

Rassegna Stampa 16 Giugno 2023

Indice

QUANDO DONARE FA BENE (ANCHE) ALL IMPRESA Economy (IT) - 31/05/2023	3
Quando donare fa bene (anche) all'impresa economymagazine.it - 14/06/2023	4



▶ 1 giugno 2023

PAESE: Italia PAGINE:59

SUPERFICIE:95 %

PERIODICITÀ :Mensile ...

DIFFUSIONE:(140000)

AUTORE: Di Marina Marinetti



SUSTAINABILITY & CIRCULAR ECONOMY

QUANDO DONARE FA BENE (ANCHE) ALL'IMPRESA

Deducibili dal reddito d'impresa, le donazioni possono diventare uno strumento di engagement, purché siano trasparenti e lascino scegliere al collaboratore e al cliente a chi donare. Come permette la fintech Goodify

atale 2023. Panettone e albero, luci e tavole imbandite, bambini che "a letto non vogliono andare". C'è tempo per pensarci, renne e slitte sono ancora ai box. Ma i regali no, non possono attendere: sono la manutenzione delle relazioni nell'anno che verrà. E gli imprenditori e le loro aziende che vogliono distinguersi si domandano: abbiamo in mente un regalo che parli di noi, dei nostri valori, della nostra visione? «Una risposta c'è. Legare il dono al concetto di sostenibilità», suggerisce Paolo Plebani, Ceo di Goodify, la piattaforma tecnologica adottata da aziende come MD, Würth, Dedagroup, Promotica e Ferrari Trento, lungo il loro cammino verso la nuova frontiera dell'impresa sostenibile. «Goodify aggiunge - è il futuro della giving economy che permette alle aziende di trasformare i regali aziendali in un'esperienza unica e personalizzata, rafforzando la filiera del dono insieme alla reputazione dell'impresa. Non è Goodify ad essere speciale, sono le imprese protagoniste della giving economy ad esser-

tore, cliente o fornitore, riceve un link o un QR code da scansionare per scegliere a chi donare il regalo offerto dall'azienda. Alla onlus che gestisce l'asilo nido del figlio? Al circolo per anziani? All'associazione di giovani che si occupa della manutenzione del verde o a quella che si prende cura di concittadini che vivono situazioni di disagio? È "bontà a chilometro zero", senza filtri

O Grazie!

lo». Come funziona? Ogni collabora-

o passaggi complicati: chi riceve il dono dell'azienda, collaboratore o cliente che sia, ha il potere straordinario di scegliere a chi destinarlo. È il protagonista del bene.

«Goodify mette in moto un'esperienza unica, che coinvolge e valorizza ogni persona in maniera semplice, trasparente, coinvolgente», sottolinea Plebani. E aggiunge: «Con Goodify l'azienda può trasformare

ogni azione in una donazione. Ogni vendita, online o in store, diventa un'opportunità per fare del bene. Un QR code stampato sullo scontrino è un passaporto per la solidarietà, offrendo sempre la possibilità di scegliere il destinatario tra migliaia di organizzazioni non profit, un universo composto da realtà

attive nel Terzo Settore, nel welfare sociale

e in altri settori chiave della sostenibilità».

> È un autentico "win-win-win": l'azienda rafforza la sua reputazione sul mercato e tra i collaboratori, si coinvolgono in prima persona collaboratori e clienti e si offre, infine, un sostegno concreto a organizzazioni non profit liberamente scelte. Non ultimo, lato impresa, le donazioni sono deducibili dal reddito.

> > Ma attenzione. «La giving



GOODIFY PERMETTE DI TRASFORMARE

I REGALI AZIENDALI IN UN'ESPERIENZA

PERSONALIZZATA RAFFORZANDO

LA REPUTAZIONE DELL'IMPRESA

economy di Goodify non è appannaggio solo dei "grandi"», osserva Plebani: «passerà dall'essere prerogativa solo di aziende con le "spalle larghe" ad una leva vincente anche per le Pmi obbligate peraltro a rispondere "pronti!" all'imminente chiamata alle armi, ovvero i canoni di sostenibilità richiesti dalle grandi imprese capofila o committenti». In epoca di Csrd (e di obbligo di rendicon-

tazione della sostenibilità), è fondamentale presentare alla filiera e al canale finanziario una adeguata compliance non solo in termini di impatto ambientale, ma anche sociale. E ogni buona pratica dà dei punti în più ai fini del rating Esg. Il rischio che si corre è enorme: va dalla fuoriuscita dalla catena della for-

nitura alla perdita di quote di un mercato nel quale i clienti sono sempre più inclini a scegliere aziende

che perseguono chiari e concreti obiettivi di sostenibilità, non solo ambientale ma anche sociale ed economica»

Non c'è bisogno di aspettare il Natale: «Con Goodify - conclude Plebani - ogni momento è adatto per donare e far scegliere in libertà. Per ogni azienda è importante rispondere efficacemente ai nuovi dettami della sostenibilità e fare la differenza, con i collaboratori, i fornitori ed i clienti, quelli già fidelizzati e gli altri, più numerosi, da ingaggiare attraverso l'economia del dono».

https://goodify.com

59 Economy

URL: http://economymagazine.it

PAESE : Italia

TYPE: Web Grand Public



▶ 14 giugno 2023 - 09:32

> Versione of

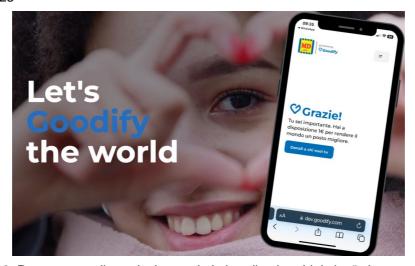
Quando donare fa bene (anche) all'impresa

HomeEcoTECH

- EcoTECH
- Finanziamenti

Deducibili dal reddito d'impresa, le donazioni possono diventare uno strumento di engagement, purché siano trasparenti e lascino scegliere al collaboratore e al cliente a chi donare. Come permette la fintech Goodify Marina Marinetti

14/06/2023



atale 2023. Panettone e albero, luci e tavole imbandite, bambini che "a letto non vogliono andare". C'è tempo per pensarci, renne e slitte sono ancora ai box. Ma i regali no, non possono attendere: sono la manutenzione delle relazioni nell'anno che verrà. E gli imprenditori e le loro aziende che vogliono distinguersi si domandano: abbiamo in mente un regalo che parli di noi, dei nostri valori, della nostra visione? «Una risposta c'è. Legare il dono al concetto di sostenibilità», suggerisce Paolo Plebani, Ceo di Goodify, la piattaforma tecnologica adottata da aziende come MD, Würth, Dedagroup, Promotica e Ferrari Trento, lungo il loro cammino verso la nuova frontiera dell'impresa sostenibile. «Goodify – aggiunge – è il futuro della giving economy che permette alle aziende di trasformare i regali aziendali in un'esperienza unica e personalizzata, rafforzando la filiera del dono insieme alla reputazione dell'impresa. Non è Goodify ad essere speciale, sono le imprese protagoniste della giving economy ad esserlo». Come funziona? Ogni collaboratore, cliente o fornitore, riceve un link o un QR code da scansionare per scegliere a chi donare il regalo offerto dall'azienda. Alla onlus che gestisce l'asilo nido del figlio? Al circolo per anziani? All'associazione di giovani che si occupa della manutenzione del verde o a quella che si prende cura di concittadini che vivono situazioni di disagio? È "bontà a chilometro zero", senza filtri o passaggi complicati: chi riceve il dono dell'azienda, collaboratore o cliente che sia, ha il potere straordinario di scegliere a chi destinarlo. È il protagonista del bene.

«Goodify mette in moto un'esperienza unica, che coinvolge e valorizza ogni persona in maniera **semplice**, **trasparente**, **coinvolgente**», sottolinea Plebani. E aggiunge: «Con





URL:http://economymagazine.it

PAESE : Italia

TYPE: Web Grand Public

► 14 giugno 2023 - 09:32 > Versione online

Goodify l'azienda può **trasformare ogni azione in una donazione**. Ogni vendita, online o in store, diventa un'opportunità per fare del bene. Un QR code stampato sullo scontrino è un passaporto per la solidarietà, offrendo sempre la possibilità di scegliere il destinatario tra migliaia di organizzazioni non profit, un universo composto da realtà attive nel Terzo Settore, nel welfare sociale e in altri settori chiave della sostenibilità».

È un autentico "win-win-win": l'azienda rafforza la sua reputazione sul mercato e tra i collaboratori, si coinvolgono in prima persona collaboratori e clienti e si offre, infine, un sostegno concreto a organizzazioni non profit liberamente scelte. Non ultimo, lato impresa, le donazioni sono **deducibili dal reddito**.

Ma attenzione. «La giving economy di Goodify non è appannaggio solo dei "grandi"», osserva Plebani: «passerà dall'essere prerogativa solo di aziende con le "spalle larghe" ad una leva vincente anche per le **Pmi**, obbligate peraltro a rispondere "pronti!" all'imminente chiamata alle armi, ovvero i canoni di sostenibilità richiesti dalle grandi imprese capofila o committenti». In epoca di **Csrd** (e di obbligo di **rendicontazione** della sostenibilità), è fondamentale presentare alla filiera e al **canale finanziario** una adeguata compliance non solo in termini di impatto ambientale, ma anche sociale. E ogni buona pratica dà dei punti in più ai fini del **rating** Esg. Il rischio che si corre è enorme: va dalla fuoriuscita dalla catena della fornitura alla perdita di quote di un mercato nel quale i clienti sono sempre più inclini a scegliere aziende che perseguono chiari e concreti obiettivi di sostenibilità, non solo ambientale ma anche sociale ed economica».

Non c'è bisogno di aspettare il Natale: «Con Goodify – conclude Plebani – ogni momento è adatto per donare e far scegliere in libertà. Per ogni azienda è importante rispondere efficacemente ai nuovi dettami della sostenibilità e **fare la differenza**, con i collaboratori, i fornitori ed i clienti, quelli già fidelizzati e gli altri, più numerosi, da ingaggiare attraverso l'economia del dono».

https://goodify.com

