



RELAZIONE DI IMPATTO POKE HOUSE 2024

INDICE

❖ <i>La storia di un'idea</i>	4
❖ <i>La nostra visione</i>	5
❖ <i>I nostri valori</i>	8
❖ <i>I nostri prodotti</i>	9
❖ <i>Comitato di sostenibilità</i>	10
❖ <i>I nostri stakeholder</i>	11
❖ <i>Il nostro focus nel 2024</i>	15
❖ <i>Progetti</i>	16
• <i>Persone</i>	17
- <i>Dipendenti</i>	19
- <i>Clienti</i>	38
• <i>Ambiente</i>	49
• <i>Comunità</i>	58
❖ <i>Nota metodologica</i>	69
❖ <i>Conclusioni</i>	70



Cari amici,

siamo felici di presentarvi il nostro terzo rapporto d'impatto relativo all'anno 2024.

Anche quest'anno abbiamo lavorato con passione per far crescere il nostro progetto non solo dal punto di vista del business, ma anche e soprattutto come impresa responsabile e consapevole del proprio impatto sociale e ambientale. Dal 2022, anno in cui ci siamo trasformati in Società Benefit, il nostro impegno verso le persone e il pianeta è diventato parte integrante del nostro modo di fare impresa. E nel 2024, abbiamo continuato a dare concretezza a questo impegno attraverso azioni che parlano di inclusione, benessere e sostenibilità.

Abbiamo investito nel benessere delle nostre persone, potenziando le attività di formazione professionale tramite piattaforme come Wibo e LinkedIn Learning, e rafforzando le nostre policy di smart working per favorire un miglior equilibrio tra vita privata e lavoro.

Abbiamo pensato anche ai nostri clienti, introducendo le nuove Protein Bowls, un'innovazione pensata per chi vuole nutrirsi in modo sano, bilanciato e consapevole – un'ulteriore testimonianza della nostra attenzione alla salute e al benessere quotidiano.

Sul fronte ambientale e sociale, ci siamo avvicinati sempre di più al territorio. Abbiamo partecipato ad attività di volontariato con Pane Quotidiano e sostenuto realtà straordinarie come PizzAut, una pizzeria inclusiva dove lavorano persone con disabilità, e ALIAS Milano, con cui abbiamo organizzato una giornata all'aperto insieme ai ragazzi.

Esperienze umane forti, che ci ricordano il senso profondo del nostro lavoro e il valore della condivisione.

Siamo consapevoli che la strada verso un futuro più sostenibile è lunga, ma continuiamo a percorrerla con entusiasmo e responsabilità.

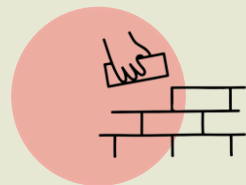
Grazie a chi ci sostiene ogni giorno, a chi lavora con noi, a chi ci sceglie.

È grazie a voi se questo percorso è possibile.

Con gratitudine,

Vittoria e Matteo

LA STORIA DI UN'IDEA



2020

Il 15 settembre 2020 Poke House decide di espandere il proprio business e conclude la prima acquisizione di una società straniera.



2023

Il 13 giugno 2023 Poke House si tinge di verde e lancia la nuova linea di prodotto «Green bowl» ispirata alla terra e con ingredienti sani e freschi.



2018

Il 29 marzo 2018 veniva costituita la Poke House S.r.l. aprendo, qualche mese dopo nell'ottobre del 2018, il suo primo punto vendita.



2022

Il 21 luglio 2022 Poke House dichiara il suo impegno non solo a perseguire i profitti ma anche verso tematiche ambientali, sociali e di governance diventando società benefit.

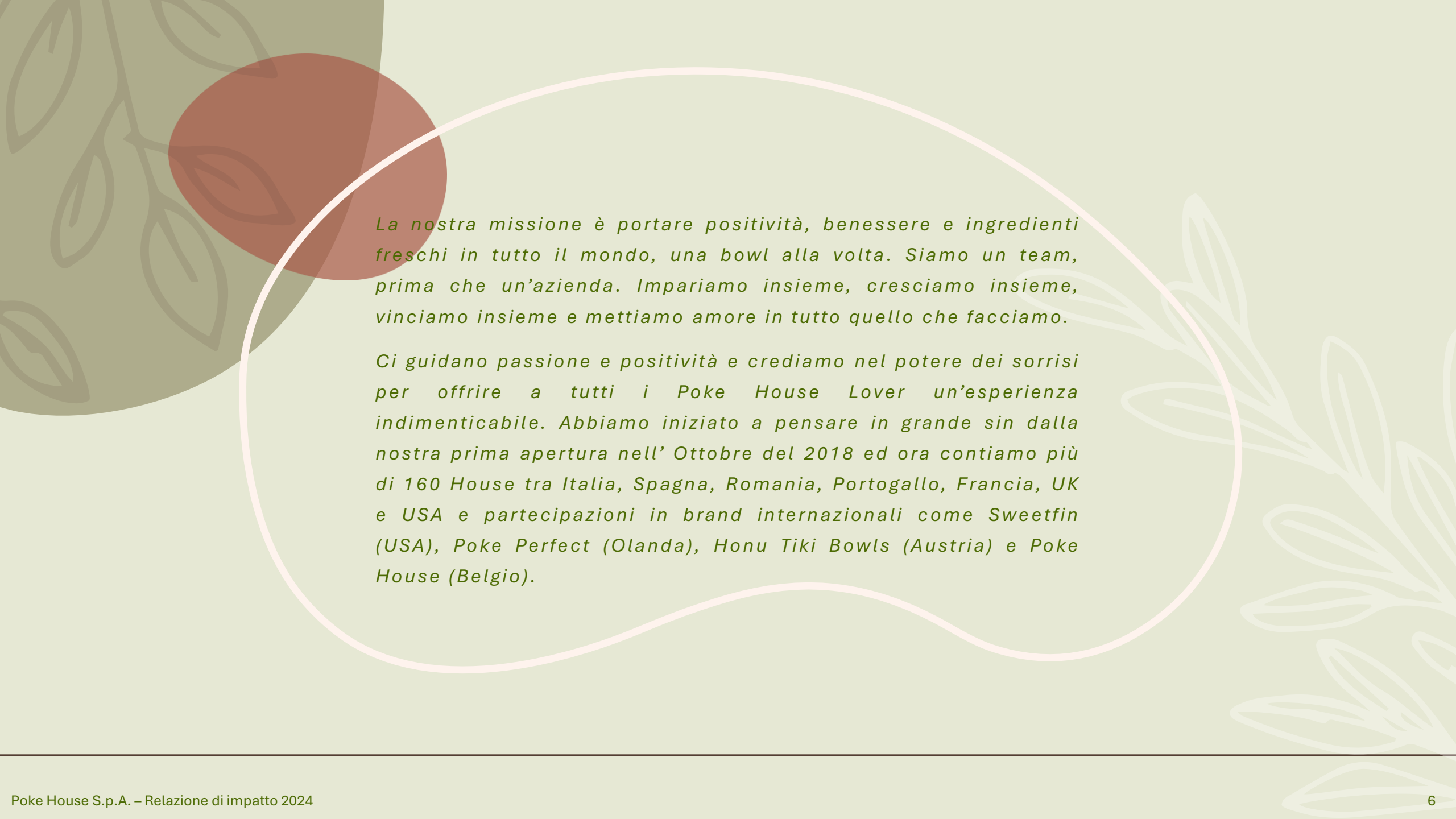


2024

Nel corso del 2024, Poke House si è concentrata sulle persone, ponendo al centro le esigenze dei clienti e il benessere dei dipendenti, con l'obiettivo di creare un ambiente di lavoro inclusivo e di offrire esperienze sempre più personalizzate e soddisfacenti.



LA NOSTRA VISIONE



La nostra missione è portare positività, benessere e ingredienti freschi in tutto il mondo, una bowl alla volta. Siamo un team, prima che un'azienda. Impariamo insieme, cresciamo insieme, vinciamo insieme e mettiamo amore in tutto quello che facciamo.

Ci guidano passione e positività e crediamo nel potere dei sorrisi per offrire a tutti i Poke House Lover un'esperienza indimenticabile. Abbiamo iniziato a pensare in grande sin dalla nostra prima apertura nell'Ottobre del 2018 ed ora contiamo più di 160 House tra Italia, Spagna, Romania, Portogallo, Francia, UK e USA e partecipazioni in brand internazionali come Sweetfin (USA), Poke Perfect (Olanda), Honu Tiki Bowls (Austria) e Poke House (Belgio).



MATERIE PRIME

La ricerca delle materie prime e dei fornitori è alla base del nostro prodotto. Non cerchiamo mai il prodotto finito, ma l'ingrediente fresco per esaltarne le qualità e per creare ricette incredibilmente saporite.

RICERCA

La ricerca continua è uno dei nostri punti cardine. Per ogni nuova ricetta, per ogni nuovo ingrediente, lavoriamo con passione, facendo moltissime prove, per cercare la perfezione. Niente arriva nelle nostre House se non raggiunge l'eccellenza e, anche dopo aver introdotto delle novità, non ci accontentiamo e cerchiamo sempre un modo per rendere ogni ricetta sempre più buona.

UNICITÀ

Tutti gli ingredienti e le nostre ricette sono uniche. La personalizzazione è ciò che ci contraddistingue: da sempre diamo il nostro tocco personale facendo tutte le lavorazioni delle materie prime nelle nostre House e creando ricette segrete per le nostre salse.

SOSTENIBILITÀ

Ogni giorno ci impegniamo per offrire ai nostri clienti ingredienti freschi e di alta qualità cercando di trasmettere uno stile di vita sano e rispettoso dell'ambiente. Investiamo continuamente nella formazione dei nostri dipendenti creando un ambiente di lavoro positivo.

I NOSTRI VALORI



Be honest, stay humble

HONESTY KINDNESS HUMILITY
HOSPITALITY/COZINESS FLEXIBILITY



Think big

COURAGE /BRAVERY AMBITION
MIND PROACTIVITY ABILITY TO DREAM



Positivity

ENJOY LIFE SMILE
HEALTH BEAUTY



Work hard, with passion

ENTHUSIASM TENACITY
ATTENTION TO DETAILS RESPONSIBILITY



Together we win

STRONGER TOGETHER RESPECT
SHARING OPEN TO CONFRONTATION

NOVITÀ 2024 // PRODOTTI

LE NOSTRE UOVA

L'introduzione delle uova nei menu di Poke House nasce dall'esigenza di ampliare l'offerta in modo equilibrato, accessibile e sostenibile. Le uova sono una fonte proteica completa, apprezzata da una vasta fascia di clientela, inclusi coloro che cercano alternative leggere alle proteine animali più tradizionali. Le uova inoltre si distinguono per il loro basso impatto ambientale, rendendole una scelta coerente con l'impegno di Poke House verso una ristorazione sempre più responsabile.

LA NOSTRA SALSA MENTA E BASILICO CON COLLAGENE

Con l'introduzione della salsa al collagene, Poke House continua a innovare la propria offerta puntando su prodotti che uniscono piacere e funzionalità. Il collagene è una proteina naturalmente presente nel nostro organismo, nota per i suoi benefici su pelle, capelli e articolazioni. Inserirlo in una salsa ci permette di offrire un plus di benessere, senza rinunciare al sapore. La salsa si integra perfettamente con le nostre bowl, aggiungendo un tocco innovativo che valorizza il nostro posizionamento tra gusto, salute e tendenze contemporanee.



COMITATO DI SOSTENIBILITÀ

Sara Aversario



Membro del Team – HR Generalist

Il beneficio comune è: attenzione alle tematiche sociali, capacità di offrire la possibilità di contribuire al bene comune e promozione di un ambiente di lavoro inclusivo e collaborativo.

Giulia Bergamasco



Membro del team – CCO

Il beneficio comune è: promuovere un ambiente di lavoro positivo e sereno per i dipendenti garantendo un work – life balance, investendo sulla formazione e offrendo opportunità di crescita.

Arianna Valisa



Membro del team – Legal Counsel

Il beneficio comune è: offrire prodotti freschi e sani ai nostri clienti offrendo al contempo trasparenza, responsabilità e impegno sociale.

Vittoria Zanetti



Responsabile d'impatto – Co-founder

Il beneficio comune è: la cura costante dell'ambiente che ci circonda tramite l'attenzione alla provenienza dei prodotti, attenzione agli sprechi e all'utilizzo di materie prime che non siano dannose.

I NOSTRI STAKEHOLDER



DIPENDENTI

Favorire la crescita
professionale e garantire
un buon *work-life
balance*

1



2



3



4

I NOSTRI STAKEHOLDER



DIPENDENTI

Favorire la crescita professionale e garantire un buon *work-life balance*

1



CLIENTI

Garantire la qualità dei prodotti offerti focalizzandosi anche sull'impatto ambientale degli stessi

2



3



4

I NOSTRI STAKEHOLDER



DIPENDENTI

Favorire la crescita professionale e garantire un buon *work-life balance*

1



CLIENTI

Garantire la qualità dei prodotti offerti focalizzandosi anche sull'impatto ambientale degli stessi

2



AMBIENTE

Ricerca soluzioni che consentano di diminuire sensibilmente l'utilizzo della plastica

3



4

I NOSTRI STAKEHOLDER



DIPENDENTI

Favorire la crescita professionale e garantire un buon *work-life balance*

1



CLIENTI

Garantire la qualità dei prodotti offerti focalizzandosi anche sull'impatto ambientale degli stessi

2



AMBIENTE

Ricerca soluzioni che consentano di diminuire sensibilmente l'utilizzo della plastica

3



COMUNITÀ

Promuovere iniziative sociali, sostenere il territorio e incoraggiare il volontariato aziendale

4

IL NOSTRO FOCUS NEL 2024





I PROGETTI 2024



PERSONE

HIGHLIGHTS 2024

DIPENDENTI



536

i dipendenti al
31.12.2024

64,18%

la percentuale di donne
presenti in azienda al
31.12.2024

4324

le ore di formazione
obbligatoria

17997

le ore di formazione
retail

CLIENTI



2.112.771

il numero delle
consegne effettuate

950.679

il numero delle consegne
effettuate in Italia

33.139

il numero di ordini
effettuati tramite App
Poke House

2.400

le risposte alle
richieste di assistenza



DIPENDENTI

THIS UNIQUE: In a nutshell

Dal 2023 Poke House collabora con This Unique, una start up che offre alle aziende e non solo: box di assorbenti biodegradabili e plastic-free, giornate di prevenzione in azienda e webinar su specifiche tematiche come la violenza di genere e diversity & inclusion.

La loro missione è quella di abbattere lo stigma e le differenze di genere educando la popolazione aziendale al rispetto di tali tematiche eliminando i tabù con cui ancora oggi ognuno si trova a confrontarsi.



**BENE ESSENZIALE
GARANTITO**



**SENSIBILIZZAZIONE E
CONSAPEVOLEZZA**



**BASSO IMPATTO
AMBIENTALE**



THIS UNIQUE: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Membri del comitato di sostenibilità;
- ❖ Costo mensile del servizio.

Attività

- ❖ In Head Quarter Poke House garantisce gratuitamente alle proprie dipendenti un bene essenziale per loro ossia gli assorbenti;
- ❖ Poke House ha aderito al webinar relativo alla violenza sulle donne promosso da DonneXStrada.

Output:

- ❖ Fornitura di box contenenti assorbenti interamente compostabili e plastic-free per le dipendenti di Poke House;
- ❖ This Unique organizza giornate di prevenzione per educare i dipendenti sulle questioni legate alla violenza di genere, alla diversità e all'inclusione.

Outcomes:

- ❖ Maggiore consapevolezza e sensibilità riguardo alle questioni di genere, inclusione e sostenibilità ambientale;
- ❖ Contributo nel ridurre i tabù e lo stigma associato ai temi sensibili come la violenza di genere e le differenze di genere.

Impacts:

- ❖ Promozione di una cultura aziendale più inclusiva, rispettosa e sostenibile, migliorando la soddisfazione e la produttività dei dipendenti;
- ❖ Riduzione dell'impatto ambientale attraverso l'uso di prodotti biodegradabili, sostenendo gli sforzi delle aziende verso la responsabilità sociale e ambientale.



TRAINING ON THE JOB: In a nutshell

In Poke House crediamo che l'inclusione e la valorizzazione delle persone passino anche attraverso la formazione quotidiana sul campo. Per ogni nuova risorsa assunta nei nostri store attiviamo un percorso strutturato di training on the job che si sviluppa nell'arco di alcuni giorni. Durante questo periodo, i nuovi colleghi vengono affiancati dai manager che li supportano nell'apprendimento di competenze tecniche, operative e relazionali.

Questo modello permette ai nuovi ingressi di integrarsi velocemente nel team, acquisire sicurezza nel proprio ruolo e vivere da subito la cultura aziendale fatta di attenzione, energia positiva e spirito di squadra. Un processo formativo semplice, concreto ed efficace, che mette le persone al centro fin dal primo giorno.



CRESCITA



TEAM BUILDING



MENTORSHIP



TRAINING ON THE JOB: Overview

Input – risorse impiegate:

- ❖ Dipartimento retail e risorse umane;
- ❖ Presenza e supporto da parte del team in store;
- ❖ Materiali e linee guida operative per ogni mansione.

Attività:

- ❖ Affiancamento quotidiano delle nuove risorse durante il lavoro;
- ❖ Insegnamento pratico di procedure, ruoli e standard qualitativi;
- ❖ Formazione trasversale su customer experience, team working e valori del brand;
- ❖ Monitoraggio dell'andamento del training da parte dei referenti.

Output:

- ❖ Schede di valutazione e feedback individuali raccolti;
- ❖ Manuali o strumenti di supporto utilizzati nei percorsi;
- ❖ 17997 ore di training on the job nel 2024.

Outcomes:

- ❖ Maggiore integrazione e coinvolgimento delle nuove risorse;
- ❖ Aumento della qualità del servizio offerto in store;
- ❖ Potenziamento del senso di responsabilità e appartenenza nei team;
- ❖ Empowerment delle figure senior coinvolte nel ruolo di formatori.

Impacts:

- ❖ Sviluppo di una cultura aziendale basata su apprendimento continuo e passaggio di competenze;
- ❖ Miglioramento dell'esperienza cliente attraverso team ben preparati e motivati;
- ❖ Rafforzamento del posizionamento di Poke House come employer attento alla formazione e al benessere delle persone.



FORMAZIONE INTERNA: In a nutshell

In Poke House, crediamo che la crescita delle persone sia alla base di un ambiente di lavoro sano, sicuro e stimolante. Per questo investiamo costantemente in formazione interna, combinando percorsi su competenze trasversali (soft skills) con momenti dedicati alla formazione obbligatoria, come sicurezza sul lavoro, antincendio e primo soccorso.

Ogni collaboratore ha l'opportunità di sviluppare competenze relazionali, comunicative e organizzative, fondamentali per lavorare in team e offrire un servizio eccellente. Parallelamente, i training normativi garantiscono la piena conformità alle normative e tutelano il benessere collettivo.

Questi percorsi non solo aumentano la preparazione e la consapevolezza individuale, ma rafforzano anche il senso di responsabilità, la coesione tra colleghi e la cultura della prevenzione. Una formazione che non si ferma all'aula, ma crea valore quotidiano.



**EMPOWERMENT E
EMPLOYABILITY**



**CULTURA
CONDIVISA**



APPRENDIMENTO



FORMAZIONE INTERNA : Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Dipartimento HR per l'organizzazione dei corsi;
- ❖ Rapporto con fornitori esterni;
- ❖ Expertise di formatori esterni scelti e qualificati.

Attività

- ❖ Progettazioni di percorsi formativi;
- ❖ Erogazione di formazione soft skills e formazione obbligatoria (sicurezza, HACCP, primo soccorso);
- ❖ Valutazione dell'efficacia formativa e monitoraggio dei progressi.

Output:

- ❖ Numero e tipologia di corsi realizzati;
- ❖ Questionari di feedback e report di valutazione;
- ❖ Scambi interpersonali con formatori qualificati.

Outcomes:

- ❖ Collaboratori più preparati, consapevoli e coinvolti;
- ❖ Maggiore attenzione alle norme di sicurezza;
- ❖ Aumento della prevenzione;
- ❖ Miglioramento del lavoro di squadra e della comunicazione.

Impacts:

- ❖ Ambiente di lavoro più sicuro ed orientato al benessere;
- ❖ Presenza di formazione continua;
- ❖ Crescita professionale e fidelizzazione dei collaboratori.



WIBO: In a nutshell

Nel 2024, Poke House ha avviato una partnership formativa con WiBO – We Inspire Better Outcomes, partecipando insieme ad altre aziende ad una Academy sulla leadership rivolta ai manager dell'headquarters.

Il percorso si è articolato in una serie di incontri esclusivi con executives di grandi aziende provenienti da diversi settori, che hanno condiviso esperienze, strumenti e visioni per una leadership più consapevole, inclusiva e orientata alle persone. Un'opportunità concreta per ispirare i nostri team leader, rafforzare le competenze nella gestione del team, nella comunicazione efficace e nel decision making. Investire nella crescita dei nostri manager significa creare basi solide per un'organizzazione più coesa, preparata e pronta ad affrontare le sfide del cambiamento, guidando i team con energia, empatia e responsabilità.



LEADERSHIP



DECISION MAKING



ISPIRAZIONE



WIBO: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Dipartimento HR per l'organizzazione dei corsi;
- ❖ Collaborazione con WIBO (partner formativo specializzato);
- ❖ Coinvolgimento dei manager HQ.

Attività

- ❖ Partecipazione ad incontri formativi esclusivi con leader aziendali;
- ❖ Condivisione di strumenti utili, visioni strategiche e buone pratiche;
- ❖ Percorsi di potenziamento delle competenze in gestione del team, comunicazione efficace e decision making;
- ❖ Stimolo al confronto e alla riflessione personale sulla leadership.

Output:

- ❖ 6 manager coinvolti nel percorso;
- ❖ Sessioni di formazione completate;
- ❖ Case study e best practices raccolti;
- ❖ Networking attivato tra partecipanti di diverse aziende.

Outcomes:

- ❖ Maggiore consapevolezza dei manager sul proprio stile di leadership.;
- ❖ Applicazione di approcci più empatici e inclusivi nella gestione delle persone;
- ❖ Team più coesi e motivati grazie a una leadership più preparata.

Impacts:

- ❖ Creazione di una cultura della leadership orientata alle persone, alla responsabilità e al cambiamento;
- ❖ Manager capaci di ispirare e guidare i team con energia e coerenza;
- ❖ Rafforzamento dell'identità aziendale come luogo di crescita e innovazione.



LinkedIn Learning: In a nutshell

Nel 2024 abbiamo avviato una partnership con LinkedIn Learning, offrendo ai colleghi di HQ l'accesso illimitato a una vasta libreria di corsi online su competenze tecniche, digitali e soft skills. Questa iniziativa ha rappresentato un passo concreto verso una cultura della formazione continua, rendendo l'apprendimento più flessibile, personalizzato e facilmente integrabile nella quotidianità lavorativa. I dipendenti hanno potuto scegliere percorsi in linea con i propri obiettivi di crescita, potenziando competenze chiave come la comunicazione, il problem solving, il pensiero analitico e le abilità digitali. La collaborazione con LinkedIn Learning ha rafforzato il nostro impegno nel valorizzare il talento interno, promuovendo l'autonomia, la motivazione e l'aggiornamento costante come leve per affrontare con successo le sfide del mercato.



**APPRENDIMENTO
DIGITALE**



**COMPETENZE
TRASVERSALI**



**FORMAZIONE
AUTONOMA**

LinkedIn
Learning

LinkedIn Learning: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Piattaforma LinkedIn Learning con accesso a corsi online;
- ❖ Team HR;
- ❖ Coinvolgimento dei collaboratori nel percorso di formazione.

Attività

- ❖ Accesso illimitato alla libreria di corsi online su LinkedIn Learning per tutti i dipendenti;
- ❖ Pianificazione e personalizzazione dei percorsi formativi in base alle necessità individuali;
- ❖ Supporto nella selezione dei corsi più rilevanti per il ruolo di ciascun collaboratore.

Output:

- ❖ Feedback e valutazioni sulla qualità dei corsi;
- ❖ Partecipazione attiva e impegno nei percorsi di apprendimento;
- ❖ Ore totali di formazione completate tramite LinkedIn Learning.

Outcomes:

- ❖ Miglioramento delle competenze individuali, sia tecniche che trasversali.
- ❖ Consolidamento della cultura dell'apprendimento continuo;
- ❖ Maggiore autonomia nell'apprendimento e sviluppo professionale.

Impacts:

- ❖ Miglioramento delle performance aziendali grazie a dipendenti più qualificati e motivati;
- ❖ Cultura aziendale orientata alla crescita e all'innovazione;
- ❖ Organizzazione più competitiva, con team più preparati e aggiornati sulle ultime tendenze e competenze.



CULTUREAMP: In a nutshell

Culture Amp è una piattaforma che opera nel settore della gestione della cultura aziendale e dell'engagement dei dipendenti. Ha l'obiettivo di aiutare le aziende a comprendere, sviluppare e migliorare la cultura organizzativa, offrendo una vasta gamma di strumenti e risorse per misurare, analizzare e agire sulle dinamiche interne all'azienda. Culture Amp supporta le aziende nell'identificare punti di forza e aree di miglioramento facilitando così la creazione di ambienti di lavoro più inclusivi, collaborativi e produttivi.



**RETENTION
AZIENDALE**



**CULTURA DEL
FEEDBACK**



**CRESCITA E
SVILUPPO**



CULTUREAMP: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Dipartimento HR per l'organizzazione delle performance review, C-level e middle management per le attività di calibration e restituzione dei feedback.

Attività

- ❖ Organizzazione di sessioni di feedback a cui partecipano tutti i dipendenti dell'Head quarter;
- ❖ Elaborazione dei dati e dei feedback raccolti per identificare tendenze, punti di forza e aree di miglioramento dei singoli dipendenti head quarter che vengono discussi tramite 1:1 con il proprio manager.

Output:

- ❖ Elaborazione di rapporti dettagliati basati sui dati raccolti, fornendo agli utenti una visione chiara della cultura aziendale e dei livelli di engagement e delle competenze dei dipendenti.

Outcomes:

- ❖ Identificazione di percorsi di career development incentrati sui feedback restituiti ai dipendenti al fine di potenziarne le capacità;
- ❖ Identificazione delle aree di miglioramento e adozione di misure specifiche per aumentare l'engagement dei dipendenti e migliorare la soddisfazione sul posto di lavoro.

Impacts:

- ❖ Creazione di un ambiente di lavoro più inclusivo, collaborativo e produttivo;
- ❖ Rafforzamento dell'engagement e della soddisfazione dei dipendenti sul posto di lavoro per contribuire a ridurre il turnover del personale, garantendo la continuità e la stabilità nell'organizzazione.



CULTURA & ENGAGEMENT: In a nutshell

Nel 2024 alcuni attori chiave dell'organizzazione hanno promosso e facilitato una serie di incontri dedicati all'ascolto e al confronto, rivolti ai collaboratori dell'headquarters. Questi momenti, pensati per stimolare il dialogo autentico e la partecipazione attiva, hanno avuto l'obiettivo di esplorare come le persone si sentono in azienda, raccogliere idee concrete per migliorare il clima organizzativo e rafforzare il benessere diffuso.

Un' iniziativa dal forte valore culturale, che ha contribuito a rendere più tangibile l'impegno verso un ambiente di lavoro empatico, aperto e inclusivo.



DIALOGO



VALORI



ENGAGEMENT



CULTURA & ENGAGEMENT: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ C-levels;
- ❖ Tempo e spazi dedicati agli incontri;
- ❖ Interesse strategico nel migliorare engagement e clima organizzativo.

Attività

- ❖ Organizzazione di incontri partecipativi dedicati a cultura e engagement;
- ❖ Raccolta di percezioni, emozioni e bisogni dei dipendenti HQ;
- ❖ Facilitazione di conversazioni autentiche su clima interno e well-being;
- ❖ Condivisione libera e protetta di esperienze e proposte.

Output:

- ❖ Raccolta di insight e proposte per migliorare il benessere organizzativo;
- ❖ Creazione di un primo “clima base” per future azioni di ascolto strutturato;
- ❖ Prime azioni correttive/emergenti identificate.

Outcomes:

- ❖ Rafforzamento della fiducia tra dipendenti e management;
- ❖ Sensazione diffusa di ascolto e coinvolgimento reale;
- ❖ Attivazione di un confronto trasversale sul benessere.

Impacts:

- ❖ Clima organizzativo più sano, collaborativo e orientato al benessere;
- ❖ Migliore attrattività dell’azienda come luogo in cui le persone contano;
- ❖ Evoluzione della cultura aziendale verso modelli più inclusivi e dialogici.

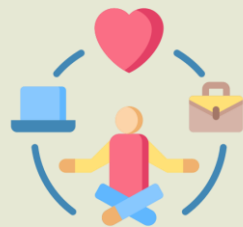


Policy smartworking: In a nutshell

Nel 2024, a seguito degli incontri promossi nell'ambito della sezione Cultura & Engagement, è emersa con chiarezza l'esigenza di una maggiore flessibilità nel bilanciamento tra vita privata e lavoro. Ascoltando i bisogni dei collaboratori dell'HQ, l'azienda ha deciso di aggiornare la propria policy sullo smart working, portando i giorni mensili di lavoro da remoto da 4 a 6. Una scelta concreta, nata dal dialogo e dalla volontà di costruire un ambiente di lavoro più attento al benessere delle persone, che promuove autonomia, fiducia e un'organizzazione del lavoro più sostenibile.



SMARTWORKING



FLESSIBILITÀ



WELL-BEING



Policy smartworking: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Incontri di ascolto Cultura & Engagement;
- ❖ Policy preesistente con 4 giorni/mese di smart working;
- ❖ Feedback diretti dai collaboratori HQ.

Attività

- ❖ Revisione e aggiornamento della policy aziendale;
- ❖ Aumento dei giorni di smart working da 4 a 6 al mese;
- ❖ Comunicazione interna trasparente del cambiamento.

Output:

- ❖ Nuova policy formalizzata e applicata;
- ❖ Adattamento dei processi interni alla maggiore flessibilità;
- ❖ Collaboratori HQ informati e coinvolti.

Outcomes:

- ❖ Maggiore equilibrio tra vita privata e lavoro;
- ❖ Sensazione di fiducia e ascolto da parte dell'azienda;
- ❖ Incremento della soddisfazione e del morale dei team.

Impacts:

- ❖ Rafforzamento della cultura della flessibilità e dell'autonomia;
- ❖ Miglioramento della retention e dell'employer branding;
- ❖ Clima aziendale più positivo e orientato al benessere.



BITE DI ENERGIA POSITIVA: In a nutshell

Poke House offre quotidianamente snack salutari e frutta fresca, insieme a una Poke Bowl a scelta ogni venerdì.

L'obiettivo è incentivare uno stile di vita sano, rendendo più facile per i dipendenti avere un momento di pausa in ufficio. Questa iniziativa non solo rappresenta un beneficio economico per i singoli dipendenti, ma mira anche a educare gli stessi sulla salute, rafforzare il legame tra i diversi team e promuovere l'interazione tra colleghi.



**BENESSERE
DEI DIPENDENTI**



**RICARICA E
SVAGO**



**MOMENTI DI
CONDIVISIONE**



BITE DI ENERGIA POSITIVA:

Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Costo della spesa settimanale;
- ❖ Costo delle poke bowl offerte ogni venerdì a tutti i dipendenti dell'*head quarter*.

Attività

- ❖ Acquisto di prodotti freschi e salutarì per soddisfare le esigenze alimentari dei dipendenti dell'Head Quarter di Poke House.

Output:

- ❖ Fornire ai dipendenti dell'Head Quarter snack salutarì e frutta fresca tutti i giorni;
- ❖ Fornire ai dipendenti dell'Head Quarter una Poke Bowl a loro scelta ogni venerdì.

Outcomes:

- ❖ Sensibilizzazione dei dipendenti all'importanza di uno stile di vita sano attraverso la disponibilità di opzioni alimentari salutarì;
- ❖ Fornire ai dipendenti la comodità di poter mangiare in ufficio, aumentando la loro soddisfazione e il senso di appartenenza.

Impacts:

- ❖ Educare i dipendenti a mantenere uno stile di vita sano non solo sul posto di lavoro, ma anche nella loro vita privata, promuovendo il benessere generale;
- ❖ Rafforzamento del legame tra i dipendenti e l'azienda attraverso un'iniziativa che dimostra attenzione al loro benessere;
- ❖ Promuovere un'interazione più positiva e una maggiore condivisione tra i dipendenti attraverso il momento dei pasti, favorendo la collaborazione e la coesione dei team.





CLIENTI

LOYALTY E SERVIZIO DI CONSEGNA: In a nutshell

Il programma loyalty tramite la Poke House Squad Card e il servizio di consegna sia tramite le piattaforme di delivery più conosciute che tramite l'app proprietaria hanno un impatto positivo sui clienti di Poke House in diversi modi.

In particolare, l'app offre convenienza nell'ordinare, velocità nella consegna e la possibilità di offrire un'esperienza personalizzata.

Il programma di loyalty, invece, premia i clienti abituali creando un legame più profondo e un senso di community con i clienti.



CONVENIENZA



PERSONALIZZAZIONE



COMMUNITY



LOYALTY E SERVIZIO DI CONSEGNA: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Dipartimento Marketing e Delivery (circa 13 lavoratori).

Attività

- ❖ Implementazione del programma di loyalty tramite la Poke House Squad Card che premia i clienti abituali;
- ❖ Collaborazione con piattaforme di delivery popolari per offrire il servizio di consegna;
- ❖ Sviluppo di un'applicazione proprietaria per consentire ai clienti di ordinare comodamente e ricevere aggiornamenti sullo stato degli ordini.

Output:

- ❖ Sistema di accumulo punti per ogni acquisto effettuato e offerte speciali per i membri;
- ❖ Migliorare ed innovare l'esperienza di consegna dei clienti in modo da renderla sempre più user-friendly.

Outcomes:

- ❖ Personalizzazione dell'esperienza grazie alle offerte speciali e ai premi personalizzati per i membri del programma di loyalty.

Impacts:

- ❖ Differenziazione rispetto alla concorrenza grazie all'offerta di un programma di loyalty e di un servizio di consegna efficiente e conveniente;
- ❖ Fidelizzazione dei clienti attraverso il programma di loyalty e l'offerta di premi ed incremento del senso di appartenenza alla community Poke House.



PROTEIN BOWLS: In a nutshell

Nel settembre del 2024 Poke House ha lanciato la nuova linea di prodotti «Protein Bowls». Composta da quattro ricette con contenuto proteico, questa iniziativa risponde alle esigenze dei consumatori che cercano pasti sani, vari ed equilibrati senza rinunciare al gusto. Queste bowl sono state sviluppate per offrire benefici funzionali specifici, come il miglioramento delle funzioni cognitive, un aumento dell'energia per l'allenamento, il supporto al benessere emotivo e nutrienti utili per la cura della pelle.



**PASTO SANO ED
EQUILIBRATO**



BENESSERE



CONTENUTO PROTEICO



LE NOSTRE PROTEIN BOWLS



Brain Booster

Spinacino, Sorgo, Uovo Sodo, Feta Greca, Avocado Hass, Pomodorini Confit, Mais Grigliato, Olio EVO Aromatizzato alle Erbe, House Mayo.

SMALL: proteine 24,1g | Kcal 522 – MEDIUM: proteine 30,3g | Kcal 595 –

LARGE: proteine 37,8g | Kcal

LE NOSTRE PROTEIN BOWLS



Beauty Bowl

Spinacino, Riso Integrale, Filetto di Salmone Grigliato, Edamame, Patate Dolci al Rosmarino, Zucchine al Prezzemolo, Salsa Menta e Basilico con Collagene.

SMALL: proteine 38,7g | Kcal 488 – MEDIUM: proteine 48,3g | Kcal 546 –

LARGE: proteine 65,1g | Kcal 749

LE NOSTRE PROTEIN BOWLS



Low Sugar

Misticanza, Quinoa Bicolour, Gamberi, Avocado Hass, Pomodorini
Datterini, Carote, Zucchine, Olio EVO Aromatizzato al Limone.

SMALL: proteine 21,2g | Kcal 481 – MEDIUM: proteine 28,4g | Kcal 522

LARGE: proteine 36,7g | Kcal 724

LE NOSTRE PROTEIN BOWLS



Super Protein

Spinacino, Quinoa Bicolour, Pollo Teriyaki e Zenzero, Edamame, Avocado Hass, Pomodorini Datterini, Olio EVO Aromatizzato al Limone, Grana Padano in Scaglie, Mandorle, Sesamo.

**SMALL: proteine 42,8g | Kcal 829 – MEDIUM: proteine 52,3g | Kcal 921 –
LARGE: proteine 69g | Kcal 1186**

PROTEIN BOWLS: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Nella realizzazione di questo progetto hanno partecipato svariati dipartimenti ed, in particolare, quello di prodotto, retail e supply chain.

Attività

- ❖ Ricerca e sviluppo tramite la sperimentazione di nuove ricette e la creazione di una linea di prodotti che rispettino gli standard di qualità e gusto di Poke House utilizzando ingredienti proteici;
- ❖ Lancio e promozione della linea Protein Bowls tramite la pianificazione e l'esecuzione di strategie di marketing e comunicazione.

Output:

- ❖ Ampliamento dell'offerta al fine di soddisfare le diverse preferenze e gusti dei propri clienti.

Outcomes:

- ❖ Maggior coinvolgimento dei clienti che hanno mostrato un grande interesse per le innovazioni apportate da Poke House;
- ❖ Rafforzamento del brand Poke House che si è andato a distinguere rispetto ai propri competitor offrendo un prodotto diverso.

Impacts:

- ❖ Differenziazione dell'offerta proposta;
- ❖ Attrazione di un target di clienti interessati a prodotti a contenuto proteico.



CUSTOMER SERVICE: In a nutshell

Nel novembre 2024, Poke House ha attivato un nuovo servizio di customer service via e-mail, con l'obiettivo di migliorare la comunicazione con i clienti e offrire un supporto più diretto, rapido e tracciabile. Questo nuovo canale si inserisce all'interno di una strategia più ampia, che punta a garantire risposte puntuali, personalizzate e orientate alla soddisfazione del cliente. Fin dai primi mesi, il servizio ha permesso di gestire con maggiore efficacia richieste, feedback e segnalazioni, contribuendo a rafforzare la relazione con la nostra community e a migliorare l'esperienza complessiva del brand.



EMPATIA



REATTIVITÀ



ORIENTAMENTO AL CLIENTE



CUSTOMER SERVICE: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Nella realizzazione di questo progetto hanno partecipato i dipartimenti legal e retail.

Attività

- ❖ Supportare i clienti in relazione ad eventuali richieste, problematiche o segnalazioni.

Output:

- ❖ Canale e-mail attivo condiviso con i clienti.

Outcomes:

- ❖ Maggiore rapidità e tracciabilità nelle risposte;
- ❖ Miglioramento nella gestione di feedback e segnalazioni.

Impacts:

- ❖ Aumento della soddisfazione e fiducia dei clienti;
- ❖ Rafforzamento della customer experience e della brand loyalty.



A top-down photograph of a person's legs and hands holding a white bowl of poke. The person is wearing olive green cargo pants, white socks, and light-colored sneakers. They are standing on a lush green lawn. The bowl contains shredded orange carrots, cubed salmon, cubed tuna, and chickpeas. A large, light green circular graphic is on the right side of the image.

AMBIENTE

TO GOOD TO GO: In a nutshell

Da anni ormai Poke House collabora con Too Good To Go sposando la causa della lotta agli sprechi alimentari.

Con l'obiettivo ultimo di ridurre gli sprechi e di promuovere pratiche più sostenibili nel settore alimentare, la partnership tra Poke House e Too Good To Go contribuisce a ridurre l'impatto ambientale complessivo associato alla produzione, trasporto e smaltimento del cibo. Ciò significa un minor utilizzo di risorse naturali, meno emissioni di gas serra e un impatto complessivo più positivo sull'ambiente.



**RIDUZIONE
DELLO SPRECO**



**SENSIBILIZZAZIONE
PUBBLICA**



**MINORE
IMPATTO AMBIENTALE**



TO GOOD TO GO: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Dipartimento marketing e retail impegnati nella gestione della collaborazione;
- ❖ Offerta sull'app di Too Good to Go di Poke invendute o sbagliate.

Attività

- ❖ Promozione e gestione con la partnership con Too Good to Go;
- ❖ Pubblicazione sull'app Too Good To Go e vendita di avanzi derivanti dal servizio giornaliero di ciascuno Store Poke House che altrimenti andrebbero buttati.

Output:

- ❖ Creazione di pacchetti da promuovere e vendere tramite l'app Too Good To Go;
- ❖ Fidelizzazione dei clienti che potendo risparmiare scelgono Poke House anche attraverso il servizio offerto da Too Good To Go.

Outcomes:

- ❖ Diminuzione del cibo invenduto grazie alla vendita delle porzioni rimanenti tramite l'app di Too Good To Go.

Impacts:

- ❖ Minore utilizzo di risorse, minori emissioni di gas serra e un impatto complessivo più positivo sull'ambiente grazie alla riduzione degli sprechi alimentari;
- ❖ Aumento della consapevolezza dei clienti sul tema degli sprechi alimentari e sulla sostenibilità nel settore alimentare.



TOO GOOD TO GO: Some Data

AMBIENTE



11402

Pasti salvati

30785,4

Kg di CO2
risparmiati

9.235,6

Litri di acqua
risparmiati

CHIUSURA STICKER: In a nutshell

Nel 2024 Poke House ha sostituito le graffette metalliche con stickers adesivi per la chiusura dei sacchetti da asporto. Una scelta apparentemente semplice, ma con impatti concreti sia in termini di sostenibilità che di esperienza cliente. Lo sticker, completamente riciclabile insieme al sacchetto, semplifica lo smaltimento e riduce l'uso di materiali misti difficili da separare. Inoltre, migliora la sicurezza alimentare evitando il rischio di graffi o contatti con parti metalliche, e offre una chiusura più pulita e visivamente curata, in linea con l'identità del brand.



CURA DEL DETTAGLIO



ECO-FRIENDLY



**PACKAGING
RESPONSABLE**



CHIUSURA STICKER: In a nutshell

Input – risorse impiegate

- ❖ Dipartimento Supply Chain e Retail che si sono occupati della ricerca del fornitore (circa 7 dipendenti);
- ❖ Costo della fornitura.

Attività

- ❖ Ricerca e selezione di fornitori che offrano materiali sostenibili e riciclabili per il packaging;
- ❖ Sostituzione delle graffette con sticker adesivi per tutti i punti vendita;
- ❖ Implementazione del nuovo processo.

Output:

- ❖ 100% dei sacchetti d'asporto chiusi con sticker riciclabili;
- ❖ Eliminazione totale delle graffette metalliche;
- ❖ Miglioramento estetico del packaging in linea con il brand.

Outcomes:

- ❖ Semplificazione per il cliente per il riciclo del packaging (zero separazione dei materiali);
- ❖ Riduzione del rischio fisico (nessun contatto con parti appuntite metalliche);
- ❖ Rafforzamento della *brand image* come attento alla sostenibilità e ai dettagli.

Impacts:

- ❖ Riduzione dell'impatto ambientale grazie alla scelta di materiali monocomponenti e riciclabili;
- ❖ Miglioramento della customer experience anche nei piccoli gesti quotidiani;
- ❖ Posizionamento distintivo del brand come innovatore sostenibile nel settore food retail.



DOCUSIGN: In a nutshell

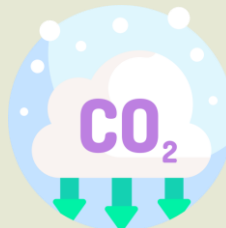
Di pari passo con l'innovazione che mettiamo nei nostri prodotti e ricette, abbiamo accolto piattaforme digitali come DocuSign per migliorare l'efficienza del nostro flusso di lavoro e ridurre la nostra impronta ambientale. Riducendo il ricorso a procedure cartacee e a invii tradizionali, abbiamo ridotto notevolmente l'uso della carta e la nostra impronta di carbonio. L'integrazione di DocuSign incarna il nostro impegno nell'utilizzo della tecnologia per ottenere effetti positivi sull'ambiente.



INNOVAZIONE



DIGITALIZZAZIONE



**RIDUZIONE DELL'
IMPRONTA AMBIENTALE**



DOCUSIGN: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Dipartimento Risorse Umane che utilizza quotidianamente lo strumento in parola per svolgere le proprie mansioni;
- ❖ Costo del servizio.

Attività

- ❖ Integrazione della piattaforma DocuSign nei processi aziendali per la gestione dei documenti e contemporanea formazione del personale sulle nuove procedure digitali;
- ❖ Ricerca e identificazione delle aree in cui è possibile sostituire i processi cartacei con procedure digitali adattando i flussi di lavoro esistenti.

Output:

- ❖ Riduzione significativa della quantità di carta utilizzata per la gestione dei documenti aziendali eliminando la necessità di stampare e archiviare i documenti stessi;
- ❖ Ottimizzazione dei flussi di lavoro attraverso l'utilizzo di procedure digitali grazie alla riduzione dei tempi di elaborazione dei documenti e dei processi.

Outcomes:

- ❖ Diminuzione dell'impatto ambientale legato alla produzione e allo smaltimento della carta;
- ❖ Riduzione dell'impronta di carbonio grazie alla diminuzione dei trasporti legati all'invio di documenti cartacei;
- ❖ Riduzione dei costi associati alla stampa, alla gestione e all'archiviazione dei documenti cartacei.

Impacts:

- ❖ Cambiamento culturale all'interno dell'azienda verso l'adozione di soluzioni digitali e sostenibili.



DOCUSIGN: Some Data

AMBIENTE



3.357

Kg Co2 in meno

35.144

Litri di acqua risparmiati

1.430

Kg di legname risparmiati

232

Kg di rifiuti smaltiti



COMUNITÀ

PANE QUOTIDIANO: In a nutshell

Pane Quotidiano è un'Associazione senza scopo di lucro, fondata a Milano nel 1898, con l'obiettivo di assicurare cibo ogni giorno gratuitamente alle fasce più povere della popolazione e a chiunque versi in stato di bisogno e vulnerabilità, senza alcun tipo di distinzione. I dipendenti di Poke House che hanno partecipato al progetto hanno collaborato attivamente svolgendo varie attività e offrendo aiuto ai volontari.



VOLONTARIATO



SOLIDARIETÀ



COLLABORAZIONE



PANE QUOTIDIANO: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ E' stato organizzato dal team benefit per permettere ai dipendenti di partecipare al progetto dell'associazione Pane Quotidiano Milano.

Attività

- ❖ I dipendenti di Poke House hanno trascorso una giornata insieme ai volontari di Pane Quotidiano Milano ed insieme a loro hanno distribuito beni alimentari ai meno abbienti.

Output:

- ❖ Identificazione di possibili progetti o iniziative future tra Poke House e Pane Quotidiano Milano per continuare a promuovere attività di volontariato mirate.

Outcomes:

- ❖ Incremento della consapevolezza della comunità sull'importanza della solidarietà e dell'aiuto reciproco;
- ❖ Interazione positiva tra i dipendenti Poke House, i volontari e con coloro i quali beneficiano dell'attività svolta da Pane Quotidiano Milano.

Impacts:

- ❖ Rafforzamento dei legami tra Poke House e le associazioni locali attraverso l'impegno attivo nel supporto sociale;
- ❖ Incremento del senso di appartenenza e coesione sociale;
- ❖ Diminuzione dell'isolamento sociale e della marginalizzazione delle persone in stato di bisogno.



PIZZAUT: In a nutshell

Nel nostro impegno continuo verso la costruzione di una comunità più inclusiva, consapevole e accogliente, abbiamo scelto di organizzare una serata speciale, nell'Aprile 2024, presso PizzAut, il primo ristorante in Italia interamente gestito da ragazzi autistici. Questo evento ha rappresentato molto più di una semplice cena: abbiamo vissuto un'esperienza che ha messo al centro il valore delle differenze, dimostrando quanto siano preziose per arricchire il tessuto sociale. È stata un'occasione concreta per valorizzare le unicità di ciascuno, abbattere pregiudizi e stereotipi ancora troppo diffusi. Momenti come questi ci ricordano quanto sia importante continuare a promuovere l'inclusione con gesti reali, tangibili, che lasciano un segno positivo nel cuore delle persone e nella comunità in cui viviamo.



INCLUSIONE



CONDIVISIONE



VALORE SOCIALE



PIZZAUT: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ E' stato organizzato dal team benefit per permettere ai dipendenti di trascorrere una serata da Pizzaut;
- ❖ Risorse economiche per coprire i costi della serata.

Attività

- ❖ Organizzazione logistica della serata presso il locale;
- ❖ Comunicazione e sensibilizzazione dei dipendenti sul progetto;
- ❖ Partecipazione all'evento.

Output:

- ❖ Evento realizzato con successo;
- ❖ 25 partecipanti coinvolti del team HQ;
- ❖ Nuovi legami con un'altra realtà del mondo della ristorazione.

Outcomes:

- ❖ Maggiore consapevolezza sul tema del lavoro inclusivo;
- ❖ Cultura aziendale attenta all'inclusività.

Impacts:

- ❖ Contributo concreto all'inclusione lavorativa delle persone autistiche;
- ❖ Supporto a modelli ristorativi innovativi con un forte impatto sociale;
- ❖ Riconoscimento e posizionamento di Poke House come brand attento ai valori sociali.



AIAS: In a nutshell

AIAS Milano è un'associazione che da più di sessant'anni si impegna a promuovere l'autonomia, l'inclusione e la qualità della vita delle persone con disabilità. Poke House ha avuto il piacere di trascorrere una giornata all'aria aperta insieme ai ragazzi dell'associazione immersi nel verde del Parco Indro Montanelli. È stato un momento di gioia, gioco e condivisione, dove sorrisi e piccoli gesti hanno creato connessioni autentiche. Un'esperienza che ci ha arricchiti e che rafforza il nostro impegno nel sostenere iniziative di valore sociale e inclusivo.



CONNESSIONE



UMANITÀ



COINVOLGIMENTO



AIAS: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Team Benefit e partecipazione volontaria dei dipendenti HQ.

Attività

- ❖ Incontro, accoglienza e condivisione;
- ❖ Giochi di gruppo ed attività ricreative all'aperto;
- ❖ Distribuzione di gadget brandizzati.

Output:

- ❖ Coinvolgimento diretto di 5 ragazzi di Aias e due educatori;
- ❖ Documentazione fotografica e video dell'evento;
- ❖ Visibilità e comunicazione sui canali social.

Outcomes:

- ❖ Maggiore motivazione interna tra i dipendenti coinvolti in attività di CSR;
- ❖ Esperienza positiva per i ragazzi di AIAS grazie alla socializzazione e al gioco;
- ❖ Aumento della consapevolezza del team Poke House sul tema dell'inclusione.

Impacts:

- ❖ Promozione concreta di valori come inclusione, solidarietà e partecipazione;
- ❖ Contributo alla missione di AIAS Milano;
- ❖ Generazione di impatto positivo sul benessere delle comunità locali.



RACCOLTA FONDI NATALIZIA: In a nutshell

In occasione delle festività natalizie, Poke House ha promosso una raccolta fondi interna per sostenere Pane Quotidiano, storica associazione milanese che ogni giorno distribuisce beni di prima necessità alle persone in difficoltà. Grazie al contributo dei nostri dipendenti HQ, abbiamo donato alimenti e prodotti essenziali destinati alle famiglie più fragili. Un gesto concreto per portare calore, dignità e vicinanza a chi ne ha più bisogno, nel vero spirito del Natale.



SOLIDARIETÀ



IMPEGNO



ALTRUISMO



RACCOLTA FONDI NATALIZIA: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Team Benefit;
- ❖ Donazioni volontarie da parte di dipendenti.

Attività

- ❖ Lancio della campagna di raccolta in prossimità del Natale;
- ❖ Raccolta di beni di prima necessità;
- ❖ Coordinamento con Pane Quotidiano per consegna e distribuzione dei beni.

Output:

- ❖ Beni raccolti e donati;
- ❖ Rafforzamento del coinvolgimento interno in attività solidali;
- ❖ Collaborazione attiva con Pane Quotidiano.

Outcomes:

- ❖ Supporto concreto a persone in difficoltà durante il periodo natalizio;
- ❖ Maggiore consapevolezza aziendale sul tema della povertà urbana;
- ❖ Rafforzamento della partnership tra Poke House e il mondo del *non-profit*.

Impacts:

- ❖ Contributo alla lotta contro la povertà ed emarginazione nelle città;
- ❖ Cultura aziendale attenta alla solidarietà e all'empatia;
- ❖ Impegno collettivo nel generare un cambiamento positivo.



SO.DE: In a nutshell

Nel corso del 2024, Poke House ha attivato una collaborazione continuativa con So.De – Social Delivery, impresa sociale che si occupa di consegne delivery tramite cargo bike, impiegando persone in situazioni di fragilità lavorativa o sociale. Grazie a questa partnership, ogni settimana l'ufficio di Poke House riceve durante il Poke Friday (ogni venerdì) le ordinazioni tramite un servizio che unisce efficienza, sostenibilità e valore umano.

So.De nasce con l'obiettivo di promuovere un modello di logistica etica e solidale: attraverso l'inserimento lavorativo di persone vulnerabili, come rifugiati, disoccupati di lunga durata e giovani a rischio di esclusione, l'impresa sociale contribuisce attivamente all'inclusione sociale e alla dignità del lavoro.



SOLIDALE



SOCIALE



SOSTENIBILE



SO.DE: Overview

Input – risorse impiegate

- ❖ Team Delivery;
- ❖ Logistica organizzata da So.De con personale inserito in percorsi di inclusione lavorativa.

Attività

- ❖ Comunicazione settimanale dei prodotti da consegnare in ufficio;
- ❖ Coordinamento tra team delivery Poke House e i dipendenti So.De;
- ❖ Organizzazione di servizi di catering in occasione di eventi;
- ❖ Monitoraggio della qualità del servizio e dell'esperienza.

Output:

- ❖ Aumento della partecipazione del team interno ad iniziative con impatto sociale;

Outcomes:

- ❖ Maggiore consapevolezza dei dipendenti rispetto all'inclusione lavorativa;
- ❖ Supporto concreto e re-inserimento nel mondo del lavoro di persone disoccupate;
- ❖ Ambiente più etico e coerente con i valori aziendali.

Impacts:

- ❖ Impegno verso un business più consapevole e responsabile generando un impatto positivo nella comunità;
- ❖ Contributo diretto all'inclusione di persone fragili nel mondo del lavoro;
- ❖ Cultura aziendale orientata all'etica.



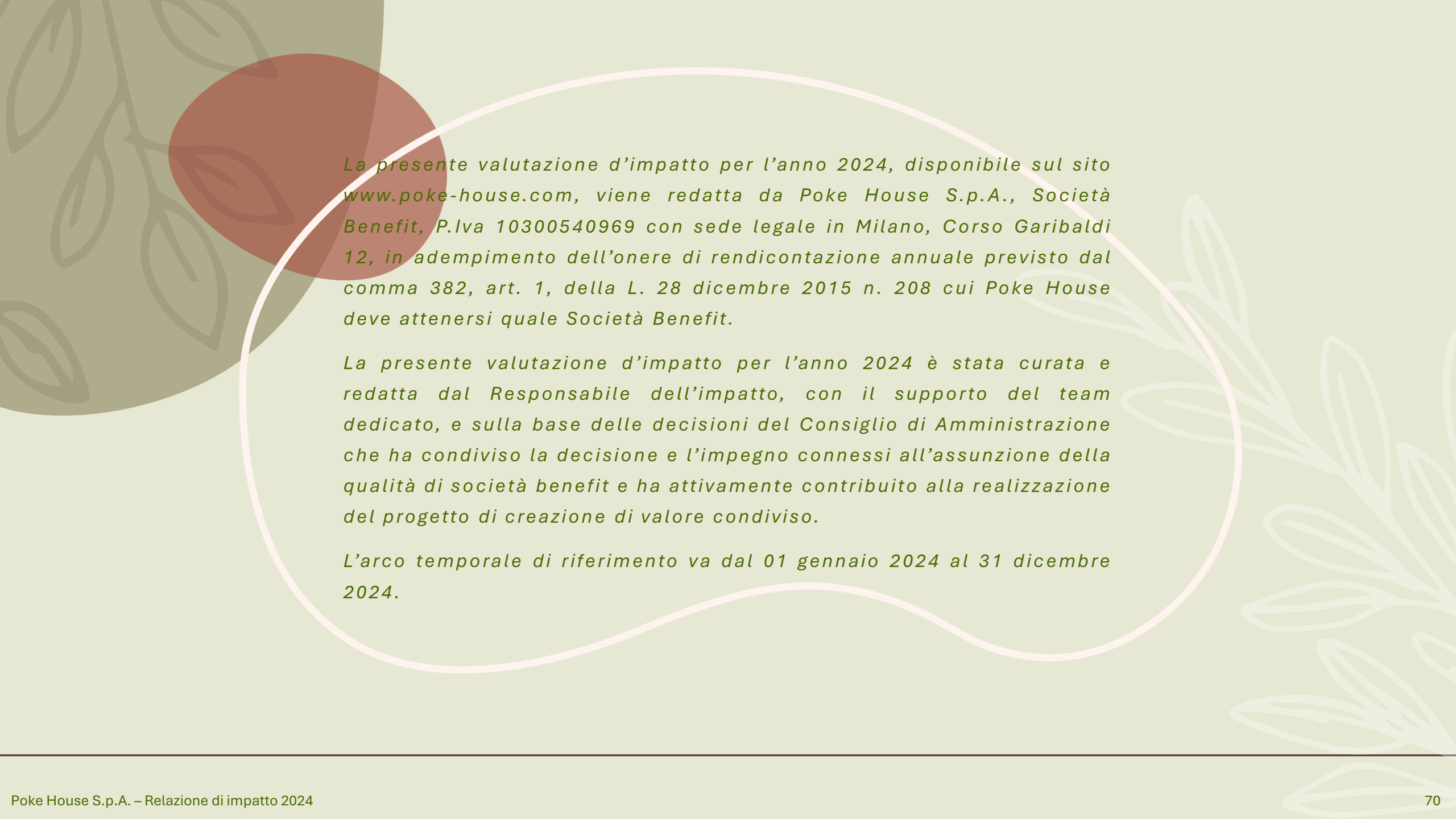


NOTA METODOLOGICA

In attuazione di quanto previsto dalla normativa in tema di Società Benefit (Legge 208 del 28 dicembre 2015), Poke House ha provveduto all'annuale valutazione dell'impatto generato dai benefici comuni che essa ha adottato nel proprio Statuto al momento della sua trasformazione in Società Benefit.

Con il presente documento Poke House ha inteso dar conto del proprio operato nel corso del 2024. Nel redigere la presente valutazione d'impatto dell'anno 2024 Poke House ha adottato lo standard valutativo della Theory of Change (di seguito "ToC"), la Teoria del Cambiamento, standard internazionale che soddisfa quanto previsto dal comma 382 e dai relativi allegati n. 4 e 5 della citata Legge 208/2015.

L'impegno di Poke House alla generazione dei benefici comuni statutariamente definiti è contestualmente teso a dare il proprio contributo al conseguimento degli obiettivi SDG dell'Agenda 2030 dell'ONU. La rendicontazione, pertanto, affianca alle indicazioni quantificate di input, attività, output, outcome e impatti di ciascun obiettivo di beneficio comune l'obiettivo SDG collegato.



La presente valutazione d'impatto per l'anno 2024, disponibile sul sito www.poke-house.com, viene redatta da Poke House S.p.A., Società Benefit, P.Iva 10300540969 con sede legale in Milano, Corso Garibaldi 12, in adempimento dell'onere di rendicontazione annuale previsto dal comma 382, art. 1, della L. 28 dicembre 2015 n. 208 cui Poke House deve attenersi quale Società Benefit.

La presente valutazione d'impatto per l'anno 2024 è stata curata e redatta dal Responsabile dell'impatto, con il supporto del team dedicato, e sulla base delle decisioni del Consiglio di Amministrazione che ha condiviso la decisione e l'impegno connessi all'assunzione della qualità di società benefit e ha attivamente contribuito alla realizzazione del progetto di creazione di valore condiviso.

L'arco temporale di riferimento va dal 01 gennaio 2024 al 31 dicembre 2024.

