

RELAZIONE DI IMPATTO 2024

Wow Lab SB srl

Sommario

| | |
|--|----|
| 1) La nostra azienda | 3 |
| L'azienda in breve | 3 |
| Compagine e amministrazione | 3 |
| Mission | 4 |
| I nostri Principi | 5 |
| Dallo Statuto | 7 |
| Certificazioni | 9 |
| Partnership, collaborazioni, adesioni a aggregazioni | 9 |
| 2) Misurazione e rendicontazione dell'impatto | 10 |
| Il Responsabile dell'Impatto e le sue attribuzioni | 10 |
| La procedura di gestione dell'Impatto socio ambientale | 10 |
| Individuazione dei principali fattori d'impatto e dei KPI socio ambientali | 10 |
| Individuazione dei principali stakeholder | 11 |
| Strumento per la misurazione dell'Impatto | 11 |
| Struttura della presente Relazione d'Impatto | 11 |
| 3) Valutazione generale | 12 |
| Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo | 12 |
| Risultati del BIA generali | 15 |
| 4) Valutazione per aree | 16 |
| Governare d'impresa | 16 |
| Lavoratori | 17 |
| Altri portatori d'interesse | 19 |
| Ambiente | 21 |
| 5) Risultati e obiettivi relativi alle finalità specifiche | 23 |
| Sviluppare core business sostenibile | 23 |
| Azioni, modalità e risultati | 23 |
| Obiettivi per l'esercizio seguente | 23 |
| Salvaguardare l'ambiente | 23 |
| Azioni, modalità e risultati | 23 |
| Obiettivi per l'esercizio seguente | 24 |
| Dare più valore ai collaboratori | 24 |
| Azioni, modalità e risultati | 24 |
| Obiettivi per l'esercizio seguente | 25 |
| Creare valore condiviso | 25 |
| Azioni, modalità e risultati | 25 |
| Obiettivi per l'esercizio seguente | 26 |
| Sostenere fasce disagiate | 26 |
| Azioni, modalità e risultati | 26 |
| Obiettivi per l'esercizio seguente | 27 |
| Operato responsabile, sostenibile e trasparente | 27 |

| | |
|---|----|
| Azioni, modalità e risultati | 27 |
| Obiettivi per l'esercizio seguente | 28 |
| 6) Riepilogo degli obiettivi per l'esercizio successivo | 28 |
| 7) Conclusioni | 29 |

1) La nostra azienda

L'azienda in breve

Siamo una digital agency certificata B Corp e una società Benefit.

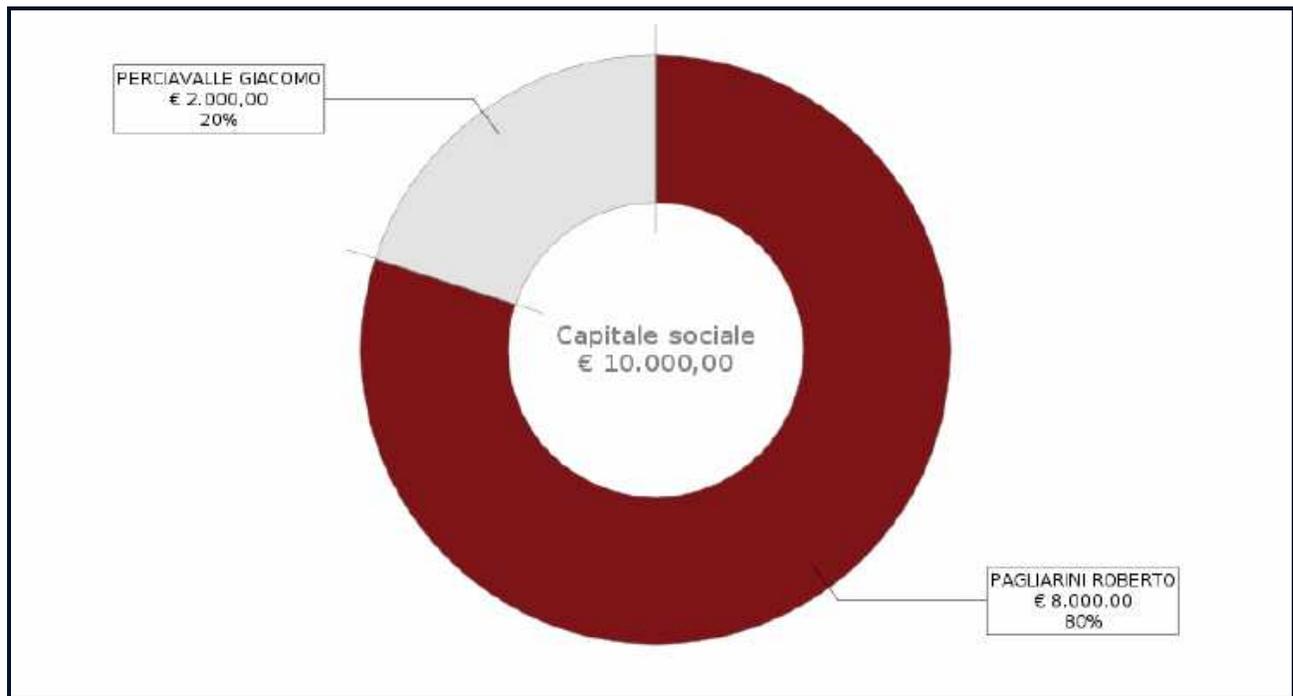
Accompagniamo aziende, brand o startup verso i risultati che desiderano e che possono raggiungere grazie al nostro metodo WOW (where online works).

A differenza degli altri, sappiamo essere strategici quanto operativi perché in più 20 anni abbiamo perfezionato la migliore miscela di tecnologia, comunicazione e marketing.

Le nostre aree di eccellenza sono: Sviluppo e Tecnologia, Marketing e Strategia, Design e Creatività, Analisi e Consulenza.

Compagine e amministrazione

Questa è la composizione societaria:



Amministratore Unico è Roberto Pagliarini.

Mission

Essere la digital agency partner ideale di persone e imprese che cercano ascolto e percepiscono la necessità di sviluppare, innovare e accrescere il proprio brand ed il business, orientandosi verso soluzioni tecnologiche e solide strategie per l'online, capaci di far leva sulla bellezza del buon design e sulla parte buona della comunicazione efficace, del marketing, dello sviluppo tecnologico e dell'innovazione informatica.

Unire per costruire team di persone competenti, appassionate e professioniste del digitale, attraverso un processo continuo di crescita personale e professionale e ad alta intensità di ricerca e innovazione, fortemente orientato ai massimi risultati delle sue azioni a beneficio degli stakeholder.

Rinnovare ogni giorno il nostro impegno a essere un'impresa sostenibile che, oltre a perseguire finalità economiche, si propone di operare a favore della protezione dell'ambiente e della riduzione della sofferenza animale; si impegna a ridurre al minimo il consumo di beni e servizi che generano rifiuti non riciclabili o che consumano risorse non rinnovabili; vuole avere un impatto sociale positivo promuovendo un utilizzo della tecnologia, della comunicazione online e in generale del web più consapevole, decentralizzato e virtuoso; si offre di rivolgere i suoi servizi e competenze specialistiche preferibilmente a iniziative e imprese orientate alla transizione ecologica e alla sostenibilità; coltiva per i suoi collaboratori un contesto di lavoro sano orientato al wellbeing e work-life balanced.

Ci proponiamo inoltre di sostenere, con donazioni e attività pro bono, progetti nell'ambito della salute, del benessere e a supporto di categorie disagiate.

I marchi con i quali Wow Lab SB ambisce ad essere e diventare rispetto alla presente vision sono: Web To Emotions, App To Emotions ed eventuali nuovi futuri.

I nostri Principi

Passione per il cliente

I creatori di valore fanno quello che fanno con entusiasmo partendo dal cliente e dai suoi bisogni reali, conquistando e mantenendo ogni giorno la sua fiducia.

Responsabilità

I leader sentono l'azienda come propria. Pensano al futuro e non sacrificano il valore di lungo termine per i risultati immediati. Agiscono per conto dell'intera azienda, non solo del proprio team. Non dicono mai "non è una mia responsabilità".

Inventare e semplificare

I leader si aspettano e richiedono innovazione e creatività dai loro team e trovano sempre il modo per semplificare. Sono attenti a quanto accade all'esterno, vanno alla ricerca di nuove idee ovunque e non sono limitati dal fatto che qualcosa non sia stato "inventato qui". Poiché facciamo cose nuove, accettiamo di poter essere fraintesi anche per un lungo periodo.

Avere spesso ragione

I leader sono spesso nel giusto. Hanno grande capacità di leggere le situazioni e forti intuizioni. Esplorano diversi punti di vista e lavorano per scardinare le proprie convinzioni.

Imparare ed essere curiosi

I leader non smettono mai di imparare e cercano sempre di migliorarsi. Sono curiosi e agiscono per esplorare nuove possibilità.

Assumere e far crescere i migliori

Con ogni assunzione e promozione, i leader alzano sempre di più il livello della performance. Riconoscono i migliori talenti e si adoperano per farli crescere all'interno dell'organizzazione. I leader sviluppano leader e prendono sul serio il proprio ruolo di mentori. Lavoriamo per le nostre persone inventando meccanismi di sviluppo come ad esempio Career Choice.

Insistere sugli standard più elevati

I leader hanno sempre standard elevati e molti possono pensare che questi standard siano irragionevolmente alti. Alzano continuamente il livello delle prestazioni e guidano i loro team a realizzare prodotti, servizi e processi di alta qualità. I leader garantiscono che i difetti siano individuati alla radice e che i problemi siano effettivamente e definitivamente risolti.

Pensare in grande

Pensare in piccolo è una profezia che si auto avvera. I leader creano e comunicano una direzione coraggiosa che ispira risultati. Pensano in modo originale e si prodigano per trovare nuove modalità per servire i clienti.

Propensione all'azione

La velocità conta nel business. Molte decisioni e azioni sono reversibili e non necessitano di studi approfonditi. Noi apprezziamo i rischi calcolati.

Frugalità

Ottenere di più con meno. Risorse limitate alimentano intraprendenza, autosufficienza e creatività. Non si ricevono punti di merito nel far crescere gli organici, l'entità del budget o le spese fisse.

Conquistare la fiducia

I leader ascoltano con attenzione, parlano con sincerità e trattano gli altri con rispetto. Fanno autocritica, anche quando è difficile o imbarazzante. Non si convincono di diffondere un buon profumo quando emanano un cattivo odore. I leader confrontano sempre se stessi e i propri team con i migliori.

Andare in profondità

I leader operano a tutti i livelli, sono attenti ai dettagli, effettuano controlli frequenti e si insospettiscono quando metriche e aneddoti non concordano. Non pensano mai che certi lavori siano troppo umili per loro.

Avere carattere; dissentire e aderire alle decisioni

I leader sono tenuti a mettere in discussione, con rispetto, tutte le decisioni che non condividono, anche quando questo comportamento risulta scomodo o stancante. I leader hanno convinzione e tenacia. Non scendono a compromessi in nome della coesione sociale. Una volta presa una decisione, vi aderiscono completamente.

Conseguire risultati

I leader sono focalizzati a migliorare gli input chiave per il loro business e ci riescono combinando qualità e tempestività. Nonostante le avversità, si dimostrano all'altezza della situazione e non si accontentano mai.

Dallo Statuto

Le finalità specifiche di beneficio comune (come definite dall'articolo unico comma 378 lettera a) della legge n.208/2015) che la società intende perseguire, nell'esercizio della propria attività, oltre allo scopo di dividerne gli utili, consistono nel contribuire, nel compimento delle sopra indicate attività o con altre azioni dedicate:

1. *allo sviluppo del core business verso la sostenibilità:*
 - *facendo marketing rivolto al mondo delle aziende purpose-driven, società benefit, aziende con certificazione B corp, etica o in generale di sostenibilità e aziende che intendono diventarlo;*
 - *progettando e sviluppando soluzioni digitali a supporto delle aziende sostenibili;*
 - *sviluppando la sensibilità e le conoscenze dei collaboratori e dei clienti sui temi della sostenibilità;*
 - *sviluppando partnership con altri soggetti (aziende, associazioni, network) attivi verso lo sviluppo sostenibile;*
 - *offrendo consulenza, coaching e formazione in ambito sviluppo sostenibile e beneficio comune;*
2. *alla salvaguardia e al ripristino delle risorse naturali:*
 - *riducendo l'uso di energia;*
 - *utilizzando il più possibile energia da fonti rinnovabili a basso impatto;*
 - *riducendo fino all'annullamento le emissioni di gas climalteranti, e provvedendo alla compensazione di eventuali emissioni residue;*

- *riducendo l'utilizzo di prodotti e materiali all'interno degli uffici e dando preferenza a prodotti e materiali da fonti rinnovabili, atossiche, non inquinanti, riciclate e riciclabili, forniti delle eventuali certificazioni ambientali disponibili, in particolare riducendo, o preferibilmente eliminando l'utilizzo della plastica usa e getta;*
 - *riducendo i viaggi di lavoro e preferendo le modalità a minor impatto ambientale;*
 - *progettando i nostri servizi per migliorare il loro impatto ambientale, soprattutto per ridurre i consumi di energia e le conseguenti emissioni di gas climalteranti;*
 - *perseguendo la riduzione della massa di rifiuti generati e trattandoli nel totale rispetto delle modalità di riciclo;*
3. *all'offrire ai nostri lavoratori condizioni migliorative rispetto a quanto previsto dal contratto applicato (CCNL):*
- *andando incontro con forme di anticipo, nei limiti del possibile, a fabbisogni finanziari;*
 - *offrendo forme di bonus economico sulla base dei risultati aziendali;*
 - *andando incontro al meglio, compatibilmente con le esigenze di lavoro, alle necessità di diversa organizzazione oraria o di assenza dal lavoro per questioni familiari;*
 - *andando incontro, nei limiti del possibile, alle richieste per migliorare l'ergonomia e il comfort delle postazioni di lavoro;*
 - *offrendo opportunità di formazione, anche per le competenze trasversali e lo sviluppo personale, e avanzamento professionale;*
 - *dando vita con regolarità a eventi conviviali;*
 - *in generale valutando e, nel caso, applicando, altre possibili forme di welfare;*
4. *a creare valore condiviso:*
- *formando giovani talenti per abilitarli ad una nuova professione nel settore che presidiamo;*
 - *favorendo la diffusione di nuove tecnologie (come ad esempio la Blockchain) che portino valore alla comunità grazie all'adozione di scenari digitali più sicuri, trasparenti, equi e decentralizzati;*
 - *ricercando nuovi impieghi della blockchain o di altre tecnologie per orientarle maggiormente al benessere delle persone e al rispetto dell'ambiente;*
 - *svolgendo azioni che si propongono di rendere i destinatari più consapevoli dei rischi e dei benefici riguardanti tecnologie adottate attuali e future;*
 - *diffondendo cultura, informazione, sensibilizzazione sui temi dello sviluppo sostenibile;*
5. *ad iniziative, progetti e organizzazioni che si propongano di procurare benefici a fasce disagiate a livello sia locale che nazionale e internazionale:*
- *attraverso donazioni in denaro;*
 - *attraverso la fornitura di prodotti o servizi pro-bono;*
 - *attraverso l'organizzazione di iniziative di volontariato da svolgere con i dipendenti;*
 - *attraverso la collaborazione e il contributo organizzativo per progetti sviluppati da altre entità.*

A fini di sintesi e chiarezza, nel seguito del presente documento ci riferiremo alle specifiche finalità sopra indicate con le seguenti denominazioni:

1. Sviluppare core business sostenibile
2. Salvaguardare l'ambiente
3. Dare più valore ai collaboratori
4. Creare valore condiviso
5. Sostenere fasce disagiate

Certificazioni

Certificazione B Corp

Google Partner

Google Ads Partner

Certificazione Iubenda per la privacy policy dei nostri clienti

Iscritta all'Albo Nazionale degli Innovation Manager del MIMIT



Partnership, collaborazioni, adesioni a aggregazioni

Socio fondatore del network Beenefit (www.beenefit.it)

2) Misurazione e rendicontazione dell'impatto

Il Responsabile dell'Impatto e le sue attribuzioni

Responsabile dell'impatto è Fabio Fantuzzi, consulente di [Pragmetica SB srl](#), azienda specializzata nella transizione sostenibile delle PMI.

Responsabilità:

- supervisionare le attività interne (come ad esempio la produzione di documenti) necessarie per la corretta attuazione dei piani d'azione, anche ai fini dell'ottenimento di certificazioni, rating e simili
- provvedere all'esecuzione di audit interni
- supervisionare l'aggiornamento dei rilievi (e delle relative eventuali elaborazioni) di dati, misuratori e KPI nonché il loro inserimento sul Registro Socio Ambientale
- supervisionare la gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari socio ambientali per i fornitori
- supervisionare la gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari di soddisfazione dei clienti
- supervisionare la gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari di soddisfazione dei lavoratori
- Monitorare lo svolgimento delle attività aziendali necessarie per il raggiungimento degli obiettivi
- Segnalare tempestivamente alla Direzione situazioni che pregiudichino il raggiungimento degli obiettivi e proporre interventi di correzione
- Predisporre annualmente la bozza di relazione d'impatto
- Assicurare il rispetto delle scadenze
- Sottoporre almeno una volta all'anno, entro gennaio, all'esame dell'organo amministrativo
 - l'andamento dei KPI e degli altri indicatori
 - lo stato di raggiungimento degli obiettivi
 - i risultati dei sondaggi di soddisfazione di clienti e lavoratori
 - la bozza di relazione d'impatto comprendente la valutazione relativa all'anno fiscale terminato e i nuovi obiettivi
 - opportunità e proposte in merito a:
 - in generale il miglioramento dell'impatto sociale e ambientale dell'azienda
 - il miglioramento della soddisfazione dei lavoratori
 - il miglioramento della soddisfazione dei clienti
 - la riduzione degli impatti ambientali negativi diretti
 - la riduzione gli impatti negativi ambientali e sociali indiretti della catena di fornitura e di quella di distribuzione
 - l'incremento qualitativo e/o quantitativo del valore prodotto per gli stake holder dell'azienda
- Assicurarsi che l'azienda ottemperi all'obbligo di pubblicazione della relazione d'impatto sul sito Internet entro il mese di febbraio e al deposito della stessa unitamente al bilancio civilistico

La procedura di gestione dell'Impatto socio ambientale

La procedura è visualizzabile sul sito aziendale a questo link:

<https://www.web2emotions.com/bcorp/>

Individuazione dei principali fattori d'impatto e dei KPI socio ambientali

L'attività dell'azienda consiste nell'erogare servizi immateriali che, nella loro versione standard, non hanno un significativo impatto ambientale negativo diretto. Possono invece generare, attraverso i clienti, impatti positivi indiretti sul piano sia ambientale che sociale, e su questo fronte, infatti, l'azienda è formalmente impegnata.

Fatta questa premessa, emergono pertanto come prevalenti gli impatti che l'azienda può produrre nei confronti dei suoi collaboratori e della comunità locale nella quale è insediata.

Sulla base di queste caratteristiche del modello di business, i KPI socio ambientali individuati sono i seguenti:

| | | |
|--------------------|----------|---|
| Lavoratori | KPI 01 | Media pro capite ore di formazione di gruppo o personalizzata |
| Lavoratori | KPI 02 | Numero ore di formazione pro capite su aspetti sociali e ambientali |
| Lavoratori | KPI 03 | Importo pro capite erogato in un anno sotto forma di bonus ai lavoratori |
| Lavoratori | KPI 04 | Valore complessivo pro capite delle prestazioni di welfare |
| Lavoratori | KPI 04-2 | Valore pro capite delle prestazioni per viaggi mensili |
| Comunità /Ambiente | KPI 05 | Numero di ore-uomo che l'azienda ha dedicato ad attività di volontariato per finalità sociali o ambientali |
| Comunità /Ambiente | KPI 06 | Valore di mercato complessivo delle prestazioni pro bono che l'azienda ha erogato a enti del terzo settore |
| Comunità /Ambiente | KPI 07 | Numero complessivo di articoli pubblicati sul blog e post sui canali social con argomento di approfondimento dell'impatto ambientale del digitale |
| Ambiente | KPI 08 | Quantità (ton) di GHG emesse per i fabbisogni della sede operativa, al netto di compensazioni |
| Clienti | KPI 09 | Quota di fatturato proveniente da clienti purpose-driven che siano in possesso di qualifiche o certificazioni di carattere socio ambientale |
| Clienti | KPI 10 | Livello medio di soddisfazione dei clienti da questionario |
| Clienti | KPI 11 | % di clienti seguiti per il sito e/o app per i quali verifichiamo la GDPR compliance |

Individuazione dei principali stakeholder

- I **lavoratori**: sono la tipologia di stakeholder che consideriamo al momento più importante per Wow Lab: è ad essi che l'azienda sta dedicando la maggiore attenzione
- I **clienti**: dal punto di vista dell'impatto socio ambientale, rappresentano una potenzialità per il futuro, in quanto si conta di incrementare la quota di realtà purpose-driven, con le quali collaborare per sostenere anche con la comunicazione la loro generazione di impatto positivo.
- La **comunità locale**: vi interagiamo non solo con donazioni in denaro e in natura, ma anche con attività di volontariato e con azioni di sensibilizzazione sui temi della sostenibilità.
- I **fornitori**: siamo un'azienda che eroga servizi immateriali e dai nostri fornitori, al di là delle necessità per l'ufficio, acquistiamo a nostra volta soprattutto servizi immateriali. C'è comunque il nostro impegno a cercare partnership basate sulla condivisione dei valori della sostenibilità.

Strumento per la misurazione dell'Impatto

Lo strumento individuato per la misurazione dell'impatto, con riferimento all'allegato 4 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208, è il B Impact Assessment (BIA) di B Lab. Tale strumento è pienamente conforme ai requisiti definiti dal sopraccitato Allegato.

Struttura della presente Relazione d'Impatto

La presente Relazione d'Impatto, oltre alla precedente parte descrittiva generale dell'azienda, al fine di rendicontare l'impatto sociale e ambientale si articola nelle seguenti parti:

3. La valutazione dell'andamento generale dell'impatto socio ambientale, avvalendosi dell'indicatore sintetico costituito dal punteggio BIA
4. La valutazione sintetica dell'andamento dell'impatto nelle aree previste dall' allegato 5 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208
5. Risultati e obiettivi specifici, con riferimento alle specifiche aree d'intervento indicate nella parte Benefit dello Statuto
6. Un riepilogo degli obiettivi per l'esercizio seguente
7. Una parte conclusiva che riepiloghi ed evidenzi i tratti salienti del modo in cui l'azienda sta contribuendo e si propone di contribuire al Bene Comune.

La numerazione parte da 3 per allinearsi ai numeri delle sezioni che seguono.

3) Valutazione generale

Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo

Il 2024 è stato un anno di forti contraddizioni per la sostenibilità e l'economia. Se da un lato sono proseguiti gli sforzi per la transizione ecologica, dall'altro si sono registrati segnali preoccupanti, soprattutto a livello internazionale. In particolare, l'elezione di Donald Trump alla presidenza degli Stati Uniti ha sollevato dubbi sul futuro degli accordi climatici globali e sul sostegno alla finanza sostenibile. Anche in Europa e in Italia si sono verificate difficoltà, con segnali di rallentamento nelle politiche green.

A livello globale, il 2024 ha visto un notevole aumento delle tensioni politiche legate alla sostenibilità. L'elezione di Donald Trump negli Stati Uniti ha avuto un impatto immediato: il nuovo presidente ha dichiarato l'intenzione di rivedere l'adesione americana agli accordi di Parigi e di sospendere

i finanziamenti federali per progetti legati alle energie rinnovabili. Questo ha generato incertezza nei mercati finanziari, con un calo della fiducia negli investimenti sostenibili.

La COP29, tenutasi a Baku (Azerbaijan), ha evidenziato profonde divisioni tra le nazioni industrializzate e quelle emergenti. Nonostante l'approvazione di un fondo da 500 miliardi di dollari per sostenere i Paesi in via di sviluppo, l'assenza di un impegno concreto da parte degli Stati Uniti e di altri grandi emettitori ha limitato i risultati dell'evento. Inoltre, il mercato dei green bond ha subito una contrazione rispetto alle aspettative, con una riduzione degli investimenti legata all'incertezza politica e alle difficoltà economiche globali.

In Italia, il 2024 ha visto l'entrata in vigore di nuove normative per la sostenibilità aziendale, ma anche difficoltà nell'attuazione delle politiche green. Sul piano legislativo, il Decreto Sostenibilità Aziendale ha introdotto nuovi obblighi per le imprese con oltre 250 dipendenti, imponendo la pubblicazione di report dettagliati sugli impatti ambientali e sociali delle loro attività. Tuttavia, molte aziende hanno segnalato difficoltà nell'adeguarsi a queste normative, a causa di costi elevati e di una mancanza di supporto tecnico.

L'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) ha subito rallentamenti significativi, in particolare nei settori della mobilità sostenibile e delle energie rinnovabili. La burocrazia e la complessità dei progetti hanno ridotto l'efficacia dei finanziamenti, rallentando il raggiungimento degli obiettivi di decarbonizzazione fissati per il 2030.

Eventi Salienti in Ordine Cronologico

- Gennaio 2024: Entrata in vigore del Decreto Sostenibilità Aziendale, che introduce obblighi di rendicontazione ESG per le grandi imprese.
- Febbraio 2024: Pubblicazione del rapporto IFAC-AICPA, che evidenzia un rallentamento nella crescita della finanza sostenibile a livello globale.
- Giugno 2024: L'Unione Europea approva nuove linee guida per la tassonomia verde, ma con criteri meno stringenti rispetto al passato, suscitando critiche da parte degli ambientalisti.
- Novembre 2024: COP29 a Baku, con l'approvazione di un fondo climatico per i Paesi in via di sviluppo, ma senza un impegno forte da parte degli Stati Uniti.
- Novembre 2024: Donald Trump vince le sessantesime elezioni presidenziali e annuncia che appena assunta la carica procederà ad importanti provvedimenti di disimpegno da tematiche ambientali e sociali.
- Dicembre 2024: L'Italia registra un calo degli investimenti in energie rinnovabili rispetto al 2023, a causa delle incertezze normative e della crisi economica.

Conclusioni

Il 2024 ha mostrato quanto sia fragile il percorso verso la sostenibilità, soprattutto in un contesto internazionale sempre più polarizzato. L'elezione di Donald Trump e il rallentamento della finanza sostenibile sono segnali preoccupanti, che rischiano di compromettere i progressi degli ultimi anni. In Italia, nonostante i passi avanti sul piano normativo, permangono ostacoli significativi, tra cui la lentezza nell'attuazione dei progetti del PNRR e la difficoltà delle imprese ad adattarsi ai nuovi obblighi ESG.

Le prospettive per il 2025 appaiono incerte: sarà fondamentale un maggiore coordinamento internazionale e un rafforzamento delle politiche nazionali per evitare un ulteriore arretramento sul fronte della sostenibilità.

Caratteristiche del nostro settore:

Il settore digitale è stato anche nel 2024 estremamente dinamico e in continua evoluzione: rapidi cambiamenti tecnologici, innovazione continua, e una concorrenza intensa. Le aziende in questo settore devono essere flessibili, reattive e in grado di adattarsi rapidamente per mantenere il passo con le nuove tecnologie e tendenze. In modo particolare il settore sta cambiando anche nel rispetto delle grandi opportunità, con conseguenti rischi, nell'Intelligenza Artificiale.

Per quanto riguarda la nostra azienda, abbiamo adottato un approccio proattivo per affrontare queste sfide e cogliere le opportunità. Abbiamo investito in nuove tecnologie e nella formazione continua del nostro team per assicurarci di essere all'avanguardia nel settore. Inoltre, stiamo testando soluzioni di Intelligenza Artificiale per migliorare l'efficienza operativa e offrire servizi più avanzati ai nostri clienti, mantenendo sempre un occhio attento sui potenziali rischi legati a queste tecnologie.

La nostra capacità di adattarci rapidamente ai cambiamenti ci ha permesso di rimanere competitivi e di continuare a crescere in un mercato in continua evoluzione.

Risultati del BIA generali

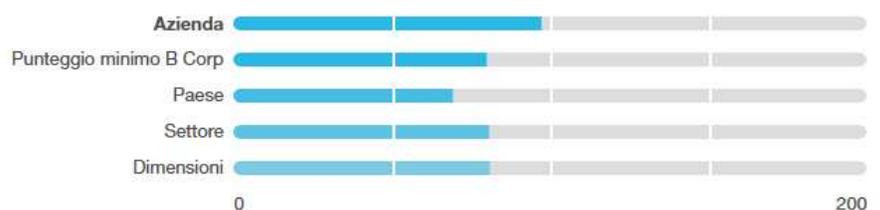
Punteggio complessivo: B Impact Score



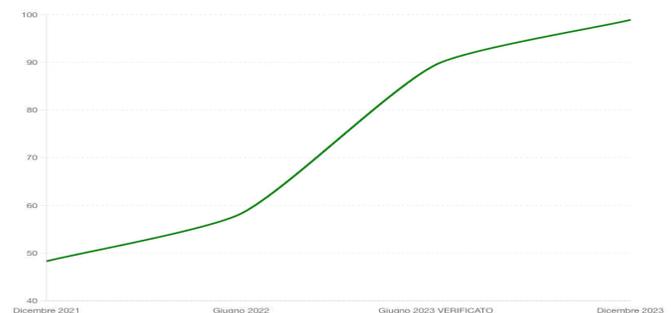
Web To Emotions Digital Agency by WOW Lab Società Benefit SRL

Data di fine dell'anno fiscale 31 Dec 2024

97.3



| Data | Punteggio | Differenza |
|------------------------|-----------|------------|
| Dicembre 2021 | 48,3 | |
| Giugno 2022 | 58,3 | +20,7% |
| Giugno 2023 VERIFICATO | 89,5 | +52,8% |
| Dicembre 2023 | 98,9 | +10,5% |



| | | |
|---------------|------|-------|
| Dicembre 2024 | 97,3 | -1,6% |
|---------------|------|-------|

Il punteggio complessivo BIA presenta una leggera flessione rispetto all'anno precedente.

Il report completo del B Impact Assessment è disponibile in coda alla presente Relazione d'Impatto.

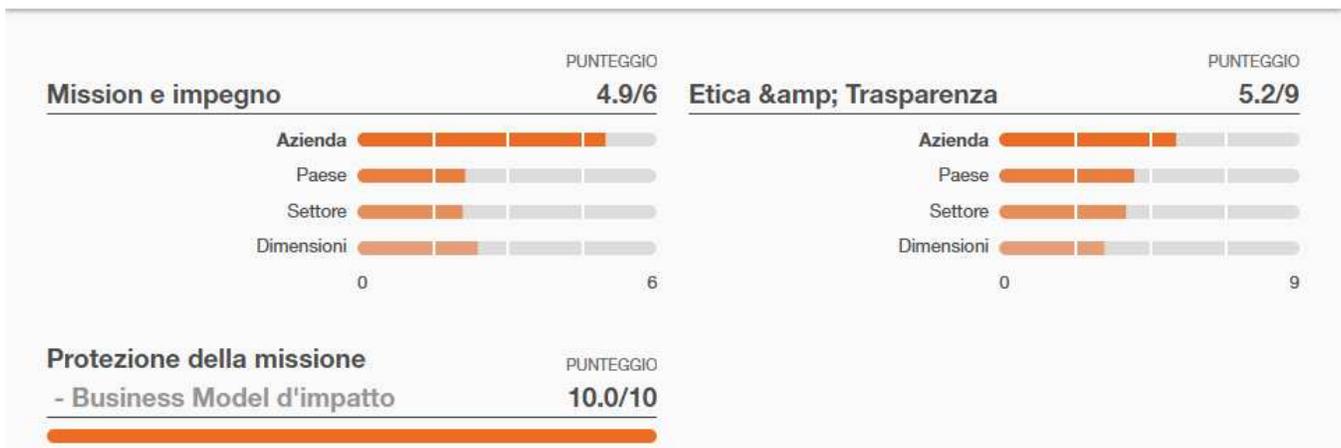
4) Valutazione per aree

Governo d'impresa



Governance

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



| GOVERNANCE | 2022 | 2023 | 2024 |
|------------------------|------|------|------|
| Punteggio generale | 18,6 | 20,1 | 20,2 |
| Mission e impegno | 4,9 | 4,9 | 4,9 |
| Etica & trasparenza | 3,7 | 5,1 | 5,2 |
| Proteggere la missione | 10,0 | 10,0 | 10,0 |

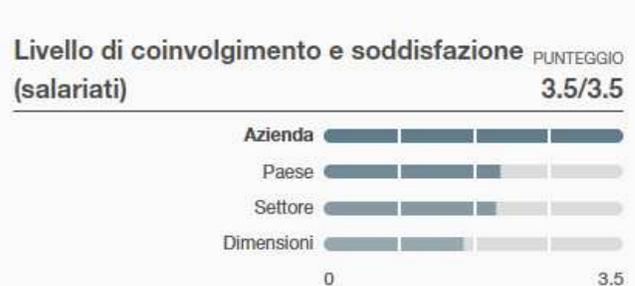
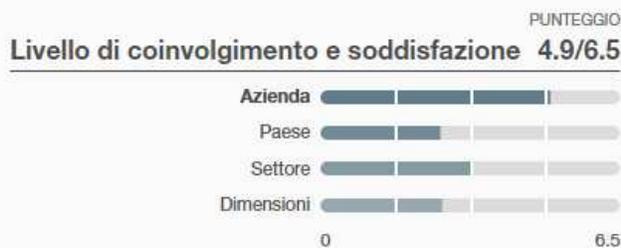
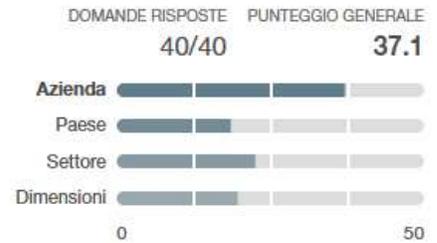
Nell'area Governance abbiamo un punteggio superiore a tutti i benchmark sia complessivamente sia in tutte le singole sezioni. Rispetto all'anno precedente incrementa la voce 'Etica e Trasparenza'.

Lavoratori



Lavoratori

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



| LAVORATORI | 2022 | 2023 | 2024 |
|--------------------------------|------|------|------|
| Punteggio generale | 36,7 | 39,5 | 37,1 |
| Sicurezza finanziaria | 2,5 | 10,4 | 7,0 |
| Salute e benessere | 11,0 | 10,0 | 11,0 |
| Sviluppo professionale | 5,9 | 7,4 | 7,4 |
| Coinvolgimento e soddisfazione | 8,4 | 8,4 | 8,4 |

Anche per il 2024 Il punteggio ottenuto sul BIA mostra che il trattamento dei lavoratori è superiore a tutti i benchmark in tutti gli ambiti. Il punteggio complessivo ha una diminuzione rispetto all'anno precedente. Il miglioramento in Salute e benessere non è infatti sufficiente a compensare il calo di Sicurezza finanziaria, dovuto al fatto che nel 2024 l'azienda ha deciso di rimandare la distribuzione di bonus all'anno successivo, posto che siano soddisfatte le condizioni di sostenibilità economica.

| INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE | u. m. | 202 3 | 202 4 |
|---|----------|-----------|-----------|
| | | Con s. | Con s. |
| Lavoratori - contratti | | | |
| numero totale lavoratori TI TP | | 3 | 3 |
| numero totale lavoratori TI PT | | 1 | 2 |
| % contratti part time | % | 33 | 33 |
| numero totale lavoratori TD TP | | 1 | 2 |
| numero totale lavoratori TD PT | | 1 | 0 |
| numero totale lavoratori interinali | | 0 | 0 |
| numero totale lavoratori | | 6 | 7 |
| numero totale collaboratori esterni continuativi | | 0 | 0 |
| assunzioni TI nell'anno | | 0 | 1 |
| % assunzioni TI nell'anno rispetto a assunti TI anno precedente | % | 0 | 100 |
| % FTE TI rispetto a lavoratori TI totali | % | 75 | 60 |
| nuovi posti di lavoro | | 0 | 0 |
| % nuovi posti di lavoro su totale anno precedente | % | 0 | 0 |
| variazione numero lavoratori | | 0 | 0 |
| % variazione numero lavoratori | % | 0 | 0 |
| numero di lavoratori che hanno cessato la collaborazione | | 0 | 0 |
| % tasso di abbandono dei lavoratori | % | 0 | 0 |
| % tasso di abbandono dei lavoratori (benchmark) | % | 16,5 | 16,5 |
| Lavoratori - diversità | | | |
| numero lavoratori donne | | 4 | 4 |
| % di donne sul totale lavoratori | % | 66,6 7 | 66,6 7 |
| numero manager donne | | 1 | 1 |
| % di donne sul totale manager | % | 100 | 100 |
| numero lavoratori appartenenti a categorie svantaggiate | | 0 | 0 |
| % di lavoratori appartenenti a categorie svantaggiate | % | 0 | 0 |
| Lavoratori - soddisfazione | | | |
| numero rispondenti al questionario di soddisfazione | | 6 | 7 |
| % rispondenti al questionario di soddisfazione | % | 100 | 100 |

| | | | |
|---|------|------|------|
| valutazione media della soddisfazione complessiva (voto medio/massimo previsto) | N/10 | 8 | 8,1 |
| numero lavoratori che si definiscono molto o abbastanza soddisfatti | | 6 | 7 |
| % lavoratori che si definiscono molto o abbastanza soddisfatti | % | 100 | 100 |
| % lavoratori che si definiscono molto o abbastanza soddisfatti (benchmark) | % | 86 | 43 |
| Lavoratori - sviluppo | | | |
| numero lavoratori che hanno ricevuto formazione tecnica nell'anno | | 6 | 8 |
| % lavoratori che hanno ricevuto formazione tecnica nell'anno | % | 100 | 100 |
| numero di ore medie pro capite di formazione tecnica | | 10 | 44,4 |
| numero lavoratori che hanno ricevuto formazione trasversale nell'anno | | 6 | 8 |
| % lavoratori che hanno ricevuto formazione trasversale nell'anno | % | 100 | 100 |
| numero di ore medie pro capite di formazione trasversale | | 32 | 25 |
| numero lavoratori che hanno ricevuto formazione extra lavorativa nell'anno | % | 7 | 8 |
| % lavoratori che hanno ricevuto formazione extra lavorativa nell'anno | | 100 | 100 |
| numero di ore medie pro capite di formazione extra lavorativa | | 16 | 8 |
| numero lavoratori che hanno avuto un miglioramento di ruolo nell'anno | % | 4 | 3 |
| % lavoratori che hanno avuto un miglioramento di ruolo nell'anno | | 66,6 | 42,8 |
| importo medio distribuito come bonus ai lavoratori | | 7 | 5 |
| % utile distribuito come bonus ai lavoratori | % | 600 | 0 |
| numero lavoratori che hanno ricevuto bonus | | 41,2 | 0 |
| % lavoratori che hanno ricevuto bonus | % | 9% | 0 |
| Lavoratori - presenze | | | |
| numero totale di ore di straordinario | | 6 | 0 |
| numero medio pro capite di ore di straordinario | | 34 | 47,0 |
| % ore di straordinario rispetto a ordinario | % | 5,68 | 7,83 |
| numero ore di ferie non godute | | 0,35 | 0,46 |
| numero ore di permessi non utilizzati | % | 480 | 474 |
| % ore di ferie e permessi non utilizzati | | 259 | 453 |
| % giorni uomo in smart working | % | 48,2 | 60,4 |
| numero di giorni di assenza per malattia | | 3 | 8 |
| % giorni di assenza per malattia su totale | | 11 | 11,6 |
| media giorni di assenza per malattia pro capite | | 27 | 7 |
| numero infortuni sul lavoro | | 2,22 | 0,55 |
| | | 4,5 | 1,16 |
| | | 0 | 0 |

| | | 2022 | 2023 |
|--|--|------|------|
|--|--|------|------|

| | | | |
|---|---|-------|-------|
| Lavoratori - contratti | | | |
| numero totale lavoratori TI TP | | 3 | 3 |
| numero totale lavoratori TI PT | | 1 | 1 |
| % contratti part time | % | 33 | 33 |
| numero totale lavoratori TD TP | | 1 | 1 |
| numero totale lavoratori TD PT | | 1 | 1 |
| numero totale lavoratori interinali | | 1 | 0 |
| numero totale lavoratori | | 6 | 6 |
| numero totale collaboratori esterni continuativi | | 0 | 0 |
| assunzioni TI nell'anno | | 0 | 0 |
| % FTE TI rispetto a lavoratori TI totali | % | 66,66 | 75 |
| nuovi posti di lavoro | | 0 | 0 |
| % tasso di abbandono dei lavoratori | % | 0 | 0 |
| Lavoratori - diversità | | | |
| numero lavoratori donne | | 4 | 4 |
| % di donne sul totale lavoratori | % | 66,66 | 66,66 |
| numero manager donne | | 1 | 1 |
| % di donne sul totale manager | % | 100 | 100 |
| numero lavoratori appartenenti a categorie svantaggiate | | 0 | 0 |
| Lavoratori - soddisfazione | | | |
| numero rispondenti al questionario di soddisfazione | | 6 | 6 |
| % rispondenti al questionario di soddisfazione | % | 100 | 100 |
| valutazione media della soddisfazione complessiva (voto medio/massimo previsto) | | 8 | 8 |
| % lavoratori che si definiscono molto o abbastanza soddisfatti | % | 100 | 100 |
| % lavoratori che si definiscono molto o abbastanza soddisfatti (benchmark) | € | 86 | 86 |
| Lavoratori - sviluppo | | | |
| numero lavoratori che hanno ricevuto formazione tecnica nell'anno | | 6 | 6 |
| % lavoratori che hanno ricevuto formazione tecnica nell'anno | % | 100 | 100 |
| numero di ore medie pro capite di formazione tecnica | | 17 | 11 |
| numero lavoratori che hanno ricevuto formazione trasversale nell'anno | | 6 | 6 |
| % lavoratori che hanno ricevuto formazione trasversale nell'anno | % | 100 | 100 |
| numero di ore medie pro capite di formazione trasversale | | 16 | 36 |
| numero di ore medie pro capite di formazione extra lavorativa | | 0 | 7 |
| numero lavoratori che hanno avuto un miglioramento di ruolo nell'anno | % | 3 | 4 |
| % lavoratori che hanno avuto un miglioramento di ruolo nell'anno | | 50 | 66,67 |
| importo medio distribuito come bonus ai lavoratori | | 300 | 600 |
| % utile distribuito come bonus ai lavoratori | % | 3,21 | 41,29 |
| % lavoratori che hanno ricevuto bonus | % | 100 | 100 |
| Lavoratori - presenze | | | |
| numero totale di ore di straordinario | | 68 | 34 |
| numero medio pro capite di ore di straordinario | | 11 | 5,68 |
| % ore di straordinario rispetto a ordinario | % | 0,78 | 0,35 |
| numero ore di ferie non godute | | 728 | 480 |
| numero ore di permessi non utilizzati | % | 410 | 259 |
| % ore di ferie e permessi non utilizzati | % | 58 | 48,23 |
| % giorni uomo in smart working | % | 17 | 11 |
| numero di giorni di assenza per malattia | | 27 | 27 |
| % giorni di assenza per malattia su totale | | 2,28 | 2,22 |

| | | | |
|---|--|-----|-----|
| media giorni di assenza per malattia pro capite | | 4,5 | 4,5 |
| numero infortuni sul lavoro | | 0 | 0 |

Altri portatori d'interesse



Comunità

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



| COMUNITA' | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|------|------|------|
| Punteggio generale | 18,4 | 22,5 | 23,1 |
| Diversità, equità, & inclusione | 5,0 | 4,5 | 5,4 |
| Impatto economico | 7,8 | 7,8 | 7,5 |
| Impegno civico e donazioni | 0,4 | 5,0 | 5,0 |
| Gestione della catena di distribuzione e fornitura | 1,7 | 1,7 | 1,7 |

Il risultato è superiore (o uguale) a tutti i benchmark sia a livello complessivo che per tutte le singole sezioni. Il punteggio complessivo è migliorato e alcune delle sezioni presentano piccole variazioni di poco conto.

Ecco alcuni indicatori:

| Comunità - donazioni | | 2023 | 2024 |
|---|---|-------------|-------------|
| Denaro devoluto in donazione | € | 400 | 300 |
| Valore beni o servizi ceduti a titolo gratuito | € | 1.200 | 1440 |
| % fatturato devoluto in donazioni | % | 0,10% | 0,06% |
| % utile netto devoluto in donazioni | % | 3,11% | 3,11% |
| % valore beni o servizi ceduti a titolo gratuito su fatturato | % | 0,30% | 0,30% |
| % valore beni o servizi ceduti a titolo gratuito su utile netto | % | 9,33% | 9,33% |
| Valore totale (denaro + beni o servizi) donato | | 1.600 | 1740 |
| % valore totale (denaro + beni o servizi) ceduto a titolo gratuito su fatturato | % | 0,40% | 0,36% |
| % valore totale (denaro + beni o servizi) ceduto a titolo gratuito su utile netto | % | 12,44% | 12,44% |
| Comunità - acquisti locali | | | |
| % acquisti da fornitori locali (< 80 km) | % | 30,02 | 24,07 |
| % acquisti da fornitori locali (< 300 km) | % | 31,18 | 30,8 |
| % acquisti da fornitori purpose-driven o con certificazioni socio ambientali | % | 12,94 | 16,34 |



Clienti

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



| CLIENTI | 2022 | 2023 | 2024 |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|
| Punteggio generale | 3,2 | 3,5 | 3,5 |
| Gestione del cliente | 3,2 | 3,5 | 3,5 |

Decisamente soddisfacente e stazionario rispetto all'anno precedente il punteggio della sezione.

La positività della nostra gestione dei clienti è confermata dalla valutazione emersa dai questionari di soddisfazione. I dati sono riportati qui sotto. Si evidenzia un miglioramento del tasso di risposta e un livello di soddisfazione generale estremamente alto.

| Clienti | | 2023 | 2024 |
|--|---|-------------|-------------|
| Numero clienti attivi nell'anno | | 63 | 88 |
| numero clienti (attivi nell'ultimo anno) cui è stato proposto il questionario di soddisfazione | | 63 | 88 |
| % clienti (attivi nell'ultimo anno) cui è stato proposto il questionario di soddisfazione | % | 100 | 100 |
| numero rispondenti al questionario di soddisfazione | | 8 | 19 |
| % rispondenti al questionario di soddisfazione | % | 12,69 | 21,5 |
| valutazione media della soddisfazione complessiva (voto medio/massimo previsto) | | 9,25 | 9,1 |
| numero clienti purpose-driven o con certificazioni socio ambientali | | 3 | 10 |
| % fatturato verso clienti purpose-driven o con certificazioni socio ambientali | % | 14,24 | 8,61 |

Ambiente



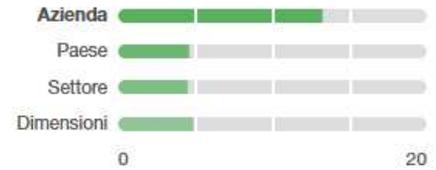
Ambiente

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

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE

31/31

13.2



| AMBIENTE | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----------------------|------|------|------|
| Punteggio generale | 13,2 | 13,2 | 13,2 |
| Management ambientale | 4,6 | 4,6 | 4,6 |
| Aria & clima | 4,9 | 4,9 | 4,9 |
| Acqua | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| Terra & Vita | 3,0 | 3,0 | 3,0 |

Il punteggio in questa area è positivo e superiore a tutti i benchmark, invariato rispetto all'anno precedente.

L'impatto diretto dell'azienda sull'ambiente è estremamente contenuto. I consumi energetici sono per il riscaldamento e il resto energia elettrica. Non vi sono automezzi aziendali e i percorsi casa-lavoro vengono effettuati con mezzi pubblici, a piedi o in bicicletta.

Le modeste emissioni di CO2 sono comunque integralmente compensate con acquisto di crediti certificati.

Per quanto riguarda l'impatto indiretto, non risulta ancora possibile misurarlo, essendo i fornitori principali le già citate grandi multinazionali tecnologiche.

Poco rilevanti, essendo l'attività dell'azienda di puro ufficio, la produzione dei rifiuti, comunque gestiti con attenzione, e i consumi di acqua, già minimizzati grazie alla dotazione degli opportuni dispositivi nei sanitari.

| INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE | u.m. | 2023 | 2024 |
|--------------------------------------|------|------|------|
| | | | |

| | | Cons. | Cons. |
|---|---------|-----------|-----------|
| Fatturato | K€ | € 386.779 | € 528.213 |
| Fonti energetiche e emissioni CO2 | | | |
| Consumi elettrici | KWh | 3.378 | 3817 |
| Consumi gas | smc | 465 | 582 |
| Energia totale consumata | GJ | 30,5 | 36,7 |
| Rapporto energia totale consumata / fatturato | GJ/K€ | 0,08 | 0,07 |
| % di energia totale di provenienza rinnovabile | % | 39,9 | 37,5 |
| % di energia totale di provenienza sostenibile | % | 39,9 | 37,5 |
| Emissioni di gas climalteranti | | | |
| Emissioni assolute di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2) | tCO2 | 1,03 | 1,3 |
| Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2) / fatturato | tCO2/M€ | 2,66 | 2,46 |
| Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2) | tCO2 | 2 | 2 |
| Emissioni assolute di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 3) | tCO2 | n.d. | n.d. |
| Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 3) / fatturato | tCO2/K€ | n.d. | n.d. |
| Emissioni di CO2 compensate (Scope 3) | tCO2 | 8 | 8 |
| Viaggi | | | |
| Rapporto distanza percorsa/Fatturato | km/K€ | n.d. | n.d. |
| % km di trasporti su mezzi pubblici rispetto al totale spostamenti per lavoro | % | 100 | 100 |
| distanza percorsa su mezzi privati | km | n.d. | n.d. |
| distanza percorsa su mezzi privati a minor impatto (metano, GPL, ibridi) | km | n.d. | n.d. |
| distanza percorsa su mezzi Full Electric | km | n.d. | n.d. |
| % distanza percorsa su mezzi privati a minor impatto | % | n.d. | n.d. |
| % distanza percorsa su mezzi privati full electric | % | n.d. | n.d. |
| Rifiuti (lo monitoro se lo posso migliorare...) | | | |
| Quantità rifiuti pericolosi prodotti | kg | 0,1 | 0,1 |
| Quantità rifiuti indifferenziati prodotti | kg | 124,5 | 16,45 |
| Quantità rifiuti di carta e cartone a riciclo | kg | 44,18 | 34,04 |
| Quantità rifiuti di plastica a riciclo | kg | 21,19 | 11,17 |
| Quantità rifiuti organici a riciclo | kg | | |
| Quantità rifiuti di vetro a riciclo | kg | 0 | 0 |
| Quantità rifiuti metallici a riciclo | kg | 0 | 0 |
| Quantità totale rifiuti prodotti | kg | 189,87 | 61,66 |
| Rapporto quantità rifiuti/Fatturato | kg/K€ | 0,49 | 0,12 |
| Acqua | | | |
| Quantità di acqua consumata | m3 | 51,4 | 57 |
| % acqua proveniente da fonti proprie (pozzi, recupero piovana) | % | 0 | 0 |

5) Risultati e obiettivi relativi alle finalità specifiche

In questa sezione le azioni svolte, i risultati raggiunti e gli obiettivi per l'esercizio seguente vengono riportati con riferimento alle categorie di finalità specifiche di bene comune estratte dal nostro statuto. Nel caso di voci non direttamente collegate ad alcuna delle finalità specifiche, sono raggruppate sotto la finalità generica 'Operato responsabile, sostenibile e trasparente'.

Sviluppare core business sostenibile

Azioni, modalità e risultati

| KPI | Descrizione | RISULTATO 2023 | TARGET 2024 | RISULTATO 2024 |
|--------|---|-------------------|----------------|-------------------|
| KPI 09 | Quota di fatturato proveniente da clienti purpose-driven che siano in possesso di qualifiche o certificazioni di carattere socio ambientale | €55.000 | €65.000 | €45.517 |

- KPI09 non è stato pienamente raggiunto, pur avendo intensificata l'adozione di un registro di comunicazione maggiormente orientato ad aziende Benefit o B Corp, che credono nel valore della collaborazione tra realtà e condividono la stessa missione

| Obiettivi da Relazione d'Impatto 2023 | Esiti |
|--|--|
| Con l'adesione al network Beenefit l'azienda si propone di intensificare azioni commerciali rivolte a intercettare la parte di mercato più attenta ai temi della sostenibilità e del purpose | Obiettivo raggiunto. Le azioni commerciali sono state intensificate con maggiore continuità e impegno rispetto al passato. Tuttavia, al momento non hanno ancora prodotto i risultati desiderati, anche se si stanno gettando le basi per una crescita più solida nel medio termine. |

- In tutti gli speech del CEO sono stati inseriti messaggi e contenuti orientati alla sostenibilità. Ad esempio WMF 2024, interventi formativi in business school, webinar, etc.

Obiettivi per l'esercizio seguente

| KPI | Descrizione | RISULTATO 2023 | TARGET 2024 |
|--------|---|-------------------|----------------|
| KPI 09 | Quota di fatturato proveniente da clienti purpose-driven che siano in possesso di qualifiche o certificazioni di carattere socio ambientale | €55.000 | €65.000 |

- Intensificare la partecipazione al network delle B Corp

Salvaguardare l'ambiente

Azioni, modalità e risultati

| KPI | Descrizione | RISULTATO 2023 | TARGET 2024 | RISULTATO 2024 |
|--------|---|-------------------|----------------|-------------------|
| KPI 08 | Quantità (ton) di GHG emesse per i fabbisogni della sede operativa, al netto di compensazioni | 0 | 0 | 0 |

| Obiettivi da Relazione d'Impatto 2023 | Esiti |
|--|---|
| Partecipare con tutti i lavoratori a iniziative pubbliche di salvaguardia ambientale. | Obiettivo raggiunto. Tutti i lavoratori dell'azienda hanno preso parte attivamente a un'iniziativa di pulizia presso il parco pubblico di Colle Oppio, contribuendo in prima persona alla cura e al decoro di uno spazio verde cittadino. Un gesto concreto di responsabilità sociale e partecipazione alla vita della comunità. |
| Per il 2024 l'azienda, pur senza disporre di dati di monitoraggio specifico delle emissioni scope 3, intende compensare una quota. | Obiettivo raggiunto. Sono stati acquistati 8 crediti di carbonio legati al progetto Valle Bertuzzi, contribuendo concretamente alla compensazione delle emissioni aziendali e al sostegno di un'iniziativa ambientale di valore sul territorio. Un passo tangibile verso una maggiore sostenibilità. |

Obiettivi per l'esercizio seguente

| KPI | Descrizione | RISULTATO 2024 | TARGET 2025 |
|-------|---|----------------|-------------|
| KPI08 | Quantità (ton) di GHG emesse per i fabbisogni della sede operativa, al netto di compensazioni | 0 | 0 |

- L'azienda si pone l'obiettivo di programmare e realizzare delle attività di salvaguardia ambientale coinvolgendo il personale e anche i clienti.

Dare più valore ai collaboratori

Azioni, modalità e risultati

| KPI | Descrizione | RISULTATO 2023 | TARGET 2024 | RISULTATO 2024 |
|----------|--|----------------|-------------|----------------|
| KPI 01 | Media pro capite ore di formazione di gruppo o personalizzata | 47 | 32 | 77,4 |
| KPI 02 | Numero ore di formazione pro capite ai lavoratori su aspetti sociali e ambientali rilevanti per l'azienda, | 12 | 12 | 9 |
| KPI 03 | Importo pro capite erogato in un anno sotto forma di bonus ai lavoratori | 600 | 600 | 200 |
| KPI 04-1 | Valore complessivo pro capite delle prestazioni di welfare | 393 | 393 | 393 |
| KPI 04-2 | Valore pro capite delle prestazioni per spese viaggi mensili | 250 | 250 | 250 |

- KPI02 non è stato raggiunto perché l'impresa ha intrapreso un programma di riorganizzazione che ha coinvolto il team principalmente su attività formative inerenti competenze più tecniche e meno legate ad aspetti socio ambientali

| Obiettivi da Relazione d'Impatto 2023 | Esiti |
|--|---|
| Si prevede di organizzare per il nostro team un corso di formazione per la gestione dello stress e l'apprendimento di tecniche di respirazione per il miglioramento del benessere psico fisico | Obiettivo raggiunto. È stata definita l'organizzazione di un corso di formazione dedicato alla gestione dello stress, con un focus specifico sull'apprendimento di tecniche di respirazione utili a migliorare il benessere psico-fisico del |

| | |
|--|--|
| | team. L'iniziativa rientra pienamente nell'impegno dell'azienda nel promuovere un ambiente di lavoro sano, consapevole ed equilibrato, in cui il benessere delle persone è al centro delle priorità. |
| Verranno valutati possibili interventi per supportare, anche in modo personalizzato, la crescita professionale dei membri del team | Obiettivo raggiunto. Sono stati avviati i primi step per valutare interventi mirati al supporto della crescita professionale dei membri del team, con un'attenzione particolare a percorsi personalizzati, costruiti sulle esigenze, le potenzialità e gli obiettivi individuali. Questa iniziativa consolida l'impegno dell'azienda nel valorizzare il talento interno e promuovere uno sviluppo professionale continuo, concreto e su misura. |
| Si prevedono altre attività formative volte alla crescita professionale del team, senza escludere ulteriori progetti orientati alla sostenibilità, per una maggiore partecipazione responsabile e consapevole al cambiamento | Obiettivo raggiunto. È stato confermato l'avvio di nuove attività formative orientate alla crescita professionale del team, con la possibilità di integrare anche progetti legati alla sostenibilità. L'iniziativa mira a stimolare una partecipazione sempre più consapevole e responsabile ai processi di cambiamento, rafforzando la cultura aziendale, le competenze trasversali e il coinvolgimento attivo delle persone. |
| Offrire formazione e risorse per incoraggiare comportamenti responsabili tra i dipendenti e i partner commerciali | Obiettivo raggiunto. Sono stati attivati percorsi formativi e rese disponibili risorse dedicate per promuovere e incentivare comportamenti responsabili, sia all'interno del team che nella rete dei partner commerciali. Un'azione concreta che rafforza l'allineamento ai valori aziendali e agli obiettivi di sostenibilità condivisi, favorendo una cultura improntata alla consapevolezza e alla coerenza tra intenti e azioni. |

- Sono state mantenute le buone pratiche già introdotte rispetto a valutazione della prestazione e del potenziale, inclusività dei job posting, assistenza sanitaria integrativa, attività sportive di gruppo.
- Per la formazione abbiamo continuato ad impegnarci di più, mettendo al centro il benessere dei lavoratori, come dimostrato dal numero di ore pro capite effettivo, ampiamente superiore a quello preventivato.

Obiettivi per l'esercizio seguente

| KPI | Descrizione | RISULTATO | TARGET |
|----------|--|-----------|--------|
| | | 2024 | 2025 |
| KPI 01 | Media pro capite ore di formazione di gruppo o personalizzata | 77,4 | 40 |
| KPI 02 | Numero ore di formazione pro capite ai lavoratori su aspetti sociali e ambientali rilevanti per l'azienda, | 9 | 8 |
| KPI 03 | Importo pro capite erogato in un anno sotto forma di bonus ai lavoratori | 200 | 200 |
| KPI 04-1 | Valore complessivo pro capite delle prestazioni di welfare | 393 | 393 |
| KPI 04-2 | Valore pro capite delle prestazioni per spese viaggi mensili | 250 | 250 |

- Continuare ad offrire formazione sulle soft skills
- Continuare ad offrire formazione sulle hard skills
- Continuare ad offrire formazione socio ambientale
- Riconoscere un premio economico condizionato dal raggiungimento di obiettivi di business aziendale

Creare valore condiviso

Azioni, modalità e risultati

| KPI | Descrizione | RISULTATO 2023 | TARGET 2024 | RISULTATO 2024 |
|--------|---|-------------------|----------------|-------------------|
| KPI 07 | Numero complessivo di articoli pubblicati sul blog e dei post sui canali social con argomento di approfondimento dell'impatto ambientale del digitale | 22 | 24 | 29 |
| KPI 10 | Livello medio di soddisfazione dei clienti da questionario | 9,25 | 8 | 9,1 |

| Obiettivi da Relazione d'Impatto 2023 | Esiti |
|---|---|
| Realizzare un video dei membri del team, in cui ognuno possa dire la sua sull'importanza di essere un'azienda Benefit. | Obiettivo non raggiunto. L'attività prevista non è stata portata a termine poiché, nel corso del periodo considerato, sono emerse altre priorità aziendali che hanno richiesto attenzione e risorse, rendendo necessario un riadattamento delle tempistiche e delle azioni programmate. |
| Realizzare dei webinar sui nostri canali social per parlare di tecnologia, comunicazione ed anche di sostenibilità. | Obiettivo non raggiunto. L'iniziativa non è stata realizzata poiché si è reso necessario dare priorità ad altre esigenze aziendali più urgenti, determinando un rinvio dell'attuazione rispetto a quanto inizialmente previsto. |
| Promuovere la consapevolezza e l'educazione riguardo alle questioni di responsabilità sociale, sostenibilità e trasparenza, sia all'interno dell'azienda che nella comunità più ampia | Obiettivo raggiunto. Fare "benefit" significa prima di tutto essere "benefit", nel senso più autentico del termine: sentirlo, viverlo e poi tradurlo in azione. È proprio grazie a questo approccio che, giorno dopo giorno, riusciamo ad agire in coerenza con i nostri valori, in modo spontaneo, sia in modo consapevole che istintivo. Questo ci consente di condividere con la comunità buone pratiche in maniera naturale, senza forzature, perché fanno parte del nostro modo di essere prima ancora che del nostro fare. |

- Stiamo affinando la nostra capacità di produrre contenuti con un doppio fine: risvegliare le coscienze ai temi dello sviluppo sostenibile e contemporaneamente fare marketing. Riscontriamo con soddisfazione un interesse sempre crescente durante l'analisi delle statistiche inerenti l'apertura delle email e i tempi di permanenza sui contenuti
- Continuiamo a ricevere dai nostri clienti feedback di apprezzamento non sollecitati.
- Ci stiamo impegnando ad aiutare realtà come associazioni del terzo settore, che possono necessitare di un supporto professionale ad alto valore, e allo stesso tempo preferire investimenti contenuti

Obiettivi per l'esercizio seguente

| KPI | Descrizione | RISULTATO 2024 | TARGET 2025 |
|--------|---|-------------------|----------------|
| KPI 07 | Numero complessivo di articoli pubblicati sul blog e dei post sui canali social con argomento di approfondimento dell'impatto ambientale del digitale | 29 | 24 |
| KPI 10 | Livello medio di soddisfazione dei clienti da questionario | 9,1 | 8 |

| | | | |
|----------|---|------|------|
| KPI 11-2 | % di clienti seguiti per il sito e/o app per i quali verificiamo la GDPR compliance | 100% | 100% |
|----------|---|------|------|

- Continuare a promuovere la consapevolezza e l'educazione riguardo alle questioni di responsabilità sociale, sostenibilità e trasparenza, sia all'interno dell'azienda che nella comunità più ampia

Sostenere fasce disagiate

Azioni, modalità e risultati

| KPI | Descrizione | RISULTATO 2023 | TARGET 2024 | RISULTATO 2024 |
|--------|--|----------------|-------------|----------------|
| KPI 05 | Numero di ore-uomo che l'azienda ha dedicato ad attività di volontariato per finalità sociali o ambientali | 56 | 56 | 64 |
| KPI 06 | Valore di mercato complessivo delle prestazioni pro bono che l'azienda ha erogato a enti del terzo settore | 1200 | 1440 | 1440 |

| Obiettivi da Relazione d'Impatto 2023 | Esiti |
|---|--|
| Oltre al contributo finanziario, troveremo altre modalità attraverso cui potremo supportare le associazioni no profit, come il volontariato, fornitura di servizi, formazione e consulenza. | Obiettivo raggiunto. Tutto il team ha dedicato 12 ore di volontariato attivo presso la Croce Rossa, offrendo il proprio contributo in un contesto di grande valore umano e sociale. Un'esperienza concreta di solidarietà che rafforza il senso di responsabilità condivisa e l'impegno dell'azienda verso la comunità. |

- Abbiamo realizzato donazioni in denaro in primis destinando i fondi aziendali per i regali natalizi dei collaboratori, ad associazioni.
- Abbiamo effettuato donazioni in natura nelle seguenti forme:
 - all'Associazione Cuore di Maglia e Mio Mito ODV consulenza per strategia di social advertising, per un valore complessivo di 1.340€
 - Abbiamo rinunciato ai nostri regali di Natale per acquistare 40 bottiglie di olio, poi donate alla Croce Rossa, in quanto la disponibilità di questo genere alimentare di enorme importanza, è spesso inferiore alla domanda proveniente dai bisognosi che si rivolgono alla Croce Rossa

Obiettivi per l'esercizio seguente

| KPI | Descrizione | RISULTATO 2024 | TARGET 2025 |
|--------|--|----------------|-------------|
| KPI 05 | Numero di ore-uomo che l'azienda ha dedicato ad attività di volontariato per finalità sociali o ambientali | 64 | 48 |
| KPI 06 | Valore di mercato complessivo delle prestazioni pro bono che l'azienda ha erogato a enti del terzo settore | 1440 | 1500 |

- Oltre al contributo finanziario, continueremo a trovare altre modalità attraverso cui potremo supportare le associazioni no profit, come il volontariato, fornitura di servizi, formazione e consulenza.

Operato responsabile, sostenibile e trasparente

Azioni, modalità e risultati

| Obiettivi da Relazione d'Impatto 2023 | Esiti |
|---|----------------------|
| Ci impegniamo a garantire un ambiente di lavoro sicuro e inclusivo, promuovendo la diversità e l'uguaglianza di opportunità. | Obiettivo raggiunto. |
| Ci impegniamo a mantenere alti standard etici e comportamentali in tutte le operazioni commerciali. | Obiettivo raggiunto. |
| Ci impegniamo verso i nostri collaboratori ad essere trasparenti riguardo alle politiche, ai processi decisionali e alle azioni intraprese dall'azienda, anche quando si affrontano sfide o critiche. | Obiettivo raggiunto. |
| Ascoltare attentamente i feedback e rispondere in modo appropriato, dimostrando impegno nei confronti delle preoccupazioni e dei bisogni delle varie parti interessate. | Obiettivo raggiunto. |

- Abbiamo continuato a rispettare le procedure relative alla raccolta degli indicatori, al rilievo di KPI, alla somministrazione di questionari di soddisfazione per clienti e lavoratori.
- Abbiamo rinnovato anche per quest'anno l'assicurazione per il keyman, a tutela dell'azienda

Obiettivi per l'esercizio seguente

- Ascoltare attentamente i feedback e rispondere in modo appropriato, dimostrando impegno nei confronti delle preoccupazioni e dei bisogni delle varie parti interessate.

6) Riepilogo degli obiettivi per l'esercizio successivo

L'elenco completo degli obiettivi e/o target riguardo alla generazione di bene comune, da raggiungersi entro la scadenza dell'esercizio 2023, ottenuto raccogliendo tutti quelli già definiti con riferimento alle specifiche finalità, è pertanto il seguente:

- Realizzare i seguenti target per i KPI che abbiamo adottato:

| Area di impatto | KPI | Descrizione | Risultato 2024 | Target 2025 |
|----------------------|----------|---|----------------|-------------|
| Lavoratori | KPI 01 | Numero ore di formazione di gruppo o personalizzata | 77,4 | 40 |
| Lavoratori | KPI 02 | Numero ore di formazione pro capite su aspetti sociali e ambientali | 9 | 8 |
| Lavoratori | KPI 03 | Importo pro capite erogato in un anno sotto forma di bonus ai lavoratori | 200 | 200 |
| Lavoratori | KPI 04-1 | Valore pro capite della polizza sanitaria integrativa | 393 | 393 |
| Lavoratori | KPI 04-2 | Valore pro capite delle prestazioni per spese viaggi mensili | 250 | 250 |
| Comunità/Am ambiente | KPI 05 | Numero di ore-uomo che l'azienda ha dedicato ad attività di volontariato per finalità sociali o ambientali | 64 | 48 |
| Comunità/Am ambiente | KPI 06 | Valore di mercato complessivo delle prestazioni pro bono che l'azienda ha erogato a enti del terzo settore | 1440 | 1500 |
| Comunità/Am ambiente | KPI 07 | Somma del numero di articoli pubblicati sul blog e dei post sui canali social con argomento di approfondimento dell'impatto ambientale del digitale | 29 | 24 |
| Ambiente | KPI 08 | Quantità (ton) di GHG emesse per i fabbisogni della sede operativa, al netto di compensazioni | 0 | 0 |
| Clienti | KPI 09 | Quota di fatturato proveniente da clienti purpose-driven che siano in possesso di qualifiche o certificazioni di carattere socio ambientale | €55.000 | €65.000 |
| Clienti | KPI 10 | Livello medio di soddisfazione dei clienti da questionario | 9,1 | 8 |
| Clienti | KPI 11-2 | % di clienti seguiti per il sito e/o app per i quali verifichiamo la GDPR compliance | 100% | 100% |

- Attuare le seguenti attività:

1. Intensificare la partecipazione al network delle B Corp
2. L'azienda si pone l'obiettivo di programmare e realizzare delle attività di salvaguardia ambientale coinvolgendo il personale e anche i clienti.
3. Continuare ad offrire formazione sulle soft skills.
4. Continuare ad offrire formazione sulle hard skills.
5. Continuare ad offrire formazione socio ambientale.
6. Riconoscere un premio economico condizionato dal raggiungimento di obiettivi di business aziendale.
7. Continuare a promuovere la consapevolezza e l'educazione riguardo alle questioni di responsabilità sociale, sostenibilità e trasparenza, sia all'interno dell'azienda che nella comunità più ampia.
8. Oltre al contributo finanziario, continueremo a trovare altre modalità attraverso cui potremo supportare le associazioni no profit, come il volontariato, fornitura di servizi, formazione e consulenza.
9. Ascoltare attentamente i feedback e rispondere in modo appropriato, dimostrando impegno nei confronti delle preoccupazioni e dei bisogni delle varie parti interessate.

7) Conclusioni

Come azienda, crediamo che il nostro ruolo vada oltre il profitto: vogliamo contribuire in modo attivo e responsabile allo sviluppo sostenibile e al bene comune.

Per questo ci impegniamo ogni giorno a costruire un ambiente di lavoro che favorisca la crescita delle persone, attraverso percorsi di formazione continua, sia individuale che collettiva, che stimolano apprendimento, consapevolezza e autonomia.

Attribuiamo grande valore alla sensibilizzazione sui temi sociali e ambientali, perché riteniamo che una cultura aziendale consapevole nasca dal coinvolgimento autentico. Promuoviamo regolarmente momenti di confronto, riflessione e dialogo, per rafforzare l'allineamento tra le persone e la nostra missione.

Sosteniamo attivamente il volontariato, investendo tempo e competenze in iniziative a impatto sociale e ambientale. Offriamo anche servizi pro bono a enti del terzo settore, riconoscendone l'importanza cruciale nel generare valore per la collettività.

Siamo consapevoli dell'urgenza ambientale e ci impegniamo a comunicarla in modo trasparente e responsabile. Condividiamo contenuti informativi sui nostri canali digitali per stimolare consapevolezza e partecipazione, e adottiamo misure concrete per ridurre il nostro impatto: utilizziamo energia da fonti rinnovabili e investiamo in crediti di carbonio per compensare le emissioni.

Collaboriamo con clienti che condividono i nostri valori, molti dei quali certificati per l'impatto socio-ambientale. Ci impegniamo a garantire i massimi standard in termini di sicurezza e privacy, monitorando costantemente la soddisfazione dei nostri clienti.

Continuiamo a investire nel benessere delle nostre persone, attraverso progetti strutturati di welfare e l'adozione di sistemi di valutazione che valorizzano sia la performance che il potenziale individuale.

Tutte queste azioni non sono semplici obiettivi, ma parte integrante della nostra identità. Perché siamo convinti che un'impresa responsabile sia quella che mette i propri valori al centro delle scelte quotidiane, creando un impatto positivo, concreto e duraturo.

WOW LAB SOCIETA' BENEFIT srl

Mission e impegno

4.9

Livello di impegno per creare impatto positivo

Descrivere l'approccio dell'azienda per creare un impatto positivo.

Questa è una domanda non ponderata che non avrà alcun impatto sul punteggio finale ed è richiesta solo per scopi di ricerca / benchmarking.

- Creare un impatto sociale e ambientale positivo non è una priorità per l'azienda
- Gli aspetti legati all'impatto sociale e ambientale dell'azienda sono considerati in alcune circostanze, ma non regolarmente.
- Gli aspetti legati all'impatto sociale e ambientale dell'azienda sono considerati in modo frequente, ma non sono prioritari nel processo decisionale dell'azienda.
- L'azienda prende costantemente in considerazione l'impatto sociale e ambientale nel processo decisionale, perché lo ritiene importante per il successo e la redditività del proprio business.
- Gli aspetti legati all'impatto sociale e ambientale sono considerati come fondamentali per il successo dell'azienda e rappresentano una priorità, anche se non contribuiscono direttamente ad aumentare i profitti.

Punti disponibili: 0.00

Caratteristiche della mission dell'azienda

L'azienda possiede una mission aziendale scritta che comprende uno o più dei seguenti aspetti?

Una Dichiarazione di mission aziendale formale scritta deve essere pubblicamente discussa o formalmente condivisa con i lavoratori dell'azienda. Si prega di selezionare tutte le opzioni applicabili.

- L'azienda non ha un impegno per un impatto ambientale specifico
- L'impegno generale di responsabilità sociale o ambientale (ad esempio a favore della protezione dell'ambiente)
- L' impegno per un impatto sociale positivo specifico (per esempio la riduzione della povertà, lo sviluppo economico sostenibile)
- L' impegno per un impatto ambientale specifico (per esempio, ridurre i rifiuti inviati a discariche attraverso il riciclaggio)
- L'impegno di servire un gruppo di beneficiari in difficoltà (per esempio, clienti a basso reddito, piccoli produttori agricoli)
- L'azienda non ha una dichiarazione di mission scritta

Punti guadagnati: 0.75 su 0.75

Mission aziendale

Per favore condividere qui il testo della mission aziendale.

Essere la digital agency partner ideale di persone e imprese che cercano ascolto e percepiscono la necessità di sviluppare, innovare e accrescere il proprio brand ed il business, orientandosi verso soluzioni tecnologiche e solide strategie per l'online, capaci di far leva sulla bellezza del buon design e sulla parte buona della comunicazione efficace, del marketing, dello sviluppo tecnologico e dell'innovazione informatica. Unire per costruire team di persone competenti, appassionate e professioniste del digitale, attraverso un processo continuo di crescita personale e professionale e ad alta intensità di ricerca e innovazione, fortemente orientato ai massimi risultati delle sue azioni a beneficio degli stakeholder. Rinnovare ogni giorno il nostro impegno a essere un'impresa sostenibile che, oltre a perseguire finalità economiche, si propone di operare a favore della protezione dell'ambiente e della riduzione della sofferenza animale; si impegna a ridurre al minimo il consumo di beni e servizi che generano rifiuti non riciclabili o che consumano risorse non rinnovabili; vuole avere un impatto sociale positivo promuovendo un utilizzo della tecnologia, della comunicazione online e in generale del web più consapevole, decentralizzato e virtuoso; si offre di rivolgere i suoi servizi e competenze specialistiche preferibilmente a iniziative e imprese orientate alla transizione ecologica e alla sostenibilità; coltiva per i suoi collaboratori un contesto di lavoro sano orientato al wellbeing e work-life balanced. Ci proponiamo inoltre di sostenere, con donazioni e attività pro bono, progetti nell'ambito della salute, del benessere e a supporto di categorie disagiate. I marchi con i quali Wow Lab SB aderisce a questo codice etico sono: Web To Emotions, App To Emotions ed eventuali nuovi futuri.

Punti disponibili: 0.00

Integrazione della performance sociale e ambientale nel processo decisionale

In che modo l'azienda integra la performance sociale e ambientale nel processo decisionale?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment sono valide per l'azienda.

- Si fornisce formazione ai lavoratori su aspetti sociali e ambientali rilevanti per l'azienda o per la sua missione
- Il ruolo dei manager include esplicitamente performance a livello sociale e ambientale
- L'azienda conduce audit interni che comprendono formalmente aspetti sociali e ambientali
- I compensi e le mansioni dei membri del team di dirigenti includono la performance sociale e ambientale
- Il Consiglio di Amministrazione revisiona la performance sociale e ambientale
- L'azienda misura le esternalità in termini monetari e le incorpora nei bilanci finanziari
- Altro (Per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.20 su 1.50

Review della performance sociale o ambientale da parte del Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione o l'organo di governo equivalente valuta la performance sociale o ambientale dell'azienda almeno una volta all'anno?

- No, Il Consiglio di Amministrazione dell'azienda non valuta questi aspetti
- Sì, il Consiglio di amministrazione riceve informazione generale sulla performance sociale o ambientale dell'azienda
- Sì, il Consiglio di Amministrazione valuta gli indicatori chiave di performance (KPI) riguardanti lo sviluppo sociale o ambientale dell'azienda
- N/A - L'azienda non ha un Consiglio di Amministrazione o un organo di governo equivalente

Punti guadagnati: 1.50 su 1.50

Coinvolgimento degli stakeholder

L'azienda ha intrapreso una delle seguenti azioni per coinvolgere gli stakeholder sulla performance sociale e ambientale?

- L'azienda ha un comitato consultivo con rappresentanza degli stakeholder
- L'azienda ha un piano o politica formale di coinvolgimento degli stakeholder che include l'identificazione di gruppi rilevanti di stakeholder
- L'azienda ha generato meccanismi per identificare e coinvolgere diversi gruppi di stakeholder o gruppi demografici tradizionalmente sottorappresentati
- L'azienda conta su processi formali e continui per raccogliere informazione dagli stakeholder (gruppi di discussione, sondaggi, riunioni comunitarie, ecc.)
- L'azienda possiede procedure formali per indirizzare i risultati dal coinvolgimento degli stakeholder, con un individuo o una squadra designata responsabile dei follow up appropriati.
- L'azienda comunica i risultati del coinvolgimento degli stakeholder nella performance sociale e ambientale al livello più alto della supervisione dell'azienda, come il Consiglio di Amministrazione
- L'azienda informa pubblicamente sui meccanismi e i risultati del coinvolgimento degli stakeholder
- Altri (per favore descriva)
- Non c'è un coinvolgimento formale degli stakeholder

Punti guadagnati: 0.75 su 0.75

Indicatori chiave di prestazione (KPI) sociale / ambientale

Esistono indicatori chiave di prestazione (KPI) o metriche che l'azienda monitora almeno una volta all'anno per determinare se sta raggiungendo i propri obiettivi sociali o ambientali?

- L'azienda misura gli indicatori chiave di performance/metriche (KPI), o le prestazioni che ha identificato o definito, per determinare se si stanno raggiungendo gli obiettivi sociali e ambientali stabiliti
- L'azienda misura indicatori chiave di performance (KPI) sociale o ambientale a lungo termine (per esempio, studi fatti da terzi/entità indipendenti, sondaggi ai clienti o alle famiglie, indici di progresso nell'indicizzazione della povertà, ecc.)
- L'azienda non fa nessun monitoraggio degli indicatori chiavi di performance sociale o ambientale

Punti guadagnati: 0.75 su 1.50

Strutture di governance

Qual è il livello di supervisione più alto in azienda?

- Il livello di supervisione più alto è responsabilità dei soci dirigenti (comprende un comitato direttivo che è composto da soci e manager)
- Il livello di supervisione più alto è responsabilità dei direttori o di un Comitato Esecutivo oppure l'azienda possiede un sistema di governance democratico
- Consiglio consultivo non fiduciario
- Board of Directors (with at least one member who is not an executive or owner of the company)

Punti disponibili: 1.06

Buona governance interna

In che modo l'azienda facilita la gestione interna e la buona governance?

- L'azienda ha un organigramma formale che determina la struttura gerarchica dell'organizzazione
- L'azienda ha descrizioni scritte delle mansioni di tutti i lavoratori dove sono definite le responsabilità e l'autorità nel processo decisionale
- L'azienda conduce riunioni del team di Management per pianificare la strategia e prendere decisioni
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 1.06 su 1.06

Politiche e pratiche etiche

Quali delle seguenti pratiche mette in atto l'azienda per promuovere un processo decisionale etico e prevenire così la corruzione?

- L'azienda ha un codice etico scritto
- L'azienda ha una politica scritta di tutela del lavoratore che segnala illeciti
- L'azienda implementa controlli finanziari interni
- L'azienda ha condotto negli ultimi due anni un'analisi dei rischi legati a temi etici
- Altro (Per favore, descriva)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.79 su 1.06

Revisione/ audit delle informazioni finanziarie

L'azienda elabora informazione sulla propria situazione finanziaria verificata dal Consiglio di amministrazione, un altro organo formale di governo o da una terza parte indipendente?

- Sì
 No

Punti guadagnati: 1.06 su 1.06

Trasparenza aziendale

Che tipo di informazioni sono comunicate pubblicamente dall'azienda in modo trasparente?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment sono valide per la sua azienda.

- Proprietà effettiva dell'azienda
 Performance finanziaria (deve essere comunicata come minimo ai lavoratori)
 Performance sociale e ambientale (report degli impatti)
 Membri del Consiglio di amministrazione
 Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.06 su 1.06

Trasparenza finanziaria con i lavoratori

In che modo l'azienda condivide formalmente informazioni sulla performance finanziaria con i lavoratori a tempo pieno?

Si prega di omettere le informazioni sui compensi e di selezionare tutte le opzioni valide.

- L'azienda non ha un processo formale documentato per condividere informazioni finanziarie con i lavoratori
 L'azienda divulga informazioni finanziarie (eccetto quelle riguardanti gli stipendi) almeno una volta all'anno
 L'azienda divulga informazioni finanziarie (eccetto quelle riguardanti gli stipendi) almeno ogni tre mesi
 Oltre a condividere informazioni finanziarie, l'azienda offre un programma di formazione per spiegare le informazioni divulgate
 Oltre a condividere l'informazione finanziaria con i lavoratori, l'azienda pubblica i propri bilanci di esercizio

Punti guadagnati: 0.26 su 1.06

Divulgazione dell'impatto dell'azienda

In che modo l'azienda diffonde pubblicamente e annualmente informazioni riguardanti la propria performance sociale o ambientale?

- L'azienda fornisce descrizioni dei programmi in corso e della performance sociale e ambientale
- L'azienda divulga, in modo volontario, indicatori della propria performance sociale o ambientale
- L'azienda divulga pubblicamente risultati e indicatori specifici e quantificabili della propria performance sociale o ambientale
- L'azienda fissa obiettivi e divulga pubblicamente il progresso raggiunto
- L'azienda presenta le informazioni in un rapporto formale che consente il confronto con periodi precedenti
- Le informazioni pubblicate aderiscono ad uno standard terzo (per esempio, GRI o B Impact Assessment)
- Una terza parte ha convalidato / assicurato l'accuratezza delle informazioni riportate
- L'informazione sull'impatto generato dall'azienda è integrata nel suo reporting finanziario
- L'azienda non divulga pubblicamente informazione sulla propria performance sociale o ambientale

Punti guadagnati: 1.06 su 1.06

Metriche di governance

OPERAZIONI

0.0

Questa sezione richiede all'azienda di fornire informazioni finanziarie importanti a cui verrà fatto riferimento più avanti nella valutazione.

Ultimo esercizio

In quale data si è concluso l'ultimo anno fiscale?

Se l'azienda non ha ancora completato il suo primo anno fiscale, si prega di inserire la data di fine dell'anno fiscale prevista.

In quale data si è concluso l'ultimo anno fiscale?

Punti disponibili: 0.00

Valuta utilizzata nel reporting

Si prega di selezionare la valuta utilizzata nei reporting

Euro (EUR)

Punti disponibili: 0.00

Fatturato del penultimo esercizio

Fatturato totale

Relativo al penultimo esercizio

Se l'azienda non avesse ancora completato il suo primo anno fiscale, si prega di selezionare \$0

Relativo al penultimo esercizio

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Fatturato dell'ultimo anno

Fatturato totale

Dall'ultimo anno fiscale

Questa domanda verrà utilizzata in seguito per calcolare il punteggio di altre domande dell'assessment. Si prega di rispondere per poter calcolare con più precisione il punteggio relativo alla valutazione dell'azienda. Se l'azienda non avesse ancora completato il primo anno fiscale, selezionare \$0

Dall'ultimo anno fiscale

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Reddito netto dell'ultimo anno

Reddito netto

Dall'ultimo anno fiscale

Se l'azienda non avesse ancora completato il suo primo anno fiscale, si prega di selezionare \$0

Dall'ultimo anno fiscale

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Reddito netto del penultimo esercizio

Reddito netto

Relativo al penultimo esercizio

Relativo al penultimo esercizio

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Protezione della missione

- Business Model d'impatto

BUSINESS MODEL D'IMPATTO

10.0

Riconosce le forme e gli emendamenti societari che preservano la missione e / o considerano gli stakeholder indipendentemente dalla proprietà della società

Protezione della missione

Oltre alla mission, cosa ha fatto l'azienda per garantire legalmente che la propria performance sociale o ambientale faccia parte del processo decisionale nel tempo, indipendentemente dalla proprietà dell'azienda?

Questa domanda fa riferimento ai requisiti legali delle B Corp certificate. Fare clic su "Learn" per ricevere più informazioni e risorse riguardo a questo requisito.

- E' stata firmata una delibera del consiglio d'amministrazione mirata a modificare o adottare una forma giuridica che obblighi a tener conto di tutti gli stakeholders (ad esempio è stato firmato il B Corp Agreement)
- L'azienda ha uno status legale specifico o dispone di una struttura di governance che preserva la missione nel tempo, ma non esige che si tengano in considerazione tutti gli stakeholder nella presa di decisioni (per esempio, una cooperativa)
- Come azienda posseduta al 100% da un'altra azienda che non lo ha fatto, modificato i propri documenti costitutivi o ha adottato un'entità giuridica o struttura di governance che esige che tutti gli stakeholder siano tenuti in conto nella presa di decisioni (per esempio società benefit, o emendamento legale delle B Corp completo)
- Come organizzazione indipendente o pubblica, l'azienda ha modificato i suoi documenti costitutivi o ha adottato un'entità giuridica che esige che tutti gli stakeholder siano tenuti in conto nel processo di presa di decisioni (per esempio una società benefit o emendamento legale delle B Corp completo)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 10.00 su 10.00

Lavoratori

Introduzione all'area d'impatto "Lavoratori"

OPERAZIONI

0.0

Questa sezione identifica chi dovrebbe essere considerato come "lavoratore" nel B Impact Assessment e indica le metriche relative ai lavoratori dell'azienda. Inoltre si può identificare se l'azienda è organizzata per fornire un impatto positivo specifico e significativo per i propri lavoratori, e se fosse il caso, permette di aprire la sezione Business Model d'impatto per i lavoratori che più applica al caso dell'azienda.

Maggioranza di lavoratori a ore rispetto a quelli salariati

Il lavoro della maggior parte dei lavoratori dell'azienda (più del 50%) è retribuito con un salario fisso mensile o con una tariffa giornaliera o a ore?

Questa è una domanda OBBLIGATORIA che determina la serie di domande aggiuntive alla quale l'azienda risponderà sull'impatto dei lavoratori.

- Stipendiati
- Tariffe giornaliera o a ore

Punti disponibili: 0.00

Utilizzo di servizi esterni

L'azienda affida alcune delle proprie funzioni ad organizzazioni o individui terzi, come servizi di personale esterno o liberi professionisti indipendenti?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment sono valide per la sua azienda.

- Sì, l'azienda affida a terze parti la gestione di una parte della forza lavoro
- Sì, assumiamo collaboratori indipendenti che lavorano per l'azienda più di 20 ore settimanali a tempo indeterminato o per periodi più lunghi di 6 mesi
- Utilizziamo collaboratori indipendenti che non lavorano per l'azienda più di 20 ore settimanali a tempo indeterminato o per periodi più lunghi di 6 mesi
- Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 0.00

Istruzioni per collaboratori o liberi professionisti

Per il resto della sezione Lavoratori, occorre prendere in considerazione i collaboratori indipendenti che lavorano più di 20 ore settimanali per l'azienda a tempo indeterminato o per periodi più lunghi di 6 mesi in qualità di "dipendenti" o "lavoratori".

- Ok, l'azienda considererà come "Lavoratori" nella restante parte della sezione, tutti i liberi professionisti che lavorano per l'azienda più di 20 ore settimanali e per periodi maggiori di sei mesi.

Punti disponibili: 0.00

Introduzione al business model di impatto per i lavoratori

L'azienda è strutturata in maniera tale da generare benefici per i propri lavoratori in uno qualsiasi dei seguenti modi?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment applicano alle caratteristiche dell'azienda.

- Strutture di partecipazione societaria che riconoscono percentuali importanti di partecipazione (più del 40%) e crescita professionale a tutti i lavoratori (per esempio cooperative o aziende che appartengono ai lavoratori)
- Fornire lavoro di alta qualità o sviluppo professionale per persone con barriere croniche all'occupazione (programmi di sviluppo della forza lavoro)
- Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 0.00

Quantità di lavoratori a tempo pieno

Numero totale di lavoratori a tempo pieno

Numero di lavoratori a tempo pieno

Fare clic su "Per saperne di più" per capire come rispondere a questa domanda.

Numero di lavoratori a tempo pieno

- Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Numero di lavoratori a tempo pieno scorso anno

Numero totale di lavoratori a tempo pieno

Numero di lavoratori a tempo pieno scorso anno

Fare clic su "Per saperne di più" per capire come rispondere a questa domanda.

Numero di lavoratori a tempo pieno scorso anno

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Numero di lavoratori part time

Numero totale di lavoratori part-time

Quantità complessiva di lavoratori part time

Fare clic su "Per saperne di più" per capire come rispondere a questa domanda.

Quantità complessiva di lavoratori part time

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Numero di lavoratori part time scorso anno

Numero totale di lavoratori part-time

Numero totale di lavoratori part time scorso anno

Fare clic su "Per saperne di più" per capire come rispondere a questa domanda.

Numero totale di lavoratori part time scorso anno

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Numero di lavoratori temporanei

Numero totale di lavoratori temporanei

Quantità complessiva di lavoratori temporanei

Fare clic su "Per saperne di più" per capire come rispondere a questa domanda.

Quantità complessiva di lavoratori temporanei

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Numero di lavoratori temporanei scorso anno

Numero totale di lavoratori temporanei

Numero totale di lavoratori temporanei scorso anno

Fare clic su "Per saperne di più" per capire come rispondere a questa domanda.

Numero totale di lavoratori temporanei scorso anno

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Sicurezza finanziaria

OPERAZIONI

7.0

Retribuzione più bassa

Qual è il salario più basso pagato dall'azienda calcolato su base oraria?

Escludere studenti e stagisti da questo calcolo.

Qual è il salario più basso pagato dall'azienda calcolato su base oraria?

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Percentuale dei lavoratori al di sopra del salario di sussistenza

Che percentuale dei lavoratori su base FTE (Full Time Equivalent) riceve almeno l'equivalente del salario di sussistenza calcolato in base individuale?

Escludere studenti e stagisti da questo calcolo.

< 75%

75-89%

90-99%

100%

N/A

Punti guadagnati: 2.96 su 2.96

% di lavoratori che riceve un salario di sussistenza per il nucleo familiare

Che percentuale dei lavoratori su base FTE (Full Time Equivalent) riceve almeno l'equivalente del salario di sussistenza calcolato per nucleo familiare?

Escludere studenti e stagisti da questo calcolo.

- < 75%
- 75-89%
- 90-99%
- 100%
- N/A

Punti guadagnati: 2.96 su 2.96

Percentuale al di sopra del salario minimo

Che percentuale al di sopra del salario minimo di legge viene riconosciuta al lavoratore a ore che riceve lo stipendio più basso?

Si prega di rispondere questa domanda considerando SOLO i lavoratori a ore. Se l'azienda non ha lavoratori a ore, selezionare N/A.

- 0% - Il salario più basso è equivalente al salario minimo
- 1-9%
- 10-29%
- 30-49%
- 50-75%
- Più del 75%
- N/A - L'azienda non assume lavoratori a ore

Punti disponibili: 1.48

Iniziative per aumentare i salari e i benefit

Se nel paese dove opera l'azienda non fosse possibile calcolare un salario di sussistenza, l'azienda ha partecipato a qualche iniziativa di leadership per aumentare i salari o i benefit dei lavoratori nel paese o nel settore?

Un esempio potrebbe essere l'assegnazione del compito di calcolare il salario di sussistenza. Selezionare N/A se il salario di sussistenza esiste già.

- Sì
- No
- N / A - Il salario di sussistenza esiste già

Punti disponibili: 1.48

Pratiche e politiche retributive

L'azienda offre uno dei seguenti benefit finanziari aggiuntivi ai lavoratori non esecutivi?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment sono valide per l'azienda.

- Adeguaamenti salariali in funzione al costo della vita locale e in linea con i tassi d'inflazione del paese
- L'azienda offre bonus e partecipazione agli utili
- L'azienda offre opportunità di partecipazione societaria ai lavoratori
- Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 1.48

Percentuale di lavoratori con partecipazione societaria

Che percentuale di lavoratori a tempo pieno ha ricevuto azioni, stock options o stock equivalents (come ad esempio la partecipazione a un ESOP - employee stock ownership plan - o altri piani di partecipazione societaria)?

Si prega di selezionare N/A se l'azienda è una cooperativa di consumatori, di servizi condivisi o una o di produttori, o un'organizzazione senza fini di lucro.

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-74%
- 75-99%
- 100%
- N/A

Punti disponibili: 1.48

Programmi pensionistici

I lavoratori hanno accesso a uno dei seguenti piani di risparmio pensionistici?

- Piani pensionistici sponsorizzati dal governo
- Piani pensionistici privati
- Un piano specifico che comprende opzioni di investimenti socialmente responsabili Sri (Socially Responsible Investing)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 1.11 su 1.48

Servizi finanziari per i lavoratori

Che prodotti, programmi o servizi finanziari offre l'azienda per agevolare i lavoratori a ore nella loro gestione finanziaria?

Si prega di rispondere questa domanda considerando SOLO i lavoratori a ore. Se l'azienda non ha lavoratori a ore, selezionare N/A.

- Deposito diretto
- Accesso a servizi bancari gratuiti o vantaggiosi, o a carte per l'accredito dello stipendio (per esempio carta di debito gratuita)
- Strumenti di gestione finanziaria o coaching
- Programmi di emergenza o di risparmio a breve termine
- Prestiti con un tasso di interesse basso o senza interesse
- Gestione del debito, rifinanziamento o contributi di pagamento di prestiti
- Il datore di lavoro versa il proprio contributo ai piani di risparmio previdenziale o sanitario dei lavoratori
- Assegni di pagamento emessi fuori programma a seconda dei bisogni
- Servizi di assistenza fiscale
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti
- N/A - L'azienda non assume lavoratori all'ora

Punti disponibili: 0.74

OPERAZIONI

Salute, benessere, & sicurezza

11.0

Assistenza sanitaria governativa

Come viene fornita l'assistenza sanitaria nel paese in cui risiede la maggior parte dei lavoratori?

- Copertura sanitaria di base universale (come ad esempio nel Regno Unito)
- Piani di assicurazione malattia obbligatori o finanziati dal settore pubblico (come ad esempio in Svizzera)
- Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 0.00

Copertura sanitaria

Che percentuale di lavoratori riceve una copertura sanitaria attraverso un piano governativo o aziendale?

Se l'assistenza sanitaria è coperta dall'azienda, considerare solo i lavoratori per i quali l'azienda copre la maggioranza (più del 50%) delle spese sanitarie.

- < 75%
- 75-84%
- 85-94%
- Più del 95%

Punti guadagnati: 4.00 su 4.00

Benefit sanitari supplementari

Quali benefit offre l'azienda a tutti i dipendenti a tempo pieno ad integrazione dei programmi governativi?

Selezionare solo i benefit per cui l'azienda copre la maggioranza dei costi per dipendenti con più di un anno di anzianità a tempo pieno. Selezionare Altro se l'azienda copre meno del 50% dei costi dei benefit elencati o di altri benefit offerti.

- Copertura in caso di disabilità o assicurazione per incidenti
- Assicurazione vita
- Assicurazione dentistica privata
- Assicurazione sanitaria privata integrativa
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 3.00 su 4.00

Accesso ai benefit sanitari supplementari per lavoratori part-time

Quando i lavoratori part-time possono avere accesso ai benefit offerti dall'azienda?

Se applicabile, selezionare una risposta che indichi i requisiti necessari di tempo di appartenenza all'azienda (risposte 1-2) e una risposta che indichi i requisiti di orario settimanali (risposte 3-4).

- I lavoratori part-time non accedono a questi benefit al momento dell'assunzione, ma entro i primi sei mesi di lavoro
- I lavoratori part-time hanno accesso a questi benefit fin dal momento della loro assunzione
- I lavoratori part-time hanno accesso a questi benefit solo se lavorano più di 20 ore settimanali
- I lavoratori part-time hanno accesso a questi benefit anche se lavorano meno di 20 ore a settimana
- L'azienda non offre benefit sanitari supplementari ai lavoratori part time
- N/A - L'azienda non ha lavoratori part-time

Punti guadagnati: 4.00 su 4.00

Sviluppo professionale

OPERAZIONI

6.0

Politiche e pratiche legate allo sviluppo professionale

L'azienda offre una delle seguenti opportunità di formazione ai lavoratori per lo sviluppo professionale?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment saranno valide per l'azienda.

- L'azienda ha un processo formale di formazione iniziale dei nuovi lavoratori
- Nell'ultimo anno l'azienda ha offerto formazione continua sulle responsabilità lavorative di base dei lavoratori
- L'azienda ha una politica che incoraggia le promozioni e la selezione interna per posizioni di alto livello (per es. pubblicando prima internamente annunci di posizioni aperte)
- L'azienda offre formazione su competenze trasversali per promuovere lo sviluppo professionale
- L'azienda offre formazione su competenze per lo sviluppo personale che non sono legate direttamente alla carriera (per es. corsi in ambito finanziario, corsi d'inglese)
- L'azienda facilita o alloca risorse per opportunità di sviluppo professionale esterno (per esempio per assistere a conferenze, corsi online)
- L'azienda offre rimborsi o programmi per ottenere certificati di formazione continua e intensiva (per esempio lauree, licenze professionali)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.50 su 1.50

Giorni di formazione per nuovi lavoratori

Quanti giorni di formazione in media ha ricevuto ogni lavoratore assunto negli ultimi 12 mesi?

Calcolare in media per i lavoratori sia a tempo pieno che part-time.

- Non si offre nessuna formazione
- Formazione on-the-job (da un giorno a una settimana)
- Formazione on-the-job (da una settimana a un mese)
- Apprendistato professionale o tecnico (più di un mese)
- N/A - Non si sono fatte nuove assunzioni durante gli ultimi 12 mesi

Punti guadagnati: 1.50 su 1.50

Processo di valutazione dei lavoratori

Quali delle seguenti opzioni sono comprese nel processo formale di feedback per i dipendenti?

Si prega di selezionare tutte le risposte pertinenti.

- Il processo segue un'agenda regolare e si realizza almeno una volta all'anno
- Include feedback di pari e di subordinati
- Include indicazioni scritte sullo sviluppo della carriera
- Include obiettivi sociali e ambientali
- Include obiettivi chiaramente identificati e raggiungibili
- Si tratta di un processo di feedback a 360 gradi
- Tutti i lavoratori di ruolo ricevono un feedback
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 3.00 su 3.00

Partecipazione a corsi di formazione concentrati su competenze

Escludendo i lavoratori assunti di recente, che % di lavoratori full-time e part-time ha ricevuto uno dei seguenti tipi di training formale durante gli ultimi 12 mesi?

Formazione professionale su competenze utili ad ampliare le capacità del personale nelle mansioni e responsabilità del proprio lavoro

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-75%
- Più del 75%
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.29 su 0.29

Offerta di Formazione per competenze trasversali

Escludendo i lavoratori assunti di recente, che % di lavoratori full-time e part-time ha ricevuto uno dei seguenti tipi di training formale durante gli ultimi 12 mesi?

Formazione su competenze per tutte le funzioni oltre le normali responsabilità (es. parlare in pubblico, formazione manageriale per non manager)

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-75%
- Più del 75%
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.29 su 0.29

Partecipazione ai corsi di formazione per lo sviluppo personale

Escludendo i lavoratori assunti di recente, che % di lavoratori full-time e part-time ha ricevuto uno dei seguenti tipi di training formale durante gli ultimi 12 mesi?

Formazione su abilità per lo sviluppo personale (ad es. Alfabetizzazione, pianificazione finanziaria personale)

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-75%
- Più del 75%
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.29 su 0.29

Partecipazione in programmi di sviluppo professionale esterni

Che percentuale dei lavoratori a tempo pieno dell'azienda ha partecipato a opportunità di sviluppo professionale esterne o in opportunità di aggiornamento continuo durante l'ultimo anno fiscale?

Le opportunità di sviluppo professionale dovrebbero essere pagate in anticipo, rimborsate o sovvenzionate dall'azienda.

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-75%
- Più del 75%

Punti guadagnati: 0.57 su 0.57

OPERAZIONI

Livello di coinvolgimento e soddisfazione

4.9

Manuale di informazione per i lavoratori

Quali delle seguenti politiche sono scritte nel manuale del dipendente e sono di facile accesso?

- Dichiarazione anti discriminazione
- Una politica anti-abuso con meccanismi di segnalazione, processi e procedure disciplinari
- Una dichiarazione sull'orario di lavoro
- Politiche su questioni di pagamenti e performance
- Politiche in materia di benefit, formazione, permessi e congedi
- Processo di risoluzione di reclami
- Procedure disciplinari e possibili sanzioni
- Una dichiarazione di neutralità riguardante il diritto dei lavoratori di negoziare in modo collettivo e la libertà di associazione
- Divieto di lavoro minorile e lavoro forzato/coatto
- L'azienda non ha nessun manuale per lavoratori

Punti guadagnati: 0.43 su 0.43

Congedo parentale retribuito per la figura secondaria

Quali politiche di congedo parentale per la figura secondaria sono a disposizione dei lavoratori dell'azienda, sia attraverso l'azienda stessa sia attraverso un programma statale?

Selezionare tutte le opzioni applicabili, ma selezionare solo una risposta per indicare l'importo totale equivalente al tempo retribuito (risposte 2-4). Consultare la sezione "Per saperne di più" per ulteriori istruzioni.

- I lavoratori hanno diritto a un congedo parentale per la figura secondaria non retribuito
- I lavoratori ricevono fino a 2 settimane di congedo retribuito (o l'equivalente in termini salariali)
- I lavoratori hanno diritto da 2 a 5 settimane di congedo retribuito (o l'equivalente in termini salariali)
- I lavoratori hanno diritto a più di 5 settimane di congedo retribuito (o l'equivalente in termini salariali)
- La politica di congedo non fa una distinzione tra figura primaria e secondaria, o stabilisce lo stesso periodo di congedo e di retribuzione per entrambi
- L'azienda non offre un congedo parentale per la figura secondaria

Punti guadagnati: 0.87 su 0.87

Benefit addizionali

Quali benefit addizionali vengono offerti alla maggioranza dei lavoratori con posizioni non manageriali?

Si prega di considerare sia i lavoratori a tempo pieno che part-time. Selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

- Servizi per l'infanzia negli stabilimenti dell'azienda
- Assistenza all'infanzia sussidiata, al di fuori degli stabilimenti dell'azienda
- Pasti gratuiti o buoni pasto
- Politica di sostegno a madri che allattano
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.43 su 1.73

Responsabilizzazione dei lavoratori

In che modo l'azienda incentiva e responsabilizza i lavoratori?

- L'azienda ha formalizzato meccanismi di feedback e denunce oltre le linee di segnalazione dirette per affrontare le preoccupazioni dei lavoratori e migliorare le pratiche aziendali
- L'azienda ha processi interni per ricevere input dai lavoratori prima di realizzare cambiamenti importanti nella politica operativa e/o strategica o nelle pratiche aziendali
- I meccanismi di segnalazione/input per i lavoratori sono revisionati almeno una volta l'anno, con la partecipazione dei lavoratori stessi al processo
- L'azienda monitora l'utilizzo dei meccanismi di feedback e input dei lavoratori e la velocità di soluzione e implementazione
- L'azienda ha adottato un sistema di Open Book Management o di self-management
- I lavoratori hanno l'opportunità di eleggere uno o più membri del Consiglio di amministrazione
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.65 su 0.87

Monitoraggio e valutazione della soddisfazione e del coinvolgimento dei lavoratori

L'azienda monitora e valuta la soddisfazione e il coinvolgimento dei propri lavoratori in uno dei seguenti modi?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment sono valide per l'azienda.

- L'azienda calcola il tasso di abbandono dei lavoratori
- L'azienda paragona i propri tassi di abbandono con parametri di riferimento rilevanti
- L'azienda realizza regolarmente (almeno una volta l'anno) sondaggi di soddisfazione e prestazione dei lavoratori
- L'azienda paragona il grado di soddisfazione dei lavoratori con parametri rilevanti del settore
- L'azienda calcola in modo disaggregato a seconda dei diversi gruppi demografici per identificare tendenze
- I tassi di abbandono dell'azienda sono inferiori a quelli del settore in media
- I tassi di soddisfazione dei lavoratori dell'azienda sono superiori a quelli del mercato
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.87 su 0.87

Dipendenti che hanno smesso di lavorare presso l'azienda

Quantità di impiegati a tempo pieno e part-time che hanno smesso di lavorare presso l'azienda negli ultimi 12 mesi

Selezionare 0 se Nessuno.

Quantità di impiegati a tempo pieno e part-time che hanno smesso di lavorare presso l'azienda negli ultimi 12 mesi

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Soddisfazione dei lavoratori

Quale percentuale dei lavoratori dell'azienda si definisce "Soddisfatta" o "Con alto grado di coinvolgimento"?

Selezionare N/A se non si realizzano sondaggi sulla soddisfazione e coinvolgimento dei lavoratori.

- Meno del 65%
- 65-80%
- 81-90%
- 90% o più
- N/A

Punti guadagnati: 1.73 su 1.73

Livello di coinvolgimento e soddisfazione (salariati)

OPERAZIONI

3.5

Numero di giorni di ferie retribuiti

Qual è il numero minimo annuale di giorni di ferie retribuiti (comprese le festività) per i lavoratori a tempo pieno?

- 0-15 giorni lavorativi (0%)
- 16-22 giorni lavorativi (50%)
- 23-29 giorni lavorativi (75%)
- 30-35 giorni lavorativi (90%)
- 36+ giorni lavorativi (100%)

Punti guadagnati: 1.17 su 1.17

Congedo parentale (figura primaria) retribuito per i lavoratori

Quali delle seguenti opzioni descrive le politiche di congedo parentale per la figura primaria offerte ai lavoratori, sia dall'azienda che da un programma del governo?

Se applica, si prega di selezionare una risposta per indicare il tempo totale di congedo (risposte 1-3), e una risposta per indicare il tempo totale di congedo retribuito (risposte 4-7).

- Si concedono tra 4 e 12 settimane di congedo per maternità alla figura primaria (comprese le ferie non retribuite e retribuite)
- Si concedono da 13 settimane a 6 mesi di congedo parentale alla figura primaria (comprese le ferie non retribuite e retribuite)
- Si concedono più di 6 mesi di congedo parentale alla figura primaria (comprese le ferie non retribuite e retribuite).
- Da 4 a 12 settimane (o l'equivalente) di congedo parentale totalmente retribuite
- Da 13 a 18 settimane (o l'equivalente) di congedo parentale totalmente retribuite
- Da 19 a 24 settimane (o l'equivalente) di congedo parentale totalmente retribuite
- Più di 24 settimane (o l'equivalente) di congedo parentale totalmente retribuite
- Si concedono meno di 4 settimane di congedo o nessun congedo ai lavoratori per congedo parentale per figura primaria

Punti guadagnati: 1.17 su 1.17

Tasso di abbandono dei lavoratori

Quale percentuale di lavoratori a tempo pieno e part-time ha lasciato l'azienda negli ultimi dodici mesi?

Il calcolo deve includere il licenziamento volontario e involontario, ma non i lavoratori licenziati con causa.

- 20% o più
- 11-20%
- 0-10%

Punti guadagnati: 1.17 su 1.17

Comunità

Introduzione all'area d'impatto "Comunità"

OPERAZIONI

0.0

Questa sezione identifica se l'azienda è organizzata per fornire un impatto positivo specifico e significativo per la comunità, e se fosse il caso, permette di aprire la sezione Business Model d'impatto per la comunità che più

applica al caso dell'azienda.

Modello di business orientato all'impatto sulla comunità

Il modello di business dell'azienda crea un beneficio specifico per stakeholder quali organizzazioni di beneficenza, venditori o fornitori in difficoltà o comunità locale?

Queste risposte determinano quali future domande della valutazione sono valide per la sua azienda.

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Modelli di business orientati alla comunità

L'azienda è strutturata in maniera tale da generare benefici per gli stakeholder della comunità in cui opera in uno qualsiasi dei seguenti modi?

Queste risposte determinano quali future domande della valutazione sono valide per l'azienda.

- Una struttura cooperativa di proprietà dei propri produttori che ne condividono il controllo e i benefici delle attività commerciali (per esempio cooperativa di agricoltori o cooperativa di artigiani)
- Si acquista tramite commercio equo/commercio diretto per migliorare le condizioni di vita di gruppi più svantaggiati della catena di fornitura
- Un modello di micro-distribuzione o di micro-franchising che offre opportunità economiche a fasce della popolazione in situazione di vulnerabilità
- Un impegno formale costante a donare percentuali significative di fatturato/profitti/quote di proprietà a cause caritatevoli (>2% del fatturato, >20% dei profitti/ quote di proprietà)
- Un modello di business incentrato sulla comunità che supporta e alimenta l'economia delle comunità locali
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 0.00

Diversità, equità, & inclusione

OPERAZIONI

5.4

Diversità nella partecipazione societaria e nella leadership dell'azienda

I proprietari maggioritari o le alte cariche dell'azienda appartengono a qualcuno di questi gruppi sottorappresentati?

Si prega di selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

- L'azienda è gestita da una donna
- L'azienda è gestita da un individuo proveniente da una minoranza sottorappresentata per razza o etnia
- L'azienda è gestita da un individuo proveniente da un altro gruppo sottorappresentato (reduci, LGBT, ecc.)
- La maggioranza delle quote dell'azienda è in mano a delle donne
- La maggioranza della partecipazione societaria è in mano a individui provenienti da minoranze etniche e razziali sottorappresentate
- La maggioranza delle quote dell'azienda è in mano a individui provenienti da altri gruppi sottorappresentati (reduci di guerra, membri della comunità LGBT, ecc.)
- Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 1.03

Creazione e gestione di ambienti di lavoro inclusivi

Quali delle seguenti pratiche per temi come la diversità, equità e inclusione sono implementate dall'azienda?

- L'azienda include in tutte le ricerche di lavoro un messaggio che afferma il proprio impegno nei confronti della diversità, l'equità e l'inclusione
- L'azienda valuta i curriculum e le richieste di lavoro senza avere accesso ai nomi o ad altre caratteristiche che permettano di identificare i candidati
- L'azienda analizza i requisiti e il linguaggio utilizzato nelle descrizioni della richiesta di lavoro per garantire che siano equi e inclusivi
- L'azienda offre formazioni a tutti i lavoratori su argomenti riguardanti la diversità, l'equità e l'inclusione
- L'azienda ha definito obiettivi di miglioramento specifici e misurabili di diversità
- L'azienda ha condotto un'analisi di equità salariale per genere, razza/etnia o altri fattori demografici e ha implementato politiche o piani per migliorare questa metrica (all'occorrenza)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.93 su 1.03

Misurazione della diversità

Quali dei seguenti attributi di una forza di lavoro diversa vengono monitorati dall'azienda, sia attraverso sondaggi anonimi che altri metodi legali vigenti nella sua giurisdizione?

If collecting this type of demographic data is not legal in your jurisdiction, select None of the Above.

- Livello socioeconomico (stabilito attraverso parametri quali vivere in una zona a basso reddito, livello educativo, ecc.)
- Razza o etnia
- Genere
- Età
- Altro (Per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.52 su 1.03

Lavoratori donne

Quanti lavoratori dell'azienda non manager si identificano come donne?

- 0%
- 1-9%
- 10-24%
- 25-39%
- 40-49%
- 50% o più
- Non lo so

Punti guadagnati: 1.03 su 1.03

Diversità d'età nella forza lavoro

Quale percentuale della forza lavoro dell'azienda ha meno di ventiquattro anni o più di cinquanta?

- 0%
- 1-9%
- 10-19%
- 20-29%
- 30% o più
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.52 su 1.03

Rapporto tra la remunerazione più alta e quella più bassa

Qual è il rapporto tra la remunerazione più alta, compresi i bonus, e quella più bassa pagata dall'azienda?

- Più di 20x più alto
- 16-20x più alto
- 11-15x più alto
- 6-10x più alto
- 1-5x più alto

Punti guadagnati: 1.03 su 1.03

Manager donne

Quanti dei manager dell'azienda si identificano come donne?

- 0%
- 1-9%
- 10-24%
- 25-39%
- 40-49%
- 50% o più
- Non lo so
- N/A

Punti guadagnati: 1.03 su 1.03

Manager provenienti da gruppi sottorappresentati

Che parte dei manager dell'azienda si identifica come appartenente a un gruppo sociale sottorappresentato?

If collecting this type of demographic data is not legal in your jurisdiction, select Don't Know.

- 0%
- 1-9%
- 10-19%
- 20-29%
- Più del 30%
- Non lo so

Punti disponibili: 1.03

Politiche e programmi per la diversità dei fornitori

L'azienda implementa qualcuna delle seguenti politiche o programmi per promuovere la diversità all'interno della catena dei fornitori?

- L'azienda monitora la diversità tra i proprietari delle aziende fornitrici
- L'azienda ha un politica che stabilisce la preferenza per i fornitori i cui proprietari appartengono a gruppi sottorappresentati
- L'azienda ha obiettivi formali riguardanti la percentuale di acquisti fatti da fornitori con maggiore diversità tra i proprietari
- L'azienda ha un programma formale per acquistare e fornire supporto ai fornitori con diversità tra i proprietari
- Nessuna delle precedenti
- N/A - La raccolta di dati dei fornitori o di politiche di trattamento preferenziale è illegale nel paese di dell'azienda

Punti guadagnati: 0.26 su 0.52

Diversità nella partecipazione societaria dei fornitori

Quale percentuale degli acquisti dell'azienda proviene da società i cui soci maggioritari sono donne o individui provenienti da popolazioni sottorappresentate?

- 0%
- 1-9%
- 10-24%
- 25-39%
- 40-49%
- 50% +
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.13 su 1.03

OPERAZIONI

Impatto economico

7.5

Scope e struttura geografica

Siamo consapevoli del fatto che per aziende con più di un ufficio, la definizione di coinvolgimento locale potrebbe risultare difficile da rispondere. Per questo motivo preghiamo di descrivere la struttura geografica dell'azienda.

Un'unica sede operativa in Roma

Punti disponibili: 0.00

Tasso di crescita dei posti di lavoro

Qual è stato il tasso di crescita dell'occupazione netta dell'azienda per le posizioni a tempo pieno e part-time negli ultimi 12 mesi? Si prega di considerare SOLO i lavori di nuova creazione pagati con salario minimo.

Se non sono disponibili dati sul salario di sussistenza per il proprio paese di attività, considerare i nuovi posti di lavoro pagati almeno il 10% in più rispetto al salario minimo.

- 0% (nessuna crescita su base netta)
- 1-24%
- 25-49%
- 50% +

Punti guadagnati: 1.43 su 4.29

Nuovi posti di lavoro incorporati l'anno scorso

Numero di posti di lavoro a tempo pieno e part-time che sono stati aggiunti al libro paga dell'azienda. Inserisci 0 se la risposta è nessuno, o se la tua azienda non ha lavoratori.

Negli ultimi 12 mesi:

Negli ultimi 12 mesi:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Partecipazione societaria di investitori non accreditati

Quale percentuale della partecipazione societaria è in mano a individui che qualificherebbero come investitori non accreditati?

- 0%
- 1-9%
- 10-24%
- 25-49%
- 50% o più
- Non lo so

Punti guadagnati: 2.14 su 2.14

Proprietà locale

La maggioranza (oltre il 50%) della proprietà della società si trova a livello locale, ovvero dove risiedono almeno due terzi della forza lavoro?

Si definisce "Locale" come facente parte della stessa comunità. Mentre le dimensioni e la distanza di una comunità dall'azienda possono variare a seconda del contesto, in genere per essere locali dovrebbero essere basate su un'area collegata economicamente e culturalmente su piccola scala come un'area metropolitana o una città/paese.

- Sì
 No
 Non lo so

Punti guadagnati: 2.14 su 2.14

Spesa con i fornitori locali

Quale % delle spese dell'azienda dell'ultimo anno fiscale (esclusa la manodopera) è attribuibile a fornitori indipendenti che si trovano nella stessa area della sede aziendale o di impianti importanti?

Fare clic su "Per saperne di più" per capire come rispondere a questa domanda.

- Meno del 20%
 20-39%
 40-59%
 60% o più
 Non lo so

Punti guadagnati: 0.71 su 2.14

Servizi bancari

Quali caratteristiche descrivono al meglio l'istituto finanziario che fornisce la maggior parte dei servizi bancari dell'azienda?

- Un'organizzazione per gli investimenti sociali certificata CDFI (Community Development Financial Institution) o equivalente nazionale
- Una B Corporation certificata
- Un membro della Global Alliance for Banking on Values
- Una banca cooperativa o cooperativa di credito
- Una banca locale al servizio della comunità
- Una banca indipendente
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 1.07 su 2.14

Impegno civico e donazioni

OPERAZIONI

5.0

Programma di cittadinanza aziendale

Quali delle seguenti pratiche di partecipazione civica implementa l'azienda?

Queste risposte determinano quali future domande della valutazione sono valide per l'azienda.

- Donazioni di denaro o in natura (beni materiali o servizi donati al posto di denaro) - escluse cause politiche.
- Investimenti per la comunità
- Servizi alla comunità o pro- bono
- Sostegno per adottare politiche o pratiche che promuovano una migliore performance sociale o ambientale
- Partnership con organizzazioni benefiche o partecipazione in organizzazioni comunitarie
- Sconti su prodotti o servizi per gruppi specifici in condizioni svantaggiate
- Uso gratuito delle strutture aziendali per ospitare eventi della comunità
- L'azienda offre partecipazione societaria o capitale a un'organizzazione senza fini di lucro
- Altro (Per favore descriva)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.86 su 0.96

Politiche e pratiche del servizio alla comunità

In che modo l'azienda gestisce il servizio alla comunità fatto dai lavoratori?

- L'azienda ha ospitato o organizzato giornate dedicate ai servizi alla comunità nell'ultimo anno
- L'azienda offre del tempo libero retribuito ai lavoratori per servizi alla comunità
- L'azienda dona 20 ore o più di permesso retribuito all'anno
- L'azienda monitora e registra la quantità totale di ore di volontariato
- L'azienda ha stabilito obiettivi di servizi comunitari e pro- bono
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.96 su 0.96

Quantità totale di ore di servizio di volontariato

Quantità di ore di lavoro di volontariato realizzato da lavoratori dell'azienda a tempo pieno e part time durante l'ultimo anno fiscale

Si dovrebbe comprendere in questa somma il tempo pagato e il tempo non pagato dedicato al volontariato durante le ore di lavoro tradizionali, sia per gli eventi organizzati dall'azienda sia per le iniziative proprie dei lavoratori.

Quantità di ore di lavoro di volontariato realizzato da lavoratori dell'azienda a tempo pieno e part time durante l'ultimo anno fiscale

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Servizi di volontariato pro capite

Qual è stata la percentuale di tempo pro capite dedicato da ogni lavoratore a lavori di volontariato, servizi alla comunità o servizi pro bono nel periodo considerato?

Per calcolare questo parametro, dividere la quantità totale di ore di volontariato per la quantità totale di ore lavorate, considerando generalmente un anno lavorativo di 2000 ore (sulla base dell'equivalente di un lavoratore a tempo pieno).

- 0%
- 0,1% -9% di tempo
- 1-2,4% del tempo
- 2,5-5% del tempo
- Più del 5% del tempo
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.64 su 1.92

Procedure e politiche di donazioni benefiche e investimenti nella comunità

Quali delle seguenti procedure riguardanti le donazioni e gli investimenti orientati alla comunità vengono implementate dall'azienda?

- L'azienda ha una dichiarazione formale riguardante l'impatto sociale o ambientale che spera di generare attraverso le sue attività filantropiche
- L'azienda ha un impegno formale riguardante le donazioni benefiche (per esempio 1% for the Planet)
- L'azienda fa donazioni benefiche per lo stesso valore di quelle che vengono fatte dai singoli lavoratori
- L'azienda permette che i lavoratori o i clienti scelgano le organizzazioni a cui verranno destinate le donazioni benefiche
- L'azienda ha procedure per monitorare le donazioni benefiche o meccanismi per misurare l'impatto dei suoi investimenti nella comunità
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.86 su 0.96

Somma totale di donazioni in beneficenza

Importo totale (in valuta) donato a entità di beneficenza registrate nell'ultimo anno fiscale

Si prega di utilizzare la valuta specificata in "Valuta utilizzata nel reporting" per questa metrica.

Importo totale (in valuta) donato a entità di beneficenza registrate nell'ultimo anno fiscale

- Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Percentuale del fatturato donato

Qual è stata la percentuale equivalente del fatturato donata ad organizzazioni benefiche durante l'ultimo anno fiscale?

Per favore considerare le donazioni in natura deducibili dalle tasse, ma non il tempo di lavoro pro bono.

- Nessuna donazione lo scorso anno fiscale
- 0,1-0,4% del fatturato
- 0,5 a 1% del fatturato
- 1,1 a 2,4% del fatturato
- 2,5 a 5% del fatturato
- Più del 5% del fatturato
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.77 su 3.84

Promozione di politiche per la definizione di standard sociali e ambientali

L'azienda ha collaborato con policymakers per sviluppare o promuovere cambiamenti esplicitamente progettati per migliorare i risultati sociali o ambientali negli ultimi due anni?

- Sì, l'azienda ha offerto appoggio e/o ha firmato petizioni
- Sì, l'azienda ha fornito tempo di lavoro del proprio personale o aiuto finanziario
- Sì, l'azienda ha collaborato attivamente alla creazione di nuovi standard sociali e ambientali, sia creando che appoggiando nuovi standard, formulato raccomandazioni o fornito esperienza per far avanzare gli standard
- Sì, e gli sforzi hanno portato come risultato una riforma istituzionale, industriale o normativa specifica
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.48 su 0.96

Promuovere una migliore performance sociale e ambientale

Tra le seguenti azioni, quali sono state implementate dall'azienda insieme agli stakeholder (inclusa la concorrenza) per migliorare le pratiche e gli impatti sociali o ambientali negli ultimi due anni?

- L'azienda ha lavorato insieme ad altri attori del settore per promuovere un'iniziativa comune per stabilire gli standard sociali e ambientali per l'industria
- L'azienda ha fornito dati o ha contribuito alla conduzione di indagini accademiche su questioni sociali o ambientali
- L'azienda partecipa in tavoli di discussione e altri dialoghi pubblici riguardanti le questioni sociali e ambientali
- L'azienda offre pubblicamente risorse utili per aiutare le altre compagnie o stakeholder a migliorare il proprio sviluppo sociale o ambientale
- Altro (Per favore descriva)
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 0.48 su 0.48

Gestione della catena di distribuzione e fornitura

OPERAZIONI

1.7

Descrizione dei fornitori principali

Per favore selezionare i tipi di aziende che rappresentano i fornitori principali dell'azienda:

I Fornitori principali rappresentano l'80% degli acquisti aziendali in termini monetari (escludendo salari sul libro paga e bonus, affitti, servizi e tasse).

- Fabbricanti di prodotti
- Aziende di servizi professionali (consulenza, assistenza legale, contabile)
- Liberi professionisti indipendenti
- Marketing/Pubblicità
- Materiali per ufficio
- Fornitori di benefit per i lavoratori
- Tecnologia
- Materie prime
- Produttori agricoli
- Altri (per favore descriva)

Punti disponibili: 0.00

Valutazione delle performance sociali e ambientali dei fornitori

L'azienda valuta o monitora l'impatto sociale e ambientale dei propri fornitori principali?

Questa domanda determina l'insieme di domande relative ai fornitori alle quali dovrà rispondere l'azienda.

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Criteri di valutazione di fornitori

Quali criteri riguardanti le pratiche e la prestazione sociale e ambientale dei Fornitori principali sono monitorati formalmente dall'azienda?

I Fornitori principali rappresentano l'80% degli acquisti aziendali in termini monetari (escludendo salari sul libro paga e bonus, affitti, servizi e tasse).

- Conformità con le leggi e regolamenti locali, inclusi quelli riguardanti la prestazione sociale e ambientale
- Buone pratiche di governance, comprese le politiche riguardanti l'etica e la corruzione
- Pratiche positive che vadano oltre i requisiti di legge (per esempio processi di fabbricazione non dannosi per l'ambiente, procedure lavorative eccellenti ecc.)
- Certificazioni di entità esterne relative alla performance sociale e ambientale positiva
- Altri (per favore descriva)
- L'azienda non possiede nessun processo formale di monitoraggio

Punti guadagnati: 1.00 su 1.00

Pratiche di valutazione dei fornitori

Quali metodi sono utilizzati dall'azienda per valutare l'impatto sociale e ambientale dei propri fornitori?

Selezionare solo le pratiche applicabili a tutti i fornitori principali dell'azienda. Consultare la sezione "Per saperne di più" per ulteriori istruzioni.

- L'azienda condivide le politiche o regole con i fornitori, ma non ha un processo di verificaione
- L'azienda chiede ai fornitori di completare una valutazione stabilita internamente
- L'azienda utilizza strumenti di valutazione di rischi o di impatto creati da entità indipendenti (quali Sedex o la Valutazione di Impatto B)
- L'azienda conduce un audit/valutazione dei suoi fornitori almeno una volta ogni due anni
- L'azienda conduce attraverso terze parti indipendenti un audit/valutazione dei suoi fornitori almeno una volta ogni due anni
- Altro (Per favore, descriva)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.75 su 1.00

Servizi di reclutamento in outsourcing

L'azienda affida in outsourcing servizi di supporto (per esempio assunzione del personale) essenziali per la fornitura dei propri servizi ad altre persone o altre organizzazioni?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment saranno valide per l'azienda.

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Procedure con collaboratori esterni

Quali sono le politiche aziendali per quanto riguarda i collaboratori indipendenti che non lavorano più di 20 ore settimanali per l'azienda a tempo indeterminato o per periodi più lunghi di 6 mesi?

I collaboratori indipendenti che lavorano più di 20 ore settimanali per l'azienda a tempo indeterminato o per periodi più lunghi di 6 mesi devono essere presi in considerazione nella sezione Lavoratori.

- Processo formale per i collaboratori esterni o indipendenti per ricevere post-progetto un feedback sulla performance
- Processo formale per i collaboratori esterni o indipendenti per inviare post-progetto un feedback all'azienda
- I lavoratori o collaboratori esterni sono consapevoli di lavorare per un periodo limitato o di dividere il loro tempo lavorando per altri clienti. Se non si verifica almeno uno di questi criteri, dovrebbero ricevere un'offerta di lavoro da parte dell'azienda
- I collaboratori esterni o indipendenti ricevono per lo meno un salario di sussistenza (calcolato come tariffa oraria, nel caso in cui siano disponibili informazioni sul salario di sussistenza locale)
- L'azienda si serve del lavoro di collaboratori esterni o indipendenti, ma non applica nessuna di queste pratiche
- N/A - Non abbiamo ingaggiato collaboratori o appaltatori indipendenti nel corso dell'ultimo anno

Punti disponibili: 1.00

Ambiente

In questa sezione si pongono domande circa l'impronta ambientale dell'azienda per determinare quali domande saranno applicabili più avanti nell'assessment. Inoltre si può identificare se i prodotti o servizi dell'azienda sono pensati per fornire un impatto positivo specifico e significativo per i propri lavoratori, e se fosse il caso, permette di aprire la sezione del Business Model d'impatto per l'ambiente che più applica al caso dell'azienda.

Tipo di strutture

In che tipo di strutture opera principalmente l'azienda?

Queste risposte determinano quali future domande dell'assessment sono valide per l'azienda.

- Uffici di proprietà dell'azienda
- Uffici affittati dall'azienda
- Ambiente di lavoro in co-working
- Ufficio a domicilio/virtuale (Home Office)

Punti disponibili: 0.00

Modello di Business ambientale

I prodotti/servizi o processi dell'azienda sono strutturati in modo da ripristinare o preservare l'ambiente in uno dei seguenti modi? (Nota bene: l'impatto ambientale delle operazioni quotidiane dell'azienda sarà valutata nelle sezioni rimanenti dell'Area d'Impatto Ambientale. Questa domanda fa riferimento esclusivamente ai prodotti/servizi o processi di produzione innovativi).

Rispondendo in modo affermativo, si avrà accesso a ulteriori sezioni del B Impact Assessment che includono domande specifiche su questo modello di Business.

- Attraverso un processo di produzione o di vendita all'ingrosso o un processo agricolo innovativo che è stato progettato per ridurre significativamente l'impatto ambientale rispetto alle pratiche convenzionali del settore
- Attraverso un prodotto o un servizio che preserva, conserva o ripristina l'ambiente o le risorse
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti disponibili: 0.00

OPERAZIONI

Management ambientale

4.6

Standard di Green Building

Quale % delle strutture aziendali (mq. di proprietà della società o in locazione) è certificata secondo i requisiti di un programma di bioedilizia accreditato?

- Meno del 20%
- 20-49%
- 50-79%
- 80% o più
- N/A

Punti disponibili: 1.40

Miglioramento delle strutture aziendali con la proprietà

Se le strutture aziendali non sono di proprietà ma sono affittate, in quali delle seguenti pratiche si è lavorato insieme alla proprietà per promuoverne l'implementazione e la manutenzione?

- Miglioramenti dell'efficienza energetica
- Miglioramenti dell'efficienza idrica
- Programmi di riduzione dei rifiuti (incluso il riciclo)
- Nessuna delle opzioni precedenti
- N / A - L'azienda non affitta la maggior parte delle strutture

Punti guadagnati: 0.93 su 1.40

Cura e protezione dell'ambiente negli uffici virtuali

In che modo l'azienda incoraggia la buona cura e protezione dell'ambiente relativamente alla gestione degli uffici virtuali per i lavoratori da remoto?

- Esiste una politica scritta che promuove l'uso di prodotti e pratiche rispettose dell'ambiente negli uffici virtuali dei lavoratori da remoto (riciclaggio, ecc.)
- L'azienda mette a disposizione dei lavoratori risorse in materia di tutela dell'ambiente nel caso di home office (ad esempio efficienza energetica, riciclaggio, ecc.)
- E' in atto una politica operativa per lo smaltimento sicuro dei rifiuti elettronici e di altri materiali pericolosi acquistati per i lavoratori che fanno home office
- I lavoratori da remoto hanno a disposizione un elenco di fornitori preferenziali dal punto di vista ambientale per le forniture per ufficio
- Nessuna delle opzioni precedenti
- N/A

Punti guadagnati: 2.80 su 2.80

Sistemi di gestione ambientale

L'azienda dispone di un sistema di gestione ambientale (EMS) che copra la produzione di rifiuti, il consumo di energia, l'utilizzo di acqua e le emissioni di anidride carbonica? Quale dei seguenti elementi fanno parte del sistema?

È possibile selezionare le Caselle 3 solo se è applicabile la Casella 2.

- Dichiarazione di politica che documenta l'impegno dell'azienda nei confronti dell'ambiente
- Valutazione effettuata dell'impatto ambientale delle attività dell'azienda
- Obiettivi e target quantificabili definiti riguardo ad aspetti ambientali e sociali delle attività dell'azienda
- L'azienda non possiede un SGA (Sistema di gestione ambientale)

Punti guadagnati: 0.93 su 1.40

Monitoraggio del consumo di energia

L'azienda monitora, registra e rende noti i propri consumi di energia?

Selezionare un'opzione di risposta che indichi se l'azienda monitora il consumo energetico e imposta potenzialmente degli obiettivi (risposte 1-4). Se l'azienda imposta degli obiettivi, anche le risposte 5 potrebbero essere selezionabili.

- Al momento l'azienda non monitora né registra i consumi
- L'azienda controlla e registra i consumi ma non ha fissato obiettivi di riduzione
- L'azienda monitora il consumo e ha fissato una serie di obiettivi che vengono monitorati (per esempio in percentuale al fatturato o alla produzione)
- L'azienda monitora il consumo e ha fissato obiettivi di riduzione assoluta indipendenti dalla propria crescita
- L'azienda ha raggiunto gli obiettivi specifici di riduzione durante il periodo di riferimento

Punti guadagnati: 0.17 su 0.67

Consumo totale di energia

Consumo energetico totale di energia (in gigajoules) durante gli ultimi 12 mesi:

Consumo energetico totale di energia (in gigajoules) durante gli ultimi 12 mesi:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Consumo totale di energia rinnovabile

Totale Energia utilizzata da fonti rinnovabili (Gigajoules) negli ultimi 12 mesi

Totale Energia utilizzata da fonti rinnovabili (Gigajoules) negli ultimi 12 mesi:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Utilizzo di energia rinnovabile

Che percentuale del consumo di energia proviene da fonti rinnovabili?

Includere l'elettricità e altri consumi energetici da riscaldamento, acqua calda, ecc.

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-74%
- 75-99%
- 100%
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.13 su 0.33

Consumi di energia rinnovabile a basso impatto

Che percentuale del consumo di energia proviene da fonti rinnovabili a basso impatto?

Si prega di considerare l'elettricità ma anche altri consumi di energia da riscaldamento, acqua calda, ecc. Includere sia l'energia rinnovabile acquistata sia l'energia rinnovabile generata in loco.

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-75%
- 75-99%
- 100%
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.53 su 1.33

Efficienza energetica delle strutture aziendali

Per quali sistemi l'azienda ha implementato misure di efficienza e risparmio di energia nella maggior parte degli stabilimenti (per metro quadrato) nell'ultimo anno?

- Attrezzatura: apparecchi Energy Star, stand-by automatico, timer per controllare i consumi dopo l'orario lavorativo ecc.
- Illuminazione: luce naturale, lampade fluorescenti compatte, sensori di presenza, regolatori d'intensità, illuminazione diretta (in base all'attività), ecc.
- Climatizzazione: termostato programmabile, timer, sensori di presenza, pareti protette dalla luce solare, finestre con vetri doppi ecc.
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle opzioni precedenti
- N/A - Utilizziamo un ufficio virtuale

Punti guadagnati: 0.67 su 0.67

Monitoraggio delle emissioni di Gas a effetto serra

In che modo l'azienda gestisce le emissioni di gas effetto serra, almeno quelli di Scope 1 e 2?

Selezionare solo un'opzione di risposta che indichi se l'azienda monitora le emissioni di gas serra e imposta potenzialmente degli obiettivi (risposte 1-4). Se l'azienda imposta degli obiettivi e/o ottiene l'obiettivo di emissioni zero, anche le risposte 5 e/o 6 potrebbero essere selezionabili.

- Al momento l'azienda non monitora né registra le proprie emissioni
- L'azienda controlla e registra i consumi ma non definisce obiettivi di riduzione
- Controlliamo regolarmente e registriamo le emissioni e abbiamo fissato obiettivi di riduzione specifici rispetto alle emissioni precedenti (ad esempio una riduzione del 5% dei GHG rispetto all'anno di riferimento)
- Monitoriamo e registriamo regolarmente le emissioni e abbiamo fissato specifici obiettivi basati sulla scienza necessari per raggiungere obiettivi globali per affrontare i cambiamenti climatici
- L'azienda ha raggiunto gli obiettivi di riduzione specifici fissati durante questo periodo di riferimento
- L'azienda ha raggiunto l'obiettivo di emissioni zero

Punti guadagnati: 0.17 su 0.67

Gas a effetto serra Scope 1 totali

Emissioni di gas serra totali (tonnellate di CO2 equivalenti):

Scope 1:

Scope 1:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Gas a effetto serra Scope 2 totali

Emissioni di gas serra totali (tonnellate di CO2 equivalenti):

Scope 2:

Scope 2:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Gas a effetto serra Scope 3 totali

Emissioni di gas serra totali (tonnellate di CO2 equivalenti):

Scope 3:

Scope 3:

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Indice di Intensità di carbonio

Qual è l'indice di intensità di carbonio attuale dell' azienda di Scope 1 e 2 (misurata in tonnellate di CO2/milioni di USD di fatturato), non considerando l'uso di crediti di carbonio o compensazioni?

Si prega di utilizzare la valuta USD per permettere di definire termini di paragone standard.

- Più del 100%
- 81-100
- 61-80
- 41-60
- 21-40
- 1-20
- 0%
- Non lo so

Punti guadagnati: 0.67 su 0.67

Indice di Intensità di carbonio

Qual è l'indice di intensità di carbonio attuale dell'azienda per gli Scope 1 e 2 (misurata in tonnellate di CO2/milioni di dollari di fatturato), considerando l'uso di crediti di carbonio o compensazioni?

Si prega di utilizzare USD per valutare correttamente le opzioni di risposta.

- Più del 100%
- 81-100
- 61-80
- 41-60
- 21-40
- 1-20
- 0%
- Non lo so

Punti guadagnati: 1.33 su 1.33

Riduzione dell'impatto causato da viaggi e pendolarismo

L'azienda ha messo in atto programmi o politiche per ridurre l'impronta ecologica dovuta a viaggi/pendolarismo?

- Ai lavoratori sono offerti incentivi economici per utilizzare i mezzi pubblici, il car pooling o la bicicletta negli spostamenti casa-lavoro
- Gli impianti aziendali sono progettati per facilitare l'uso dei mezzi pubblici o la bicicletta
- I lavoratori sono incoraggiati a utilizzare le tecnologie di meeting virtuale per ridurre le riunioni di tipo tradizionale
- L'azienda ha una politica scritta di limitazione dei viaggi aziendali
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.67 su 0.67

Percentuale di Gas a effetto serra compensata

Se l'azienda ha acquistato crediti di carbonio certificati nel periodo di riferimento, quale percentuale delle emissioni di Scope 1 e 2 di gas a effetto serra è stata compensata?

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-75%
- 75-99%
- 100%
- Non lo so
- N / A - Non si sono acquistate delle compensazioni di emissioni di carbonio

Punti guadagnati: 0.67 su 0.67

Monitoraggio e gestione dei consumi di acqua

In che modo l'azienda gestisce e controlla i consumi di acqua?

Selezionare solo un'opzione di risposta che indichi se l'azienda monitora il consumo idrico e imposta potenzialmente degli obiettivi (risposte 1-4). Se l'azienda imposta degli obiettivi, anche le risposte 5 potrebbero essere selezionabili.

- L'azienda non monitora né registra attualmente i propri consumi d'acqua
- L'azienda monitora e registra in modo regolare i consumi d'acqua, ma non ha definito obiettivi di riduzione
- L'azienda monitora e registra i consumi d'acqua, inoltre definisce obiettivi specifici di riduzione rispetto a situazioni precedenti (per esempio riduzione del 5% nei consumi rispetto all'anno di riferimento)
- L'azienda monitora e registra in modo regolare i consumi e ha definito obiettivi su basi scientifiche per raggiungere un utilizzo sostenibile del bacino idrografico locale
- L'azienda ha raggiunto gli obiettivi specifici di riduzione definiti per il periodo di riferimento

Punti guadagnati: 0.25 su 1.00

Consumo totale di acqua

Consumo totale di acqua (litri) negli ultimi 12 mesi

Consumo totale di acqua (litri) negli ultimi 12 mesi

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Pratiche di conservazione delle risorse idriche

Quali metodi di conservazione delle risorse idriche sono stati implementati nella maggior parte degli uffici o degli stabilimenti dell'azienda:

Si prega di selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

- Rubinetti, WC, orinatoi e docce per il risparmio di acqua
- Uso delle acque grigie per l'irrigazione
- Irrigazione a basso volume
- Raccolta dell'acqua piovana
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle opzioni precedenti
- N/A - L'azienda ha un Ufficio virtuale

Punti guadagnati: 0.33 su 1.00

Terra & Vita

OPERAZIONI

3.0

Monitoraggio e reporting di rifiuti non pericolosi

In che modo l'azienda gestisce e controlla la produzione di rifiuti?

Selezionare un'opzione di risposta che indichi se l'azienda monitora la produzione di rifiuti e imposta potenzialmente degli obiettivi (risposte 1-4). Se l'azienda imposta degli obiettivi, anche le risposte 5 e/o 6 potrebbero essere selezionabili.

- L'azienda non monitora né registra attualmente la propria generazione di rifiuti
- L'azienda monitora e registra in modo regolare la produzione di rifiuti, ma non ha definito obiettivi di riduzione
- L'azienda controlla regolarmente e registra la produzione di rifiuti e si sono fissati obiettivi di riduzione specifici rispetto alle prestazioni precedenti (ad esempio una riduzione del 5% dei rifiuti per la discarica rispetto all'anno di riferimento)
- L'azienda monitora e registra in modo regolare la produzione di rifiuti, e ha definito obiettivi rifiuti zero
- L'azienda ha raggiunto gli obiettivi di riduzione specifici fissati durante questo periodo di riferimento
- We produce zero waste to landfill / ocean

Punti guadagnati: 0.25 su 1.00

Rifiuti non pericolosi generati

Rifiuti generati: rifiuti non pericolosi (tonnellate metriche) negli ultimi 12 mesi

Rifiuti generati: rifiuti non pericolosi (tonnellate metriche) negli ultimi 12 mesi

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Totale di rifiuti eliminati

Rifiuti indifferenziati (tonnellate) degli ultimi 12 mesi

Rifiuti indifferenziati (tonnellate) degli ultimi 12 mesi

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Totale di rifiuti riciclati

Smaltimento di rifiuti: Quantità di rifiuti riciclati o riutilizzati (espressa in tonnellate metriche) durante gli ultimi 12 mesi

Smaltimento di rifiuti: Quantità di rifiuti riciclati o riutilizzati (espressa in tonnellate metriche) durante gli ultimi 12 mesi

Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Programmi di riciclo

L'azienda ha un programma generale di recupero e riciclaggio per i seguenti tipi di materiali?

Si prega di selezionare tutte le opzioni corrispondenti.

- Carta
- Cartone
- Plastica
- Vetro e Metallo
- Compostaggio
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 1.00 su 1.00

Riduzione dei rifiuti

Metriche non ponderate opzionali: qual è orientativamente la riduzione percentuale di rifiuti solidi e rifiuti pericolosi prodotti dall'azienda nei seguenti periodi (normalizzata secondo le variazioni del fatturato)?

Gli ultimi due anni

Gli ultimi due anni

- Non tracciato

Punti disponibili: 0.00

Smaltimento rifiuti pericolosi

L'azienda può verificare che i rifiuti pericolosi che produce vengano sempre smaltiti in modo responsabile?

Compreso lo smaltimento di batterie, vernici, apparecchiature elettroniche, ecc.

- Sì
- No
- N/A - L'azienda ha eliminato la produzione di residui pericolosi

Punti guadagnati: 1.00 su 1.00

Metodi di riduzione dell'uso di sostanze chimiche

Quali dei seguenti prodotti ecologici sono stati acquisiti per la maggior parte degli stabilimenti dell'azienda?

- Prodotti di pulizia non tossici
- Carta non sbiancata e priva di cloro
- Inchiostri a base di soia o altri inchiostri a basso tenore di composti organici volatili
- Forniture per ufficio con materiali riciclati e/o acquistati dall'elenco dei fornitori preferiti per il rispetto dell'ambiente (carta, penne, quaderni, ecc)
- Altri (per favore descriva)
- Nessuna delle opzioni precedenti

Punti guadagnati: 0.75 su 1.00

Clienti

OPERAZIONI

Introduzione all'area d'impatto "Clienti"

0.0

Questa sezione identifica se i prodotti o servizi dell'azienda sono pensati per fornire un impatto positivo specifico e significativo per i propri clienti (oltre al valore che normalmente è fornito dai prodotti e servizi), e se fosse il caso, permette di aprire la sezione del Business Model d'impatto per i clienti che più applica al caso dell'azienda.

Introduzione al modello di business a impatto per i clienti

Qualcuno dei prodotti/servizi dell'azienda fa fronte a problemi sociali o economici dei clienti o dei loro beneficiari?

Queste risposte determinano quali saranno le prossime domande della valutazione che si applicano alla Sua azienda.

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

OPERAZIONI

Gestione del cliente

3.5

Gestione dei rapporti con i clienti

L'azienda svolge qualcuna delle seguenti azioni per gestire l'impatto e il valore generato per i propri clienti o consumatori?

- L'azienda offre garanzie, contrattuali o non, e politiche di protezione rispetto ai propri prodotti o servizi
- L'azienda possiede certificazioni di qualità erogate da enti terzi
- L'azienda possiede meccanismi formali di controllo di qualità
- L'azienda possiede processi per ricevere feedback, commenti o lamentele dei clienti
- L'azienda monitora il livello di soddisfazione dei clienti
- L'azienda valuta i risultati indiretti ottenuti dai propri clienti attraverso l'utilizzo dei propri prodotti o servizi
- L'azienda possiede politiche scritte di marketing etico, pubblicità o coinvolgimento dei clienti
- L'azienda gestisce la privacy e la sicurezza dei dati dei propri clienti/ consumatori
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.04 su 1.25

Monitoraggio della soddisfazione e fidelizzazione dei clienti

Quali delle seguenti affermazioni sono vere per l'azienda rispetto alla soddisfazione e fidelizzazione dei clienti / consumatori?

- L'azienda monitora la soddisfazione dei propri clienti
- L'azienda condivide i risultati dei sondaggi di soddisfazione dei clienti internamente con il proprio personale
- L'azienda condivide pubblicamente i risultati di soddisfazione dei clienti
- L'azienda ha obiettivi specifici di soddisfazione dei consumatori/ clienti
- Nell'ultimo anno l'azienda ha raggiunto gli obiettivi specifici di soddisfazione
- Nessuna delle precedenti

Punti guadagnati: 1.25 su 1.25

Gestione dell'impatto dei prodotti

L'azienda mette in pratica qualcuna delle seguenti misure per gestire l'impatto potenziale dei propri prodotti sui clienti/ beneficiari?

- L'azienda monitora regolarmente i risultati e il benessere dei clienti
- L'azienda ha un programma formale per incorporare i risultati di test e i feedback dei clienti nella progettazione dei propri prodotti
- L'azienda ha un programma formale in atto per migliorare continuamente i risultati indiretti dei clienti (per esempio ridurre gli effetti negativi o aumentare quelli positivi)
- Altro
- Nessuna delle precedenti

Punti disponibili: 1.25

Uso di dati e privacy

Does your company have any of the following to address data usage and privacy issues?

- L'azienda ha una politica disponibile al pubblico sull'uso di dati e privacy
- L'azienda informa tutti gli utenti sul tipo di informazione raccolta, per quanto tempo la conserva, come è utilizzata e se e come è condivisa con altre entità (pubbliche o private)
- I clienti hanno l'opzione di decidere in che modo i propri dati possono essere utilizzati
- Tutte le strategie di creazione di elenchi di indirizzi email e di email aziendali sono conformi a GDPR
- Altro
- Nessuna delle precedenti
- N/A - L'azienda non raccoglie dati sensibili

Punti guadagnati: 1.25 su 1.25

Disclosure Questionnaire

Divulgazione d'informazione - Industrie

Domande di divulgazione su pratiche specifiche di produzione e gestione commerciale.

Dettaglio delle attività relazionate all'alcol

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

L'azienda realizza attività in relazione all'alcol

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di pratiche riguardanti il tabacco

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Tabacco

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
- No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure di pratiche riguardanti il gioco d'azzardo

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Gioco d'azzardo

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di pratiche riguardanti armi da fuoco

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Armi da fuoco, armi o munizioni

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di pratiche riguardanti la pornografia

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Pornografia

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti Payday loans (prestiti del giorno di paga), a breve termine o con alti interessi

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

L'azienda offre prestiti a breve termine o prestiti con alti interessi

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti combustibili fossili

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

L'azienda lavora con estrazione, distribuzione o vendita di carbone, gas naturale o combustibili fossili come il petrolio.

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di pratiche riguardanti l'attività mineraria

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Attività mineraria

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti energia nucleare o materiali pericolosi

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Le operazioni dell'azienda coinvolgono energia nucleare, materiali radioattivi o rifiuti pericolosi

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure di pratiche riguardanti le prigioni

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Prigioni

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche del settore di assicurazioni sulla vita

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Prodotti assicurativi sulla vita

Selezionare "Sì" solo se l'80% o più del fatturato dell'azienda deriva da prodotti assicurativi sulla vita.

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche di inserzione di volontari negli orfanotrofi

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Organizzazione di programmi di volontariato per orfanotrofi o organizzazioni di assistenza all'infanzia

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche del settore di consulenza fiscale

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Servizi di consulenza fiscale

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure sulle pratiche riguardanti prodotti e servizi che coinvolgono animali

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Prodotti o servizi che coinvolgono animali (compresi i frutti di mare)

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti organismi geneticamente modificati

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Organismi geneticamente modificati

Si prega di selezionare "Sì" anche se l'azienda serve clienti in questo settore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure su pratiche riguardanti prodotti illegali o soggetti all'eliminazione progressiva

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

L'azienda ha prodotti o realizza attività che sono illegali secondo le leggi o le regole del paese dove opera, attività o prodotti che sono proibiti da convenzioni o accordi internazionali o che subiranno conseguenze per regolamentazione o per l'eliminazione progressiva internazionale

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure settori a rischio di violazioni dei diritti umani

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Settori che dipendono dall'utilizzo di materiali con alta probabilità di generare violazioni ai diritti umani (per esempio minerali provenienti da zone in conflitto)

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure per altri settori

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta nella produzione, operazione, commercio o vendita di uno qualsiasi dei seguenti:

Altri settori che potrebbero provocare danni sociali e ambientali, che sono soggette a critiche da stakeholder o che sono motivo di preoccupazione per questi gruppi

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Spiegazione dell'azienda sulle osservazioni fornite nelle risposte del questionario di divulgazione d'informazione

Nel caso in cui si sia selezionato "Sì" nelle "Disclosures di settore" sopra elencate, di prega di fornire una spiegazione dettagliata del coinvolgimento dell'azienda per ciascuna risposta affermativa:

Se questo non applica all'azienda, per favore scriva "Non applica" nella casella di testo qui di seguito.

Abbiamo un cliente che opera nel campo delle lotterie ma il nostro contributo si riferisce alla manutenzione di un software da noi realizzato, usato per consentire ai commissari che presidiano l'estrazione la corretta visualizzazione del dato estratto.

Punti disponibili: 0.00

Pratiche di divulgazione d'informazione

Domande di divulgazione su pratiche sensibili.

Le leggi nazionali non stabiliscono obbligo di registrazione formale per le aziende

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda non è formalmente registrata in conformità con tutte le normative e i requisiti vigenti

Se l'azienda è formalmente registrata, selezionare "No."

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Evasione fiscale attraverso società di comodo

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda utilizza società fantasma o altri mezzi (per esempio la costruzione di varie società) per minimizzare la quantità di tasse da pagare

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

L'azienda opera in zone in conflitto

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda opera in zone di conflitto

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Vendita di dati

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda vende o offre accesso ai dati degli utenti o consumatori

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Stabilimenti aziendali situati in ecosistemi sensibili

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

Gli stabilimenti dell'azienda sono accanto a o dentro ecosistemi sensibili

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Marketing dei prodotti sostituti del latte materno

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

Commercializzazione di sostituti del latte materno

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Attività contro la libertà di associazione o la negoziazione collettiva

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda ha preso posizione pubblicamente contro la sindacalizzazione, si è impegnata in attività che potrebbero essere percepite come una presa di posizione pubblica contro le organizzazioni sindacali, o proibisce ai lavoratori di associarsi o negoziare in modo collettivo le condizioni di lavoro

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Contratti a zero ore

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda assume lavoratori attraverso contratti a zero ore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

I lavoratori dell'azienda sono prigionieri

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda assume prigionieri

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

L'azienda assume lavoratori di età inferiore ai 15 anni (o altra età minima ILO)

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

L'azienda assume lavoratori di età inferiore ai 15 anni (o un'altra età minima coperta dalla Convenzione N° 138 dell'Organizzazione Mondiale del Lavoro) e/o non conta su registri del personale con documentazione che accrediti la data di nascita di ogni lavoratore

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Il lavoro straordinario per i lavoratori a ore è obbligatorio

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

Il lavoro straordinario è obbligatorio e supera le 48 ore in una settimana

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure per altri tipi di pratiche

Si prega di indicare se l'azienda è coinvolta in una delle seguenti pratiche:

Altre pratiche sensibili che potrebbero provocare danni sociali e ambientali, che sono soggette a critiche da parte di stakeholder o che sono motivo di preoccupazione per questi gruppi

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Spiegazione dell'azienda sulle osservazioni fornite nelle risposte del questionario di divulgazione d'informazione

Nel caso in cui si sia selezionato "Sì" nelle "Disclosure di pratiche" sopra elencate, si prega di fornire una spiegazione dettagliata del coinvolgimento dell'azienda per ciascuna delle pratiche selezionate con risposta affermativa:

Se questo non applica all'azienda, per favore scriva "Non applica" nella casella di testo qui di seguito.

Non applica

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione di informazione - risultati e sanzioni

Domande di divulgazione su temi come cause legali, trasferimento di comunità, incidenti e morte sul lavoro.

Decessi sul posto di lavoro

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

L'azienda ha registrato decessi di lavoratori in funzione o sul posto di lavoro

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Controversie arbitrali o processi

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

Controversie arbitrali o processi in corso nei confronti dell'azienda, o nei quali si è arrivati a un accordo o nei quali l'azienda è stata condannata

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

L'azienda ha presentato istanza di fallimento

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

L'azienda ha presentato istanza di fallimento

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Concussione, Frode o Corruzione

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Concussione, Frode o Corruzione

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Condotta anticoncorrenziale

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Condotta anticoncorrenziale

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Reporting finanziario, tasse, investimenti o crediti

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Reporting finanziario, pagamento di tasse, investimenti o crediti

Sì

No

Punti disponibili: 0.00

Contributi politici o relazioni internazionali

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Contributi politici o relazioni internazionali

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Questioni legate ai diritti sul lavoro

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Problematiche lavorative (comprese sicurezza e discriminazione)

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Violazione della privacy e/o perdita di dati confidenziali

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

Violazione della privacy individuale e/o perdita di dati personali confidenziali

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Indice di licenziamenti significativo

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

L'azienda ha licenziato più del 20% dei propri lavoratori

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Scariche di sostanze pericolose in aria/terra/acqua (negli ultimi 5 anni)

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

Si sono prodotte scariche incidentali di sostanze pericolose nell'aria, acqua o nella terra nei dintorni degli stabilimenti dell'azienda

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Acquisizione, conversione o rilocalizzazione di terreni a grande scala

Si prega di indicare se l'azienda ha sperimentato qualcuno dei seguenti negli ultimi 5 anni:

La costruzione o le operazioni dell'azienda coinvolgono l'acquisizione, convergenza o degradazione di terreni a grande scala (compresa la costruzione o la restaurazione di dighe) o provocano la risistemazione o lo sradicamento economico 5000 persone o più

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Penalità dovute a questioni ambientali che sono state sottoposte a un assessment

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Penalità in relazione alla gestione ambientale, compresa la salvaguardia degli animali

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Violazione dei diritti delle popolazioni indigene

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Infrazione dei diritti delle popolazioni indigene, per esempio tramite l'utilizzo di terre appartenenti a popolazioni originarie o utilizzate da loro, senza un loro previo consentimento documentato

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Disclosure - risultati e penalità

Si prega di indicare se l'azienda ha ricevuto qualche reclamo formale da un'agenzia di regolamentazione, ammenda o sanzione negli ultimi cinque anni per uno dei seguenti motivi:

Altre penalità, reclami o lamentele presentate o imposte contro l'azienda a causa dell'impatto negativo sulle comunità locali, diritti umani o altri ambiti rilevanti per gli stakeholder

- Sì
 No

Punti disponibili: 0.00

Spiegazione dell'azienda sulle osservazioni fatte nelle risposte del questionario di divulgazione d'informazione

Nel caso in cui si sia selezionato "Sì" nelle "Disclosure di penalità e impatti" sopra elencate, di prega di fornire una spiegazione dettagliata dell'esperienza dell'azienda per ciascuna risposta affermativa:

Se questo non applica all'azienda, per favore scriva "Non applica" nella casella di testo qui di seguito.

Non applica

Punti disponibili: 0.00

Divulgazione d'informazione - catena di distribuzione e fornitura

Domande di divulgazione d'informazione sui fornitori principali dell'azienda

Fornitori in zone di conflitto

Indica se una delle seguenti affermazioni è vera, per quanto riguarda i fornitori principali della tua azienda.

Operazioni in zone in conflitto

- Sì
 No
 Non si sa

Punti disponibili: 0.00

Impatti negativi a livello sociale dei fornitori

Indica se una delle seguenti affermazioni è vera, per quanto riguarda i fornitori principali della tua azienda.

Pratiche o risultati indiretti che hanno prodotto impatti negativi sostanziali in materia di diritti umani, condizioni di lavoro o comunità locali

- Sì
- No
- Non si sa

Punti disponibili: 0.00

Impatto ambientale negativo dei fornitori

Indica se una delle seguenti affermazioni è vera, per quanto riguarda i fornitori principali della tua azienda.

Pratiche o risultati indiretti che hanno prodotto un impatto negativo sostanziale a livello ambientale

- Sì
- No
- Non si sa

Punti disponibili: 0.00