vengono considerati gli acquisti nell'anno solare utilizzati per tutte le finalità dell'azienda, incluso il campionario.



La scelta strategica di acquistare i prodotti immediatamente dai coltivatori, senza ricorrere ad accordi commerciali come il “conto vendita”, costituisce un rischio di business per Boniviri, ma è ritenuta fondamentale per il perseguimento dell’obiettivo sociale del garantire prosperità e sostenibilità economica alle aziende agricole. Allo stesso modo, Boniviri acquista il packaging dei propri prodotti (ad esempio bottiglie, etichette, tappi, box) e si assume totalmente il rischio di commercializzazione dei prodotti, permettendo ai coltivatori di concentrarsi sulla creazione di prodotti di alta qualità.

Durante il 2020, Boniviri ha creato il proprio sito e-commerce, sviluppato dal partner tecnico Flazio. Il sito web include una sezione dedicata alle aziende agricole partner del progetto, dove sono raccontate le loro storie, descritte le peculiarità dei loro prodotti e presentate le fotografie del loro lavoro scattate in campagna dal team Boniviri.

Durante gli ultimi mesi del 2020, Boniviri ha iniziato a lavorare sulla creazione di un protocollo di qualità e sostenibilità per la propria filiera. A questo scopo, è stata svolta un’analisi di benchmark di documenti di settore e trend del settore agri-food volta ad evidenziare una lunga lista di temi potenzialmente rilevanti da includere nel documento.

Durante il 2021, sia i coltivatori partner che i primi consumatori di Boniviri saranno chiamati a valutare tali temi, selezionando i più rilevanti da includere nel protocollo. Successivamente, Boniviri svolgerà una serie di incontri con i coltivatori partner per finalizzare il documento e le relative raccomandazioni. Il primo incontro con i coltivatori Boniviri, che sarà anche l’occasione per un confronto metodologico con altre aziende, è stato fissato per febbraio 2021.

Inoltre, Boniviri è stata selezionata come caso studio pilota per lo sviluppo di uno standard di sostenibilità per il settore dell’olio d’oliva nell’ambito di un progetto realizzato dal Dipartimento di Scienze e Tecnologie Alimentari per una Filiera Agroalimentare Sostenibile (DiSTAS) dell’Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza. Nell’ambito di questo progetto, in linea con gli obiettivi sociali e ambientali di Boniviri, con particolare riguardo allo sviluppo del Protocollo di Qualità e Sostenibilità, Boniviri sottoporrà a una selezione dei suoi coltivatori partner un questionario contenente i requisiti che faranno parte dello standard.

Fornire stabilità economica e rafforzare le competenze delle piccole imprese agricole partner di Boniviri in ottica di sostenibilità

Outcomes

Nel 2021 verrà sottoposto un questionario relativo all'influenza di Boniviri sulla prosperità e le competenze delle aziende agricole partner

Nuovo canale di vendita offerto alle aziende agricole partner

Creato l'e-commerce di Boniviri e coinvolte 7 aziende agricole nel progetto

Outputs

Prodotti alimentari acquistati da Boniviri ad un prezzo equo

Acquistati 463,5 litri di olio e circa 100 chili di spezie ad un prezzo equo

Supporto metodologico e formativo offerto alle aziende agricole sui temi di qualità, produttività e sostenibilità

La creazione dello strumento gestionale è prevista per il 2022-2023. Fissato il primo incontro tra i Boniviri per febbraio 2021. Avviati contatti per la creazione di un ecosistema di servizi per i Boniviri. Avviati i lavori per il protocollo di qualità e sostenibilità.

2 GOAL

Rendere i prodotti Boniviri il più possibile eco-friendly e di qualità

OUTCOME 2.1: AZZERARE LE EMISSIONI DI GAS SERRA DEI PRODOTTI BONIVIRI

Le emissioni di gas serra, responsabili principali del fenomeno del riscaldamento globale, sono causa di eventi climatici estremi come alluvioni, siccità, desertificazione, ondate di caldo e di freddo.

Nonostante l'agricoltura continui a svolgere un insostituibile ruolo di mitigazione, i prodotti agricoli, tramite il loro intero ciclo di vita, possono contribuire negativamente al problema del cambiamento climatico. L'analisi del ciclo di vita degli oli extra vergine d'oliva, ad esempio, ha messo in evidenza che tra le fasi maggiormente impattanti della filiera ci sono quelle legate alla coltivazione delle olive, alla produzione dei materiali d'imballaggio e alla distribuzione del prodotto finito.

Durante il 2020, Boniviri ha svolto un'analisi sulla propria catena del valore dell'olio extravergine d'oliva, coinvolgendo una delle aziende agricole partner e uno dei frantoi con l'obiettivo di quantificare le emissioni di gas serra generate lungo la filiera. Dal momento che le filiere di Boniviri sono molto simili in termini di tecniche di coltivazione, distanza dal frantoio e tipo di lavorazione in frantoio, il calcolo di una filiera è rappresentativo della catena di fornitura tipica di Boniviri. Nei prossimi anni Boniviri, in ogni caso, coinvolgerà anche le altre aziende agricole nella raccolta dati.

Il lavoro è stato svolto attraverso un questionario che ha coinvolto l'azienda agricola Sallicano Marianna, di Noto, e il frantoio partner Ruta, di Castelluccio. Sono stati raccolti i dati relativi a tutti i passaggi produttivi delle bottiglie di olio, dai consumi di carburante del trattore ai consumi energetici del frantoio, dalle lavorazioni in campagna al trasporto verso il consumatore finale e il successivo smaltimento degli imballaggi.

I DATI RACCOLTI SONO STATI ELABORATI INTERNAMENTE DAL TEAM DI BONIVIRI E IMPUTATI NEL SOFTWARE CLIMATE IMPACT FORECAST. I RISULTATI DELL'ANALISI HANNO PERMESSO DI CALCOLARE L'IMPATTO DI UNA BOTTIGLIA DA 750 ML DI OLIO EXTRAVERGINE BONIVIRI PARI A 2,88 KG CO2 EQUIVALENTE.



1 2 3 4 5 Report the carbon footprint

Save this version, and rework it as your startup progresses.

Extraction							
+ 🗑️	Diesel low-sulphur including combustion *	▼	3.66 per kg	0,201192643	k	▼	0.7364
+ 🗑️	Manganese	▼	73.12 per kg	0,00149782	k	▼	0.1095
+ 🗑️	boron fertilizer		33,5 per kg	0,00149782	k	▼	0.05018
+ 🗑️	cattle manure		0,028 per kg	3,195348837	k	▼	0.09014
+ 🗑️	PP (Polypropylene)	▼	1.634 per kg	0,081381541	k	▼	0.133
Production							
+ 🗑️	Glass bottles, recycled (estimate)	▼	0.64 per kg	540	g	▼	0.3456
+ 🗑️	PE (HDPE, High density Polyethylene)*	▼	2 per kg	6	g	▼	0.012
+ 🗑️	PET amorph*	▼	3.38 per kg	0.8	g	▼	0.0027
+ 🗑️	Paper, woodfree uncoated (virgin paper), FSC	▼	1.21 per kg	3	g	▼	0.00363
+ 🗑️	Board and recycled paper (test liner and flutir	▼	0.5 per kg	167	g	▼	0.0835
+ ⚡	Electricity Industrial Western Europe (ENTSO	▼	0.13 per Mj)	0,43	k	▼	0.2012
+ 🗑️	film HDPE 50 mu	▼	0.11 per m2	0,01997093	n	▼	0.0022
+ 🗑️	Favini Crush Label		0 per g	2	g	▼	0
+ 🗑️	Beech, European FSC/PEFC 710 (kg/m3)	▼	0.0499 per kg	0,0399	k	▼	0.00199
+ 🗑️	PP (Polypropylene)	▼	1.634 per kg	0,2996	g	▼	0.00049
+ 🗑️	Sodium sulphate	▼	3.128 per kg	1,029831983	g	▼	0.00322
+ 🗑️	detergent		0,317 per g	0,411932793	g	▼	0.1306
Transport							
+ 🚛	Truck+container, 28 tons net (min weight/vol	▼	0.07 per ton	2,829825	tl	▼	0.1981
+ 🚛	Tractor (240 pk)*	▼	0.07 per ton	0,280791279	tl	▼	0.01966
Waste							
+ 🗑️	Glass bottles, recycled (estimate)	▼	0.6404 per kg	76,14	g	▼	0.04876
+ 🗑️	PE (HDPE, High density Polyethylene)	▼	1.804 per kg	0,77	g	▼	0.00139
+ 🗑️	Board and recycled paper (test liner and flutir	▼	0.3224 per kg	22,33	g	▼	0.0072
+ 🗑️	PET amorphous	▼	2.117 per kg	0,10	g	▼	0.00021
+ 🗑️	Paper, woodfree uncoated (virgin paper), FSC	▼	1.208 per kg	0,43	g	▼	0.00052
+ 🗑️	film HDPE 50 mu	▼	0.09408 per m2	0,339505814	n	▼	0.03194
+ 🗑️	Paper, woodfree uncoated (virgin paper), FSC	▼	1.208 per kg	2	g	▼	0.00242
Recycling							
+ 🗑️	Glass bottles, recycled (estimate)	▼	0.6404 per kg	463,86	g	▼	0.297
+ 🗑️	PE (HDPE, High density Polyethylene)	▼	1.804 per kg	5,23	g	▼	0.00944
+ 🗑️	Board and recycled paper (test liner and flutir	▼	0.3224 per kg	149	g	▼	0.04804
+ 🗑️	PP (Polypropylene)	▼	1.634 per kg	0,0814	k	▼	0.133
+ 🗑️	PET amorphous	▼	2.117 per kg	0,70	g	▼	0.00148
+ 🗑️	Paper, woodfree uncoated (virgin paper), FSC	▼	1.208 per kg	144,33	g	▼	0.1744
Reuse							
+ 🗑️	Beech, European FSC/PEFC 710 (kg/m3)	▼	0.0499 per kg	0,0399	k	▼	0.00199
+ 🗑️	PP (Polypropylene)	▼	1.634 per kg	0,2996	g	▼	0.00049

Boniviri's total impact per year		Carbon footprint CO ₂ eq.
eco-costs of human health euro	unknown	Impact per glass bottle of 0,75 l of EVO oil
eco-costs of eco-toxicity euro	unknown	
		2.882 kg

L'impegno a ridurre le emissioni

L'impegno di Boniviri è di ridurre le emissioni di gas serra attraverso scelte consapevoli che riguardano la produzione, la trasformazione e il trasporto dei prodotti. Durante il 2020 le azioni di riduzione delle emissioni si sono concentrate su scelte di packaging, come la bottiglia da 750ml prodotta in Sicilia, in prossimità dei luoghi di produzione dell'olio, e la scelta dell'etichetta realizzata da Favini con scarti agroalimentari e carbon footprint ridotta del 20% rispetto ad una etichetta tradizionale. Negli anni a venire, Boniviri coinvolgerà i propri coltivatori e frantoi partner in azioni di riduzione delle emissioni nelle fasi di coltivazione e produzione.

L'impegno a compensare le emissioni

Durante il 2021, le emissioni generate dai prodotti Boniviri saranno compensate tramite progetti di riforestazione in Italia. A tal fine è stato selezionato il partner che si occuperà della attività di riforestazione, l'ente no profit Rete Clima.

Le emissioni generate nel 2020 che saranno compensate sono pari a 1.779,84 kg CO2 eq. per l'olio extravergine d'oliva e 10,12 kg CO2 eq. per le spezie.

Il dato relativo all'impatto emissivo dell'olio è stato calcolato tramite la carbon footprint di Boniviri, mentre il dato relativo alle spezie è stimato grazie ai dati forniti da MUGO Climate.



2.1 Azzerare le emissioni di gas serra dei prodotti Boniviri

Le emissioni generate nel 2020 dai prodotti Boniviri sono pari a 1.779,84 kg CO2 eq. per l'olio extravergine d'oliva e 10,12 kg CO2 eq. per le spezie. Verranno compensate tramite progetti di riforestazione in Italia.

Emissioni di gas serra evitate

È stata scelta l'etichetta Favini Crush con carbon footprint ridotta del 20% e la bottiglia da 750 ml prodotta in Sicilia, in prossimità dei luoghi di produzione, al fine di ridurre l'impatto dei trasporti.



Emissioni di gas serra compensate

Le emissioni prodotte da Boniviri verranno compensate dal partner Rete Clima tramite progetti di riforestazione in Italia nel corso del 2021.

OUTCOME 2.2: FARE IN MODO CHE I PRODOTTI BONIVIRI SIANO ECO-FRIENDLY E IL LORO PACKAGING SIA SMALTITO CORRETTAMENTE, IN OTTICA DI SOSTENIBILITÀ E RIDUZIONE DEGLI SPRECHI.

Il packaging dell'olio extravergine d'oliva rappresenta un'interessante sfida sotto il profilo della sostenibilità. A questo proposito, i criteri di scelta del packaging di Boniviri sono legati a considerazioni di diversa natura, come il peso, la sostenibilità all'origine dei materiali, la riciclabilità degli stessi e le proprietà di conservazione dell'olio.

Nello scegliere il packaging giusto, Boniviri ha ripensato alle scelte tradizionali, tenendo solo i componenti necessari e semplificando la complessità che spesso viene dettata da esigenze di marketing. Le scelte sono partite da un obiettivo: selezionare i migliori materiali per qualità e sicurezza, in ottica di sostenibilità e riduzione degli sprechi.

La prima scelta riguarda il contenitore per eccellenza: il vetro. Sebbene un materiale più pesante rispetto alla plastica e all'alluminio (e quindi più impattante a livello di emissioni di gas serra legati ai trasporti), il vetro è il miglior materiale per conservare l'olio perché è inerte e non permette il passaggio di componenti tra il contenitore e il contenuto (come, ad esempio, fa la plastica).

In questo caso la scelta si è basata sulla qualità e la sicurezza. Tuttavia, al fine di ridurre le emissioni di gas serra, si è scelto di acquistare le bottiglie dalla vetreria più vicina possibile alla sede operativa di Boniviri, situata a Marsala, in Sicilia, così da ridurre l'impatto dei trasporti. Per ridurre il rapporto tra contenuto e contenitore (product-to-packaging ratio), rispetto alla bottiglia da mezzo litro, è stata scelta una bottiglia da 750 ml, del peso di poco più di 500 grammi, realizzata con un'alta percentuale di vetro riciclato. Un compromesso che mette insieme qualità e sostenibilità.

La seconda scelta riguarda il tappo. Ne è stato scelto uno di materiale plastico che permette di versare l'olio comodamente, di colore chiaro e quindi facilmente riciclabile. È un tappo certificato per utilizzo con olio e garantisce una conservazione ottimale e sicura, riducendo il rischio di bottiglie difettose. La scelta di un tappo in sughero è infatti potenzialmente più sostenibile all'origine, ma potrebbe causare più bottiglie difettose e quindi maggiori sprechi di prodotto. Sopra al tappo, come sigillo, è stata scelta una capsula in PET trasparente (invece che la classica in PVC), da riciclare nella raccolta differenziata plastica, insieme al tappo.

L'etichetta è forse l'elemento più distintivo del packaging eco-friendly di Boniviri: è in carta FSC della linea Favini Crush, realizzata con sottoprodotti di lavorazioni agro-industriali (in questo caso olive) che sostituiscono fino al 15% della cellulosa proveniente da albero. La sua carbon footprint è ridotta del 20% rispetto ad una etichetta tradizionale. È stato scelto di evitare sprechi di inchiostro, scegliendo un unico colore di stampa, e di concentrare le informazioni in una unica etichetta centrale, così da ridurre lo sfrido di stampa e semplificare le operazioni di etichettatura.

Spesso le bottiglie di olio vengono vendute all'interno di protezioni antiurto in materiale plastico. Boniviri ha scelto di evitarlo, optando per un box in solo cartone con una speciale tecnologia ad alveare che consente di proteggere le bottiglie trasportate al suo interno.

Grazie a queste scelte, Boniviri si è aggiudicata il "Premio Speciale Green" al Concorso di packaging e innovazione "Le forme dell'olio 2021". Al prestigioso concorso, Boniviri ha ottenuto anche il Premio Bronzo nelle categorie Oli Gourmet e Linea commerciale Oli Gourmet per la qualità dei suoi oli.

Riguardo alle spezie, Boniviri ha selezionato una bustina in plastica biodegradabile e compostabile e un'etichetta realizzata con scarti agroalimentari.

Le informazioni sul corretto smaltimento dei prodotti sono indicate in tutte le etichette Boniviri e su una pagina del sito web di Boniviri, dove vengono anche descritti gli obiettivi del progetto, le scelte di packaging e i consigli di smaltimento. Nel 2020, 271 persone hanno consultato questa pagina.

La sostenibilità dei prodotti non passa solamente dal packaging scelto, ma soprattutto dal contenuto.

Tutte le aziende agricole partner di Boniviri rispettano la natura nella gestione dei propri raccolti, evitando l'utilizzo di sostanze chimiche e promuovendo una gestione sostenibile del suolo.

Cinque delle sette aziende agricole sono certificate per agricoltura biologica, una è in fase di transizione verso il biologico e una segue un protocollo agro-omeopatico.

I prodotti scelti da Boniviri sono inoltre stati selezionati al fine di promuovere la biodiversità del territorio. Durante il 2020 Boniviri ha selezionato 8 diverse tipologie di spezie e 6 diverse varietà di olio extravergine d'oliva. In particolare, ognuno dei coltivatori di olio Boniviri ha sviluppato un prodotto che rispecchia le cultivar tradizionali del territorio in cui la propria azienda affonda le radici. Tra le cultivar presenti nei diversi oli Boniviri si elencano Nocellara Etnea, Nocellara del Belice, Tonda Iblea, Biancolilla, Moresca, Ogliarola Messinese e Verdello.



I premi aggiudicati per il concorso Olio Officina 2021

Riepilogo dei KPI monitorati

2.2 Fare in modo che i prodotti Boniviri siano eco-friendly e il loro packaging sia smaltito correttamente, in ottica di sostenibilità e riduzione degli sprechi.

Nel 2020 Boniviri ha realizzato due linee di prodotti eco-friendly (olio e spezie) scegliendo e valorizzando varietà tipiche del territorio.

Nel 2022 verrà sottoposto un questionario ai consumatori Boniviri per mappare lo smaltimento del packaging.

2.2.1

Packaging eco-friendly realizzato

Boniviri ha realizzato due packaging eco-friendly nel 2020, uno per l'olio in formato 750 ml e uno per le spezie.

2.2.2

Prodotti alimentari acquistati in ottica di biodiversità e protezione delle coltivazioni tipiche del territorio

Durante il 2020 Boniviri ha selezionato 8 diverse tipologie di spezie e 6 diverse tipologie di olio extravergine d'oliva, contenenti 7 cultivar diverse tipiche del territorio siciliano.

2.2.3

Prodotti alimentari acquistati da aziende che seguono un protocollo di rispetto della natura (es. biologico ma non solo)

Tutte le aziende agricole partner di Boniviri rispettano la natura nella gestione dei propri raccolti. 5 delle 7 aziende agricole sono certificate per agricoltura biologica, 1 è in fase di transizione verso il biologico e 1 segue il protocollo agro-omeopatico

2.2.4

Consumatori di Boniviri a cui è stato comunicato il corretto smaltimento dei rifiuti

Durante il 2020 Boniviri ha selezionato 8 diverse tipologie di spezie e 6 diverse tipologie di olio extravergine d'oliva, contenenti 7 cultivar diverse tipiche del territorio siciliano.

2.2.1.1

Ricerca e acquistare un packaging sostenibile all'origine e riciclabile, senza scendere a compromessi con la qualità.

2.2.2.1

Acquistare prodotti alimentari tipici che rispettino la biodiversità del territorio

2.2.3.1

Acquistare prodotti alimentari tipici da aziende che seguono un protocollo di rispetto della natura (es. biologico)

2.2.4.1

Svolgere attività di sensibilizzazione dei consumatori sullo smaltimento dei rifiuti.

3 GOAL

Avvicinare il mondo di chi coltiva a quello di chi consuma attraverso la sostenibilità

Uno degli obiettivi di Boniviri è quello di abbattere la barriera informativa tra chi consuma un prodotto e chi lo crea, mettendo in comunicazione i due estremi della filiera agro-alimentare.

Raccontare la storia di chi produce, non solo conferisce dignità al lavoro, ma aiuta il consumatore a prendere scelte consapevoli, conoscendo l'origine, le proprietà nutritive e la storia dei prodotti agroalimentari tipici del territorio italiano.

Attraverso un questionario di 23 domande sottoposto a 356 persone, Boniviri ha analizzato le preferenze di chi consuma, osservando come il 95% vorrebbe un olio proveniente da piccoli produttori italiani di qualità e oltre l'80% è disposto a pagare di più a parità di olio per ricevere informazioni sicure e dettagliate sulla varietà dell'olio, le proprietà per la salute, gli abbinamenti e il produttore.

Per queste ragioni, con l'obiettivo di promuovere i coltivatori e le loro aziende agricole, nel 2020 Boniviri ha creato una sezione del proprio sito web dedicata ai propri coltivatori partner e ha creato canali sociali su Instagram, Facebook e LinkedIn. Inoltre, ha curato la pubblicazione di un blog chiamato "L'Oleoteca". Tutti questi canali di comunicazione sono incentrati sull'obiettivo di avvicinare il mondo di chi consuma a quello di chi coltiva attraverso la narrazione delle iniziative sociali e ambientali promosse da Boniviri per il settore agri-food, la descrizione delle caratteristiche organolettiche e nutritive dei prodotti e il racconto delle storie dei coltivatori partner dell'iniziativa. In futuro, anche agronomi, nutrizionisti e altri esperti saranno invitati a collaborare a tale iniziativa comunicativa.

Nel 2020 la pagina dedicata ai coltivatori sul sito web di Boniviri ha ottenuto 310 visualizzazioni uniche, mentre il blog L'Oleoteca ha ottenuto 97 visualizzazioni. Nel 2020 le pagine social di Boniviri hanno registrato un totale di 921 follower (464 su Facebook, 283 su Instagram e 174 su LinkedIn).

Negli anni a venire, l'e-commerce di Boniviri includerà un meccanismo di tracciabilità dei prodotti con informazioni sui coltivatori e le pratiche di sostenibilità della filiera (attività 3.1.2.1).

Nel 2021 i consumatori di Boniviri verranno coinvolti nel valutare le priorità di sostenibilità da considerare nella attività strategiche di impatto sociale e ambientale della società, a partire dal Protocollo di Qualità e Sostenibilità.

Riepilogo dei KPI monitorati

3 Avvicinare il mondo di chi coltiva a quello di chi consuma attraverso la sostenibilità

3.1

Fare conoscere i coltivatori e le loro aziende agricole a chi consuma

Nel 2020 Boniviri ha creato una pagina web dedicata ai propri coltivatori partner e ha creato sui social network Instagram, LinkedIn e Facebook sui quali racconterà le loro storie e i loro prodotti.

3.2

Fare partecipare coltivatori e consumatori ai processi decisionali di Boniviri legati alla sostenibilità

Boniviri ha avviato un dialogo con i propri consumatori e ambassador e negli anni a venire li coinvolgerà nelle scelte strategiche di sostenibilità.

3.1.1

Visualizzazioni dei coltivatori e delle loro aziende agricole tramite il sito e i canali social di Boniviri

La pagina dedicata ai coltivatori sul sito web di Boniviri ha ottenuto 310 visualizzazioni uniche e il blog L'Oleoteca ha ottenuto 97 visualizzazioni

3.1.2

Meccanismo di tracciabilità della filiera offerto ai consumatori attraverso l'etichetta e il sito

La creazione del meccanismo di tracciabilità è prevista per il 2022-2023

3.2.1

Partecipazioni ai processi di valutazione delle priorità di sostenibilità da parte di consumatori e produttori

Nel 2021 i consumatori di Boniviri verranno coinvolti nella definizione delle priorità per il Protocollo di Qualità e Sostenibilità

3.1.1.1

Dedicare e promuovere una sezione del sito e dei canali social alla presentazione dei coltivatori e delle loro aziende agricole

3.1.2.1

Sviluppare un meccanismo di tracciabilità attraverso l'etichetta e il sito

3.2.1.1

Creare un meccanismo di partecipazione digitale per coltivatori e consumatori per valutare le priorità di sostenibilità di Boniviri.

07

I PROSSIMI OBIETTIVI

Coerentemente con la disciplina normativa delle società benefit, Boniviri ha identificato i nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo. In considerazione del fatto che Boniviri è stata fondata a luglio 2020, non vi sono nuovi obiettivi da segnalare.

Coerentemente con il perseguimento degli obiettivi sociali e ambientali definiti nell'Impact Map di Boniviri, descritti sopra, nel 2021 verranno realizzate le seguenti attività:

1. Due incontri in plenaria con coltivatori partner del progetto, con l'obiettivo di scambiare buone pratiche in campo agricolo e di sviluppare il Protocollo condiviso di Qualità e Sostenibilità
2. Il coinvolgimento di nuove aziende agricole partner (almeno 3)
3. L'avvio dello sviluppo del gestionale di supporto per i coltivatori partner e la creazione di un ecosistema di servizi a loro supporto
4. La definizione delle priorità per il Protocollo di Qualità e Sostenibilità tramite un questionario per i consumatori e una serie di interviste dedicate ai coltivatori partner
5. Lo sviluppo del Protocollo Condiviso di Qualità e Sostenibilità di Boniviri
6. L'avvio dello sviluppo di un meccanismo di tracciabilità per avvicinare il mondo di chi consuma a quello di chi coltiva

Collaborazioni e partnership per la creazione di valore

Al fine di raggiungere i propri obiettivi sociali e ambientali, Boniviri ha stretto partnership e avviato collaborazioni con realtà pubbliche e private affini alla propria missione.

Reteclima

Le emissioni di gas a effetto serra generate dai prodotti Boniviri vengono compensate tramite le attività di riforestazione della no profit Rete Clima.
Sono disponibili qui i dati relativi alle attività portate avanti:
<https://www.reteclima.it/aziende/boniviri/>

Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza

Boniviri è stata selezionata come caso studio pilota per lo sviluppo di uno standard di sostenibilità per il settore dell'olio d'oliva nell'ambito di un progetto realizzato dal Dipartimento di Scienze e Tecnologie Alimentari per una Filiera Agroalimentare Sostenibile (DiSTAS) dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza.

Call For Future Sodalitas

Boniviri è parte di Sodalitas Call for Future, che coinvolge le imprese impegnate in Italia a realizzare azioni per un futuro sostenibile secondo l'Agenda 2030 dell'ONU, e i giovani, cittadini del mondo di domani. Sodalitas Call for Future è un'iniziativa di Fondazione Sodalitas (www.sodalitas.it).

Spinel Kayapó Community

Spinel Kayapó Community è una comunità volta a creare partenariati, trovare opportunità di raccolta fondi, co-creare soluzioni innovative e modelli di business alternativi, unendosi a una task force per progetti condivisi ad impatto sociale.

DGRS Studio Legale

DGRS Studio Legale, una boutique legale specializzata nei servizi per le imprese, supporta Boniviri nella gestione legale dei rapporti con le aziende agricole partner e nello sviluppo del protocollo di qualità e sostenibilità.

Spinel Kayapó Community

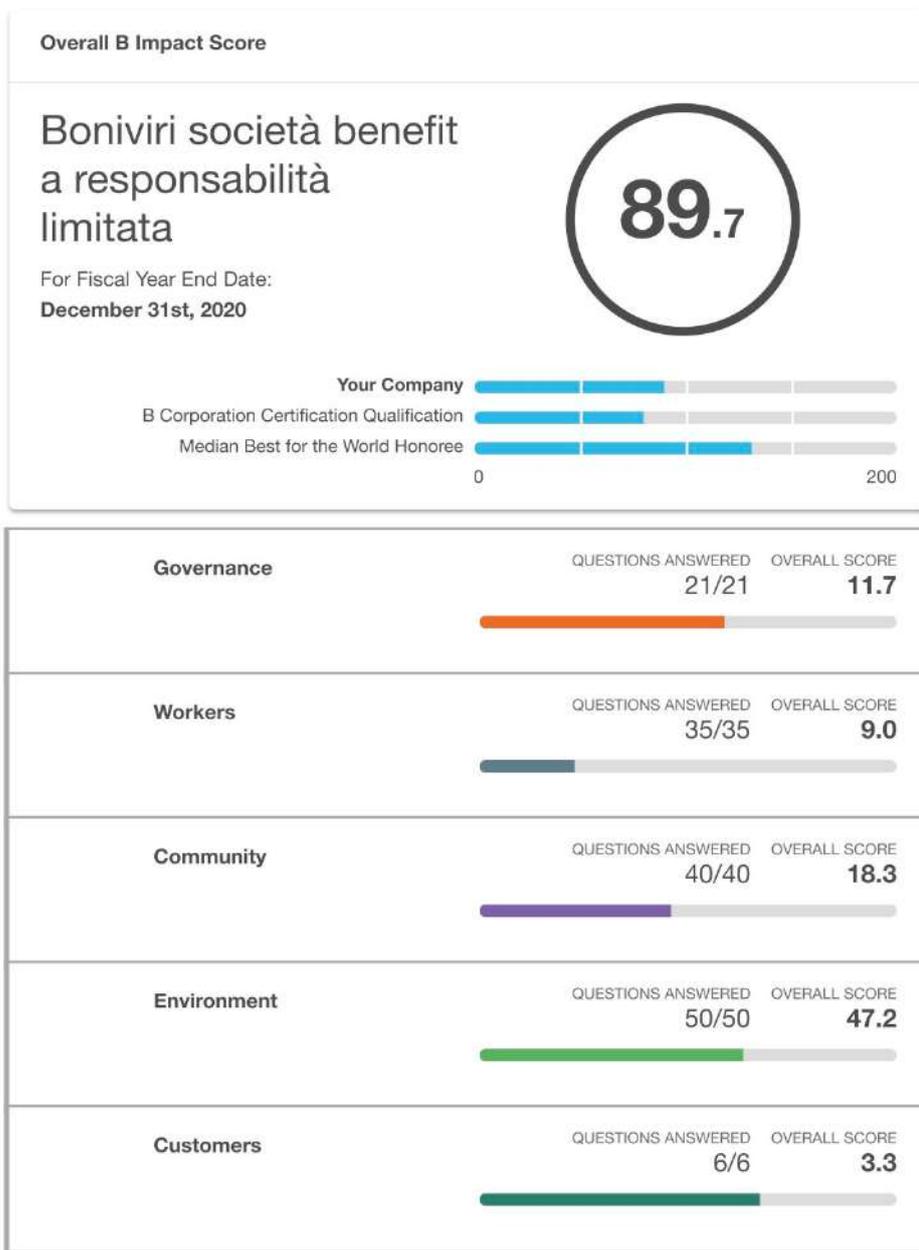
Spinel Kayapó Community è una comunità volta a creare partenariati, trovare opportunità di raccolta fondi, co-creare soluzioni innovative e modelli di business alternativi, unendosi a una task force per progetti condivisi ad impatto sociale.

Il B Impact Assessment

Al fine di misurare i risultati generati dalle proprie attività, Boniviri ha scelto, per il suo primo anno di rendicontazione, di fare riferimento allo standard di valutazione esterno B Impact Assessment (BIA).

Il BIA è un benchmark sviluppato dall'ente non-profit B Lab. Lo strumento permette di valutare l'impatto sociale ed ambientale generato da un'organizzazione. L'assessment viene svolto su una piattaforma online, dove l'azienda risponde ad un questionario con informazioni qualitative e quantitative.

Di seguito sono rappresentati i risultati ottenuti da Boniviri:



Get Help

Nota metodologica

Le Società Benefit sono state introdotte nell'ordinamento italiano con la legge n. 208/2015, dove trovano la propria disciplina all'art. 1, commi da 376 a 384.

Nell'ambito della disciplina, la pubblicazione annuale della relazione concernente il perseguimento del beneficio comune (definita come "Impact Report" in questo documento) viene allegata al bilancio e include ai sensi del comma 382:

1. la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuate dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;
2. una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo;
3. la valutazione dell'impatto generato utilizzando lo standard di valutazione esterno con caratteristiche descritte nell'allegato 4 annesso alla presente legge e che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 annesso alla presente legge.

Riguardo al primo e al secondo punto si vedano i capitoli "La Governance di Boniviri" e "I prossimi obiettivi" del presente documento.

Riguardo al terzo punto, la legge richiede dunque alle Società Benefit sia una rendicontazione relativa allo stato di avanzamento annuale degli obiettivi statutariamente definiti, sia una misurazione dell'impatto complessivo generato dall'impresa benefit nei confronti della società.

Riguardo all'avanzamento annuale degli obiettivi, Boniviri società benefit a responsabilità limitata (o "Boniviri" nel presente documento) ha sviluppato il proprio Piano di Gestione del beneficio comune seguendo il Logical Framework Approach e la Teoria del cambiamento. Tale Piano, chiamato "Impact Map", esplicita in maniera dettagliata gli obiettivi di creazione di valore sociale definiti in statuto da Boniviri ed è riportato al capitolo "Un percorso verso la creazione di valore sociale: l'impact Map" del presente documento, nonché pubblicato sul sito web della società al seguente link: www.boniviri.com/about. Il capitolo "I risultati del 2020" riporta la rendicontazione relativa allo stato di avanzamento annuale rispetto agli obiettivi definiti in statuto e esplicitati nell'Impact Map.

Riguardo all'impatto complessivo generato dall'impresa benefit, Boniviri ha scelto, per il suo primo anno di rendicontazione, di fare riferimento allo standard di valutazione esterno B Impact Assessment (BIA).

A tal proposito, il legislatore stabilisce le caratteristiche per lo standard di valutazione esterno prescelto dalla Società Benefit ai fini della valutazione di impatto (Allegato 4, comma 378, art. 1, L. n. 208/2015). Dal punto di vista dei contenuti, la valutazione di impatto deve comprendere le aree di analisi definite all'Allegato 5, comma 378, art. 1, L. n. 208/2015, ovvero governo d'impresa, lavoratori, altri portatori d'interesse, ambiente. La legge n. 208/2015 che ha introdotto le Società Benefit in Italia ha adottato come riferimento per la valutazione di impatto l'architettura del B Impact Assessment (BIA), sviluppato a partire dal 2006 dallo Standards Advisory Council dell'ente non-profit "B Lab". Questo strumento è disponibile online gratuitamente, anche in italiano.

Boniviri ha compilato il questionario B Impact Assessment (BIA) sul sito web www.bimpactassessment.net, i cui risultati vengono allegati alla fine del presente documento.



boni
 viri

eat well doing good