

**Maikii**®

**Relazione di Impatto**  
**2024**

# **Lettera agli stakeholder**

## **1. Introduzione**

1.1 La relazione di impatto

1.2 Metodologia, strumenti e perimetro di analisi

1.3 Chi siamo

## **2. L'impatto**

2.1 Impact statement

2.2 Impact value chain

2.3 I beneficiari del nostro impatto

## **3. Valutazione dell'impatto**

3.1 Contribuire alla mitigazione del cambiamento climatico

3.2 Benessere del personale, formazione e DE&I

3.3 Gestione etica e socialmente responsabile

3.4 Qualità del servizio e soddisfazione del cliente

## **4. Conclusione**

4.1 Sintesi valutativa e obiettivi futuri

4.2 Closing statement

# Lettera agli stakeholder

Maikii è persone e resilienza: la nostra prima Relazione di Impatto.

No, non è facile assumersi la responsabilità di guidare un intero business verso un impatto positivo, anche partendo da basi solide. Non è semplice coniugare crescita economica e impatto sociale, né trasformare il lavoro in un elemento che contribuisca realmente al benessere delle persone.

Eppure, abbiamo scelto di percorrere esattamente questa strada.

Abbiamo deciso di scrivere nero su bianco nel nostro statuto che il nostro impegno per la sostenibilità non è un obiettivo occasionale, ma una scelta radicata nella nostra identità. Sappiamo che ogni nostro passo è una scommessa sul futuro, un atto di fiducia nel tempo e nelle nostre capacità. Anche quando il mondo sembra andare in direzione opposta, noi continuiamo a credere che le performance contino quanto l'impatto che generiamo

Se fino a oggi abbiamo "fatto" sostenibilità, è il momento di riconoscere che la sostenibilità è da sempre parte del nostro DNA. Siamo un'azienda sostenibile e possiamo esserlo ancora di più, ancora meglio. Perché quello che facciamo ogni giorno deve avere un significato, per noi e per chi ci sta intorno.

Noi siamo Maikii. Lo abbiamo dichiarato nella nostra Vision e ribadito nella nostra Mission. Oggi scegliamo di investire non solo nel nostro futuro, ma soprattutto in chi vogliamo essere, nell'impronta che vogliamo lasciare e nel valore che vogliamo generare.

Una volta ho detto: "Voglio fare scelte che mi permettano di guardarmi allo specchio con serenità, ogni giorno." Questo, per me, è il vero significato di fare impresa in modo sostenibile.

Un anno di scelte concrete, un futuro di sfide ambiziose.

Crediamo nel valore del capitale umano e nella capacità dell'azienda di adattarsi e crescere in un mondo in continua evoluzione. La resilienza non è solo la capacità di reagire ai cambiamenti, ma di trasformarli in opportunità, senza mai perdere di vista i principi di benessere, rispetto e valore per le persone, l'ambiente e la comunità.

L'ultimo anno è stato un percorso intenso e significativo.

A novembre siamo diventati una Società Benefit, integrando nel nostro statuto impegni concreti che vogliamo perseguire, oltre alla sostenibilità economico-finanziaria della nostra azienda.

Abbiamo ripensato il nostro approccio alle persone, trasformando il team HR in People & Culture, perché crediamo che il benessere e lo sviluppo professionale siano il cuore pulsante di un'azienda sana e sostenibile.

Per capire davvero le esigenze del nostro team, abbiamo dato voce alle persone attraverso survey interne, strumenti fondamentali per misurare il clima aziendale e costruire azioni di miglioramento mirate. Ma non ci siamo fermati alla sola analisi: abbiamo dato vita alla NENA - Academy, un primo nucleo formativo pensato per far crescere i talenti all'interno della nostra realtà.

L'attenzione alla sostenibilità è un principio che vogliamo rendere sempre più concreto. Per questo, abbiamo rafforzato la trasparenza nella rendicontazione delle emissioni Scope 1 e 2, un passo essenziale verso una gestione ambientale più consapevole. Parallelamente, abbiamo migliorato l'esperienza dei nostri clienti, raccogliendo feedback attraverso survey post-vendita e potenziando i nostri canali di assistenza per offrire un servizio sempre più efficiente e vicino alle loro esigenze.

Infine, perché un'azienda sostenibile è anche un'azienda responsabile, abbiamo formalizzato la nostra Carta dei Valori e il Codice Etico, strumenti che ci guidano nelle scelte quotidiane e rafforzano il nostro impegno per una gestione trasparente e consapevole.

Ma guardiamo sempre avanti. Il futuro ci chiama a nuove sfide e a traguardi ancora più ambiziosi.

Sul fronte ambientale, ci impegniamo a certificare tutti i prodotti a catalogo e a mappare la nostra catena di fornitura, condividendo il nostro codice di condotta con tutti i fornitori. Nella nostra nuova sede, puntiamo a incrementare l'uso di energie rinnovabili e a promuovere la mobilità sostenibile tra i dipendenti per gli spostamenti lavorativi.

Vogliamo anche continuare a migliorare la qualità del nostro servizio, investendo nei prossimi anni in nuove tecnologie per l'assistenza clienti, utilizzando i dati per personalizzare i servizi e riducendo le segnalazioni negative.

E, soprattutto, vogliamo rafforzare il nostro impegno etico e sociale: lavoreremo per diffondere la cultura della compliance, garantire l'effettiva applicazione della Carta dei Valori e ampliare i nostri progetti di responsabilità sociale, perché il

nostro impatto non si misura solo nei numeri, ma nel valore che riusciamo a creare ogni giorno.

Essere sostenibili non è solo un traguardo, ma un modo di pensare e di agire. È la scelta consapevole che guida ogni nostra decisione. La resilienza è il motore che ci spinge a migliorarci, a metterci in discussione e a dare un significato più profondo al nostro lavoro.

La sfida è grande, l'investimento è importante, ma siamo pronti.

Noi siamo Maikii.

# 1. Introduzione

## 1.1 La relazione di impatto

La Relazione di impatto è il documento annuale che misura e presenta agli stakeholder i principali risultati nella generazione di impatto conseguiti da Maikii S.r.l.

Per noi è fondamentale accrescere la nostra trasparenza e comunicare ufficialmente il nostro impatto a tutti gli stakeholder.

### **La struttura**

La prima parte di questo documento ha lo scopo di raccontare chi siamo, cosa facciamo e quali sono gli impatti che strategicamente ci diamo l'obiettivo di realizzare.

La seconda sezione costituisce il cuore della relazione, ovvero la rendicontazione e valutazione degli impatti realizzati durante l'anno 2024 perseguendo i nostri obiettivi di beneficio comune.

La terza sezione racchiude una sintesi valutativa di quanto è stato fatto finora, con i dati che sono stati considerati per l'analisi delle azioni messe in atto da Maikii S.r.l.

La quarta e ultima parte infine, affronta gli obiettivi futuri che ci siamo posti di raggiungere.

## 1.2 Metodologia, strumenti e perimetro di analisi

La metodologia utilizzata per valutare l'impatto delle attività di Maikii S.r.l. si basa su un approccio integrato, pensato per garantire trasparenza e misurabilità, ma anche per avviare un processo continuo di miglioramento. Questo ci consente di analizzare e comprendere come le nostre azioni contribuiscono alla creazione di valore sostenibile, sia per i nostri stakeholder che per la società e l'ambiente in generale.

Attraverso la realizzazione della impact value chain, abbiamo potuto analizzare ogni fase delle nostre attività, dalle risorse utilizzate ai benefici prodotti, al fine di valutare gli impatti che intendiamo generare a favore dell'ambiente e delle persone.

Le risorse – come i materiali riutilizzabili e le competenze del nostro team – vengono trasformate in azioni concrete, come la riduzione dei consumi, la gestione responsabile dei rifiuti e la formazione del personale. Queste attività producono risultati misurabili e tangibili, come un uso più efficiente delle risorse naturali o un miglioramento delle competenze tecniche, che a loro volta generano cambiamenti più profondi e duraturi, sia all'interno della nostra azienda che nella comunità in cui operiamo.

L'obiettivo della valutazione di impatto di Maikii S.r.l. non è solo quello di mostrare all'esterno quali siano le nostre attività ad alto impatto, ma anche e soprattutto innescare un processo di revisione delle nostre attività, in grado di attivare processi di apprendimento interno, al fine di migliorare continuamente la nostra proposta di valore e creare degli impatti sempre più significativi.

La costruzione del metodo di valutazione ha previsto l'elaborazione di una impact value chain. Abbiamo evidenziato le relazioni tra le diverse attività e stakeholder individuati come strategici e gli esiti per ciascuno di essi. Questo procedimento riflette il fatto che la generazione di beneficio comune è intenzionale nella proposta di valore promossa da Maikii S.r.l.

Infine, per la valutazione degli impatti e il monitoraggio degli indicatori elaborati, abbiamo basato la nostra analisi su dati quantitativi e qualitativi, raccolti attraverso il coinvolgimento dei nostri stakeholder interni e le piattaforme Choral e CliMax. Questo approccio ci permette di monitorare costantemente i progressi nelle nostre aree prioritarie e di confrontarsi regolarmente per identificare opportunità di miglioramento.

Per assicurarci che la nostra valutazione sia rigorosa e affidabile, ci ispiriamo anche agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite, che rappresentano una guida fondamentale per il nostro impegno verso un futuro sostenibile.

## Modello di valutazione

Lo standard di valutazione adottato da Maikii S.r.l. è stato redatto in ottemperanza a quanto previsto dalle normative italiane sulle Società Benefit, che richiedono una rendicontazione trasparente e completa del nostro impatto. In particolare all'Allegato 4 citato al Art.1 comma 378 della Legge sulle Società Benefit.

Nello specifico il modello è:

- stato articolato per fornire una valutazione esauriente e articolata dell'impatto della società e delle sue azioni nel perseguimento delle proprie finalità di beneficio comune;
- basato su uno standard costruito attraverso un approccio scientifico e multidisciplinare;
- trasparente poiché le informazioni più rilevanti dello stesso, quali criteri, strumenti e metodologia utilizzati, sono oggetto di analisi all'interno della presente relazione di impatto.

Ma il nostro lavoro non si ferma qui. La valutazione d'impatto non è solo un momento di rendicontazione: è un'occasione per riflettere, imparare e migliorare. Ogni dato raccolto e ogni feedback ricevuto rappresentano per noi uno strumento prezioso per crescere e affinare le nostre pratiche, continuando a costruire un percorso di sostenibilità solido, responsabile e condiviso.

Con questa metodologia, puntiamo non solo a monitorare il nostro progresso verso le finalità di beneficio comune, ma a trasformare ogni sfida in un'opportunità di innovazione e cambiamento positivo. È un processo in continua evoluzione, che ci impegniamo a portare avanti con trasparenza, determinazione e apertura al dialogo.

## Strumenti e perimetro di analisi

Per l'analisi delle aree di impatto di Maikii S.r.l., abbiamo adottato un approccio che unisce il coinvolgimento diretto degli stakeholder principali – management e dipendenti – e una valutazione approfondita degli effetti generati lungo l'intera value chain aziendale.

Due strumenti fondamentali per la nostra analisi delle aree di impatto sono stati:

- **Impact value chain:** abbiamo mappato le risorse (input), le attività svolte grazie a esse, i risultati prodotti (output) e i cambiamenti generati (outcome), creando una catena logica che ci consente di comprendere la relazione tra i nostri interventi e gli impatti desiderati. Questa mappatura è stata effettuata includendo tutti i dati relativi alla realtà aziendale, per assicurare una rendicontazione trasparente e rappresentativa della stessa.

- **Carbon footprint allineata al GHG Protocol:** calcolo delle emissioni di Scope 1 e 2 di Maikii S.r.l. attraverso la piattaforma CliMax, validata dall'ente di certificazione RINA.

## 1.3 Chi siamo

Maikii S.r.l., pioniera a livello internazionale nella progettazione, produzione e vendita di chiavette USB, power bank ed elettronica di consumo, è una Società Benefit attiva nel **settore promozionale**. Realizziamo **merchandising personalizzato** per agenzie promozionali, rivenditori specializzati e agenzie di marketing e comunicazione, offrendo soluzioni su misura nei segmenti tecnologia, audio, accessori lifestyle, zaini e drinkware. Tutti i modelli del nostro catalogo sono personalizzabili con loghi o grafiche attraverso differenti tecniche di stampa: ogni gadget diventa così un mezzo efficace per aumentare la visibilità e la popolarità aziendali. In questo modo, rendiamo i prodotti dei veri e propri strumenti di comunicazione per chi vuole dare più forza al proprio brand, trasformando idee in oggetti concreti, utili e memorabili. Non è solo una questione di estetica: la qualità tecnologica dei nostri prodotti è sempre la nostra priorità.

Con Maikii, ogni giorno è un'occasione per dare nuova energia alle idee.

## La nostra storia

La storia di Maikii comincia nel 2008, in un momento in cui il mondo cambiava rapidamente e l'economia attraversava uno dei momenti più difficili degli ultimi anni. Proprio in quel contesto, due giovani imprenditori – Matteo Fabbrini e Francesco Poloniato – hanno avuto l'intuizione giusta, intercettando la domanda emergente di accessori tecnologici personalizzabili. Omaggi e gadget promozionali iniziavano infatti ad occupare una fetta importante nei budget aziendali. L'idea era semplice ma geniale: personalizzare chiavette USB, puntando su due ingredienti che da allora non ci hanno mai lasciato: **innovazione e creatività**. La risposta del mercato è stata subito entusiasta. Le chiavette USB, utilissime e facili da personalizzare con loghi aziendali, si sono rivelate il gadget perfetto: pratiche da regalare ai clienti, ideali per le fiere, apprezzatissime dai dipendenti.

Grazie a un'attenta selezione di fornitori, ai numerosi viaggi in Cina, e a un catalogo sempre aggiornato con i modelli più originali e tecnologicamente avanzati, la crescita è stata rapida ed esponenziale. Nel 2015, il nostro fatturato ha toccato i 20 milioni di euro. Abbiamo deciso di investire nella ricerca di nuovi prodotti e nel tempo abbiamo ampliato il nostro catalogo, affiancando ai supporti USB altri prodotti tech per la scrivania e per l'uso quotidiano, come power bank, cavi, hard disk e accessori audio come speaker Bluetooth e auricolari TWS. Sempre cercando l'eccellenza, sempre alla ricerca di quel qualcosa in più. Poi, dopo la pandemia, abbiamo deciso di andare oltre il semplice concetto di "gadget". Volevamo distinguerci davvero: proporre articoli **duraturi e pensati per il consumatore finale**, andando oltre l'elettronica di consumo. Abbiamo continuato a guardare alla Cina come fonte di ispirazione, ma con una missione chiara: cercare prodotti unici, non ancora esplorati dai nostri concorrenti, capaci di fare la differenza.

Oggi il nostro headquarter a Treviso conta più di 30 persone. Operiamo a livello internazionale, con una presenza commerciale consolidata nei diversi mercati europei. Continuiamo a innovare, a cercare, a creare. Sempre con la stessa passione che ci ha accompagnati fin dal primo giorno: dare energia alle idee e trasformarle in oggetti che raccontano storie.

## Missione e visione

Ogni giorno noi di Maikii lavoriamo per creare prodotti che non solo siano utili, ma che sappiano distinguersi per design, colori e originalità. La nostra vision è semplice e ambiziosa: portare una ventata di novità nel mondo del promozionale, con oggetti tecnologici di qualità, belli da vedere e piacevoli da usare.

Selezioniamo con cura ogni prodotto che entra nel nostro catalogo: vogliamo offrire soluzioni pratiche e curate nei dettagli, pensate per stare in ogni mano, su ogni scrivania, in ogni tasca.

Ogni oggetto racconta qualcosa di noi: la nostra passione per la creatività, l'attenzione per l'innovazione e il valore che attribuiamo alla fiducia dei nostri clienti.

La nostra mission? Offrire sempre qualcosa di nuovo. Unire funzionalità e stile, tecnologia e accessibilità, per dare al mercato prodotti inediti, riconoscibili e capaci di lasciare il segno.

## **Le attività principali di Maikii**

In Maikii ci occupiamo ogni giorno di trasformare oggetti in strumenti di comunicazione creativi e innovativi. La nostra attività si sviluppa lungo **tre aree operative** principali:

1. **Importazione di prodotti.** Selezioniamo e importiamo articoli di elettronica di consumo e gadget promozionali con un'attenzione costante alla qualità e alla solidità della nostra supply chain. Le chiavette USB rappresentano uno dei nostri pilastri storici e continuano a far parte del nostro DNA. Dal 2025 faremo un passo in più, introducendo nel nostro catalogo la prima chiavetta USB Made in Italy per il mercato promozionale, progettata nel 2024. Un progetto unico nel suo genere, che valorizza il design e la competenza produttiva italiana in un settore dominato finora dall'importazione.
2. **Design, produzione e distribuzione.** Parallelamente, ci dedichiamo con passione al design, alla produzione e alla distribuzione diretta di prodotti personalizzabili nelle categorie drinkware, zaini, borse e accessori lifestyle. In questo ambito abbiamo dato vita a brand proprietari pensati per esigenze e target diversi. Elements è stato il primo: una linea di articoli lifestyle di design in PU waterproof pensati per il mondo promozionale. A breve si aggiungerà Firstimers, un nuovo marchio con prodotti in uscita nel 2025, pensato per chi cerca innovazione e funzionalità.
3. **Distribuzione di brand internazionali.** Completa e rafforza la nostra offerta la distribuzione ufficiale di brand di riferimento a livello internazionale e la personalizzazione dei loro prodotti:
  - **I-Drink**, con la sua linea di borracce, lunch box e lunch bag pensati per la vita di tutti i giorni, perfetti da portare sempre con sé, in viaggio o in ufficio;
  - **Mokavit**, brand di caffettiere Made in Italy realizzate con materiali selezionati di altissima qualità;
  - **Popsockets**, che realizza popgrip per il supporto e l'impugnatura degli smartphone;
  - **Rollink**, con i suoi articoli drinkware colorati e funzionali per la vita di tutti i giorni, pratici da portare in viaggio e in ufficio;

- **Cellular Line**, anch'esso attivo nel settore degli accessori per smartphone e tablet.
- **SBS**, brand che offre una selezione di accessori tech e lifestyle di alta qualità, tra cui cuffie, auricolari, power bank, speaker, borse e articoli drinkware;

Dal 2025 offriremo i nostri servizi di distribuzione anche a **Pagongo**, un nuovo brand con concept originali che progetta prodotti lifestyle e da viaggio versatili utilizzando materiali di alta qualità, che arricchirà ulteriormente la nostra proposta.

Grazie a un modello flessibile e a una solida rete distributiva, siamo in grado di rispondere con efficienza e rapidità alle esigenze di un mercato competitivo in continua evoluzione, garantendo valore in ogni fase del processo.

## **La nostra catena del valore**

### Catena di fornitura

In Maikii, ogni prodotto racconta una storia fatta di attenzione, collaborazione e cura per ogni fase del processo. La nostra catena di fornitura è costruita per garantire efficienza, qualità e conformità normativa, attraverso una gestione attenta delle collaborazioni con fornitori e partner strategici.

Per quanto riguarda **l'importazione di gadget promozionali e articoli di elettronica di consumo**, ci affidiamo a una rete consolidata di fornitori specializzati situati in Cina, selezionati per la loro competenza nella produzione industriale e nella lavorazione dei materiali destinati al mercato promozionale. Le aziende partner seguono tutto il ciclo produttivo, fornendo un prodotto finito completo di packaging personalizzato, manualistica e documentazione tecnica conforme alle normative vigenti, e imballaggi dedicati per il trasporto e la logistica. La fase di progettazione e design rimane in capo al nostro team interno, che lavora a stretto contatto con i fornitori per assicurare coerenza con l'identità di Maikii e il mantenimento degli standard qualitativi richiesti dal mercato.

Accanto all'importazione, **sviluppiamo e distribuiamo brand proprietari**, secondo un approccio integrato che parte da un'analisi strategica accurata del prodotto, pensata per creare soluzioni distintive e competitive nel mercato promozionale. Il processo di analisi si articola in diverse fasi:

- ideazione e definizione del design, costruito attorno alla proposta di valore che vogliamo trasmettere;
- ricerca di benchmark e analisi di prodotti simili;
- valutazione delle funzionalità, del target di riferimento e del potenziale di mercato;
- campionatura e definizione dei prezzi, delle condizioni e dei margini;

- sviluppo della strategia di go-to-market, per accompagnare il prodotto dal concept fino alla sua distribuzione sul mercato.

Questo approccio è stato applicato in modo particolare ai brand sviluppati nel 2024, come Elements, con l'obiettivo di offrire al mercato promozionale soluzioni originali, di qualità e capaci di raccontare un'identità chiara e distintiva.

Per la **distribuzione dei marchi terzi**, gestiamo direttamente la selezione dei partner commerciali, la formalizzazione degli accordi, gli ordini e la distribuzione dei prodotti, che integriamo nella nostra rete logistica e commerciale. Costruiamo relazioni fondate su affidabilità, complementarità di gamma e coerenza con i nostri valori.

#### Attività a valle della catena del valore

A valle della nostra catena del valore, collaboriamo con diverse tipologie di clienti, quali **agenzie promozionali, rivenditori** di articoli promozionali e **agenzie di marketing e comunicazione**. Questi operatori rappresentano il collegamento diretto tra Maikii e l'utente finale, svolgendo un ruolo fondamentale nella personalizzazione, nella proposta e nella distribuzione dei prodotti all'interno di progetti promozionali e campagne di comunicazione.

Per supportare al meglio queste realtà, mettiamo a disposizione materiali tecnici, schede prodotto, rendering, logistiche dedicate e strumenti operativi che facilitano la vendita e migliorano l'esperienza del cliente finale.

#### Il nostro impegno per una filiera sostenibile

Sappiamo che la sostenibilità passa anche attraverso una supply chain responsabile. Per questo, nel 2025 ci impegniamo ad ottenere la **certificazione GRS (Global Recycled Standard)**. Questa certificazione ci permetterà di:

- tracciare e certificare tutti i passaggi della filiera;
- garantire la conformità dei materiali riciclati e processi produttivi impiegati;
- rafforzare il nostro impegno verso una filiera sempre più trasparente, responsabile e sostenibile.

Lavorare per garantire la trasparenza della nostra supply chain non è solo una scelta di conformità: è il nostro modo di contribuire a un sistema produttivo più etico e attento alle risorse.

#### Partnership strategiche

Per offrire soluzioni ancora più rapide e personalizzate, abbiamo instaurato partnership strategiche con aziende italiane leader nei servizi di stampa e personalizzazione. Grazie a queste collaborazioni gestiamo i prodotti della linea *Priority*, mantenuti a magazzino in Italia, dove vengono personalizzati in tempi rapidi per rispondere alle esigenze del mercato promozionale.

In questo modo possiamo mettere a disposizione una vasta gamma di tecnologie di stampa:

- **Serigrafia promozionale**, per la stampa di immagini e grafiche su shopper, t-shirt e oggettistica;
- **Incisione laser** per personalizzazioni resistenti e durature;
- **Tampografia**, tecnica di stampa indiretta veloce e precisa, adatta a superfici curve e irregolari;
- **Stampa digitale**, per piccole tirature e immagini colorate e dettagliate.

Queste sinergie, basate su valori condivisi di qualità, affidabilità e precisione, ci consentono di mantenere elevati standard di qualità e tempi di consegna rapidi. Inoltre, ci permettono di offrire tempestivamente ai nostri clienti prodotti personalizzati in grado di valorizzare il loro brand in modo distintivo ed efficace.

### **Struttura della governance aziendale**

La governance di Maikii è organizzata attorno a un Consiglio di Amministrazione (CdA) composto da tre membri con ruoli e responsabilità ben definiti e complementari, che garantiscono una governance operativa e strategica snella ed efficace:

- **Matteo Fabbrini**, Presidente del CdA e Amministratore Delegato, è responsabile della definizione dell'indirizzo strategico dell'azienda, dello sviluppo dei mercati internazionali e delle scelte di posizionamento aziendale. Grazie alla sua esperienza in ambito commerciale e manageriale, garantisce una visione integrata di lungo periodo sugli impatti economici e organizzativi.
- **Francesco Poloniato**, Vicepresidente del CdA e Direttore Creativo, supervisiona i processi creativi, con competenze specifiche negli ambiti della comunicazione, del branding e del posizionamento dei nostri prodotti, garantendo coerenza con i nostri valori identitari e innovazione.
- **Marco Bonamigo**, Responsabile di Filiera e Acquisti, ha una consolidata esperienza nella gestione delle filiere produttive, nel sourcing e nella definizione dell'offerta commerciale.

La selezione e la nomina dei membri del CdA avvengono tramite l'assemblea dei soci, seguendo criteri basati su competenze specifiche e capacità operative.

Questa struttura di governance ci consente di agire in modo rapido, mirato ed efficace, mantenendo un forte orientamento al nostro core business e ai mercati di riferimento.

Nel 2024, il Consiglio di Amministrazione di Maikii ha assunto direttamente la **responsabilità della supervisione degli impatti** dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, avviando un processo di valutazione strutturata degli impatti e integrando le prime analisi qualitative e quantitative nel processo decisionale. Ogni membro del Consiglio di Amministrazione svolge un **ruolo attivo** nella supervisione degli impatti, in base alla propria area di competenza. Matteo Fabbrini presidia gli impatti

legati alla governance, alla strategia globale e al posizionamento aziendale; Francesco Poloniato si occupa della proposta di valore del prodotto, di design e comunicazione, garantendo coerenza tra l'impatto sul consumatore e l'identità etica del brand; Marco Bonamigo, infine, monitora l'intera filiera produttiva, ponendo particolare attenzione alla sostenibilità dei materiali, alla scelta dei fornitori e all'evoluzione verso una supply chain più tracciabile e responsabile. Questa suddivisione delle responsabilità permette a Maikii di gestire la sostenibilità in modo integrato e coerente, mantenendo sempre allineati strategia, operations e impatto.

A partire dal 2025, Maikii intende rafforzare il proprio sistema di governance in ambito di sostenibilità introducendo **specifiche figure manageriali interne**, assicurando che ogni dimensione dell'impatto sia presidiata da persone competenti, con responsabilità chiare e collegate direttamente al massimo organo di governo. In linea con il principio della responsabilizzazione diffusa e della governance integrata, la responsabilità per la gestione degli impatti sarà ripartita tra:

- Responsabile di Impatto
- Comitato di Sostenibilità
- membri del CdA, secondo le proprie competenze e aree di presidio

Il **Responsabile di Impatto** sarà la figura di riferimento per l'attuazione del Piano di Sviluppo Sostenibile Triennale. Lavorerà a stretto contatto con i membri del CdA per il coordinamento delle attività ESG e si occuperà della raccolta, analisi e rendicontazione sistematica degli impatti generati dalle attività aziendali.

Parallelamente verrà attivato il **Comitato di Sostenibilità**, organo interno composto da figure aziendali trasversali. Avrà una funzione consultiva, attraverso il monitoraggio e il supporto al CdA nell'elaborazione e nell'attuazione delle strategie ambientali e sociali.

Nel 2024 Maikii ha elaborato il proprio **Piano di Sviluppo Sostenibile Triennale**, documento strategico da cui sono stati derivati gli indicatori di performance e gli **OKR** (Objectives and Key Results) aziendali, obiettivi concreti e misurabili lungo le dimensioni ESG che sono stati integrati nei processi di pianificazione e monitoraggio delle performance.

Per garantire l'attuazione coerente delle strategie di sostenibilità delineate nel piano e promuovere un forte allineamento tra i team riguardo la gestione degli impatti, Maikii ha adottato un sistema strutturato di momenti di confronto e aggiornamento periodico.

- **Quarterly meeting:** riunioni plenarie trimestrali che coinvolgono tutto il team. Durante questi incontri vengono condivisi i risultati raggiunti rispetto agli obiettivi di sostenibilità (OKR), lo stato di avanzamento delle azioni previste dal Piano di Sviluppo Sostenibile Triennale e le priorità del trimestre successivo.
- **Aggiornamenti settimanali:** ogni settimana, l'intero team riceve comunicazioni con i dati aggiornati di fatturato, rafforzando una cultura improntata alla trasparenza e al monitoraggio costante delle performance.

- **Newsletter mensile del CEO:** ogni mese, l'Amministratore Delegato comunica a tutto il personale gli sviluppi e i traguardi raggiunti nei vari reparti attraverso un formato breve e diretto, definito internamente "tweet via mail".
- **Stand-up meeting quindicinali:** incontri brevi e operativi che favoriscono l'allineamento agile tra i reparti, permettendo un monitoraggio costante e diffuso degli impatti operativi e delle attività in corso e favorendo una collaborazione trasversale e reattiva.
- **Report operativi regolari:** il Responsabile d'Impatto e i senior manager alimentano il flusso informativo verso il CdA attraverso report periodici, garantendo aggiornamenti tempestivi, strutturati e trasparenti.
- **One-to-one individuali annuali:** ogni anno, ogni dipendente partecipa a un colloquio personale con il CEO e con l'Head of People & Culture, un momento di ascolto e confronto utile per condividere riflessioni, suggerimenti e feedback relativi agli impatti dell'organizzazione e alle pratiche interne.

L'intero sistema è supervisionato dal Consiglio di Amministrazione, con il contributo attivo dei senior manager nelle rispettive aree di competenza. Questa struttura partecipativa e integrata consente di rafforzare il legame tra strategia, cultura aziendale e sostenibilità, permettendo al massimo organo di governo di intervenire tempestivamente, orientando le decisioni verso il miglioramento continuo, la responsabilizzazione diffusa e la creazione di valore condiviso.

Inoltre, nel 2024 abbiamo avviato un percorso strutturato di **formazione** continua coordinato dal team People & Culture, al fine di rafforzare le competenze collettive in ambito ESG e integrare in modo sempre più consapevole gli aspetti di sostenibilità nella strategia aziendale. Il programma prevede momenti di formazione mirata, workshop strategici su temi chiave, come filiere responsabili, design sostenibile ed inclusione, insieme ad aggiornamenti periodici sui trend emergenti e sulle evoluzioni normative di settore.

#### La revisione dei processi interni e il Modello 231

Per noi di Maikii, avere processi interni solidi e trasparenti è fondamentale per crescere in modo responsabile. Il Consiglio di Amministrazione riveste un ruolo significativo nel monitoraggio e nella revisione periodica dell'efficacia delle nostre attività, assicurandosi che siano allineate agli obiettivi strategici e ai principi di sostenibilità che guidano il nostro lavoro. Un elemento centrale di questo impegno è il **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001 (Modello 231)**, che abbiamo adottato per proteggere l'azienda dai rischi legali e promuovere comportamenti etici e corretti a ogni livello. Grazie a questo strumento, abbiamo definito procedure operative e controlli interni che ci aiutano a prevenire reati come frodi, corruzione o violazioni economiche e garantire che tutti i processi aziendali siano svolti nel pieno rispetto delle normative.

Per valutare l'efficacia dei processi interni, abbiamo messo in campo diversi strumenti di revisione e controllo. Oltre ai **quarterly meeting**, durante i quali vengono analizzati, tra gli altri, gli obiettivi e i risultati legati alla conformità alle normative e alla prevenzione

dei rischi, effettuiamo audit interni e revisioniamo il Modello 231 con cadenza annuale. Gli **audit interni** sono controlli periodici che ci permettono di monitorare le aree aziendali più sensibili, con il supporto di esperti legali e di compliance. La **revisione annuale del Modello 231** è compito del CdA, che viene affiancato in questa mansione dal Responsabile dell'Internal Audit e dal Comitato di Sostenibilità. Insieme si occupano di supervisionare e revisionare periodicamente il Modello 231, assicurandosi che sia sempre aggiornato rispetto alle normative vigenti e alle best practices di settore.

Ma il nostro impegno non si ferma alla gestione interna: crediamo che una vera cultura della compliance debba coinvolgere tutti coloro che lavorano con noi. Attraverso la formazione continua, la comunicazione trasparente dei nostri principi etici e le attività di sensibilizzazione, ci assicuriamo che tutti i nostri stakeholder siano informati e coinvolti in iniziative di compliance, promuovendo un **ambiente di lavoro responsabile**, sicuro e in linea con la nostra visione di sostenibilità. La collaborazione tra il Consiglio di Amministrazione, il Comitato di Sostenibilità e il Responsabile d'Impatto garantisce che i valori della responsabilità e della trasparenza siano pienamente integrati nelle nostre pratiche quotidiane, rafforzando così la fiducia verso l'interno e verso l'esterno.

#### La gestione delle criticità

In Maikii crediamo che riconoscere i propri impatti sia il primo passo per generare un cambiamento positivo. Siamo consapevoli che ogni attività, lungo tutta la catena del valore, può generare effetti economici, ambientali o sociali. Per questo ci siamo impegnati, attraverso il nostro Piano di Sviluppo Sostenibile Triennale, a intervenire tempestivamente ogni volta che emergano impatti negativi, diretti o indiretti, collaborando attivamente con tutte le parti coinvolte.

Per garantire un ascolto costante e strutturato, abbiamo attivato **canali accessibili** a tutti i nostri stakeholder, sia interni che esterni. I dipendenti e i collaboratori possono segnalare eventuali criticità, anche in forma anonima o riservata, attraverso una piattaforma digitale aziendale dedicata. I clienti, i fornitori e i partner possono invece rivolgersi a un indirizzo e-mail dedicato. Ogni segnalazione viene presa in carico, tracciata e gestita in modo trasparente e con tempi di risposta rapidi, dimostrando attenzione e responsabilità.

Oltre alla gestione dei reclami, adottiamo un approccio proattivo attraverso **audit interni** e **monitoraggio dei rischi ESG lungo la filiera**, con particolare attenzione alle fasi di importazione e personalizzazione dei prodotti. In presenza di non conformità o potenziali criticità, come condizioni di lavoro inadeguate, materiali non conformi o ritardi significativi, interveniamo prontamente, privilegiando il dialogo diretto con fornitori e partner per trovare soluzioni condivise. Dal 2025, intendiamo rafforzare ulteriormente la tracciabilità e la nostra capacità di intervento lungo tutta la catena di fornitura, con l'obiettivo di ottenere la certificazione **GRS (Global Recycled Standard)**.

Il coinvolgimento degli stakeholder è una parte fondamentale del nostro approccio per migliorare i meccanismi di ascolto. Internamente, coinvolgiamo il personale attraverso i quarterly meeting, i colloqui individuali con il CEO e l'Head of People & Culture, e la

raccolta di feedback qualitativi. Esternamente, manteniamo un dialogo attivo con clienti e fornitori chiave, integrando i suggerimenti ricevuti per migliorare continuamente le nostre procedure di gestione e prevenzione degli impatti negativi.

Monitoriamo l'efficacia dei nostri sistemi di reclamo attraverso indicatori chiave, come il **tempo medio di risposta**, il **tasso di risoluzione delle segnalazioni** e l'**analisi periodica dei casi ricorrenti**. Questi dati, insieme ai feedback qualitativi raccolti post-servizio e nei processi di onboarding dei fornitori, vengono analizzati e discussi durante i quarterly meeting, con l'obiettivo di identificare ambiti di miglioramento, aggiornare le nostre policy interne e rendere sempre più efficace la nostra capacità di prevenire e rimediare agli impatti. I risultati ottenuti da queste analisi vengono poi integrati nel reporting annuale di sostenibilità.

A testimonianza di una gestione trasparente delle criticità, abbiamo attivato anche un meccanismo di **whistleblowing**, che permette di segnalare eventuali comportamenti non conformi in modo sicuro e riservato.

### Il coinvolgimento degli stakeholder

Per Maikii, costruire una cultura aziendale della sostenibilità significa innanzitutto aprirsi al dialogo. Per questo promuoviamo un modello di governance aperto e collaborativo, che valorizza il contributo degli stakeholder interni ed esterni in tutte le fasi del nostro percorso di crescita responsabile.

Gli stakeholder interni - tra cui soci, CdA, direzione, dipendenti, collaboratori, stagisti, agenti, revisori e consulenti - sono coinvolti attivamente nei processi di monitoraggio e di miglioramento. Lo facciamo attraverso momenti strutturati come i quarterly meeting, i stand-up meeting quindicinali, gli aggiornamenti settimanali sui dati di performance e le newsletter mensili inviate direttamente dal CEO. Anche la formazione interna sulla sostenibilità ha ruolo fondamentale per costruire consapevolezza e alimentare una cultura aziendale sempre più partecipata e inclusiva.

Allo stesso modo, coinvolgiamo i nostri stakeholder esterni - clienti B2B, fornitori, partner, rivenditori, associazioni di categoria, enti certificatori, ONLUS, comunità locali e prospect - in un dialogo continuo che passa attraverso selezioni rigorose, richieste di conformità documentale e l'obiettivo, già in corso, di costruire una filiera sempre più tracciata e certificata, anche in vista dell'ottenimento della certificazione GRS (Global Recycled Standard). Con clienti e partner, in particolare, manteniamo aggiornamenti regolari sui nostri progressi in ambito sostenibilità e ascoltiamo i feedback per orientare in modo dinamico le nostre strategie ESG.

La modalità di individuazione dei nostri stakeholder è stata guidata da un processo partecipativo interno, nato dal contributo della direzione e di tutto il team, e rafforzato da un'analisi di materialità che ci ha permesso di mappare l'importanza di ogni interlocutore rispetto agli obiettivi di sostenibilità aziendale.

Attraverso attività di dialogo strutturate, procedure di comunicazione e gestione delle relazioni, momenti di formazione interna e aggiornamenti periodici sui progressi aziendali, intendiamo valorizzare il ruolo attivo degli stakeholder nel nostro percorso di sostenibilità, raccogliere input preziosi per orientare le scelte strategiche, costruire un forte senso di corresponsabilità e promuovere una cultura interna fondata sull'inclusività e sulla trasparenza.

Questo approccio partecipativo non solo sostiene il nostro impegno verso gli obiettivi normativi associati allo status di Società Benefit, ma rappresenta una leva fondamentale per promuovere un'evoluzione culturale profonda, capace di rafforzare la fiducia e il legame con tutti gli attori con cui ogni giorno costruiamo il nostro futuro.

### **Adesione ad associazioni**

Aderiamo a diverse associazioni di categoria riconosciute a livello nazionale e internazionale:

- **Confindustria Veneto Est**, una delle principali associazioni territoriali di Confindustria, che rappresenta le imprese industriali delle province di Padova, Treviso, Venezia e Rovigo. Attraverso questa partnership, Maikii beneficia di servizi di supporto su innovazione, formazione, internazionalizzazione, accesso al credito e relazioni industriali.
- **GWV (Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V.)**, l'associazione tedesca di riferimento per il settore degli articoli promozionali, che riunisce produttori, distributori e fornitori di servizi, offrendo visibilità, tutela degli interessi e opportunità di networking nei mercati tedesco ed europeo.
- **ADM (Associazione Distribuzione Moderna)**, l'associazione italiana che rappresenta le imprese della grande distribuzione organizzata (GDO). Grazie a questa adesione, partecipiamo al dialogo istituzionale sui principali temi economici e normativi che interessano il mondo della distribuzione moderna.
- **Fyvar**, un'associazione internazionale fondata in Spagna che riunisce produttori, importatori e distributori di articoli promozionali e regali aziendali.

La nostra adesione a queste associazioni rappresenta una leva strategica per la crescita e il consolidamento di Maikii nel settore, in quanto rafforza la competitività aziendale, favorisce l'innovazione e contribuisce a una gestione sempre più consapevole. Queste collaborazioni, infatti, non si limitano solo a offrire visibilità e rappresentanza istituzionale: ci garantiscono accesso privilegiato a servizi di consulenza specializzata, aggiornamenti normativi, occasioni di networking e partecipazione a eventi fieristici di primo piano. In particolare, il rapporto con **Confindustria Veneto Est** si traduce in un supporto concreto e su misura. Questo avviene attraverso:

- **check up finanziari** per analizzare la situazione economico-finanziaria di Maikii e individuare eventuali criticità, opportunità di miglioramento e

strumenti di supporto disponibili per l'accesso al credito e la gestione della liquidità;

- **incontri di aggiornamento** periodici con un tutor dedicato, che ci supporta su temi normativi, strategici e finanziari;
- **analisi personalizzata dei fabbisogni aziendali e networking**, con la condivisione di contatti utili a stimolare nuove collaborazioni e opportunità di crescita;
- **verifica dell'utilizzo del Fondo Centrale di Garanzia per le PMI**, con indicazioni operative su come accedervi e ottimizzarne i benefici.

## **Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile**

In Maikii, crediamo che lo sviluppo sostenibile non sia solo una scelta, ma un impegno concreto e quotidiano, parte integrante della nostra strategia e della nostra identità. Negli ultimi anni, abbiamo avviato un percorso di evoluzione organizzativa volto a rendere la sostenibilità un elemento strutturale e trasversale all'interno dell'azienda.

Il cammino di Maikii è iniziato nel 2023 con il primo calcolo della carbon footprint di Scope 1 e 2, risultato della nostra collaborazione con Up2You. Questo primo passo ha segnato l'inizio di un approccio più consapevole, che abbiamo deciso di rafforzare ed espandere negli anni successivi.

Nel 2024, abbiamo rinnovato il nostro impegno ampliando il focus dall'area ambientale alla sfera della governance, attraverso l'adozione del Modello 231 e la revisione del nostro Codice Etico. Per questa attività siamo stati supportati da Up2You, nostro partner anche per la realizzazione di questa Relazione di Impatto. A partire dal prossimo anno intendiamo rafforzare la nostra governance con l'introduzione di due nuove figure chiave: il Responsabile d'Impatto, incaricato di coordinare le azioni ESG, e il Comitato di Sostenibilità, che supporterà l'integrazione dei principi di sostenibilità nei processi decisionali e operativi. Sempre nel 2025 introdurremo il Codice di Condotta dei Fornitori, per garantire la promozione di pratiche responsabili lungo tutta la catena del valore.

Questi cambiamenti riflettono la volontà dell'organo di governo di affrontare con consapevolezza gli impatti generati dall'organizzazione su persone, ambiente ed economia. Abbiamo investito nella formazione interna del CdA, promosso una gestione partecipata degli obiettivi di sostenibilità e definito un Piano di Sviluppo Sostenibile Triennale, da cui sono stati ricavati gli OKR aziendali, condivisi e monitorati regolarmente con tutto il team.

Le pratiche aziendali si sono adattate di conseguenza, prevedendo momenti strutturati di ascolto, condivisione e verifica degli avanzamenti: dai quarterly meeting aperti a tutta l'azienda, agli aggiornamenti settimanali da parte del CEO, fino agli incontri individuali annuali tra dipendenti e management. Questo approccio garantisce non solo trasparenza e coinvolgimento, ma anche un allineamento profondo tra direzione strategica e operatività quotidiana.

Crediamo che il valore di un'impresa oggi non si misuri solo nei suoi risultati economici, ma anche nella sua capacità di generare un impatto positivo, concreto e duraturo. Per questo motivo continuiamo a lavorare con coerenza, innovazione e responsabilità per costruire, passo dopo passo, una Maikii più sostenibile, pronta a rispondere alle sfide del presente e del futuro.

## 2. L'impatto

### 2.1 Impact statement

Essere una Società Benefit, per Maikii, significa costruire un modello d'impresa che coniughi innovazione, responsabilità e creatività, facendo in modo che ogni decisione generi valore reale per chi lavora con noi, per i clienti e per l'ambiente in cui operiamo.

Nel 2024 abbiamo tradotto questo impegno in azioni concrete, investendo su più fronti.

Abbiamo rivisto il Codice Etico per rafforzare la coerenza tra i nostri valori e le nostre pratiche e abbiamo avviato la redazione della Carta dei Valori Condivisi, un documento pensato per guidare i comportamenti quotidiani e rafforzare l'identità aziendale, anche verso l'esterno.

In questo stesso spirito, abbiamo lavorato per ridurre il nostro impatto ambientale, scegliendo materiali certificati, rivedendo le logiche di packaging, e avviando la misurazione delle nostre emissioni di CO<sub>2</sub> per comprenderle e gestirle con maggiore consapevolezza.

Anche la nostra organizzazione interna ha vissuto un cambiamento profondo: l'area Risorse Umane è diventata People & Culture, con il compito di valorizzare la collaborazione tra team, promuovere il benessere e stimolare la crescita. Il progetto NENA Academy, i corsi di formazione per team leader e l'adozione della metodologia OKR hanno dato forma a un ambiente di lavoro più trasparente, motivante e orientato al miglioramento continuo. Inoltre, i momenti di ascolto e condivisione, uniti a una

comunicazione interna aperta, hanno contribuito a rafforzare il senso di responsabilità diffusa e l'allineamento sugli obiettivi comuni.

Nel rapporto con il cliente, abbiamo introdotto survey post-vendita e potenziato i canali di customer care, che hanno contribuito alla creazione di rapporti di fiducia e di una percezione positiva del nostro brand, riconosciuto come un partner affidabile e in continua evoluzione.

Ogni intervento è nato da un ascolto attento: dei clienti, che ci chiedono soluzioni tecnologiche, sostenibili e sempre più innovative; e delle persone che lavorano con noi, che desiderano un ambiente motivante, equo e inclusivo.

Guardiamo avanti con la certezza che ogni miglioramento, anche il più piccolo, possa fare la differenza. Per noi, l'impatto positivo non si esaurisce in un'area o in un indicatore: è il risultato di un modo di lavorare fondato sulla coerenza, sull'ascolto e sulla volontà di migliorarsi ogni giorno.

Gli obiettivi di beneficio comune (anche "aree di impatto") qui riportati, sono stati definiti congiuntamente con i nostri stakeholder interni.

<b>Gli obiettivi di beneficio comune</b>	
<p><b>Contribuire alla mitigazione del cambiamento climatico</b></p> <p><b>SDG 7, 12, 13</b></p> <p>Monitoriamo costantemente e rendicontiamo le nostre <b>emissioni di CO<sub>2</sub></b>, garantendo maggiore trasparenza e una gestione più consapevole dell'impatto ambientale. Contabilizziamo le emissioni secondo le modalità definite dal <b>GHG Protocol</b>, quantificando per il 2024 le emissioni dirette derivanti dalle attività aziendali (<b>Scope 1</b>) e indirette legate all'acquisto di elettricità (<b>Scope 2</b>). I dati raccolti ci supportano nell'identificazione di aree di miglioramento e nella definizione di strategie di riduzione efficaci.</p>	<p><b>Benessere del personale, formazione e DE&amp;I</b></p> <p><b>SDG 3, 4, 5, 8, 10</b></p> <p>Maikii pone al centro del proprio impegno il <b>benessere</b> e la <b>crescita professionale</b> dei propri dipendenti. Miriamo a raggiungere questo obiettivo promuovendo una cultura basata sull'<b>ascolto attivo</b> e sulla <b>partecipazione</b>, attraverso l'organizzazione periodica di momenti di aggiornamento e condivisione, affiancati da survey interne per individuare e affrontare eventuali criticità. Inoltre, investiamo nello <b>sviluppo delle competenze</b> attraverso programmi di formazione strutturati, come testimonia il progetto "NENA - Academy".</p>

	<p>Coinvolgendo i dipendenti nei processi aziendali, puntiamo a ridurre la disinformazione e i malintesi organizzativi, oltre che a rafforzare il senso di appartenenza e favorire la condivisione degli obiettivi comuni.</p>
<p><b>Gestione etica e socialmente responsabile</b></p> <p><b>SDG 8, 9, 10, 11</b></p> <p>Maikii ha aggiornato il proprio <b>Codice Etico</b> per rafforzare la consapevolezza interna sui valori aziendali e consolidare il clima di fiducia con dipendenti, fornitori e stakeholder. Per favorire la coesione organizzativa, abbiamo redatto una <b>Carta dei Valori Condivisi</b>, coinvolgendo attivamente il team nella definizione dell'identità aziendale e nell'allineamento tra valori e comportamenti quotidiani. Abbiamo inoltre implementato e aggiornato il <b>Modello 231</b>, per garantire la compliance con la normativa sulla responsabilità amministrativa d'impresa. Infine, promuoviamo la <b>condivisione dei risultati economici</b> con il team, attraverso una comunicazione chiara e periodica.</p>	<p><b>Qualità del servizio e soddisfazione del cliente</b></p> <p><b>SDG 8, 9, 12</b></p> <p>In Maikii adottiamo strategie mirate per garantire un'<b>esperienza d'acquisto di qualità</b>. Nel 2024 abbiamo implementato <b>survey post-vendita</b> per raccogliere feedback diretti dai clienti, che ci hanno consentito di comprendere meglio le loro esigenze e intervenire tempestivamente su eventuali criticità. Per aumentare l'efficienza e la reattività, abbiamo inoltre <b>potenziato i canali di assistenza e customer care</b>, offrendo risposte tempestive ed efficaci a ogni richiesta.</p>

## 2.2 Impact value chain

L'impact value chain rappresenta in modo chiaro e logico la strategia di impatto di Maikii, tracciando il legame tra i bisogni dei nostri stakeholder, le attività aziendali intraprese e gli effetti concreti che queste generano, contribuendo a creare un impatto positivo per l'ambiente e la società. Questo strumento permette di comprendere come le risorse messe in gioco (input) si trasformano in attività, producono risultati immediati (output) e portano a cambiamenti significativi e duraturi nel medio termine (outcome).

Attraverso l'impact value chain, Maikii illustra come ha intenzione di generare valore aggiunto, garantendo al contempo la misurabilità dei risultati ottenuti. Questo approccio non solo offre una chiave per valutare e raccontare in modo trasparente i benefici generati, ma costituisce anche una solida base per un miglioramento continuo e per promuovere un'innovazione responsabile. In definitiva, l'impact value chain rappresenta uno strumento cruciale per guidare le nostre azioni future, allineando le stesse ai nostri obiettivi di sostenibilità e responsabilità verso l'ambiente e la società.

Input	Attività	Output	Outcome	Impatto
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Risorse umane (dipendenti e dirigenti)</li> <li>● Risorse finanziarie</li> <li>● Risorse tecnologiche</li> <li>● Altre tipologie di risorse (fornitori e aziende Exclama e Itagency)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Rendicontazione delle emissioni Scope 1 e 2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● % di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili</li> <li>● % di riduzione delle emissioni legate al consumo di carburanti per i veicoli aziendali rispetto al 2023</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● % di riduzione delle emissioni di Scope 1 e 2 rispetto al 2023</li> </ul>	<p><b>Ambientale</b></p> <p>Contribuire alla mitigazione del cambiamento climatico</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Risorse umane (dipendenti e dirigenti)</li> <li>● Risorse finanziarie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Percorsi di formazione (es. NENA-Academy)</li> <li>● Valutazione delle competenze e mentoring</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Numero di dipendenti che possono usufruire dei percorsi di formazione</li> <li>● % di utilizzo del budget</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Numero di casi di disinformazione e dei malintesi organizzativi</li> <li>● Valutazione e</li> </ul>	<p><b>Sociale</b></p> <p>Benessere del personale, formazione e DE&amp;I</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Risorse tecnologiche</li> <li>● Altre tipologie di risorse (fornitori e aziende Exclama e Itagency)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sistema di feedback continuo per il miglioramento del benessere aziendale</li> </ul>	<p>allocato per i percorsi di formazione</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Numero di momenti di aggiornamento e condivisione sui progetti aziendali organizzati</li> </ul>	<p>autovalutazione delle competenze acquisite</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Risorse umane (dipendenti e dirigenti)</li> <li>● Risorse finanziarie</li> <li>● Risorse tecnologiche</li> <li>● Altre tipologie di risorse (fornitori e aziende Exclama e Itagency)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aggiornamento del Codice Etico</li> <li>● Redazione della Carta dei Valori</li> <li>● Implementazione e aggiornamento del Modello 231</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Numero di comportamenti non etici o non conformi registrati</li> <li>● Numero di attività implementate per migliorare il coinvolgimento dei dipendenti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Numero di azioni implementate per correggere e/o prevenire i comportamenti non etici e non conformi</li> <li>● Aumento della motivazione e dell'engagement del team</li> </ul>	<p><b>Governance</b></p> <p>Gestione etica e socialmente responsabile</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Risorse umane (dipendenti e dirigenti)</li> <li>● Risorse finanziarie</li> <li>● Risorse tecnologiche</li> <li>● Altre tipologie di risorse (fornitori e aziende Exclama e Itagency)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Canali di assistenza e customer care per garantire risposte rapide ed efficaci a ogni richiesta o segnalazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Numero di survey post-vendita inviate ai clienti</li> <li>● Numero di segnalazioni negative e di reclami ricevuti dai clienti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Valutazione ricevuta dal cliente sulla survey inviata</li> <li>● % di reclami risolti nel 2024</li> </ul>	<p><b>Governance</b></p> <p>Qualità del servizio e soddisfazione del cliente</p>

## 2.3 I beneficiari del nostro impatto

Maikii ha identificato con attenzione i beneficiari diretti e indiretti del proprio impatto, riconoscendo che ogni azione intrapresa genera valore per molteplici stakeholder, sia interni che esterni all'azienda. La nostra strategia di sostenibilità e responsabilità è pensata per creare benefici tangibili e duraturi, rispondendo ai bisogni delle persone, delle comunità e dell'ambiente.

Riteniamo che il valore creato debba essere distribuito equamente tra tutti i nostri stakeholder. La nostra visione si basa su un modello di impresa che pone al centro il dialogo, la trasparenza e la collaborazione, riconoscendo che solo lavorando insieme possiamo affrontare le sfide più grandi e costruire un futuro più equo e sostenibile. Maikii si impegna ogni giorno per massimizzare il proprio impatto positivo, coinvolgendo e valorizzando tutti i beneficiari della sua azione.

Riflettendo più a fondo sui benefici comuni che generiamo attraverso la nostra mission abbiamo identificato i beneficiari diretti e indiretti dei nostri obiettivi di impatto aziendali.

<b>Beneficiari diretti</b>	<b>Beneficiari indiretti</b>
Con il termine beneficiari diretti si intendono coloro che traggono un beneficio diretto dalle attività e dal raggiungimento degli obiettivi di impatto che Maikii prevede.	I beneficiari indiretti invece, sono coloro che non beneficiano in maniera diretta dai risultati delle attività, ma avranno comunque dei vantaggi dal raggiungimento degli obiettivi d'impatto di Maikii.

<b>Obiettivo di impatto</b>	<b>Beneficiari diretti</b>	<b>Beneficiari indiretti</b>
<b>Contribuire alla mitigazione del cambiamento climatico</b>	I clienti I dipendenti dell'azienda	Il pianeta Le comunità locali Le generazioni future
<b>Benessere del personale, formazione e DE&amp;I</b>	I dipendenti dell'azienda	I familiari dei dipendenti La comunità locale
<b>Gestione etica e socialmente responsabile</b>	I dipendenti dell'azienda	Le aziende clienti I dipendenti dei fornitori
<b>Qualità del servizio e soddisfazione del cliente</b>	I dipendenti dell'azienda	I clienti I dipendenti dei fornitori

## 3. Valutazione dell'impatto

### 3.1 Contribuire alla mitigazione del cambiamento climatico

SDGs connessi:



Maikii ha deciso di rendicontare le proprie emissioni di gas serra in conformità alle linee guida del **GHG Protocol**, un riferimento globale ampiamente riconosciuto e utilizzato per calcolare e riportare le emissioni di gas serra da parte di aziende e istituzioni. Questa scelta è fondamentale per comprendere e gestire l'impatto climatico delle nostre operazioni. Le emissioni sono classificate in tre categorie principali: le emissioni dirette derivanti dalle attività sotto il controllo operativo dell'azienda (Scope 1), le emissioni indirette associate all'acquisto di elettricità (Scope 2) e le emissioni indirette generate lungo la catena del valore aziendale (Scope 3).

Maikii ha quantificato le proprie emissioni di **Scope 1** e **Scope 2** per ottenere una prima visione del proprio impatto sul cambiamento climatico, che consente di identificare le aree critiche e sviluppare strategie efficaci per mitigare l'impatto ambientale.

L'obiettivo principale di questa analisi è stato quello di iniziare a prendere consapevolezza del nostro contributo al cambiamento climatico ed evidenziare le aree in cui poter migliorare le nostre prestazioni. Questo impegno non solo rafforza la responsabilità di Maikii verso la sostenibilità ambientale, ma risponde anche alle crescenti aspettative degli stakeholder, che richiedono maggiore trasparenza nella gestione delle problematiche climatiche. L'inventario delle emissioni GHG rappresenta quindi un elemento chiave per allinearsi agli standard internazionali e contribuire attivamente agli sforzi globali per affrontare e combattere il cambiamento climatico.

Per il calcolo della nostra carbon footprint siamo stati supportati da Up2You e abbiamo monitorato le emissioni di gas serra generate dalle attività aziendali.

Il totale delle emissioni di gas a effetto serra suddiviso per Scope relativo al 2024 è riportato nella seguente tabella:

<b>Emissioni Scope 1</b>	<b>Emissioni Scope 2 Location based</b>	<b>Emissioni Scope 2 Market based</b>
31,99 ton CO <sub>2</sub> eq.	15,33 ton CO <sub>2</sub> eq.	0 ton CO <sub>2</sub> eq.

### *Emissioni Scope 1*

Nel periodo di rendicontazione, l'azienda ha generato un totale di 31,99 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente da fonti dirette. Queste emissioni sono generate dalle seguenti fonti:

<b>Fonte</b>	<b>u.m.</b>	<b>Quantità</b>
Gas naturale	ton CO <sub>2</sub> eq.	0
Gas refrigeranti	ton CO <sub>2</sub> eq.	1,49
Carburante veicoli aziendali	ton CO <sub>2</sub> eq.	30,5
Altri consumi diretti	ton CO <sub>2</sub> eq.	0
<b>TOTALE</b>	ton CO <sub>2</sub> eq.	<b>31,99</b>

La fonte emissiva di Scope 1 più impattante risulta essere l'impiego di carburante per i veicoli aziendali, che rappresenta circa il 95% delle nostre emissioni dirette totali quantificate nel 2024.

### *Emissioni Scope 2*

Il calcolo di emissioni per lo Scope 2 può essere effettuato secondo due modalità:

**Location based:** considera per l'energia elettrica consumata un fattore di emissione medio, calcolato sulla base del mix energetico nazionale rispetto al paese nel quale l'azienda opera (Italia).

**Market based:** tiene conto della quantità di energia proveniente da fonti rinnovabili acquistata direttamente dall'azienda, purché sia certificata dal GSE mediante l'emissione di un certificato d'origine.

La tabella seguente riporta il risultato delle emissioni di GHG di Maikii relative alla categoria Scope 2 secondo entrambi gli approcci.

Dato	u.m.	Quantità
Emissioni indirette energetiche – Location based	ton CO <sub>2</sub> eq.	15,33
Emissioni indirette energetiche – Market based	ton CO <sub>2</sub> eq.	0

La differenza di emissioni GHG tra le due modalità di calcolo è dovuta alla **fornitura di energia elettrica proveniente al 100% da fonti rinnovabili**. Secondo il metodo market-based le emissioni GHG relative ai consumi elettrici nel 2024 si azzerano.

Input	Attività	Output	Outcome
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Risorse umane (dipendenti e dirigenti)</li> <li>● Risorse finanziarie</li> <li>● Risorse tecnologiche</li> <li>● Altre tipologie di risorse (fornitori e aziende Exclama e Itagency)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Rendicontazione delle emissioni Scope 1 e 2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● % di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili</li> <li>● % di riduzione delle emissioni legate al consumo di carburanti per i veicoli aziendali rispetto al 2023</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● % di riduzione delle emissioni di Scope 1 e 2 rispetto al 2023</li> </ul>

### Output

% di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili	<b>100%</b>
% di riduzione delle emissioni legate al consumo di carburanti per i veicoli aziendali rispetto al 2023	<b>34,8%</b>

### Outcome

% di riduzione delle emissioni di Scope 1 e 2 rispetto al 2023	33,7%
--	-------

## 3.2 Benessere del personale, formazione e DE&I

SDGs connessi:



Oggi il team di Maikii è composto da 27 persone, di cui 18 donne e 9 uomini, tutti assunti con contratto a tempo indeterminato. La quasi totalità lavora a tempo pieno, con l'eccezione di due colleghe in part-time. Siamo tutti in Italia e non ci avvaliamo di lavoratori esterni o non dipendenti.

In Maikii crediamo che il valore dell'azienda passi, prima di tutto, dalle persone che la vivono ogni giorno. Per questo, nel 2024 abbiamo trasformato l'area Risorse Umane in un **team People & Culture**, con un ruolo strategico di connessione tra le diverse funzioni aziendali. Questa evoluzione ha contribuito alla promozione di una cultura aziendale basata sulla collaborazione, il supporto reciproco e l'attenzione al benessere delle persone.

Ciò è possibile grazie a un sistema di comunicazione interna ben strutturato, che rappresenta un elemento cardine del nostro modo di lavorare e ne garantisce la trasparenza a tutti i livelli. Nel periodo di rendicontazione, abbiamo organizzato **16 momenti di aggiornamento e condivisione** sui progetti aziendali, sotto forma di stand-up meeting, tweet interni e ricorso al sistema di Quality Management, che consente di tracciare roadmap e progressi. In questo modo, rendiamo accessibili le informazioni a tutti i nostri dipendenti, favorendone il coinvolgimento attivo. Il risultato tangibile di questo impegno è stato l'**assenza di episodi di disinformazione o malintesi organizzativi** nel corso del 2024.

La comunicazione interna non è a senso unico: attraverso **survey periodiche sul clima aziendale**, ascoltiamo attivamente le persone per intercettare bisogni, percezioni e spunti di miglioramento. I risultati ci permettono di intervenire in modo tempestivo e mirato, mettendo in campo azioni concrete a sostegno del benessere psico-fisico e dell'equilibrio vita-lavoro, come strumenti di welfare, progetti educativi e momenti dedicati all'ascolto. Grazie a questo confronto continuo, le survey diventano uno strumento imprescindibile non solo per rafforzare la comunicazione tra management e

dipendenti, ma anche per costruire insieme un ambiente di lavoro più sereno, produttivo e partecipato.

Per garantire chiarezza e allineamento sugli obiettivi aziendali, abbiamo adottato la metodologia **OKR** (Objectives and Key Results), separandola progressivamente dal sistema premiante. Questa scelta riflette la volontà di promuovere una cultura orientata alla crescita e al miglioramento continuo, e non esclusivamente al raggiungimento dei risultati.

A supporto della crescita professionale, abbiamo lanciato il progetto **“NENA Academy”**. Si tratta di uno spazio dedicato alla formazione interna e alla condivisione della conoscenza, che rappresenta il primo passo concreto verso una cultura fondata sull’apprendimento continuo e sulla partecipazione attiva. Parallelamente, è stato attivato un **percorso di formazione per i team leader** orientato allo sviluppo delle competenze relazionali, alla mediazione dei conflitti e al supporto quotidiano ai propri team. Crediamo infatti che investire sulla leadership costituisca il punto di partenza per costruire un ambiente di lavoro sano, motivante e coeso. Nel 2024, 26 dipendenti su 27 hanno partecipato ai corsi di formazione promossi da Maikii, con un miglioramento delle competenze valutato come soddisfacente.

Input	Attività	Output	Outcome
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Risorse umane (dipendenti e dirigenti)</li> <li>● Risorse finanziarie</li> <li>● Risorse tecnologiche</li> <li>● Altre tipologie di risorse (fornitori e aziende Exclama e Itagency)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Percorsi di formazione (es. NENA-Academy)</li> <li>● Valutazione delle competenze e mentoring</li> <li>● Sistema di feedback continuo per il miglioramento del benessere aziendale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Numero di dipendenti che possono usufruire dei percorsi di formazione</li> <li>● % di utilizzo del budget allocato ai percorsi di formazione</li> <li>● Numero di momenti di aggiornamento e condivisione sui progetti aziendali organizzati</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Numero di casi di disinformazione e dei malintesi organizzativi</li> <li>● Valutazione e autovalutazione delle competenze acquisite</li> </ul>

## Output

Numero di dipendenti che hanno usufruito dei percorsi di formazione nel 2024 sul totale dei dipendenti	<b>26 su 27</b>
--	-----------------

% di budget allocato ai percorsi di formazione nel 2024	<b>0,11%</b>
Numero di momenti di aggiornamento e condivisione sui progetti aziendali organizzati nel 2024	<b>16</b>

## Outcome

Numero di casi di disinformazione e malintesi organizzativi avvenuti nel 2024	<b>0</b>
Valutazione e autovalutazione delle competenze acquisite	<b>Miglioramento soddisfacente</b>

## 3.3 Gestione etica e socialmente responsabile

SDGs connessi:



Nel 2024 abbiamo rafforzato il nostro impegno per una gestione etica e socialmente responsabile, a partire dalla **revisione del Codice Etico**, aggiornato per rispecchiare i più alti standard di equità, responsabilità e trasparenza. Questo documento rappresenta un punto di riferimento quotidiano per tutti gli stakeholder, utile a orientarne le scelte e i comportamenti. L'attività di revisione ha contribuito a generare maggiore consapevolezza interna sui valori aziendali e a rafforzare i rapporti di fiducia tra dipendenti, fornitori e stakeholder esterni.

Parallelamente, abbiamo avviato la **redazione partecipata della nostra Carta dei Valori Condivisi**: un percorso che ha coinvolto attivamente il team e che ci ha aiutato a consolidare l'identità di Maikii, rafforzando il legame tra i valori dichiarati e i comportamenti agiti nel quotidiano. Questo lavoro ha favorito un allineamento più solido

tra cultura aziendale e obiettivi strategici, migliorando anche il nostro posizionamento verso istituzioni finanziarie e stakeholder esterni.

Inoltre, abbiamo revisionato e aggiornato il **Modello Organizzativo 231**, con l'obiettivo di migliorare la governance, rivedere le procedure interne e garantire maggiore trasparenza nei confronti di investitori e partner. Un altro passo importante è stato il **miglioramento del nostro Rating di Legalità**, passato da una a due stelle nel 2023: un riconoscimento che testimonia il nostro impegno crescente verso la legalità e la gestione responsabile dell'impresa, e che ha contribuito a rafforzare la reputazione di Maikii presso interlocutori istituzionali e finanziari.

La comunicazione interna è stata una leva fondamentale in questo percorso. Abbiamo introdotto un processo di **condivisione periodica dei risultati economici** con tutto il team, per aumentare la comprensione dell'andamento aziendale e stimolare un senso di corresponsabilità nelle scelte. Questo approccio ha portato a scelte più consapevoli, a una maggiore responsabilizzazione dei responsabili e a rafforzamento del senso di fiducia interna. Coerentemente con la nostra attenzione alla comunicazione interna, nel corso 2024 abbiamo messo in campo **28 iniziative** per rafforzare il coinvolgimento e la partecipazione attiva delle persone in azienda. Tra queste:

- 3 quarterly meeting aperti a tutta l'azienda, per condividere risultati, obiettivi e priorità;
- 20 stand-up di aggiornamento su temi rilevanti;
- 1 OKR tour per approfondire gli obiettivi condivisi e diffonderne la cultura;
- 3 feste aziendali, pensate come occasioni di socialità e riconoscimento;
- 1 sport day, dedicato al benessere collettivo e al team building.

Queste attività, in linea con la nostra People Strategy, hanno favorito una comunicazione più trasparente, una maggiore condivisione degli obiettivi strategici e momenti di relazione informale e collaborazione tra colleghi. Il risultato è identificabile in un ambiente di lavoro più inclusivo e motivante, con effetti positivi sul clima interno, sulla capacità di affrontare le criticità e sul senso di appartenenza a Maikii.

L'impatto è stato evidente: **nessun episodio di comportamento non etico o non conforme** è stato registrato nel 2024, e il livello di motivazione e coinvolgimento del gruppo ha registrato un incremento tangibile, nonostante l'assenza di un sistema formale di gestione del rischio etico.

Input	Attività	Output	Outcome
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Risorse umane (dipendenti e dirigenti)</li> <li>● Risorse finanziarie</li> <li>● Risorse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aggiornamento del Codice Etico</li> <li>● Redazione della Carta dei Valori</li> <li>● Implementazione e</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Numero di comportamenti non etici o non conformi registrati</li> <li>● Numero di attività</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Numero di azioni implementate per correggere e/o prevenire i comportamenti</li> </ul>

tecnologiche ● Altre tipologie di risorse (fornitori e aziende Exclama e Itagency)	aggiornamento del Modello 231	implementate per migliorare il coinvolgimento dei dipendenti	non etici e non conformi ● Aumento della motivazione e dell'engagement del team
---	-------------------------------	--	--

## Output

Numero di comportamenti non etici o non conformi registrati nel 2024	<b>0</b>
Numero di attività implementate per migliorare il coinvolgimento dei dipendenti nel 2024	<b>28</b>

## Outcome

Numero di azioni implementate nel 2024 per correggere e/o prevenire i comportamenti non etici e non conformi	<b>0</b>
Impatto sulla motivazione e sull'engagement del team	<b>Aumento</b>

## 3.4 Qualità del servizio e soddisfazione del cliente

SDGs connessi:



Per Maikii, la qualità non si misura solo nel prodotto finale, ma in ogni singolo momento della relazione con il cliente. Nel 2024 abbiamo continuato a investire su questo fronte, ponendo particolare attenzione all'ascolto e alla capacità di rispondere in modo tempestivo ed efficace alle esigenze di chi ci sceglie.

Abbiamo pianificato un sistema di **survey post-vendita**, al fine di raccogliere in modo strutturato feedback utili a migliorare i nostri prodotti e servizi. La survey inviata ai nostri clienti nel corso del 2024 ci ha restituito una valutazione media di **8 su 10** rispetto all'esperienza complessiva e **7,9 su 10** per la proposta di prodotti. Questi risultati confermano un elevato livello di soddisfazione rispetto alla qualità, alla varietà e alla capacità innovativa che da sempre ci contraddistinguono, così come la coerenza della nostra offerta con le esigenze di un mercato in continua evoluzione. I clienti ci riconoscono come un partner moderno, affidabile e tecnologico, in grado di offrire gadget di alta qualità che sanno distinguersi, anticipare le tendenze e adattarsi a mercati sempre più dinamici. È stato particolarmente apprezzato il nostro percorso di rinnovamento, che ci ha portato oltre l'immagine storica legata alle chiavette USB, rafforzando la percezione di Maikii come un'azienda in evoluzione, attenta e sempre più allineata ai bisogni attuali.

Parole ed espressioni come *professionali, di tendenza, moderni, innovativi, affidabili, sfiziosi e partner a 360 gradi* raccontano chi siamo oggi per chi lavora con noi.

Questi risultati ci permettono non solo di monitorare il livello di soddisfazione, ma anche di intercettare eventuali criticità e intervenire tempestivamente con azioni concrete di miglioramento, allineando sempre di più i nostri processi alle aspettative del cliente.

In parallelo, abbiamo investito nel **potenziamento dei nostri canali di customer care**, con l'obiettivo di rendere più efficiente e tempestiva la gestione di richieste, segnalazioni e ordini. Nel corso del 2024 abbiamo gestito 76 richieste RMA (Return Merchandise Authorization) e reclami, sulle quali siamo intervenuti con soluzioni puntuali e personalizzate. Nel dettaglio:

- abbiamo effettuato 26 sostituzioni di articoli, 11 rilavorazioni, 24 rimborsi e offerto 10 sconti come forma di compensazione;
- abbiamo ricevuto una segnalazione riguardante un prodotto inviato come omaggio commerciale;
- in 4 casi la merce è risultata funzionante.

Tutti i casi sono stati risolti, a conferma della nostra attenzione nel gestire ogni segnalazione con cura, precisione e orientamento al cliente.

Questo approccio ha portato a una riduzione significativa degli errori e dei ritardi operativi, contribuendo a diminuire i reclami e a migliorare l'esperienza complessiva d'acquisto.

Per noi, la qualità del servizio è una responsabilità condivisa, che si rinnova ogni giorno grazie a una cultura aziendale centrata sull'ascolto, sull'innovazione e su una relazione di fiducia con ogni cliente.

<b>Input</b>	<b>Attività</b>	<b>Output</b>	<b>Outcome</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Risorse umane (dipendenti e dirigenti)</li> <li>● Risorse finanziarie</li> <li>● Risorse tecnologiche</li> <li>● Altre tipologie di risorse (fornitori e aziende Exclama e Itagency)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Canali di assistenza e customer care per garantire risposte rapide ed efficaci a ogni richiesta o segnalazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Numero di survey post-vendita inviate ai clienti</li> <li>● Numero di segnalazioni negative e di reclami ricevuti dai clienti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Valutazione ricevuta dal cliente sulla survey inviata</li> <li>● % di reclami risolti nel 2024</li> </ul>

### Output

Numero di survey post-vendita inviate ai clienti nel 2024	<b>1</b>
Numero di segnalazioni negative e di reclami ricevuti dai clienti nel 2024	<b>76</b>

### Outcome

Valutazione media ricevuta dai clienti sulla survey inviata	<b>8 su 10 rispetto all'esperienza complessiva con l'azienda</b>  <b>7,9 su 10 rispetto alla proposta di prodotti</b>
% di reclami risolti nel 2024	<b>100%</b>

## 4. Conclusione

### 4.1 Sintesi valutativa e obiettivi futuri

Il percorso di Maikii verso la sostenibilità non si ferma qui. Guardiamo al futuro con obiettivi chiari e una visione concreta: amplificare l'impatto positivo delle nostre attività e trasformare la sostenibilità in un valore tangibile. Per farlo, vogliamo rendere ogni nostra azione verificabile, raccogliendo dati che ci permettano di valutare con precisione i risultati ottenuti. Solo attraverso una misurazione attenta potremo comprendere l'efficacia delle iniziative intraprese e migliorare costantemente.

Per migliorare la misurazione del nostro impatto, abbiamo intenzione di rafforzare il monitoraggio della *impact value chain* che abbiamo definito, prestando maggiore attenzione alla scelta degli indicatori che sono già stati selezionati. In particolare, sarà fondamentale concentrarsi sugli indicatori di outcome, più complessi da rilevare, ma essenziali per capire il vero cambiamento generato. Per farlo, ci impegneremo nei prossimi anni ad adottare strumenti di rilevazione più strutturati. L'obiettivo principale è quello di raccogliere dati più precisi e misurare più accuratamente i risultati delle nostre iniziative, oltre ad ottenere più feedback qualitativi sui nostri progetti. Questo approccio

ci aiuterà non solo a valutare con maggiore accuratezza l'efficacia delle nostre azioni, ma anche a orientare meglio le scelte future per massimizzare il nostro impatto.

La sostenibilità per noi non è un concetto astratto, ma un approccio che tocca ogni aspetto del nostro operato. Per questo, intendiamo integrare sempre più i criteri ESG nella nostra strategia, rendendoli il punto di riferimento per tutte le decisioni aziendali. L'attenzione all'impatto sull'ambiente, sulle persone e sulle pratiche di governance si tradurrà in azioni concrete e misurabili, sviluppate all'interno delle specifiche aree di impatto delineate nella presente Relazione di impatto.

## **Contribuire alla mitigazione del cambiamento climatico**

A partire dal 2025, intendiamo rendere strutturale l'impegno per la mitigazione del cambiamento climatico, mettendo in campo un piano d'azione che ci permetta di ridurre progressivamente la nostra impronta carbonica e contribuire alla costruzione di un sistema più circolare, trasparente e responsabile.

Uno dei primi obiettivi sarà monitorare in modo sistematico l'uso della plastica e dei materiali riciclati, tracciando quantità acquistate e percentuale di prodotti venduti con componenti riciclati. Questo ci aiuterà a individuare le aree di intervento prioritarie, a favorire scelte di acquisto più responsabili, e a costruire un piano di sostituzione graduale dei materiali ad elevato impatto ambientale, favorendo pratiche di riutilizzo e riciclo. Entro il 2027, puntiamo all'eliminazione completa della plastica monouso, sia nei prodotti che nei packaging, sostituendola con soluzioni alternative più sostenibili e facilmente riciclabili. Al fine di perseguire questo obiettivo, intendiamo coinvolgere attivamente i nostri clienti in un percorso educativo, offrendo informazioni e strumenti per compiere scelte più consapevoli.

Parallelamente, ci impegneremo a definire KPI ambientali misurabili per la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>, con l'obiettivo di aderire nel medio termine a programmi di carbon neutrality o compensazione.

L'innovazione sostenibile guiderà anche le scelte in fase di progettazione e approvvigionamento: selezioneremo fornitori che condividano i nostri valori ESG, incentivando la co-progettazione di soluzioni che migliorino l'efficienza e riducano l'impatto lungo tutta la catena di fornitura.

Infine, vogliamo promuovere una maggiore consapevolezza ambientale, impegnandoci a diffondere la cultura della sostenibilità dentro e fuori l'azienda. Lo faremo attraverso attività di comunicazione, momenti formativi e iniziative di coinvolgimento dedicate agli stakeholder.

## **Benessere del personale, formazione e DE&I**

Il benessere delle persone, la loro crescita professionale e la costruzione di un ambiente di lavoro inclusivo e motivante restano una priorità per Maikii. Dal 2025, intendiamo rafforzare una cultura aziendale fondata sul supporto reciproco, integrando le

competenze relazionali e di ascolto in ogni funzione organizzativa. Parallelamente, ci impegneremo a consolidare meccanismi di leadership diffusa e a potenziare la capacità collettiva di affrontare le sfide, valorizzando la collaborazione e il senso di responsabilità condivisa.

Stiamo progettando un sistema strutturato di ascolto interno basato su feedback frequenti, per raccogliere tempestivamente percezioni, suggerimenti e bisogni. Questo ci permetterà non solo di migliorare la qualità della comunicazione interna e il livello di engagement, ma anche di porre le basi per una strategia di benessere aziendale sostenibile e misurabile, capace di incidere concretamente sull'equilibrio tra vita privata e lavoro e sul clima organizzativo.

Per favorire uno sviluppo personalizzato, nel 2025 lanceremo un programma di mentoring dedicato a responsabili e collaboratori, che verranno guidati da figure esperte in un percorso di crescita professionale. In parallelo, vogliamo rendere la NENA Academy un punto di riferimento interno per la formazione continua e l'attrazione di nuovi talenti, attraverso percorsi strutturati allineati ai nostri obiettivi ESG.

Investiremo inoltre su strumenti e percorsi per migliorare la gestione dei conflitti e rendere le relazioni professionali più serene e costruttive, promuovendo un ambiente in cui ci si senta accolti, rispettati e valorizzati.

Infine, con il trasferimento nel nuovo edificio condiviso, ci prepariamo a rafforzare anche la collaborazione interaziendale, creando spazi che stimolino la sinergia, la condivisione di obiettivi e il senso di comunità tra le diverse realtà aziendali.

## **Gestione etica e socialmente responsabile**

Maikii intende rafforzare il proprio impegno per una gestione aziendale sempre più etica, trasparente e coerente con i valori dichiarati. L'obiettivo è rendere il Codice Etico e la Carta dei Valori Condivisi strumenti realmente vissuti, integrandoli nelle pratiche quotidiane e promuovendone la conoscenza a tutti i livelli. Vogliamo costruire una cultura aziendale solida e resiliente, fondata sulla responsabilità, sull'integrità e sulla coerenza tra ciò che diciamo e ciò che facciamo.

Parallelamente, continueremo a prevenire i rischi etici attraverso l'aggiornamento continuo del Modello 231 e la sua applicazione diffusa all'interno dei processi. Questo ci permetterà di rafforzare la legalità dell'operatività aziendale e di mantenere elevati standard di affidabilità verso stakeholder interni ed esterni.

Vogliamo inoltre rafforzare il coinvolgimento attivo delle persone nella definizione dell'identità aziendale, promuovendo spazi di confronto e percorsi condivisi che alimentino il senso di appartenenza e la coesione organizzativa. Crediamo che una partecipazione autentica sia anche la chiave per attrarre nuovi talenti in linea con i nostri valori e favorire la diffusione di comportamenti virtuosi.

In quest'ottica, intendiamo rendere la trasparenza economica una prassi continuativa, condividendo in modo chiaro i dati aziendali per alimentare una cultura della partecipazione consapevole, in cui ciascuno possa comprendere meglio il proprio contributo al successo collettivo.

Infine, puntiamo a consolidare e, se possibile, migliorare ulteriormente il nostro Rating di Legalità, al fine di rafforzare la reputazione aziendale e la fiducia da parte di stakeholder istituzionali e finanziari.

### **Qualità del servizio e soddisfazione del cliente**

Nei prossimi anni, vogliamo rendere la customer experience ancora più agevole, personalizzata e coerente con le aspettative di chi sceglie Maikii. Attraverso l'analisi costante dei feedback raccolti, lavoreremo per perfezionare i nostri processi e il design dei prodotti, con l'obiettivo di migliorare ogni fase del percorso d'acquisto.

Un altro obiettivo chiave sarà rafforzare il legame con i nostri clienti, costruendo relazioni fondate su trasparenza, affidabilità e dialogo continuo. In questo modo puntiamo a consolidare non solo la fidelizzazione, ma anche la reputazione del brand.

La qualità del servizio andrà di pari passo con una gestione sempre più efficiente e sostenibile. Ascoltare attentamente le esigenze dei clienti ci aiuterà a ottimizzare l'uso delle risorse, ridurre gli sprechi e rendere l'intera organizzazione più reattiva e responsabile.

Infine, il nostro servizio di customer care sarà sempre più orientato alla proattività. Non ci limiteremo a rispondere ai problemi, ma impareremo ad anticipare i bisogni grazie ad analisi predittive, automazioni intelligenti e formazione continua del team. Per noi, ogni interazione è un'occasione per individuare nuovi spunti di miglioramento e rafforzare la fiducia che ci viene accordata ogni giorno.

## **4.2 Closing statement**

Questa Relazione di impatto è per Maikii un momento di riflessione e di crescita, un'opportunità per misurare il valore creato e un punto di partenza per delineare una visione più chiara del nostro futuro. Ogni pagina di questo documento testimonia il nostro impegno concreto verso un modello di business che coniuga innovazione, sostenibilità e responsabilità. Non si tratta solo di obiettivi raggiunti, ma di un percorso in continua evoluzione, guidato dalla volontà di creare un impatto positivo e duraturo.

Crediamo fermamente che fare impresa significhi molto più che ottenere risultati economici. Significa generare valore per le comunità in cui operiamo, per l'ambiente e per tutte le persone con cui interagiamo. Integriamo i principi ESG come bussola strategica, traducendo la sostenibilità in azioni reali che incidono sul nostro modo di lavorare, di innovare e di collaborare. La nostra visione non si limita a ridurre gli impatti

negativi, ma punta a generare trasformazioni positive, che possano ispirare anche le aziende e i professionisti con cui ci interfacciamo ogni giorno.

Siamo consapevoli che il cammino verso un futuro più sostenibile e inclusivo richiede costanza, determinazione e la capacità di affrontare le sfide con spirito innovativo. Sappiamo anche che non esiste un traguardo finale, ma una continua evoluzione. Guardiamo avanti con la volontà di trasformare ogni opportunità di miglioramento in un'occasione di crescita e innovazione, rafforzando il nostro ruolo di guida nel nostro settore.

Carbonera (TV), lì 30/04/2025

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

F.to Fabbrini Matteo

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Matteo Fabbrini'. The signature is fluid and cursive, with a prominent 'M' at the beginning and a stylized 'Fabbrini' following.