

Relazione di impatto

2024

2024

2024

2024

2024

 **Goodify**



Indice

Indice

Relazione
di impatto
2024

- **Metodologia** pag.3
- **Identità** pag.4
- **Mission** pag.5
- **Finalità e obiettivi benefit** pag.6
 - *Per chi vende* pag.7
 - *Non profit beneficiarie* pag.8
 - *Per chi acquista* pag.9
 - *Donazioni generate* pag.10
 - *Realtà alle quali donare* pag.11
- **Business Impact Analysis (BIA)** pag.12
- **Criticità** pag.13
- **Obiettivi raggiunti** pag.14
- **Obiettivi futuri** pag.15
- **Trasparenza** pag.16

L'impatto sociale che emerge da questa relazione deriva dall'**analisi metodica delle attività svolte nel corso del 2024** da Goodify Srl Società Benefit ai sensi dell'art. 1 c.382 L. 208/2015.

Ogni attività è stata oggetto di interviste e di domande specifiche rivolte al top management dell'impresa, al fine di farne emergere i diversi aspetti pratici e ricavarne dati affidabili al fine della definizione dell'impatto stesso.

Tutti i numeri citati a sostegno dell'impatto generato sono verificabili. Inoltre, al termine del documento sono citati obiettivi per il futuro e punti sui quali sono necessari miglioramenti.

I contenuti di questa Relazione di Impatto sono stati curati da Ida Schillaci, Senior Sustainability Advisor - Board Member @ Sustainability Makers - Docente @ 24Ore Business School - Member.

A garanzia dell'indipendenza di Ida Schillaci, si attesta che la professionista non è né controllata né collegata a Goodify Srl SB e che il compenso previsto per questa relazione di impatto incide in maniera marginale sul suo fatturato totale.

Ida Schillaci è un Ingegnere Ambientale che ha costruito una solida carriera nel campo delle certificazioni ambientali e della sostenibilità. È membro del consiglio direttivo di Sustainability Makers e della Commissione Tecnica UNI/CT038.

Identitá Capitolo 2

Relazione
di impatto
2024

C'è un nuovo modo di fare impresa, un modo in cui ogni vendita può lasciare un segno positivo nel mondo. È da questa visione che nasce Goodify: società benefit e prima fintech for good italiana dedicata alla Giving Economy.

Aiutiamo le imprese moderne a trasformare una parte delle vendite in donazioni, offrendo una soluzione semplice, conveniente e chiavi in mano. I clienti diventano protagonisti attivi, scegliendo la causa o l'ente non profit da sostenere tra migliaia di realtà. Ogni acquisto si trasforma così in un'occasione per fare la differenza.

Le imprese migliorano la reputazione, rafforzano la relazione con i propri clienti, attraggono nuove persone sensibili al bene comune e rafforzano il proprio impegno ESG.

Nel 2024, con oltre 100.000 utenti attivi e quasi un milione di euro donati, Goodify continua a rendere il bene quotidiano, accessibile e misurabile.

Perché cambiare il mondo è possibile. Un acquisto alla volta.

Le persone che collaborano alla missione di Goodify sono 12, per le quali cerchiamo di raggiungere il migliore equilibrio tra tempi di vita e di lavoro.



Mission

Capitolo 3

Relazione
di impatto
2024

Immagina un mondo in cui ogni acquisto possa generare un impatto positivo sul mondo. Immagina un mondo in cui un gesto quotidiano, come fare la spesa o prenotare un servizio, diventi l'occasione per aiutare chi ha più bisogno.

È questo il cuore della missione di Goodify: offrire lo strumento per cambiare il mondo, un acquisto alla volta!

Grazie a imprenditori moderni e a consumatori consapevoli, ogni giorno prendono vita migliaia di atti di generosità.

Utilizziamo tecnologia e innovazione per rendere le donazioni semplici, gratuite e trasparenti. Chi acquista da un'impresa partner di Goodify può scegliere, senza costi aggiuntivi, una causa o un ente non profit da sostenere.

È così che ha avuto inizio la Giving Economy di Goodify. Una nuova forma di economia ad impatto positivo, più giusta, più partecipata, dove sono le persone e le imprese a guidare il cambiamento che vogliono vedere nel mondo.

Per saperne di più sul funzionamento e sulla trasparenza delle donazioni, visita [Goodify.com](https://www.goodify.com)

Finalità e obiettivi benefit

Capitolo 4

Relazione
di impatto
2024

Ogni gesto di bene nasce da una scelta. E ogni scelta, se condivisa, può generare un cambiamento concreto. Nel 2024, Goodify ha continuato a costruire ponti tra imprese, consumatori e realtà non profit, per trasformare ogni acquisto in un'occasione di impatto sociale.

Creiamo alleanze con imprese che abbracciano la Giving Economy, offrendo ai clienti un motivo autentico per scegliere chi mette la sostenibilità al centro.

Sosteniamo il Terzo Settore portando risorse a chi lavora per una società più giusta; le non profit possono registrarsi gratuitamente da [qui](#).

Coinvolgiamo i consumatori rendendoli protagonisti del cambiamento: possono candidare le proprie non profit e i propri brand, imprese e attività commerciali preferite da [qui](#).

"Vorrei donare, ma non so a chi": questa frase l'abbiamo sentita tante volte perché su 59 milioni di italiani, solo 6,6 milioni hanno una o più non profit preferite. La maggior parte delle persone vuole fare del bene, ma non sa da dove iniziare. Per questo motivo abbiamo introdotto in piattaforma la possibilità di selezionare anche 16 cause benefiche, nate dai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU ma tradotti in linguaggio quotidiano. Ora chiunque può trovare la propria strada per cambiare il mondo.

Così cresce e si diffonde la Giving Economy. Insieme.

Obiettivo 1: **Per chi vende**

Ogni volta che un'impresa sceglie di attivare Goodify, **sceglie di trasformare il proprio business in una forza del bene**, creando una comunità di clienti fedeli e consapevoli, uniti dal desiderio di cambiare il mondo attraverso le proprie scelte d'acquisto.

Nel 2024 abbiamo raggiunto oltre 1.200 i punti vendita fisici attivi in gran parte delle regioni italiane, confermando una presenza capillare sul territorio.

A questi si sono aggiunti i primi e-commerce e nuovi attori di filiera: produttori di vino, alimenti vegani e biologici. Sempre più aziende hanno scelto di portare la Giving Economy anche negli eventi aziendali, coinvolgendo clienti, dipendenti e collaboratori in gesti concreti di impatto positivo.

Marchi noti come MD, Würth Italia, Ferrari Trento, Dedagroup, Promotica, Projetika (InVinoVegan), TEHA, Unguess, Confimprese, Teddy Group, Vinoteqa, Aneway e molti altri (da startup a grandi gruppi) hanno reso la donazione parte viva della loro identità.

Questa evoluzione riflette una fiducia crescente in Goodify: un modello che unisce impatto sociale e valore condiviso, rendendo ogni acquisto, o occasione, un'opportunità concreta per fare la differenza.

Obiettivo 2: **Non profit beneficiarie**

Ogni donazione ha bisogno di qualcuno che la trasformi in azione. È qui che entrano in gioco le organizzazioni non profit: il cuore pulsante del cambiamento. Nel 2024, sono state **17.040 le realtà non profit** che hanno beneficiato gratuitamente di risorse economiche, dando vita a progetti concreti in ambiti diversi: dal sociale all'ambiente, dalla salute all'educazione.

Dietro ogni realtà c'è una storia, una missione, una comunità da sostenere. La nostra rete continua a crescere giorno dopo giorno, unendo piccoli enti locali e organizzazioni nazionali. Tutte accomunate dalla stessa urgenza: fare la differenza, ogni giorno.

La varietà delle cause sostenute riflette l'approccio inclusivo di Goodify, che non impone un'unica visione ma accoglie la complessità dei bisogni che attraversano l'Italia.

Essere catalizzatori di queste energie è la nostra più grande responsabilità. E il nostro più grande onore.



Obiettivo 3: *Per chi acquista*

Con Goodify dietro ogni acquisto c'è una persona che ha scelto di fare la differenza. Nel 2024, sono stati **oltre 100.000 i consumatori unici** che hanno trasformato i propri acquisti in gesti di solidarietà, quasi il doppio rispetto al 2023.

Ogni partecipazione è una scelta consapevole: quella di chi ha voluto sostenere una causa, un progetto, un'idea di futuro.

Questa partecipazione e questi numeri stanno trasformando Goodify da semplice servizio in un vero e proprio movimento: una nuova comunità di persone (imprese e consumatori) che credono nel potere delle scelte quotidiane e vogliono generare impatto positivo ogni giorno.

Ogni persona coinvolta rende la Giving Economy sempre più reale, viva, concreta. Un nuovo modo di consumare, con al centro il valore di ogni singola scelta.

E tutto questo è solo l'inizio. La forza del bene, quando si mette in movimento, non si ferma più!



Obiettivo 4: **Donazioni generate**

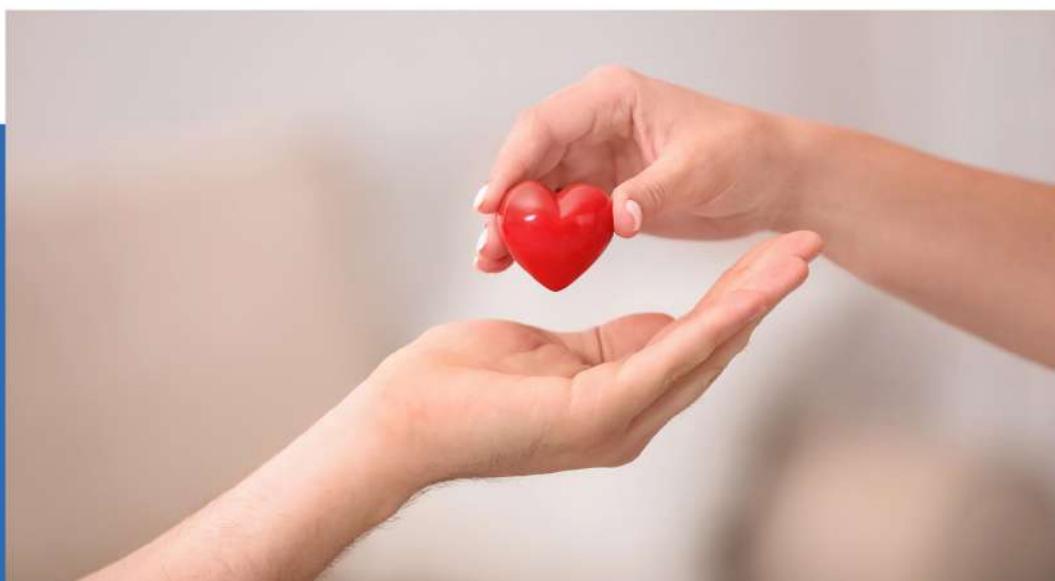
Nel 2024 il valore delle donazioni generate ha raggiunto **€ 625.155**, segnando una crescita dell'**83%** rispetto all'anno precedente.

Fin dal 2021, la missione di Goodify è sempre stata chiara: **creare risorse dove prima non c'erano**, offrendo un nuovo canale di sostegno a chi ogni giorno lavora per il bene comune. Oggi quel canale è diventato un flusso costante e concreto.

L'impatto sociale di questo risultato è tangibile: migliaia di persone, enti e progetti in tutta Italia hanno potuto contare su fondi generati semplicemente da acquisti quotidiani trasformati in atti di generosità.

Anche la varietà delle realtà sostenute è cresciuta, rispecchiando le scelte autentiche dei consumatori che hanno indicato, con un semplice gesto, le cause in cui credono.

E ogni euro donato racconta una storia di fiducia, partecipazione e cambiamento.



Obiettivo 5: **Realtà alle quali donare**

Quando le persone possono scegliere, scelgono il bene. Nel 2024, Goodify ha raggiunto oltre **60.000 organizzazioni** non profit attive su tutto il territorio nazionale. Una rete che trasforma ogni consumatore in protagonista del cambiamento.

Ma non basta offrire scelte: bisogna ispirare una nuova cultura. Per questo abbiamo portato la Giving Economy sui palchi che contano: **BiDigital, Milan Fintech Summit, Empower Your Future, e come Retail Partner di Confimprese.it.**

Anche i media raccontano la nostra storia: Economy Magazine ha dedicato **[un articolo alla nostra missione](#)**, confermando che Goodify è una voce autorevole per un'economia più giusta.



Business Impact Analysis (BIA)

Capitolo 5

Relazione di impatto
2024



Questo management tool, utilizzato da oltre 50.000 aziende in tutto il mondo, tra cui oltre 3.000 B Corp certificate, aiuta le aziende a valutare il proprio impatto su vari stakeholder, compresi i loro lavoratori, la comunità, i clienti e l'ambiente.

PUNTEGGIO GENERALE	COMPLETAMENTO	
101.0	100%	
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N/ A PUNTEGGIO
62.9	31.8	31.8



AREO D'IMPATTO
Ambiente PUNTEGGIO
7.8

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

DOMANDE RISPOSTE
44/44



AREO D'IMPATTO
Clienti PUNTEGGIO
22.3

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

DOMANDE RISPOSTE
40/40



AREO D'IMPATTO
Disclosure Questionnaire PUNTEGGIO
0.0

Identificare eventuali settori, pratiche, risultati o multe / sanzioni potenzialmente sensibili della propria azienda che non siano esplicitamente indicati nel resto dell'assessment.

DOMANDE RISPOSTE
51/51



AREO D'IMPATTO
Governance PUNTEGGIO
17.3

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

DOMANDE RISPOSTE
21/21



AREO D'IMPATTO
Lavoratori PUNTEGGIO
31.4

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

DOMANDE RISPOSTE
39/39



AREO D'IMPATTO
Comunità PUNTEGGIO
22.0

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

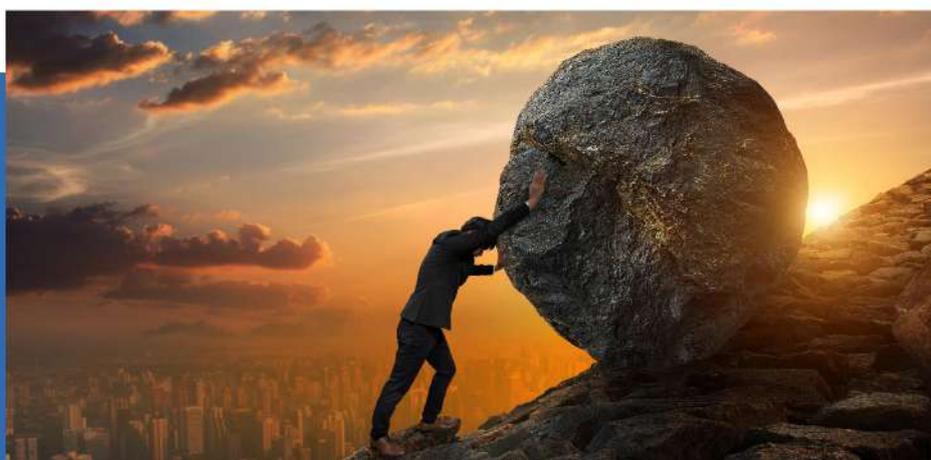
DOMANDE RISPOSTE
41/41

Crescere significa anche imparare ad ascoltare. Anche nel 2024, il percorso di Goodify è stato accompagnato da alcune sfide che ci hanno spinto a migliorarci, trasformando ogni difficoltà in un'opportunità per servire meglio la nostra comunità.

Coinvolgimento delle non profit: le organizzazioni non profit sono il cuore pulsante della Giving Economy, eppure non sempre riusciamo a raggiungerle con la velocità e l'attenzione che meritano. Nonostante la piattaforma permetta registrazione autonoma e dashboard dedicata, ogni realtà ha bisogni unici. Per questo abbiamo messo a disposizione un numero di telefono diretto, potenziato il supporto via email e previsto, per il 2025, nuove linee guida e webinar formativi.

Esperienza utente e account personale: "Vorrei salvare la mia non profit senza doverla scegliere ogni volta" oppure... "Potrei avere una mia dashboard personale?" e ancora... "Dopo aver donato gratuitamente esiste un modo per poter donare anch'io?" Queste sono alcune delle richieste arrivate dai nostri utenti. Vogliono un'esperienza più fluida, più personale, più loro. È un'esigenza autentica che abbiamo ascoltato e che sta già guidando i prossimi sviluppi della piattaforma.

Accessibilità del servizio per le imprese: Ogni azienda ha il suo ritmo, le sue dimensioni, le sue esigenze. Le PMI e le attività locali ci hanno fatto capire che serviva maggiore flessibilità: meno vincoli, più libertà di scelta. Per questo stiamo affiancando alla formula in abbonamento un modello prepagato, che consenta di iniziare subito, senza vincoli annuali. Ogni critica è un dono. Ci aiuta a costruire una Goodify sempre più vicina a chi la usa.



Obiettivi raggiunti

Capitolo 7

Relazione
di impatto
2024

Nel 2024, molte delle sfide incontrate si sono trasformate in obiettivi raggiunti o messi in cantiere. Abbiamo potenziato il supporto alle non profit, aprendo un canale telefonico diretto e rafforzando l'assistenza via email, per offrire risposte più veloci e umane. Nel 2025 lanceremo webinar formativi, informativi e nuove linee guida per valorizzare al meglio l'impatto generato.

Lato utenti consumatori, abbiamo già introdotto la possibilità di creare un account personale subito dopo l'attivazione della donazione gratuita. Questo spazio consente di salvare la propria causa o non profit del cuore: da quel momento in poi, ogni volta che l'utente utilizza Goodify, la piattaforma lo riconosce e destina la donazione in automatico, rendendo l'intero flusso più snello, veloce e coerente con le sue scelte di valore.

Anche per le imprese, la risposta è arrivata. Nei primi mesi del 2025 oltre all'abbonamento annuale, verrà rilasciato un modello di donazioni prepagate, flessibile e immediato, pensato per le PMI e le attività locali, ma destinato ad estendersi anche ai consumatori. Un nuovo modo di entrare e usare la Giving Economy, senza vincoli, ma con tutto il valore del bene condiviso.



Obiettivi futuri

Capitolo 8

Relazione
di impatto
2024

Il futuro non si prevede, si costruisce. E quello di Goodify lo immaginiamo come uno spazio sempre più accessibile, partecipato e trasformativo.

Vogliamo rendere ancora più semplice fare del bene ogni giorno.

Personalizzare l'impatto: miglioreremo le "Cause di Goodify" - tematiche ad alto impatto come ambiente, salute, educazione e animali - rendendole più personalizzate, locali e riconoscibili per chi non ha una non profit preferita.

Democratizzare la Giving Economy: estenderemo il modello a centinaia di nuovi esercizi commerciali, fisici e online, in tutta Italia. Ogni negozio, grande o piccolo, potrà coinvolgere i propri clienti nel cambiare il mondo ad ogni acquisto.

Trasformare Goodify in movimento: apriremo ufficialmente la piattaforma agli utenti privati, offrendo a tutti - non solo alle aziende - la possibilità di donare con semplicità. Goodify non sarà più solo un servizio per le imprese, ma un vero ecosistema di generosità quotidiana dove chiunque può essere protagonista del cambiamento.

Il bene, quando diventa abitudine, trasforma tutto. E noi vogliamo rendere il bene la scelta più naturale del mondo.



Trasparenza

Capitolo 9

Relazione
di impatto
2024

La trasparenza è uno dei principi fondanti di Goodify. Crediamo che ogni persona abbia il diritto di sapere esattamente dove va la propria donazione.

Esistono rarissimi casi in cui le donazioni generate verso le non profit selezionate dagli utenti possano non giungere a destinazione: quando l'IBAN inserito dalla non profit è di tipo personale (direttore/presidente) e non intestato alla non profit stessa; quando la non profit ha commesso atti contrari a norme imperative e/o di legge; o quando ha chiuso, cessato le attività o si è sciolta.

Le donazioni relative a queste eventualità in Goodify vengono definite "da riassegnare". Agli utenti che hanno attivato il servizio gratuito "Segui la tua donazione", viene data la possibilità di effettuare una nuova scelta entro 6 mesi (non più 12 mesi) dalla prima destinazione.

Questa nuova tempistica garantisce che risorse preziose non restino inutilizzate troppo a lungo e che il valore generato da ogni acquisto si trasformi in impatto concreto nel minor tempo possibile.

Il regolamento completo è consultabile su:

www.goodify.com/regolamento-donazioni

Per qualsiasi dubbio o approfondimento, siamo sempre a disposizione.

Grazie!

 **Goodify**



Goodify Srl Società Benefit

Via Giotto 12/A – Bolzano (BZ)

P.IVA. 02896720212

www.goodify.com

© 2024 | Goodify Srl Società Benefit

