

Relazione di Impatto

Goodify Srl Società Benefit

2025

2025

2025

2025

2025

 **Goodify**



Indice

Indice

Relazione
di Impatto
2025

- **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 2025** 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 ai fini 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.

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.

La **Giving Economy** è la **nuova forma di economia ad impatto positivo** in cui ogni acquisto diventa una donazione finanziata dall'impresa, che il cliente può destinare liberamente alla propria causa o non profit del cuore, a costo zero per lui.

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 2025, con oltre 100.000 utenti attivi e oltre 2 milioni di euro in donazioni generate, 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
2025

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.

Ma nel 2025 abbiamo fatto un passo in più. Con la nascita del **Dona&Vinci** chiunque può entrare nella Giving Economy: acquistando una donazione prepagata da destinare alla propria causa del cuore, o regalandola a chi ama, lasciando a loro il potere di scegliere a chi destinarla. Un compleanno, un anniversario, un semplice grazie: ogni momento della vita diventa un'occasione per lasciare un segno nel mondo.

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
2025

Ogni gesto di bene nasce da una scelta. E ogni scelta, se condivisa, può generare un cambiamento concreto. Nel 2025, Goodify ha continuato a costruire ponti tra imprese, consumatori e realtà non profit, trasformando 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 il bene comune 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 acquistare dai brand partner di Goodify e candidare le proprie non profit e i propri brand, imprese e attività commerciali preferite da [qui](#).

Abbiamo dato a tutti la possibilità di donare: con [Dona&Vinci](#) chiunque può acquistare una donazione prepagata, destinarla alla propria causa del cuore o regalarla a chi ama, lasciando a loro il potere di scegliere.

"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 abbiamo costruito le Cause di Goodify — tematiche ad alto impatto come ambiente, salute, educazione e animali — più personali, più locali, più vicine alla vita di ogni giorno. 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

Relazione
di Impatto
2025

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 2025 abbiamo superato i **1.150 punti vendita fisici attivi** in gran parte delle regioni italiane, confermando una presenza capillare sul territorio.

A questi si sono aggiunti nuovi e-commerce, produttori e attori di filiera. La Giving Economy è entrata negli eventi aziendali, nei momenti di team building, nei gesti quotidiani di imprese grandi e piccole. E per la prima volta, con il modello delle donazioni prepagate, anche le PMI e le attività locali hanno potuto iniziare subito, senza membership annuali.

Marchi noti come MD, Würth Italia, Ferrari Trento, Dedagroup, Promotica, Projetika (InVinoVegan), TEHA, Unguess, Confimprese, Teddy Group, Vinoteqa, Aneway e molti altri 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

Relazione
di Impatto
2025

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 2025, sono state **17.140 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.

Nel 2025 abbiamo fatto un passo in più verso di loro. Abbiamo organizzato i primi **2 webinar formativi** dedicati alle organizzazioni non profit: momenti concreti di condivisione, strumenti pratici, risposte vere. Perché ogni realtà che lavora per il bene comune merita di farlo con più consapevolezza e più risorse.

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

Relazione
di Impatto
2025

Con Goodify dietro ogni acquisto c'è una persona che ha scelto di fare la differenza. Nel 2025, sono stati **oltre 100.000 i consumatori unici** che hanno trasformato i propri acquisti in gesti di solidarietà, confermando il risultato straordinario già raggiunto nel 2024.

Ma nel 2025 è successo qualcosa di nuovo: con il **Dona&Vinci** chiunque può acquistare una donazione prepagata, destinarla alla propria causa o non profit preferita o regalarla a chi ama. Un compleanno, un anniversario, un semplice grazie: ogni occasione diventa un'opportunità per cambiare il mondo.

E con l'**account personale**, ogni utente può salvare la propria causa del cuore e ritrovarla ogni volta che usa Goodify - senza dover scegliere di nuovo. La piattaforma lo riconosce, lo accompagna, destina la donazione in automatico. Un'esperienza più fluida, più personale, più sua.

Questa partecipazione sta 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

Relazione
di Impatto
2025

Nel 2025 il valore delle donazioni generate ha superato i **2 milioni di euro**, segnando un traguardo storico per Goodify e per la Giving Economy italiana.

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, concreto e in costante crescita.

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

Relazione
di Impatto
2025

Nel 2025, Goodify ha raggiunto oltre **90.000** 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: **Deda Pulse, Agricoltura 4.0, Global Forum Suedtirolo, Progetto Claudia 2.0, Forum WPP | TEHA Group.**

Abbiamo lanciato **Dona&Vinci**, la prima donazione prepagata che chiunque può acquistare e regalare: un nuovo modo di dire grazie, di celebrare, di lasciare un segno. E abbiamo costruito le **Cause di Goodify** — tematiche ad alto impatto, più personali e più vicine alla vita quotidiana — pronte per il lancio ufficiale nel 2026.

Anche i media e i blog continuano a raccontare la nostra storia, confermando che Goodify è una voce autorevole per un'economia più giusta.

UNGUCESS | LILT Bolzano Bozen | NEWSFOOD | Ferrari Trento | ECONOMY MAGAZINE

Business Impact Analysis (BIA)

Capitolo 5

Relazione di Impatto
2025



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	
103.7	100%	
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N / A PUNTEGGIO
65.5	31.8	6.3



AREA D'IMPATTO
Ambiente PUNTEGGIO
9.9

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

DOMANDE RISPOSTE
44/44



AREA D'IMPATTO
Clienti PUNTEGGIO
22.5

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

DOMANDE RISPOSTE
40/40



AREA 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



AREA D'IMPATTO
Governance PUNTEGGIO
17.3

Scopra 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



AREA D'IMPATTO
Lavoratori PUNTEGGIO
31.4

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

DOMANDE RISPOSTE
39/39



AREA D'IMPATTO
Comunità PUNTEGGIO
22.3

Scopra 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 2025, 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 mantenuto attivo il numero di telefono diretto, potenziato il supporto via email e avviato i primi webinar formativi. Il percorso continua: nel 2026 aumenteremo la frequenza degli incontri e approfondiremo i temi, per essere sempre più vicini a chi lavora ogni giorno per il bene comune.

Esperienza utente e account personale: "Vorrei salvare la mia non profit senza doverla scegliere ogni volta" oppure "Potrei avere una mia dashboard personale?" sono richieste che continuiamo a raccogliere 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. L'account personale è realtà: ma il lavoro di miglioramento continuo non si ferma mai.

Accessibilità del servizio per le imprese: la Giving Economy appartiene a tutti, non solo alle grandi aziende. Eppure raggiungere i piccoli negozi, le botteghe di quartiere, le attività indipendenti rimane una delle sfide più grandi che abbiamo davanti. Non è un problema tecnologico: è un problema di presenza, di voce, di capacità di farci conoscere e di affiancare chi non ci conosce ancora. La maggior parte delle microimprese italiane non sa che può trasformare ogni vendita in un gesto di bene. E noi non siamo ancora arrivati da loro. Per questo nel 2026 partiremo dalle prime tre città pilota Bolzano, Milano e Napoli per costruire un modello di espansione territoriale capillare, che permetta a Goodify di entrare nelle strade, nei quartieri, nelle comunità locali. Perché la Giving Economy è tanto più forte quanto più è vicina alle persone.

Obiettivi raggiunti

Capitolo 7

Relazione
di Impatto
2025

Nel 2025, molte delle sfide raccolte si sono trasformate in risultati concreti. Un anno di costruzione, di ascolto e di coraggio: ogni obiettivo raggiunto è la dimostrazione che la Giving Economy non è un'idea, è una realtà che cresce ogni giorno.

Sul fronte delle non profit, abbiamo mantenuto la promessa. Abbiamo organizzato i primi 2 webinar formativi, aprendo uno spazio di confronto e crescita per le organizzazioni che ogni giorno lavorano per il bene comune. Il canale telefonico diretto e il supporto via email sono stati potenziati, per offrire risposte più veloci e più umane. Perché ogni non profit merita attenzione, non solo una piattaforma.

Sul fronte dei consumatori, l'account personale è realtà. Oggi ogni utente può salvare la propria causa del cuore e ritrovarla ogni volta che usa Goodify senza doverla scegliere manualmente. La piattaforma lo riconosce, lo accompagna, destina la donazione in automatico. Un'esperienza più fluida, più personale, più coerente con le proprie scelte di valore.

Sul fronte delle imprese, il modello delle donazioni prepagate è stato lanciato. Le PMI e le attività locali possono ora entrare nella Giving Economy anche senza vincoli annuali, con la libertà di iniziare subito. Un nuovo modo di fare bene, accessibile a chiunque voglia farlo.

La novità più grande del 2025 si chiama Dona&Vinci. Per la prima volta, chiunque può acquistare una donazione prepagata e regalarla a chi ama. Un compleanno, un anniversario, un semplice grazie: ogni occasione diventa un'opportunità per cambiare il mondo. Il destinatario sceglie la causa, l'emozione resta. Dona&Vinci è disponibile anche in versione aziendale, per chi vuole sorprendere dipendenti e clienti con un regalo che lascia davvero il segno.

Le Cause di Goodify sono pronte. Le abbiamo costruite, testate e rese più personali, più locali, più riconoscibili. Tematiche ad alto impatto (ambiente, salute, educazione, animali) tradotte in linguaggio quotidiano, perché chiunque possa trovare la propria strada per fare del bene. Il lancio ufficiale è fissato per il 2026.

Ogni obiettivo raggiunto non è un punto di arrivo. È il punto di partenza per qualcosa di ancora più grande.

Obiettivi futuri

Capitolo 8

Relazione
di Impatto
2025

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.

Costruire Alleanze con Brand Leader: nel 2026 vogliamo portare la Giving Economy al cuore delle strategie di brand delle aziende più influenti del Paese. Non semplici partner commerciali, ma veri co-creatori: brand leader che scelgono di mettere l'impatto positivo al centro della propria identità, trasformando ogni punto di contatto con il cliente in un atto di cambiamento concreto. Più grande è il brand, più grande è l'onda.

Portare la Giving Economy nei quartieri: nel 2026 avieremo il progetto pilota nelle prime tre città: Bolzano, Milano e Napoli. Tre realtà diverse, tre comunità vive, un'unica missione: dimostrare che ogni negozio, grande o piccolo, può diventare un agente di cambiamento. Ogni acquisto, in qualsiasi via, in qualsiasi città, potrà lasciare un segno nel mondo. Se il progetto pilota confermerà quello che già sappiamo, l'espansione sarà rapida e inarrestabile.

Far crescere Dona&Vinci: vogliamo portare la cultura del dono dentro la vita di ogni persona, ampliando i canali di distribuzione e moltiplicando le occasioni d'uso. Un regalo di compleanno, un pensiero di Natale, un gesto di gratitudine: ogni momento della vita può diventare un'opportunità per fare del bene.

Continuare a formare e supportare le non profit: i webinar formativi diventeranno più frequenti, più profondi, più capillari. Vogliamo raggiungere sempre più realtà del Terzo Settore perché più sono forti, più è forte il cambiamento che generano.

Trasformare Goodify in movimento: nel 2026 Goodify non sarà più solo un servizio per le imprese. Sarà un ecosistema di generosità quotidiana, dove chiunque, privato, impresa, e negozio di quartiere può essere protagonista del cambiamento. Un luogo dove il bene diventa abitudine. E dove l'abitudine trasforma tutto.

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
2025

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

I riversamenti alle non profit avvengono periodicamente e almeno trimestralmente. Viene trasferito solo quanto effettivamente raccolto, ovvero le scelte benefiche coperte da versamento delle aziende aderenti.

Esistono rarissimi casi in cui le donazioni generate verso le non profit selezionate dagli utenti possono 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 Srl Società Benefit

Via Giotto 12/A – Bolzano (BZ)

P.IVA. 02896720212

www.goodify.com

© 2025 | Goodify Srl Società Benefit

