



# RELAZIONE D'IMPATTO 2019

Certified



Corporation™

Relazione N.3  
Giugno 2020

## INDICE

1.	Lettera di Laura Gori, Founder & CEO di Way2Global .....	3
2.	La Vision e la Mission.....	6
3.	Le metriche e la misurazione d’impatto .....	9
4.	Le aree d’impatto misurate.....	13
4.1	GOVERNANCE / RISORSE UMANE .....	13
4.1.1	KPI area GOVERNANCE / RISORSE UMANE .....	15
4.1.2	Review risultati 2019 .....	16
4.1.3	Impegni/Obiettivi 2020 .....	20
4.2	SOCIETÀ CIVILE, COMUNITÀ LOCALE E TERRITORIO DI APPARTENENZA .....	22
3.2.1	KPI area SOCIETA’ CIVILE, COMUNITA’ LOCALE E TERRITORIO DI APPARTENENZA.....	24
3.2.2	Review risultati 2019 .....	25
3.2.3	Impegni/Obiettivi 2020 .....	28
4.3	AMBIENTE .....	30
3.3.1	KPI area AMBIENTE.....	32
3.3.2	Review risultati 2019 .....	33
3.3.3	Impegni/Obiettivi 2020 .....	35
4.4	MERCATO/ALTRI STAKEHOLDER (CLIENTI E FORNITORI) .....	37
3.4.1	KPI area MERCATO / ALTRI STAKEHOLDER (CLIENTI E FORNITORI) .....	39
3.4.2	Review risultati 2019 .....	40
3.4.3	Impegni/Obiettivi 2020 .....	42
5.	Conclusioni.....	44

## 1. Lettera di Laura Gori, Founder & CEO di Way2Global

Il racconto dei dodici mesi 2019 tratteggia per Way2Global un anno travagliato, denso di eventi e criticità, ma anche di altrettante soddisfazioni e traguardi.

Lo stesso contesto globale è stato in pari misura turbolento, incerto e incalzato dal cambiamento esponenziale: l'Italia con le sue crisi politiche ed economiche, la nuova Europa a guida Von Der Leyen, la guerra economica tra Stati Uniti di Trump e la Cina di Xi Jinping, il Medio Oriente tornato ad alta tensione, la crisi climatica e i Climate Strike di Greta Thunberg, e, con grande trepidazione nostra e di tutto il mondo delle Benefit Corporation, **la Sostenibilità assurta a tema mainstream nell'arena economica e politica internazionale.**

A partire dalla dichiarazione di agosto del Business Roundtable e delle 188 maggiori multinazionali USA per una nuova concezione di capitalismo più sostenibile, con la conseguente mobilitazione globale del movimento B Corp, Way2Global inclusa, nella campagna "Let's work together", per arrivare al solenne impegno che in un solido schieramento di oltre 500 B Corp globali ci siamo voluti assumere in occasione della COP25 di Madrid per anticipare l'azzeramento delle nostre emissioni di CO2 entro il 2030 (campagna Net Zero 2030).

Il nostro mercato di riferimento, quello della **localizzazione**, si è riconfermato nel 2019 come **un'industria matura, in crescita**, seppur in lieve rallentamento rispetto agli ultimi anni (in una forbice dal +10% al +5%), con persistente tendenza al consolidamento (M&A e Venture Capitalist), e una valorizzazione di 50 bln di USD a livello globale, presidiata per il 10% dalle 5 "super agenzie" TransPerfect, Lionbridge, RWS, SDL, e WeLocalize, colossi da oltre 200 mln USD/anno.

Il trend imperante riconferma che "compete chi è grande", e la **logica** vincente ai vertici dei player del settore resta quella **aggregativa**, in netta controtendenza allo spirito dell'operazione di scissione da cui è nata la "startup" Way2Global, protraendosi per 3 anni, e conclusasi a fine dicembre.

Tra gli altri indiscussi protagonisti del nostro settore vi sono i fornitori di piattaforme digitali per la localizzazione e quelli di servizi a base di tecnologie, visto il trend dominante e dirompente della **Machine Translation (MT)**, che con l'avvento delle reti neurali **sta rivoluzionando l'intero assetto della nostra industria**. Il risultato è una sempre più spinta integrazione dell'NMT (Neural Machine Translation) nella supply chain, con incremento su produttività ed efficientamento, e un impatto importante sulla ridefinizione di politiche di prezzi e volumi.

Per Way2Global il 2019 è stato un **anno ottimo in termini di corporate branding & reputation**, sostanziato da un'aggressiva "guerriglia marketing" condotta sui social network per lo più in sede dei numerosi eventi organizzati o presenziati, dai numerosi premi e riconoscimenti conseguiti, e, non ultimo, dalla pubblicazione e dal lancio in novembre del nostro libro identitario "Made in B Italy – la via italiana all'impresa sostenibile", che punta ora a EXPO Dubai in virtù della condivisa tematica della Sostenibilità.

Se l'ottimo ritorno reputazionale e di costruzione del brand Way2Global 2019 confortano in quanto, secondo fonti autorevoli, "siamo entrati nell'era della reputazione", non si può negare il contraltare dei toni e **risultati** decisamente **meno trionfalistici dal punto di vista economico e finanziario**.

Dopo un ventennio di crescita costante, il 2019 segna in controtendenza l'anno della "**decrecita felice**", con una lieve inedita flessione che sconta 2 mesi di drastico calo del fatturato nell'ultimo trimestre, in linea con un trend generalizzato che ha interessato l'intero settore globale della Language Industry.

La lieve contrazione si è innestata su una politica d'investimenti comunque coraggiosa e su un **piano industriale aggressivo ed espansivo**, i cui cardini sono stati, oltre al forte spunto reputazionale, massicci investimenti in attività Benefit/CSR (politiche retributive, sostegno al reddito, formazione, welfare, iniziative e prassi CSR), in aggiunta al peso finanziario dei 1000 mq dell'immobile riscattato post-scissione per garantire la continuità della nostra "casa", e agli strascichi di chiusura della scissione conclusa finalmente a fine anno.

L'andamento dei KPI 2019 del Piano di Miglioramento aziendale, con gli **obiettivi commerciali per lo più mancati e quelli di Marketing reputazionale e Sostenibilità pressoché interamente surclassati**, rende la Direzione comunque soddisfatta e orgogliosa dell'esito dell'esercizio, pur cosciente della necessità di aggiustare il tiro nel 2020 a favore degli interessi degli shareholder.

L'integrazione degli obiettivi di sostenibilità nel piano industriale in un rapporto 20:30 rispettivamente per le aree d'impatto socio-ambientale rispetto a tutti gli altri processi aziendali (Sales, Marketing, Operations e Finance) rispecchia l'anima Benefit di Way2Global, che con il suo modello di business vuole agire da changemaker, precursore di innovazione sociale e fervente ambasciatore globale di questa nuova forma evoluta di concepire il business che è la Società Benefit.

L'esercizio 2019 ha visto Way2Global ideare e attuare i suoi 3 progetti identitari "**Green Translations**" in ambito di sostenibilità ambientale, "**Made in B Italy**" in tema d'innovatività sociale, e "**Language Industry 4.0**" in materia di innovazione tecnologica, oltre che, non ultimo, l'importante step di avanzamento delle politiche di governance partecipativa corporate di fine anno, con la conseguente patrimonializzazione dell'azienda.

La *Unique Transformative Proposition* identitaria dell'azienda ("**Traduzioni che uniscono**"), così come la visione, l'impegno e il **manifesto programmatico di Sostenibilità** che si esprimono attraverso le prassi, le politiche e il sistema valoriale codificati in Statuto, sono stati attuati e misurati in base ai KPI d'impatto integrati sin dal 2018 a titolo di pionieristica sperimentazione nel piano industriale.

Ma la soddisfazione più grande ci è stata regalata a fine anno dalla ri-misurazione con la metrica di eccellenza del BIA (B Impact Assessment). Il lusinghiero rating che ne è scaturito ci ha confermato di essere sulla giusta strada, ancorché di avere ancora tanto lavoro da svolgere in partnership con le altre colleghe Benefit Corporation per colmare le aree di miglioramento, e proseguire compatti nella nostra opera di risanamento del pianeta.

In questa epoca di decadimento culturale e civile, di drammatica crisi economica e climatica, la **paradigmatica storia di conversione e rinascita trasformativa di Way2Global** vuole tradursi in una *call to action* ispirazionale ai colleghi imprenditori in cerca di un modello più alto e nobile di fare impresa.

**#felicecomeunaBenefit** è l'hashtag che abbiamo coniato proprio per ribaltare la chiave di lettura perché in Way2Global siamo convinti che l'era di profonda crisi attuale possa – e debba - considerarsi un **momento storico UNICO e MERAVIGLIOSO** per operare uno scatto di coscienza e responsabilità, e **cominciare a usare il business come leva per costruire Sostenibilità** e un futuro migliore per tutti.



Laura Anna Gori

## 2. La Vision e la Mission

Costituita nell'agosto 2017 come primo LSP (Language Service Provider) al mondo nato in assetto di Società Benefit, Way2Global è orgogliosa del suo business model unico e rivoluzionario che, nello spirito della risoluzione A/71/L.68 dell'ONU, promuove la traduzione professionale come leva di Sostenibilità per unire le persone al di là di confini, lingue e culture, e usa il business per produrre beneficio comune e rendere il mondo un posto migliore.

"Digital Globalizer" delle aziende che puntano ai mercati internazionali, Way2Global valorizza contenuti, comunicazione B2B, e visibilità internazionale dei brand e del Made in Italy all'estero.

Nel settore della localizzazione multi-lingue, suo mercato di riferimento valorizzato 50 mld USD a livello globale e in crescita stabile +10% nell'ultimo decennio grazie ai due trend della digitalizzazione e della globalizzazione, Way2Global è una startup affamata di crescita impegnata a scalare e innovare, con tutta la grinta e l'energia ispirazionale e coesiva della sua iperbolica *Unique Transformative Proposition*: "Traduzioni che uniscono".

Spinta dalla potenza di questa mission ambiziosa che polarizza col suo fascino energie e talenti della sua community di stakeholder, Way2Global porta all'estero la clientela facendo leva sul suo arsenale di competenze e risorse 2.0 di startup nativa digitale impegnata a declinare l'innovazione tecnologica in chiave *sociale*.

La sua anima di changemaker ne fa un entusiastico alfiere globale del nuovo ruolo più responsabile e sostenibile che le aziende con la forza del business devono assumere con urgenza rispetto all'emergenziale acuirsi delle disparità economiche e sociali, alla crisi del capitalismo tradizionale e a un pianeta devastato che agonizza.

La sua visione d'impresa come attore di cambiamento sostenibile fa dell'innovazione la sua cifra identitaria, dove, oltre al profitto, la misura del successo aziendale diventa la capacità di rispondere alle grandi sfide dell'umanità dell'Agenda 2030 dell'ONU, rispetto a un paradigma tradizionale del fare impresa ormai dimostratosi inadeguato.

Nella "Language Industry", industria matura e rivoluzionata come poche altre dalla trasformazione digitale, costituita per l'80% di IT e dominata da intelligenza artificiale, *deep learning*, *Machine Translation*, reti neurali, e *Big Data*, Way2Global oggi è una piccola azienda agile e snella che è riuscita ad attingere alla potenza del digitale e dell'AI, ma anche all'energia dirompente dell'innovatività sociale, per scalare rapidamente e trasformarsi in un'organizzazione esponenziale, fare la differenza, pensare in grande e competere con i colossi globali del settore.

Entusiasta testimonial delle Benefit Corporation e del loro modello d'impresa futuribile e ibridata tra profit e non-profit, coesiva e integrata nel territorio e nelle comunità, che produce valore mettendo al centro le persone, ripensando l'intera catena di fornitura e sviluppando paradigmi di business più

responsabile, Way2Global punta a trapiantare leadership tecnologica e innovazione sociale investendo aggressivamente in ricerca e innovazione, risorse umane e sviluppo.

Tutte le attività di ricerca targate Way2Global (<https://www.way2global.com/Language-Industry.asp>), sono concepite in chiave di Technology Transfer, Open Innovation, e Capacity Building – e puntano allo sviluppo di piattaforme, network, e ambienti di lavoro aperti e inclusivi, dove il substrato IT abilita e alimenta i rapporti con la Community degli stakeholder. Fine ultimo è fungere da incubatore e aggregatore di talenti, fare sistema con il mondo accademico e i centri di ricerca e di eccellenza tecnologica, e anticipare e diffondere cambiamento e innovazione.

Sotto il profilo dell'internazionalizzazione, con il suo modello agile, flessibile e scalabile dei Correspondent Offices insediati a NYC, LA, Londra, Dubai e Shenzhen, a copertura di tre continenti, la sua fisionomia di piccola multinazionale della localizzazione, la sua attività tipica vocata all'espansione oltre confine, Way2Global riconferma la sua ambizione e capacità di affermarsi sui mercati globali e sulle principali piazze finanziarie ed economiche mondiali. Presente alle maggiori trade exhibition e ai maggiori eventi internazionali, Way2Global ha in essere accordi a livello istituzionale per portare il progetto "Made in B Italy" a Expo Dubai in forza del tema condiviso della sostenibilità. ([https://www.way2global.com/NI\\_Assobenefit.asp](https://www.way2global.com/NI_Assobenefit.asp))

In neanche 3 anni di vita, Way2Global ha creato occupazione sul territorio con l'assunzione a tempo indeterminato di 14 persone, in via prioritaria giovani e lavoratrici femminili, reclutati all'insegna dell'inclusione e del mix generazionale, che vede oggi collaborare in-house una gamma trasversale variegata e completa tra i 2 estremi di Gen' Z e Baby Boomers.

Benché piccola per dimensioni, Way2Global precorre la nuova frontiera del welfare aziendale sviluppando in chiave evolutiva la legacy CSR della società madre da cui deriva per trasformare il suo Headquarters in un campus di sperimentazione aziendale permanente sul modello Google.

Un modello organizzativo determinante per attrarre e coltivare giovani talenti con una cultura d'impresa progressista fatta di flessibilità temporale e logistica, autoregolamentazione degli orari di lavoro, banca delle ore e smart working, conciliazione famiglia-lavoro, servizi salvatempo e wellness, buone prassi di women empowerment e parità di genere, delega, responsabilizzazione e ingaggio delle persone - in sostituzione delle vetuste gerarchie verticistiche e delle vecchie logiche di comando e controllo.

E ancora, buone prassi di sostegno al reddito e premi di produttività per tutti i reparti, trasparenza e condivisione di risorse e conoscenze, costruzione di comunità e piattaforme a guisa di sistemi aperti, decentralizzati e distribuiti, formazione continua per tutti i reparti, e tirocini atti a favorire l'accesso dei giovani al mercato del lavoro.

Come Società Benefit, Way2Global ha voluto incastonare questo business model nello Statuto e nel suo sistema operativo aziendale proprio per garantirne la continuità nel tempo.

Oltre i confini aziendali, la nostra visione di Benefit Corporation sostenibile si declina nelle molteplici attività d'impatto sociale e ambientale che fanno capo ai 3 progetti identitari "Green Translations" in ambito di sostenibilità ambientale, "Made in B Italy" in tema d'innovatività sociale, e "Language Industry 4.0" in materia di innovazione tecnologica.

Appassionata evangelista del campione di innovazione sociale tutto italiano che sono le Società Benefit, Way2Global è impegnata a esportarlo nel mondo come modello virtuoso, oltre che come efficace leva di competitività, come attesta il palmares di prestigiosi riconoscimenti aggiudicati nei suoi pochi anni di vita (<https://www.way2global.com/agenzia-di-traduzione-way2global/way2global-riconoscimenti>).

## Way2Global: riconoscimenti

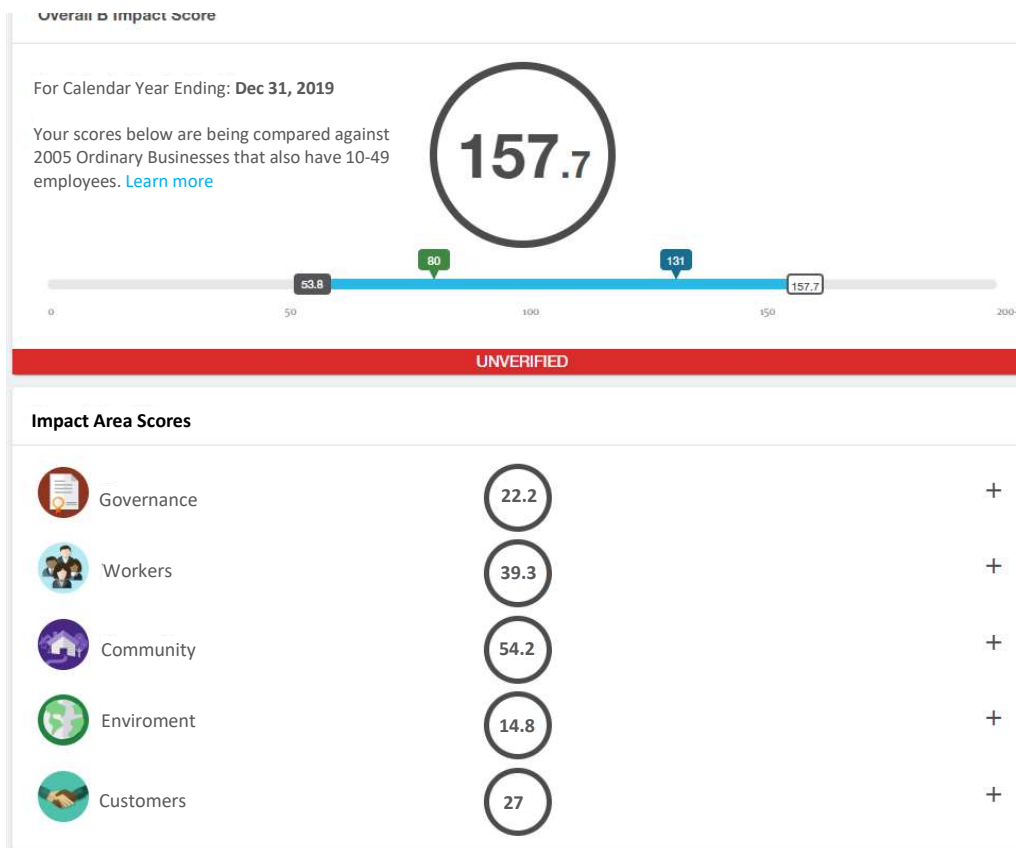




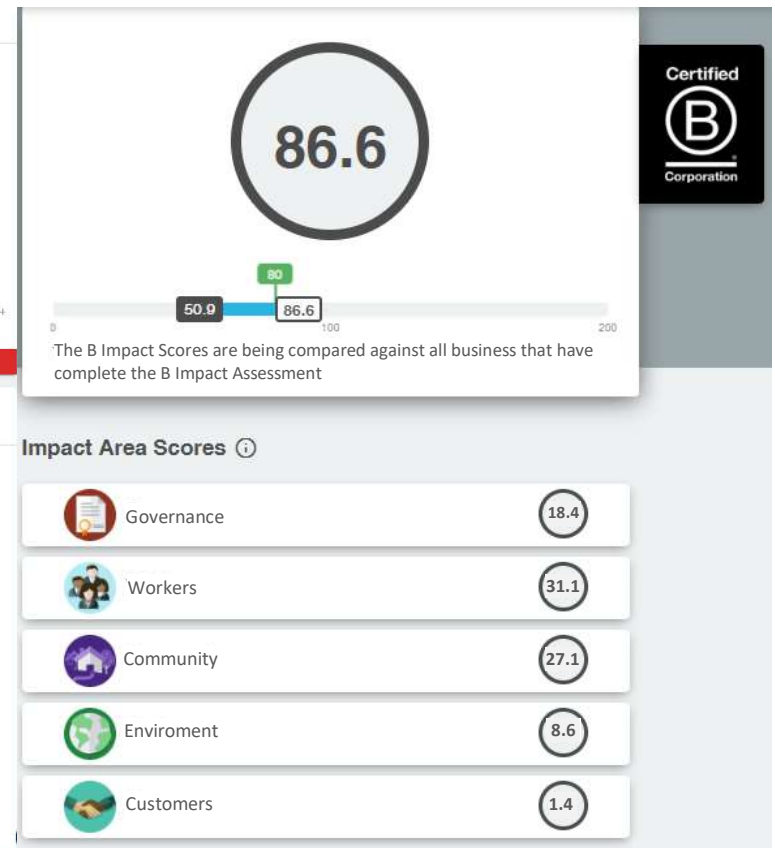
### 3. Le metriche e la misurazione d'impatto

Oltre che con i KPI e il sistema proprietario già descritto, quale B Corp certificata, Way2Global misura e monitora il suo operato in termini d'impatto socio-ambientale tramite il BIA (**B Impact Assessment**).

A fine 2019 l'azienda ha ripercorso quindi le cinque sezioni del BIA nella sua nuova versione upgradata e integrata nell'SDG Action Manager, archiviando un eccezionale balzo in avanti del rating di autovalutazione (**157,7**) rispetto al punteggio originario conseguito a gennaio 2019 in sede di prima certificazione (**86,6**) (<https://bcorporation.net/directory/way2-global-srl-sb>).



Way2Global BIA Rating 2019 (to be certified by Jan 2022)

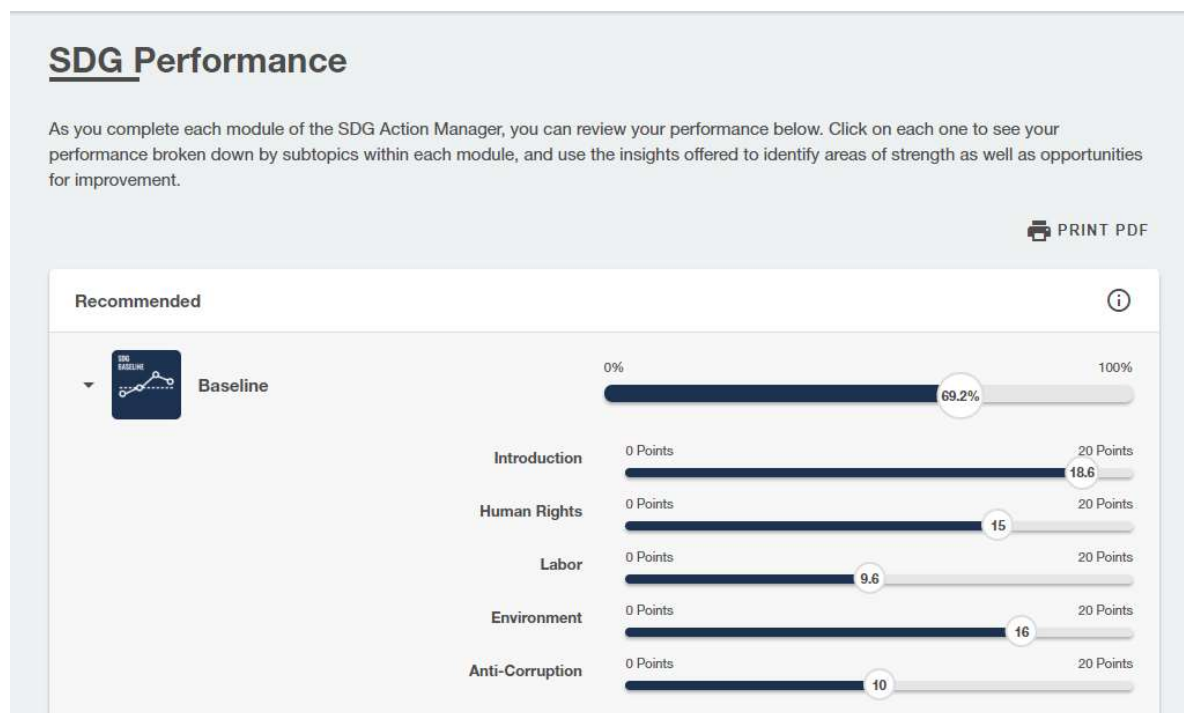


Way2Global BIA Rating 2018 (First Certification)

In aggiunta, a fine 2019 Way2Global ha voluto cominciare a misurarsi con l'**SDG Action Manager**, tool di misurazione online ideato per consentire alle aziende di misurarsi con i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU e messo a punto grazie a un progetto congiunto di Global Compact ONU e B Lab.

Lo scopo è trarne una visione d'insieme del nostro percorso corporate in direzione della sostenibilità, e una sorta di dashboard di orientamento per gli sviluppi futuri.


Anche in questo contesto, benché la sezione compilata sia circoscritta alla Baseline, l'esito è stato confortante circa la bontà delle prassi e delle policy di sviluppo sostenibile finora attuate a livello corporate.



SDG Action Manager – Rating Wa2Global sezione “Baseline”

In ottica di apertura alla sperimentazione e ai fini di una valutazione trasversale e comparata della sostenibilità del suo business model, Way2Global si è misurata (con un lusinghiero punteggio di 97/100) anche con altre metriche di terzi quali la matrice della piattaforma **EyeOnBuy**, che evidenzia i comportamenti aziendali con impatto positivo sotto il profilo sociale e ambientale riconducendoli sia agli SDG dell'ONU sia ai 12 domini del **BES** (l'indice del **Benessere Equo e Sostenibile**).

## SCHEDA AZIENDA



**WAY2GLOBAL B.C.**  
Via Padre Reginaldo Giuliani, 10a  
Milano (Milano)  
P.IVA 10013290969  
SITO

**AREA DI DISTRIBUZIONE** ▼

**BRANDS ASSOCIATI**  
Way2Global

**WAY2GLOBAL B.C.**  
SETTORE: Consulenza e servizi  
TOTALE PUNTEGGIO: 🟡 94/100  
PUNTEGGIO DI AUTOVALUTAZIONE: 94 / 100

**AREA 1 - L'azienda e il governo dell'organizzazione**

**AREA 2 - Le persone e l'ambiente di lavoro**

**AREA 3 - I rapporti con i cittadini/clienti**

**AREA 4 - La catena di fornitura**

**AREA 5 - I comportamenti verso l'ambiente naturale**

**AREA 6 - I comportamenti verso la comunità locale**

VEDI AUTOVALUTAZIONE

Infine, ma non meno importante, l'ultima metrica applicata al nostro operato 2019 è stata quella della survey **Welfare Index PMI** promossa da Generali con la partecipazione di Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato e Confprofessioni, giunta quest'anno alla sua quarta edizione.

Si tratta della maggiore indagine italiana sul welfare aziendale partecipata da oltre 4.500 PMI italiane, che fotografa lo stato dell'arte del welfare nelle piccole e medie imprese italiane basandosi sull'ampiezza e sul contenuto delle iniziative, sull'originalità e sulle politiche attuate.

Attraverso un questionario di autovalutazione, le imprese che aderiscono all'iniziativa vengono classificate con un rating crescente da **1W** (welfare in fase iniziale a copertura di meno di 3 delle 12 aree complessivamente considerate) fino a **5W** (welfare molto sviluppato su oltre 8 delle 12 aree considerate) su un totale di dodici aree di welfare aziendale. Si tratta di categorie di benefit e servizi per i lavoratori che vanno dalla previdenza e sanità integrativa alla conciliazione vita-lavoro, e dal sostegno economico al reddito dei dipendenti alla formazione continua.

Il rating "4W" è per Way2Global un risultato di soddisfazione che convalida la nostra visione del ruolo sociale delle imprese, così come l'adeguatezza del nostro modello di welfare.



## 4. Le aree d'impatto misurate

### 4.1 GOVERNANCE / RISORSE UMANE

Nel corso dell'esercizio 2019 Way2Global ha attuato e promosso strategie e iniziative in linea con la sua mission e il suo imprinting d'impresa socialmente responsabile sia in termini di gestione della sua governance sia di gestione e valorizzazione delle risorse umane.

Nel mese di settembre, il riconoscimento "**Best for the World Honoree 2019**" per la categoria Governance, che ci ha visti rientrare nel 10% delle 3.000 B Corp di tutto il mondo con il migliore impatto per la governance, è stato per noi un onore e un'importante riconferma della solidità della nostra cultura aziendale e del nostro sistema valoriale.



Anche per il 2019, le nostre policy e prassi di sviluppo sostenibile sono state condotte in quest'area in termini di:

- fidelizzazione dei lavoratori
- pari opportunità e parità di genere
- promozione della cultura delle diversità e dell'inclusione
- promozione d'imprenditoria e leadership femminile
- promozione dell'accesso al mercato del lavoro
- promozione della flessibilità lavorativa temporale e spaziale
- promozione di politiche e prassi di conciliazione famiglia-lavoro, inclusi servizi "salvtempo" e per il benessere della persona
- promozione di iniziative e benefit a sostegno di famiglie e genitorialità
- predisposizione di piani di retribuzione variabile personalizzati e di benefit a sostegno del reddito e del potere di acquisto dei lavoratori
- predisposizione di programmi di crescita e formazione continua per alimentare motivazione e gratificazione dei lavoratori
- promozione di iniziative di coinvolgimento e partecipazione attiva e solidale di tutti i collaboratori nella vita aziendale
- condivisione e trasparenza di informazioni e comunicazioni
- organizzazione di riunioni plenarie e momenti d'incontro per favorire commitment, team building e senso di appartenenza all'azienda.

Il mancato raggiungimento del 100% degli obiettivi sopra elencati, così come da estratto KPI afferenti l'area Governance/Risorse umane dal Piano di Miglioramento, e come da sinottico riepilogativo che segue in forma tabellare, è connesso tra l'altro con gli strascichi dell'operazione straordinaria di scissione e con la flessione reddituale dell'ultimo trimestre, che hanno ostacolato i piani di sviluppo e piena realizzazione della visione di startup trasformativa di Way2Global.

#### 4.1.1 KPI area GOVERNANCE / RISORSE UMANE

KPi #	Parametro	KPI	Dato di partenza 2018	Obiettivo 2019	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2019	Obiettivo 2020
1	Anzianità di servizio media dipendenti	Media anni anzianità di servizio per tot dip	5	5	120	6	6
2	Parità di genere - Diversità, inclusione, occupaz e leadership femm	% dip/coll donne su TOT	67	67	120	80	81
3	Sostegno al reddito	% Retribuz var vs. fissa	7	8	111	9	10
4	Work-life balance Fitness, salute e benessere dip.	% h dedicate a fitness su tot lavorate	3	3	70	2	3
5	Crescita e formaz continua	% h dedicate a formazione su tot lavorate	4	5	66	3	4
6	Pari opportunità, Diversity	% spesa fornitori (TRADUTTORI) proprietà donne su tot spesa fornitori/anno	75	77	100	77	78
11	VOLONTARIATO (DIPENDENTI) Progetti R&S, Advocacy per Language Industry, B Corp/SB, CSR/welfare, sostegno e sponsor vita culturale	TOT h attività volontariato su tot h lavorate dip/anno	n/a	n/a	n/a	14	15
12	Donazioni	TOT donazioni (EUR )	1.300	1.430	369	5.281	6.000
19	% Spending Benefit su TOT costi	% spesa Benefit (CSR, welfare, bonus, benefit, r/s, R&S, formazione, ...) su tot spending	N/A	N/A	n/a	12	12
20	% Spending Benefit su TOT fatturato	% spesa Benefit su TOT fatturato	N/A	N/A	n/a	13	13

## 4.1.2 Review risultati 2019

### GOVERNANCE/RISORSE UMANE

#### ✓ Fidelizzazione del personale, anzianità di servizio e turnover di personale

L'anzianità di servizio media per dipendente (6 anni), calcolata tenendo conto anche del retaggio trentennale della società scissa da cui Way2Global è nata come costola-spinoff, e dalla quale ha ereditato la maggior parte dell'organico, ha superato nel 2019 l'obiettivo di riferimento fissato in ragione di 5 anni.

#### ✓ Parità di genere, inclusione, diversità, occupazione e leadership femminile

La percentuale di dipendenti e collaboratori femminili sul totale organico, pari nel 2019 all'80%, ha superato anch'essa l'obiettivo fissato per il 2019 (67%).

La maggioranza dell'assetto proprietario è femminile, e su 15 persone in organico, 12 sono donne.

L'assetto di grintosa startup a guida e maggioranza femminile rende Way2Global spontanea protagonista del dibattito sulla parità di genere e dell'attivismo per le pari opportunità, anche nel quadro dell'SDG #5 dell'Agenda ONU 2030, che permea mission e cultura aziendale.

La sottoscritta, Founder&CEO di Way2Global, ha l'onore e il privilegio di far parte delle **Inspiring Fifty 2018** assieme alle influencer femminili del mondo imprenditoriale, della ricerca e della tecnologia, e, come tale, di operare quale ambassador di **Inclusione Donna**, polo di aggregazione di tutte le associazioni portatrici degli interessi delle donne in Italia, già interlocutore rappresentativo verso le istituzioni per le decisioni in materia di politiche di genere. Tra gli altri ambiti di partecipazione attiva al dibattito di genere, l'adesione al progetto **STEAMiamoci** di Assolombarda, la partecipazione all'iniziativa **STEMinTheCity** del Comune di Milano, l'adesione alle organizzazioni di rappresentanza femminile in seno alle Benefit Corporation (**B Women Solutions** in seno alla community B Corp e **Donne B** in seno ad AssoBenefit), e al settore della localizzazione (**Women in Localization**), e il ruolo di contributor alla definizione dell'SDG #5 sulla parità di genere ai fini dello sviluppo della piattaforma SDG Action Manager sviluppata da B Lab e Global Compact.

2019 data anche l'inclusione nell'iniziativa **Donne di Classe A** nel quadro della campagna **ENEA "Italia in Classe A"** per un maggiore ruolo delle donne in materia di efficienza energetica, fonti rinnovabili, tecnologie low-carbon, e transizione energetica.

La visione di chi guida Way2Global è che il ruolo e i traguardi imprenditoriali femminili vadano vissuti come un privilegio e una responsabilità rispetto alla community femminile e, soprattutto, rispetto alle giovani donne in cerca di modelli ispirazionali.

30 anni alla guida d'impresе femminili, oggi con Way2Global e ieri con la società madre, mostrano come investire in politiche e prassi di women empowerment sia possibile, doveroso e remunerativo. E come si possa farlo sia ideando e adottando innovative misure di CSR ([https://www.way2global.com/NI\\_PremioBuonePrassi2019.asp](https://www.way2global.com/NI_PremioBuonePrassi2019.asp)) e conciliazione dei tempi di vita-lavoro ([https://www.way2global.com/NI\\_PremioParitaVirtuosa.asp](https://www.way2global.com/NI_PremioParitaVirtuosa.asp)), sia insediando donne in posizioni apicali e tecniche di norma appannaggio maschile.

Nella cultura aziendale Way2Global, l'era dei modelli organizzativi e manageriali di tipo gerarchico basati su logiche di comando e controllo è ormai tramontata, la leadership femminile con i suoi valori e le sue capacità di comunicazione, collaborazione, resilienza, innovazione, apertura,



empatia, inclusione, condivisione e cura, può rivelarsi vincente per affermare una nuova cultura aziendale di cambiamento, trasparenza, equità e correttezza.

#### ✓ **Sostegno al reddito, potere di acquisto delle retribuzioni**

In Way2Global sono applicati deliberatamente livelli retributivi nettamente superiori alla media del mercato per la totalità dei reparti (fonte ALC). A marzo 2019 al middle management è stato riconosciuto un importante scatto retributivo e di livello in segno di riconoscimento del commitment e delle prestazioni straordinarie che hanno accompagnato il lancio della startup.

A tirocinanti e stagisti è stato riconosciuto come da prassi un rimborso spese valorizzato oltre gli obblighi di legge e la media retributiva del mercato.

L'accordo integrativo di 2° livello, riconfermato anche per l'esercizio 2019, ha regolamentato l'erogazione dei bonus di produttività in base a schemi customizzati per reparto, con una percentuale di retribuzione variabile su quella fissa pari al 9% (oltre l'obiettivo prefissato 2019, benché l'inversione del trend di crescita dell'ultima parte dell'esercizio abbia consentito all'azienda di erogare i soli bonus 1° semestre).

Nel 2019 è stata anche ampliata la copertura (beneficiari) dei buoni pasto, in aggiunta virati, flessibilizzati e modernizzati in versione digitale.

#### ✓ **Work-life balance – Salute e benessere dei lavoratori**

Way2Global mette a disposizione dei lavoratori una palestra aziendale interna con un palinsesto completo di attività sportive (yoga, workout funzionale, cross-fit, GAG, walk) uso dipendenti e contractor a titolo gratuito in orari lavorativi.

Il KPI di Sostenibilità #4 che misura la percentuale delle ore dedicate dall'organico alle attività di fitness rispetto al monte ore lavorato, si attesta nel 2019 al 2,44%, mancando di un soffio l'obiettivo prefissato (3%), per via della minore frequentazione dell'HQ aziendale da parte dell'organico conseguente alla spontanea e crescente diffusione dello smart working.

Tra gli altri servizi per il benessere dei collaboratori attivati inhouse, l'analisi posturale e trattamenti fisioterapici e osteopatici c/o ambulatorio attrezzato interno all'azienda.

Per contribuire al benessere dei lavoratori, nel 2019 è stato consolidato il servizio di approvvigionamento gratuito di provviste di acqua uso personale a favore di tutti i dipendenti e contractor tramite convenzione con la B Corp WAMI, così come l'approvvigionamento gratuito di caffè, olio e stoviglie compostabili.

Le policy di conciliazione famiglia-lavoro di Way2Global sono compendiate dall'accordo integrativo di 2° livello che regola tutti gli aspetti lavorativi che esulano dal CCNL e, in particolare, il criterio di massima flessibilità, che costituisce in Way2Global il cardine del modello organizzativo, inclusa in primis la modalità smart working, la flessibilità degli orari, la banca delle ore, il part-time su richiesta, i congedi parentali ben oltre gli obblighi di legge, le policy di slow working al rientro dalla maternità, ...

Way2Global ha attivato un ampio paniere di servizi "salvatempo" a beneficio di dipendenti e contractor quali ad es. servizio di catering online coordinato dal front-office con possibilità di consumo pasti in sala break dedicata e allestita all'uopo, la spesa online con consegna c/o sede aziendale, il servizio lavanderia con ritiro e riconsegna in azienda, la consegna di medicinali, il lavaggio auto, ...

✓ **Crescita e formazione continua**

L'indicatore che misura la percentuale delle ore dedicate alla formazione continua sul totale monte ore lavorate manca nel 2019 l'obiettivo prefissato attestandosi al 3% rispetto al target del 5%. Il motivo è da ricercarsi nella prudenziale policy di saving attuata in primis sui convegni estero a partire dalla seconda metà dell'anno a fronte dell'appiattimento della curva di crescita.

Gli usuali piani di LifeLong Learning personalizzati per ogni reparto, aperti in spirito d'inclusione all'intera community di traduttori e contractor, si ritengono comunque di piena soddisfazione, sia in ordine a completezza e diversificazione, sia in termini di copertura, in quanto sostanzianti di 56 iniziative formative e 858 ore di formazione, per un budget di poco superiore ai 25k.

Novità 2019 apprezzate in tema di formazione in Way2Global sono state anche l'iscrizione al Fondo Forte per la formazione finanziata presso il CAPAC, e il deployment della piattaforma digitale GoToMeeting per l'organizzazione dei Bootcamp sul PEMT Finanziario con numero di utenti remoti connessi virtualmente illimitato in aggiunta ai partecipanti in persona, e la successiva messa a disposizione online delle registrazioni delle 7 sessioni formative.

Come di norma, l'azienda ha co-finanziato anche la formazione esterna all'HQ aziendale a beneficio di collaboratori (traduttori) e contractor, così come l'aggiornamento dei SW uso professionale di proprietà dei professionisti.

L'attività di formazione verso dipendenti, collaboratori e fornitori è stata condotta anche in tema di Sostenibilità e Benefit Corporation tramite comunicazioni multi-canale (DEM, eventi, conferenze, workshop, ...).

✓ **Pari opportunità, diversity parco fornitori – gender equality, SDG#5**

✓ L'obiettivo del KPI #6 che misura la percentuale di spending su fornitori di proprietà femminile (traduttori) centra perfettamente l'obiettivo del 77% prefissato per l'esercizio 2019.

Anche internamente l'occupazione femminile viene promossa tramite policy di pari retribuzione a parità di responsabilità indipendentemente dalla differenza di genere, insediamento di personale femminile anche in posizioni tradizionalmente appannaggio maschile (es. reparto Sales), e percorsi di carriera paritari.

Per promuovere attivamente le pari opportunità e facilitare l'accesso dei giovani al mercato del lavoro, Way2Global ha ampliato l'usuale policy di ospitare tirocini in-formazione ed extra-curricolari anche al di fuori dell'ambito strettamente linguistico (traduttori).

Il 2019 ha visto l'azienda ospitare 3 stage (MP, AI, AP) nei reparti Marketing & Sales, con una sola interruzione prematura e due riconferme e stabilizzazioni, e in aggiunta 2 mini-stage on-demand nel reparto Marketing in occasione di un importante evento.

La politica aziendale di fattiva promozione dell'occupazione giovanile si coniuga con la prassi consolidata di retribuire gli stage oltre gli obblighi di legge, e di includere gli stagisti nel piano corporate dei premi di produttività.

✓ **Volontariato (HR interne)**

Il KPI #11 che in area Governance misura la percentuale di ore dedicate dall'organico alle attività di volontariato rispetto al monte ore totale lavorato 2019 si attesta nell'esercizio al 14%, senza possibilità di un confronto con il dato anno precedente causa mancato rilevamento del dato.

Rientrano in questo ambito tutte le ore dedicate dal personale alle attività di affiancamento e supporto a stagisti e apprendisti, advocacy a favore della Language Industry, del mondo delle Benefit Corporation (evento "Made in B Italy" rispettivamente nella cornice del Festival dello Sviluppo Sostenibile di AsVis in Spazio Copernico e della manifestazione del Comune di Milano "Bookcity" in Borsa Italiana), della CSR (Salone della CSR e IS), del welfare aziendale e della Sostenibilità (contribution allo sviluppo di SDG Action Mgr per l'SDG#5), oltre che le iniziative di sostegno e sponsor alla vita culturale e all'attivismo civile (Race4Change, Fridays For Future).

✓ **Donazioni**

Il KPI #12 che rileva l'ammontare delle erogazioni liberali 2019 surclassa l'obiettivo prefissato e ricomprende le donazioni effettuate a favore della ONG ActionAid e dei suoi progetti a sostegno dei diritti fondamentali dell'uomo nel mondo, l'adozione a distanza per il proseguimento degli studi di una bimba del Burkina Faso tramite la ONLUS Queen of Peace, il sostegno all'organizzazione statunitense Translators Without Borders, che fornisce assistenza linguistica alle zone di crisi umanitaria nel mondo, il contributo alla Fondazione Basilica di San Francesco di Assisi come adesione all'iniziativa Percorsi Assisi, e il contributo socio sostenitore ad AssoBenefit in relazione al progetto Made in B Italy.

✓ **% Spending in attività Benefit su totale costi**

Il KPI #19, di nuova introduzione 2019, misura la percentuale di spending in attività Benefit (CSR, welfare, bonus, benefit, R&S, formazione, ...) sul totale spending dell'esercizio. Non ha un riferimento anno precedente, ma sull'esercizio 2019 si attesta a un apprezzabile 12%.

✓ **% Spending in attività Benefit su totale fatturato**

Il KPI #20, gemello del #19 e anch'esso di nuova introduzione 2019, misura la percentuale di spending in attività Benefit (CSR, welfare, bonus, benefit, R&S, formazione, ...) sul totale fatturato dell'esercizio.

Come il KPI gemello, non ha un riferimento anno precedente, ma sull'esercizio 2019 si attesta a un apprezzabile 13%.

### 4.1.3 Impegni/Obiettivi 2020

#### GOVERNANCE/RISORSE UMANE

✓ **Fidelizzazione del personale, anzianità di servizio e turnover di personale**

Comunicare e radicare maggiormente la visione condivisa della Unique Transformative Proposition aziendale.  
Promuovere interazione, collaborazione, e riunioni cross-reparto (es. PM e Contabili) per maggiore coesione e fluidità nei rapporti.  
Calendarizzare riunioni periodiche del Board e riunioni cross-reparto estese a tutti i dept. aziendali.

✓ **Parità di genere, inclusione, diversità, occupazione e leadership femminile**

Continuare ad ampliare e diversificare gli interventi in-house a favore delle lavoratrici femminili per favorire la conciliazione lavoro-famiglia, ispirandosi a modelli CSR di eccellenza come Luxottica, Geico Taikisha, etc.  
Consolidare il role modeling per diffondere e promuovere women empowerment con la leva della testimonianza e dello storytelling, anche e soprattutto in ambito tecnico-scientifico, dell'intelligenza artificiale e delle tecnologie abilitanti, della 4° rivoluzione industriale e del mondo dell'innovazione & delle startup (Inclusione Donna & Inspiring Fifty, STEMInTheCity, AI/NMT, StartupItalia, Unstoppable Women, ...)

✓ **Sostegno al reddito, potere di acquisto delle retribuzioni**

Rivedere i livelli retributivi in ottica di perequazione.  
Ritarare i piani di retribuzione variabile (bonus di produttività) integrati nell'accordo integrativo in direzione di una maggiore perequazione tra reparti e dell'integrazione di criteri premianti per l'acquisizione di new business sostenibile.  
Valutare il convenzionamento con i trasporti pubblici per sottoscrivere ad es. abbonamenti da erogare ai lavoratori in chiave benefit.

✓ **Work-life balance – Salute e benessere dei lavoratori**

Consolidare la cultura organizzativa di sperimentazione sociale permanente continua e campus aziendale basata su smart working e flessibilità.  
Proseguire nella promozione di un modello di business basato su criteri di apertura, percorsi di carriera flessibili, mix generazionale, coaching, mentoring e tutoring.  
Aumentare trasparenza, condivisione di informazioni e risorse, e occasioni di team building.  
Diversificare la gamma di scelta nella ristorazione alla base del servizio catering a domicilio c/o sede aziendale, coordinato dal front office.  
Valutare l'introduzione di un servizio di maggiordomo aziendale per il disbrigo di pratiche (amministrative, postali, ecc.) e commissioni.  
Ampliare, diversificare e personalizzare il palinsesto corsi fitness gratuiti uso dipendenti e contractor c/o palestra interna durante gli orari di lavoro in funzione degli esiti dei questionari di manifestazione di interesse, e valutarne l'ampliamento di copertura all'esterno tramite riconversione in formato digitale.  
Valutare l'introduzione di corsi di mindfulness, meditazione e filosofia in base alle manifestazioni di interesse.

✓ **Crescita e formazione continua**

Sviluppare i progetti Language Industry 4.0 e Way2Academy per promuovere innovazione tecnologica e AI (NMT) in chiave d'impatto sociale, alimentare i rapporti con la Community di stakeholder (linguisti) in chiave di Technology Transfer e Capacity Building (formazione, bootcamp) che li abiliti all'uso della tech di frontiera per il settore.

Proseguire nella digitalizzazione della formazione (e-learning) per scalare la platea di fruitori oltre logistica e confini geografici.

Consolidare l'attività di formazione verso dipendenti, collaboratori, fornitori e clienti in tema di Sostenibilità e Benefit Corporation tramite comunicazione multi-canale (DEM, eventi, conferenze, workshop, ...).

✓ **Pari opportunità, diversity parco fornitori – gender equality, SDG#5**

Ampliare la policy di hosting tirocini e stage nel quadro delle convenzioni con le Università, scalandola a livello europeo (startup e piattaforma StageAir, l'AirBnB degli stage estero).

Sviluppare Way2Academy per formare nuovi traduttori e PEMTer in chiave di trasferimento tecnologico di tecnologie digitali abilitanti (NMT, AI)

Promuovere ulteriormente inclusione e diversità, che con pluralità e ricchezza dei punti di vista diventa leva d'innovazione e cambiamento.

✓ **Volontariato**

Valutare l'allestimento in-house di un ambulatorio trasfusionale mobile a fini di emo-donazione.

✓ **Donazioni**

Valutare una strutturazione più congruente nelle iniziative di donazione.

✓ **Educazione collaboratori e fornitori al tema Sostenibilità**

Sviluppare i 3 progetti identitari Language Industry 4.0, Green Translations e Made in B Italy (incluso il roadshow su Expo Dubai) come leva di educazione stakeholder.

Continuare a candidare il modello B presso Award e Premi in chiave di policy making.

✓ **Rating B Corp / BIA**

Procedere nella policy di procedurizzazione dei processi aziendali, dotarsi di un codice etico formalizzato, ricompilare il BIA per aggiornare il rating aziendale entro la scadenza di ri-certificazione (gennaio 2022).

Proseguire la misurazione con tutte le sezioni dell'SDG Action Mgr da utilizzare come dashboard per orientare lo sviluppo sostenibile aziendale.

✓ **% Spending in attività Benefit su totale costi / su totale fatturato**

Tenere sotto controllo la spesa in attività Benefit (CSR, welfare, bonus, benefit, R&S, formazione, ...) per evitare un eccessivo sbilanciamento a favore del beneficio degli stakeholder sugli shareholder.

## 4.2 SOCIETÀ CIVILE, COMUNITÀ LOCALE E TERRITORIO DI APPARTENENZA

L'impegno attivo di Way2Global nei confronti della società civile, della comunità locale e del territorio di appartenenza è connotato nel suo dna e deriva dalla convinzione che nessuna azienda può permettersi oggi di essere un'isola, ma deve usare la leva del business come forza rigenerativa per il territorio e la sua community di riferimento.

Il suo mindset da startup e la sua anima di entusiasta e appassionata changemaker porta spontaneamente Way2Global a esprimere la sua dirompente progettualità e visione di rifondazione messianica in chiave coesiva e inclusiva oltre i confini aziendali e nazionali, per generare più valore sul territorio e nel mondo rispetto alle risorse che consuma per gestire la sua attività.

Per Way2Global questa visione d'impresa come fattivo promotore di beneficio comune e rigenerazione del sistema capitalistico si esprime dal 2019 attraverso i 3 progetti identitari "Language Industry 4.0" in tema d'innovazione tecnologica, "Made in B Italy", in ambito d'innovazione sociale, e "Green Translations" in chiave di sostenibilità ambientale.

**Language Industry 4.0** (<https://www.way2global.com/Language-Industry.asp>) è un progetto ambizioso che, come da mission aziendale, utilizza l'innovazione tecnologica di frontiera (oggi nel settore della localizzazione AI, deep learning, reti neurali e big data) in chiave *sociale*, per nutrire i rapporti con la community dei traduttori, e sviluppare un nuovo ethos del lavoro basato su partnership, condivisione e modelli win-win.

Nel suo ruolo di facilitatore e mentore d'innovazione e AI, Way2Global vuole ribaltare lo stereotipo del *digital divide* tra agenzie di traduzione e traduttori professionisti, per promuovere Open Innovation in partnership con università e centri di ricerca, Technology Transfer facendo da ponte tra capitale umano e risorse tecnologiche, e Capacity Building per formare e abilitare i professionisti all'uso della nuova frontiera dell'AI e della machine translation neurale.

Come modello organizzativo delle sue operations, Way2Global ha sviluppato un ecosistema inclusivo, un substrato IT fatto di piattaforme, network e ambienti di lavoro virtuali e aperti, che alimenta i rapporti con la sua community di professionisti.

Fine ultimo è sfatare lo spauracchio distopico dell'AI che rimpiazza l'umano, a favore di una visione di fiducia in un nuovo Umanesimo, dove la tecnologia diventi estensione e potenziamento del talento umano.

**Made in B Italy** ([https://www.way2global.com/Made\\_in\\_BItaly.asp](https://www.way2global.com/Made_in_BItaly.asp)) ha visto il suo kick-off nel dicembre 2018 con la costituzione di AssoBenefit, associazione nazionale cui fanno capo tutte le Società Benefit, di cui Laura Gori, Founder & CEO di Way2Global, ha l'onore di essere socia fondatrice.

Il progetto ha poi archiviato il suo 2° milestone il 15 novembre 2019 con un evento organizzato in Borsa Italiana nel quadro di BookCity, per il lancio del progetto editoriale omonimo sulla via italiana all'impresa sostenibile, ideato da Way2Global e scritto a più mani con il contributo dei padri nobili dell'economia civile e del mondo Benefit.

Prossimo obiettivo del roadshow finalizzato a portare il progetto all'estero è la prestigiosa tappa di Expo Dubai 2021 in virtù della comune tematica della Sostenibilità.

Da sempre paladina delle eccellenze del Made in Italy all'estero, Way2Global intende con ciò candidarsi a business case di conversione Benefit vivente per esportare negli EAU questo campione pionieristico d'innovazione sociale tutto italiano delle Società Benefit, che merita di fare scuola in tutto il mondo.

Nel quadro dei progetti di cui sopra, oltre che in seno all'iniziativa **Way2Academy**, Way2Global è solita siglare accordi di convenzionamento e partnership con Università e atenei per ospitare stage e tirocini. In aggiunta, produce formazione anche tramite interventi divulgativi sul modello di Sostenibilità delle Benefit Corporation per favorire la maturazione di esperienze lavorative da parte di laureandi, laureati e studenti delle scuole secondarie di II grado. L'obiettivo è quello di massimizzare le conoscenze acquisite dagli studenti nel percorso di studio, valorizzare e responsabilizzare le nuove generazioni, e agevolarne l'accesso al mercato del lavoro.

L'impegno aziendale nei confronti della società civile si esprime dunque in Way2Global attraverso il suo ruolo di ambassador e advocate d'innovazione tecnologica ma anche sociale, col fine ultimo di favorire evoluzione e sviluppo del settore linguistico e della localizzazione, del modello d'impresa delle Benefit Corporation, della Sostenibilità, e della women empowerment.

Da questa mission prendono le mosse anche il supporto, la sponsorizzazione e l'organizzazione di iniziative ed eventi culturali sul territorio, e l'adesione e il sostegno tramite donazioni, volontariato e partnership a organizzazioni non-profit con scopo allineato e sinergico con quello di Way2Global.

### 3.2.1 KPI area SOCIETA' CIVILE, COMUNITA' LOCALE E TERRITORIO DI APPARTENENZA

KPI #	Parametro	KPI	Dato di partenza 2018	Obiettivo 2019	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2019	Obiettivo 2020
7	Assunzioni locali	% dipendenti residenti <50 km da HQ su tot dipendenti	100	100	100	100	100
8	Acquisti locali	% spesa fornitori locali <50 km da HQ (traduttori esclusi) su totale spesa/y	35	37	208	77	80
9	Proprietà locale	% soci w2g residenti <50 km da HQ su tot soci	100	100	100	100	100
10	VOLONTARIATO/IMPEGNO CIVILE Convenzioni, collaboraz, workshop, stage ospitati, advocacy, tesi, survey, ...	N. convenzioni, iniziative, progetti, stage con Università e altri enti	12	13	446	58	60
14	Clienti "purpose-driven"	% fatturato vs. altre B Corp o aziende responsabili	0,42	0,84	25,55	0,22	0,84



### 3.2.2 Review risultati 2019

#### SOCIETÀ CIVILE, COMUNITÀ LOCALE E TERRITORIO DI APPARTENENZA

##### ✓ Creazione di occupazione e indotto a livello locale / valorizzazione del territorio

In ambito COMUNITA', il KPI#7, che, in chiave di economia circolare e valorizzazione del territorio, misura la percentuale di dipendenti Way2Global residenti in loco (entro un raggio di 50 km dalla sede aziendale) si attesta nel 2019 al finecorsa superiore del range di valutazione (100% dell'organico).

Il KPI#8 che, in ottica di filiera corta ed economia "localizzata", monitora la percentuale di spending su fornitori locali (entro un raggio di 50 km dalla sede aziendale) si attesta nel 2019 al 77% del totale spending 2019, con un valore effettivo che sovraperforma il target prefissato (37%), addirittura raddoppiandolo. Il balzo repentino di questo indicatore si giustifica con la sua revisione critica che vede nel 2019 escludere da questa statistica la quota afferente la Produzione, ossia il parco traduttori e linguisti, che per deontologia professionale devono necessariamente risiedere nei rispettivi paesi di lingua madre, e che, grazie alla digitalizzazione spinta di Way2Global, possono essere comunque integrati nelle buone prassi aziendali di CSR e impatto sociale nonostante l'appartenenza geografica.

Il KPI #9 che valorizza la percentuale di assetto proprietario aziendale residente in loco (entro un raggio di 50 km dalla sede aziendale) si riconferma attestato sul 100% anche in seguito all'operazione straordinaria di ampliamento della compagine sociale e governance partecipativa di fine 2019.

Il KPI #14 che misura la percentuale di fatturato sviluppato verso clienti "purpose-driven" con i quali Way2Global è riuscita nel 2019 a instaurare rapporti di partnership e alimentare un circolo virtuoso di interdipendenza è pari a un esiguo 0,22% - rispetto a un target 2019 dello 0,84% - a causa dello storico relativamente breve in termini di ingresso nella community delle Benefit Corporation.

##### ✓ Volontariato e impegno civile sul territorio

Il KPI # 10 che misura l'impegno civile dell'azienda sul territorio in termini di N. convenzioni, collaborazioni, workshop, stage ospitati, partecipazione a tesi e survey, e altre iniziative di advocacy a beneficio della società civile surclassa nel 2019 con il suo totale di 58 iniziative l'obiettivo prefissato a 13, e si riorienta di conseguenza a un target 2020 ancor più impegnativo (60).

Per la loro ampiezza ed eterogeneità, i dati di questo indicatore vengono analizzati e incorporati nel dettaglio nelle sezioni che seguono.

##### ✓ Convenzioni con Università per stage, tirocini e workshop divulgativi e di formazione

Il 2019 ha visto l'azienda ospitare 3 stage (MP, AI, AP) nei reparti Marketing & Sales, con una sola interruzione prematura e due riconferme e stabilizzazioni, e in aggiunta 2 mini-stage on-demand in-formazione nel reparto Marketing (CC e LP) in occasione di un importante evento (Salone della CSR e IS).

In data 10/4/2019 Way2Global, nelle persone di Laura Gori e Claudio Negri, ha ideato e tenuto in ISIT Altiero Spinelli la 2° edizione del workshop "Language Industry 4.0" in seno a STEMInTheCity in collaborazione con i docenti Riediger e Galati.

A novembre 2019 MP ha tenuto un intervento in ISIT per presentare il suo ruolo in azienda nel quadro di iniziative di raccordo scuola-lavoro.

✓ **Altre convenzioni e partnership per lo sviluppo di stage ASL (Alternanza Scuola Lavoro)**

Anche nel primo semestre 2019 Way2Global ha partecipato in veste di giurato e mentor al progetto formativo "B Corp School" della B Corp InventoLab condotto a beneficio delle scuole superiori di diversi comuni del Nord Italia per avvicinare gli studenti alle problematiche di impatto sociale e ambientale che il business responsabile deve oggi attuare.

✓ **Collaborazione con centri di ricerca e poli di eccellenza per attività di Open Innovation e R&S**

Nel 2019 la collaborazione con enti e centri di ricerca sul territorio in ambito di Open Innovation si è sostanziata dei progetti Green Translations, Language Industry 4.0, Made in B Italy e Innovation Manager.

In data 31/5/2019 abbiamo partecipato alla giornata di presentazione e valutazione finale del progetto CLAST, che ci ha visto contribuire con la nostra knowledge base in materia di NMT applicata al sottotitolaggio automatico di video uso non udenti basato sull'integrazione di tecnologie MT, STT e TTS, presso la sede della società capofila PerVoice (spinoff di Fondazione Bruno Kessler).

Il progetto di ricerca TOP (Translator Opinion Poll), dopo un preliminare tentativo di convertire la 2° edizione in modello di business sostenibile e finanziariamente autoportante, è stato temporaneamente rimandato.

Data luglio 2019 la partecipazione di Wa2Global alla survey "Future of innovation" di SingularityU.

✓ **Advocacy per lo sviluppo e il riconoscimento del settore della Language Industry**

Nel primo semestre 2019 presso la sede Way2Global è stato riattivato il percorso formativo Way2Academy che ha visto l'azienda ideare e condurre pro-bono a beneficio della sua community di traduttori e professionisti il "Corso di scrittura per il web" tra gennaio e febbraio 2019 con docenza di Piero Babudro, i 2 corsi "PEMT Financial Bootcamp" e "PEMT Financial Bootcamp - Laboratorio pratico di QA" sviluppati tra marzo giugno 2019.

Il 26 settembre MP ha partecipato per Way2Global alla Giornata europea delle lingue di Pisa con copertura evento e divulgazione live twitting.

✓ **Progetti, attività e iniziative in materia di gender equality, women empowerment e imprenditoria femminile**

Partecipazione alla survey UE sulla gender equality a marzo 2019

Partecipazione a una sessione VIP su Quora con risposta a domande su B Corp, innovazione e startup – febbraio 2019

Adesione alla campagna "Donne di classe A" e "Italia in classe A" di ENEA – da ottobre 2019

Adesione alle iniziative di role modeling scaturite in seno alle Inspiring Fifty 2018 (progetto scuola e ambassador di Inclusione Donna)

Adesione al progetto STEAMiamoci di Assolombarda per favorire l'accesso delle giovani donne al mondo della scienza e della tecnologia.

Adesione al manifesto "100 donne per tutte" su iniziativa di Arianna Pigini, presidente dell'Associazione l'Abbraccio del Mediterraneo

✓ **Progetti, attività e iniziative sul territorio in materia di Benefit Corporation, CSR e welfare**

Conseguita la certificazione B Corp a gennaio 2019, Way2Global ha ideato e finanziato il progetto editoriale "Made in B Italy", conferendolo in AssoBenefit in veste di socio sostenitore.

Il progetto è stato poi candidato in forma di sponsorship tecnica a Padiglione Italia per la partecipazione a Expo Dubai, ed è stato presentato in sede di 2 eventi ideati e organizzati da Way2Global rispettivamente a giugno in Spazio Copernico nel quadro delle attività del Festival dello Sviluppo Sostenibile e a novembre a Palazzo Mezzanotte in seno alle iniziative della rassegna Bookcity del Comune di Milano.

Adesione e supporto progetto aggiudicatario Be Bold "Vogliamo la plastica nel mar Mediterraneo?" di Davines

Campagna marketing #TiVoglioBenefit con selezione fornitori sostenibili (caffè, stoviglie, catering, energia)

Traduzione in inglese e sottotitolaggio pro-bono dei video di fondazione AssoBenefit uso Pedro Tarak – febbraio 2019

Partecipazione al progetto "ExchangeTheWorld" sui role modeling globali di change-making - di Anna e Andrea – aprile 2019

Partecipazione al progetto ROSIE su "responsible and innovative SMEs in Central Europe" – agosto 2019

Adesione alla Mappa della sostenibilita di CSRNative e Koinetica – agosto 2019

In data 1° e 2 ottobre 2019, Way2Global nella persona della sua Founder&CEO Laura Gori ha portato la sua testimonianza come speaker alla sessione "Startup for Benefit" in seno al Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale c/o Università Bocconi.

Da marzo 2019 ha partecipato come contributor pro-bono allo sviluppo del progetto SDG Action Manager di Global Compact ONU e B Lab in veste di esperto in materia di SDG#5 Gender Equality.

Firmataria assieme a un pool di B Corp italiane all'appello "Let's work together" lanciato sui maggiori quotidiani italiani in seguito alla dichiarazione del Business Roundtable US – agosto 2019

Firmataria della "CEO Call to Action" di Sodalitas, manifesto firmato dagli imprenditori impegnati sul fronte della Sostenibilità - ottobre 2019.

In data 15 novembre ha partecipato come speaker alla sessione B Women nella Giornata AssoBenefit di Firenze

Partecipazione al contest Time to Be Bold per la selezione del progetto B Corp dell'anno con ideazione e candidatura dell'iniziativa B Blockchain

Adesione all'iniziativa global The B Corp Way di B Lab Europe – novembre 2019

Sull'arco dell'anno, Way2Global ha partecipato con sponsorship tecniche, copertura live twitting e altre forme di comunicazione ai seguenti eventi ritenuti in linea con la sua cultura aziendale: "Banche e Sicurezza" (21-22 maggio), "Oltre Basilea" (25-26 giugno), "Sustainability Day" (2 luglio), "Funding&Capital Markets Forum" (3 e 4 ottobre), "Singularity University Italy Summit" (8 e 9 ottobre), "Digital Innovation Days" (17-19 ottobre), "Salone dei Pagamenti" (4, 5 e 6 novembre), StartupItalia Open Summit (16 dicembre).

Su richiesta di laureandi, studenti e organizzazioni d'impatto, partecipazione alla compilazione di 25 survey, indagini o progetti di ricerca e tesi sulle Benefit Corporation.

Adesione alla campagna social B Corp month.

Partecipazione alle B Corp call con cadenza mensile il terzo lunedì di ogni mese.

Contrattualizzazione di 2 docenti ISIT Civica Altiero Spinelli rispettivamente per le funzioni Value Creation Mgr (rapporti con il mondo Benefit) e Relazioni istituzionali

### 3.2.3 Impegni/Obiettivi 2020

<b>SOCIETÀ CIVILE, COMUNITÀ LOCALE E TERRITORIO DI APPARTENENZA</b>	
✓	<p><b>Creazione di occupazione e indotto a livello locale / valorizzazione del territorio</b></p> <p>Continuare a migliorare l'esito del KPI#8 che, in ottica di filiera corta ed economia "localizzata", monitora la percentuale di spending su fornitori locali (entro un raggio di 50 km dalla sede aziendale) sul totale acquisti da fornitori.</p> <p>Lavorare intensamente al miglioramento del KPI #14 che misura la percentuale di fatturato sviluppato verso clienti "purpose-driven" instaurando rapporti di partnership nella community delle Benefit Corporation e delle Società Benefit.</p>
✓	<p><b>Volontariato e impegno civile sul territorio</b></p> <p>Proseguire e ampliare l'impegno civile dell'azienda sul territorio in termini di N. convenzioni, collaborazioni, workshop, stage ospitati, partecipazione a tesi e survey, e altre iniziative di advocacy a beneficio della società civile</p>
✓	<p><b>Convenzioni con Università per ospitare stage, tirocini e tenere interventi divulgativi e di formazione</b></p> <p>Proseguire la policy di accoglienza di stage e tirocini cross-department.</p> <p>Valutare sinergie tra nuova edizione progetto TOP e Way2Academy anche tramite partnership con startup per sviluppo portali e app di gestione intership e placement a livello internazionale.</p> <p>Proseguire la formazione "Language Industry 4.0" in ISIT Altiero Spinelli e presso altre ISIT e università, in seno a STEMInTheCity e per modalità digitale, in collaborazione con Arianna Grasso per il vertical Legale, oltre che con i docenti Riediger e Galati.</p>
✓	<p><b>Altre convenzioni e partnership per lo sviluppo di stage ASL (Alternanza Scuola Lavoro)</b></p> <p>Proseguire la collaborazione con InventoInnovationLab e il suo progetto formativo "B Corp School" di per avvicinare gli studenti alle problematiche di impatto sociale e ambientale.</p> <p>Valutare la collaborazione con la CCIAA in funzione di mentoring (progetto ASL/PCTO Speed Orienta).</p>
✓	<p><b>Collaborazione con centri di ricerca e poli di eccellenza per attività di Open Innovation e R&amp;S</b></p> <p>Completare i progetti varati nel 2019 Green Translations, Language Industry 4.0, Made in B Italy e Innovation Manager.</p> <p>Proseguire e completare Way2Academy con finalizzazione DB terminologico uso NMT in partnership con AGT, e sviluppare un business model finanziariamente sostenibile.</p> <p>Ampliare la collaborazione con centri di eccellenza e innovazione (TAG, StartupItalia, ...).</p>
✓	<p><b>Advocacy per lo sviluppo e il riconoscimento del settore della Language Industry</b></p>

Riprendere la formazione uso linguisti presso la sede Way2Global nel quadro del percorso formativo Way2Academy  
Valutare intervento o contributo all'iniziativa SATT c/o IULM Milano.

✓ **Progetti, attività e iniziative in materia di gender equality, women empowerment e imprenditoria femminile**

Proseguire l'impegno in termini di role modeling e mentoring femminile, con prosecuzione campagna "Donne di classe A" e "Italia in classe A" di ENEA, sviluppo delle iniziative in seno alle Inspiring Fifty 2018 (progetto scuola e ambassador di Inclusione Donna), partecipare più attivamente al progetto STEAMiamoci di Assolombarda, contribuire con una propria testimonianza alle iniziative B Women chapter italiano, evangelizzare la filiera WLIT, e consolidare i rapporti con entourage imprenditoria innovativa/tech/startup (StartupItalia, Unstoppable Women)

✓ **Progetti, attività e iniziative sul territorio in materia di Benefit Corporation, CSR e welfare**

Proseguire nel progetto "Made in B Italy" concretizzando il roadshow a Expo Dubai in collaborazione con AssoBenefit, Nativa, Treedom.

Proseguire nel progetto "Vogliamo la plastica nel mar Mediterraneo?" di Davines secondo i 2 nuovi filoni delineati.

Proseguire nella campagna marketing #TiVoglioBenefit con selezione di altri fornitori sostenibili (banche, ICT, housekeeping)

Proseguire le partnership con CSRNative, Koinetica, Sodalitas, AsVis, Global Compact, il circuito B Corp e SB/AssoBenefit

Riprendere le fila dell'iniziativa global The B Corp Way di B Lab Europe varata a novembre 2019

Proseguire la policy di sponsorship tecnica, copertura live twitting e altre forme di comunicazione in occasione degli eventi linea con la nostra cultura aziendale (finanza d'impatto, AI, tech e innovazione, startup).

Continuare a partecipare e compilare survey, indagini o progetti di ricerca/tesi sulle Benefit Corporation.

Aderire alla campagna B Corp month 2020.

Partecipare alle B Corp call mensili.

✓ **Donazioni**

Proseguire col supporto finanziario alla Onlus Queen of Peace per adozione a distanza Olivia, a Translators Without Borders, ad ActionAid, e valutare il sostegno ad altri progetti internazionali e nazionali per i diritti fondamentali dell'uomo.

## 4.3 AMBIENTE

Way2Global svolge un'attività a basso impatto ambientale in quanto servizio dematerializzato. Siamo tuttavia consapevoli che anche al nostro rating d'impatto eco-sostenibile può schiudersi ampio spazio di miglioramento laddove si faccia ricorso a soluzioni creative e a una buona dose di innovatività e inventiva.

L'altra considerazione da cui siamo partiti a inizio 2019 per intraprendere il nostro percorso verso l'eco-sostenibilità è stato il punteggio poco lusinghiero conseguito nel BIA nell'area AMBIENTE. Tra i cinque ambiti d'interesse monitorati, l'ambiente ha infatti sortito a gennaio 2019 in seno all'audit B Lab il rating parziale più basso.

Per questo motivo nel corso del 2019 Way2Global ha lavorato molto a iniziative atte a migliorare la nostra impronta ambientale, ideando in primis il progetto **#regalatiunaforesta**, con la piantumazione del primo nucleo della nostra foresta di baobab in Kenya, confluito poi nel più articolato progetto identitario **"Green Translations - Una parola una foglia"** (<https://www.way2global.com/green-translation-traduzioni-sostenibili>).

La seconda fase del progetto, calendarizzata sull'arco del 2019, ha visto Way2Global misurare, ridurre e assorbire la sua carbon footprint, con la parallela integrazione della sostenibilità nel piano industriale e lo sviluppo di un vero e proprio business model, che coinvolgesse attivamente clienti e fornitori in una filiera 100% green.

Tra le azioni intraprese in seno a Green Translations per migliorare la nostra ecosostenibilità vi sono l'ideazione e il varo della campagna social **#TiVoglioBenefit** per la selezione di partner e fornitori etici, a km 0 e green, e la conversione in prospettiva dell'intero parco fornitori in imprese responsabili, Benefit Corporation o "purpose-driven".

Sul **fronte energetico**, nel 2019 abbiamo posto le basi per la contrattualizzazione di un nuovo fornitore (B Corp) di energia 100% rinnovabile (Wekiwi), abbiamo partecipato come testimonial alla campagna ENEA "Donne di Classe A" nel quadro dell'azione "Italia in Classe A" a favore della transizione energetica del nostro Paese, e abbiamo proseguito nelle nostre policy di efficientamento e risparmio energetico grazie agli impianti HVAC a controllo autonomo e programmazione on-off automatica, e alle luci a LED regolabili a risparmio energetico.

In termini di attivismo e **lotta alla plastica**, da novembre 2019 siamo azienda plastic-free; a settembre abbiamo co-organizzato e partecipato all'iniziativa Race4Change con altre startup e B Corp per la raccolta della plastica sul suolo pubblico in Milano a bordo di mezzi di mobilità sostenibile, e abbiamo inoltre partecipato attivamente al progetto d'impatto delle B Corp italiane contro la plastica nel Mar Mediterraneo con capofila Davines. Abbiamo inoltre aderito come portavoce all'organizzazione Fridays For Future e ai Global Climate Strike.

Nel corso del 2019 abbiamo coinvolto e sensibilizzato alla causa dell'ecosostenibilità l'intero **condominio** che ospita la nostra sede aziendale sia supportando l'adesione al progetto del Comune di Milano e dell'UE "Clever Cities" per la realizzazione di coperture verdi e piantumazione tetti e facciate, sia sollecitando l'adozione delle prassi di raccolta differenziata.

Internamente abbiamo continuato a promuovere lo **smart working**, regolamentato tramite accordo integrativo di 2° livello e già cardine della nostra flessibilità del lavoro, e abbiamo proseguito con **la digitalizzazione** delle attività di produzione e formazione continua grazie all'investimento in software e piattaforme digitali per le operations e le attività di e-learning, videoconferenze e webinar

Nel quadro del progetto Green Translations, che si è aggiudicato il bando Qualità dell'Aria della CCIAA di Milano, abbiamo integrato i parametri ESG (Environmental, Social, Governance) e quindi la Sostenibilità nei KPI del nostro piano industriale e provveduto a re-ingegnerizzare il software gestionale per integrare i KPI e le metriche di economia circolare e sostenibilità ambientale di cui sopra nel sistema IT.

Dal secondo semestre 2019 abbiamo continuato a ridurre le **trasferte aeree**, fino ad azzerarle nell'ultimo trimestre dell'anno.

Abbiamo infine introdotto nuovi criteri di **premierità specificamente basati sulla Sostenibilità** sia nei KPI del piano industriale e nel sistema ISO integrato Qualità/Sostenibilità sia nei parametri dei piani d'incentivazione uso dipendenti.

### 3.3.1 KPI area AMBIENTE

KPI #	Parametro	KPI	Dato di partenza 2018	Obiettivo 2019	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2019	Obiettivo 2020
15	Uso energie rinnovabili in ottica impatto ambientale	% uso energie rinnovabili su tot uso energia	34	40	92	37	40
16	Fornitori di beni di consumo green/B Corp/SB/sostenibili	% fornitori green/etici su N. tot fornitori	0	6	115	7	8
17	Fornitori di beni di consumo green/B Corp/SB/sostenibili	% "Green Spending" (carta, food mensa, ...) su tot spending	0	4	77	3	4



### 3.3.2 Review risultati 2019

#### AMBIENTE

##### ✓ **Energia**

La % di energie rinnovabili sul consumo totale di energia elettrica 2019 è stata pari al 37%. Il risultato è stato quindi migliorativo sul dato di partenza 2018, ma non ha centrato l'obiettivo prefissato del 40%.

E' stata quindi riprogrammata la centralina che comanda l'accensione e lo spegnimento automatico delle unità interne dell'impianto HVCA sia d'inverno sia d'estate circoscrivendo le ore di presidio degli uffici in modo da ridurre ulteriormente i consumi energetici.

A fine 2019 si è preso contatto con un nuovo fornitore di energia elettrica, la B Corp Wekiwi, e sono state poste le basi per la contrattualizzazione di una fornitura a base di fonti 100% rinnovabili.

Sul fronte energetico abbiamo inoltre partecipato come testimonial alla campagna ENEA "Donne di Classe A" nel quadro dell'azione "Italia in Classe A" a favore della transizione energetica del nostro Paese

##### ✓ **Fornitori green**

Grazie anche al varo della campagna #TiVoglioBenefit, la % di fornitori green (ecosostenibili, Benefit Corporation o "impact-driven") sul # totale fornitori nel 2019 è stata pari al 7%, centrando e superando l'obiettivo prefissato del 6%. Il risultato conseguito si ritiene apprezzabile, poiché si partiva da un dato iniziale 2018 di poco superiore allo zero.

##### ✓ **Green Spending su approvvigionamenti/forniture**

La percentuale di spending su fornitori green/ecosostenibili/Benefit Corporation è stata nel 2019 pari al 3% della spesa totale, mancando di un solo punto percentuale l'obiettivo prefissato.

##### ✓ **Misurazione e riduzione della nostra carbon footprint**

Il progetto #regalatiunaforesta ideato e sviluppato a Natale 2018 ci ha consentito di cominciare a misurare e monitorare la nostra carbon-footprint, e di ridurre il nostro impatto negativo sull'ambiente con la piantumazione di un nucleo originario di 200 alberi in Kenia.

Nel corso del 2019 l'iniziativa è evoluta e ha scalato in direzione del progetto identitario "Green Translations - Una parola una foglia", che è riuscito ad aggiudicarsi il bando Qualità dell'Aria della CCIAA di Milano, con il suo concept innovativo di misurare l'impronta ambientale del servizio erogato, e programmarne una drastica e progressiva riduzione fino all'azzeramento (carbon neutrality) e all'ingresso in zona crediti di ossigeno, con il coinvolgimento e la sensibilizzazione di tutta la filiera.

##### ✓ **Lotta alla plastica**

A settembre abbiamo co-organizzato e partecipato all'iniziativa Race4Change con altre startup e B Corp per la raccolta della plastica sul suolo pubblico in Milano a bordo di mezzi di mobilità sostenibile, e abbiamo inoltre partecipato attivamente al progetto d'impatto delle B Corp italiane contro la plastica nel Mar Mediterraneo con capofila Davines.

Da novembre 2019 siamo orgogliosamente azienda plastic-free.

A dicembre 2019 sono state donate a tutto il personale borracce in vetro personalizzate per sostituire le bottigliette d'acqua in plastica.

✓ **Logistica, mezzi di trasporto e trasferte aeree**

L'intensivo ricorso allo smart working come elemento fondante e strutturale della nostra organizzazione flessibile del lavoro ha consentito di contenere la mobilità sul territorio e di ridurre quindi l'impatto negativo sull'ambiente altrimenti connesso al pendolarismo dei lavoratori.

Nel 2019 è stata adottata una nuova policy di incentivazione uso mezzi pubblici per una mobilità più sostenibile lato lavoratori, con il sovvenzionamento da parte dell'azienda di abbonamenti ad ATM/Trenord e simili.

Nella stessa direzione si è orientata la sistematica digitalizzazione di operations e attività di formazione, con l'investimento in ecosistemi digitali, piattaforme operative e di e-learning nel quadro della cultura aziendale Language Industry 4.0.

Dal secondo semestre 2019 abbiamo continuato a ridurre le trasferte aeree, fino ad azzerarle nell'ultimo trimestre dell'anno.

✓ **Altri progetti, attività e iniziative green**

Nel corso del 2019 abbiamo aderito come portavoce all'organizzazione Fridays For Future e ai Global Climate Strike.

E a fine anno abbiamo coinvolto e sensibilizzato alla causa dell'ecosostenibilità l'intero **condominio** che ospita la nostra sede aziendale sia supportando l'adesione al progetto del Comune di Milano e dell'UE "Clever Cities" per la realizzazione di coperture verdi e piantumazione tetti e facciate, sia sollecitando l'adozione delle prassi di raccolta differenziata.

### 3.3.3 Impegni/Obiettivi 2020

#### AMBIENTE

✓ **Energia**

Come obiettivo per il prossimo anno si pone la percentuale di energie rinnovabili necessaria per l'approvvigionamento di energia elettrica a una quota pari ad almeno il 40%.

Nell'anno a venire si prevede entrerà a regime il contratto col fornitore di energia elettrica Wekiwi per una fornitura a base di fonti 100% rinnovabili.

In seguito alla migrazione 100% delle risorse di rete aziendali sul cloud, valuteremo l'introduzione di una policy per lo spegnimento notturno dei PC.

✓ **Fornitori green**

Grazie anche alla campagna #TiVoglioBenefit, per il 2020 si stabilisce un obiettivo dell'8% in termini di quota fornitori green (ecosostenibili, Benefit Corporation o "impact-driven") sul numero totale dei fornitori.

✓ **Green Spending su approvvigionamenti/forniture**

Per il 2020 si riconferma invariato sul 4% l'obiettivo (mancato di un solo punto percentuale nel 2019) relativo alla percentuale di spending per fornitori green/ecosostenibili/Benefit Corporation sul totale spending.

✓ **Misurazione e riduzione della nostra carbon footprint**

Nel 2020 si prevede di completare il progetto Green Translations, con l'azzeramento della nostra impronta carbonica, l'ingresso nel mercato dei crediti di ossigeno, e il coinvolgimento di clienti e fornitori in una filiera 100% green.

Si prevede di introdurre nel piano industriale un nuovo KPI di misura dell'impronta carbonica aziendale e d'individuare una metrica più strutturata e scientifica da adottare e cui conformarsi (Certificazione ISO 14064, SW tool Eco-Design dell'Università St. Anna di Pisa/team di ricerca di Fabio Iraldo, ...).

✓ **Lotta alla plastica**

Anche per l'anno a venire si intende proseguire con la partecipazione al progetto d'impatto delle B Corp italiane contro la plastica nel Mar Mediterraneo avente come capofila Davines.

✓ **Logistica, mezzi di trasporto e trasferte aeree**

Obiettivo 2020 sarà il consolidamento delle buone prassi di smart working e sistematica digitalizzazione di tutti i processi e le funzioni aziendali (DTP, Contabilità, Front-Office) nel quadro del progetto identitario d'innovazione tecnologica Language Industry 4.0.

Anche per il 2020 terremo monitorate le trasferte aeree, con l'intenzione di ridurle al minimo indispensabile in quanto principale fonte di produzione CO2 di Way2Global ("flight shame").

Per proseguire con l'ulteriore svecchiamento della flotta aziendale a favore di vetture elettriche o meno impattanti sull'ambiente, si intende valutare la partecipazione al bando Innova Veicoli, e/o valutare l'opportunità di sottoporre le vetture più inquinanti a retrofit elettrico (MobilityRevolution.org).

Si intende proseguire nell'attuazione della policy di incentivazione dell'uso di mezzi pubblici (sovvenzione abbonamenti ATM/Trenord, etc.) a beneficio dei dipendenti, così come introdurre iniziative di car pooling aziendale e mobilità sostenibile.

✓ **Altri progetti, attività e iniziative green**

Nel corso del 2020 proseguiremo nel nostro attivismo come portavoce dell'organizzazione Fridays For Future con adesione ai Global Climate Strike e alla nuova formula dei Shoe Strike.

Proseguiremo nell'opera di coinvolgimento e sensibilizzazione alla causa dell'ecosostenibilità del nostro condominio e sul territorio.

Nel quadro dell'ulteriore sviluppo del progetto #TiVoglioBenefit, valuteremo l'ampliamento del parco fornitori eco-sostenibili (es. vending machine, istituti bancari, ...)

Valuteremo l'adozione di procedure di monitoraggio e misura della quantità di acqua utilizzata al fine di ridurre gli sprechi.

Così come l'investimento in un erogatore di acqua potabile per riempire le borracce personalizzate già distribuite al personale nel 2019.

Intendiamo infine consolidare e accentuare le caratteristiche di circolarità delle nostre buone prassi green (economia circolare) con l'ulteriore dematerializzazione di processo (digitalizzazione archivio cartaceo in partnership con la B Corp eWitness Italia), il riutilizzo di PC e devices obsoleti ma funzionanti per donare loro una seconda vita e ridurre i materiali di scarto e i rifiuti, le policy di approvvigionamento e recruitment a filiera corta e localizzata, etc. - in collaborazione con le Camere di Commercio e l'Università St. Anna di Pisa.

## 4.4 MERCATO/ALTRI STAKEHOLDER (CLIENTI E FORNITORI)

In linea con la sua cultura d'impresa ("avere un'idea e trasformarla in valore per il mondo"), Way2Global opera sul mercato attraverso la sua *Transformative Unique Proposition* che attinge e raccorda i suoi mondi di appartenenza: Benefit Corporation, startup innovative, Language Industry, e nuovi paradigmi "femminili" di Caring Economy.

L'azienda attua strategie e azioni volte a valorizzare relazioni professionali, di qualità e durevoli con clienti, fornitori e partner commerciali andando ben oltre le norme di riferimento con l'applicazione di metriche e parametri che includono, a titolo puramente esemplificativo, la qualità e la tracciabilità del servizio offerto, l'inclusione di clienti e fornitori nella co-progettazione e nel miglioramento del servizio, l'applicazione di criteri contrattuali trasparenti ed equi, e l'impegno a sviluppare e migliorare le conoscenze e le abilità comunicative, produttive, teoriche e metodologiche dei propri collaboratori al fine di migliorare le rispettive prestazioni e soddisfazione professionale.

I KPI afferenti l'area Clienti riguardano in primo luogo la determinazione della soddisfazione dei clienti (KPI reclami, KPI acknowledgement) e l'analisi della visibilità e della reputazione corporate attraverso il monitoraggio e le metriche del marketing digitale (impression dei post sui social, visite sito corporate, N. lead e prospect).

Dal 2019 abbiamo introdotto nel piano industriale due nuovi KPI di sostenibilità che misurano rispettivamente la reach e la redemption reputazionale, ossia i corrispettivi dei KPI #19 e 21 in chiave di acquisizione lead e prospect Benefit, per spingere ulteriormente in direzione di una maggiore interdipendenza in ambito di mondo B.

Per valorizzare qualità, tracciabilità e sostenibilità del servizio offerto ai clienti, Way2Global ha acquisito a gennaio la **Certificazione B Corp** che attesta la sua conformità alle più rigorose metriche di impatto sociale e ambientale a livello internazionale, e a marzo la **terza certificazione ISO (18587:2017)**, che attesta la qualità del servizio PEMT (post-editing su machine translation), ormai irrinunciabile nella gamma di offerta di un LSP moderno e orientato al cliente.

Nella sua visione di interdipendenza e associazionismo che crea valore, Way2Global si relaziona sul mercato anche con le associazioni dei consumatori. A luglio l'azienda si è registrata volontariamente sulla piattaforma **EyeOnBuy di NEXT**, "Nuova Economia per Tutti", associazione di organizzazioni, imprese e consumatori per la promozione di un modello economico focalizzato sul rispetto di persone e ambiente, per una fattiva collaborazione tra consumatori consapevoli e aziende responsabili - con compilazione questionario di autovalutazione partecipata del proprio modello di business in termini di sostenibilità.

In termini di sensibilizzazione dei clienti/consumatori all'acquisto responsabile, come Società Benefit certificata B Corp, Way2Global crede nel business come forza per il bene e nell'idea che l'ordinario scopo di lucro di un'azienda debba coniugarsi con l'impegno etico a costruire un futuro sostenibile per il nostro pianeta e per la società in cui viviamo. Per questo motivo è orgogliosa firmataria dell'appello lanciato dalle maggiori B Corp italiane a settembre, in seguito alla dichiarazione della Business Roundtable statunitense, sui maggiori quotidiani italiani con la campagna "**Mettiamoci al lavoro**" rivolta a tutte le aziende del nostro Paese affinché aderiscano a questo innovativo business model sostenibile.

Nella stessa direzione si orienta l'analoga iniziativa internazionale ("**CEO Call to Action**") promossa da **Fondazione Sodalitas** e rivolta alle istituzioni europee cui Laura Gori ha aderito nel mese di ottobre 2019 nella sua veste di CEO di Way2Global.

Sensibilizzazione, coinvolgimento e ingaggio di clienti e partner in materia di impatto sociale e ambientale costituiscono i cardini della nostra cultura aziendale e della nostra mission, e sono ancorati come tali in Statuto, oltre che alla base dei nostri progetti identitari Green Translations e Language Industry 4.0.

A marzo 2019 abbiamo compilato il **questionario di autovalutazione in materia di Innovazione Responsabile** su richiesta di **Innovhub SSI** nel quadro del **progetto Rosie**, con un posizionamento definito dai promotori dell'iniziativa "nettamente sopra la media delle altre aziende."

Così come da marzo 2019 siamo censiti nella **mappa della sostenibilità di CSRNatives**, network di 250 universitari e neolaureati appassionati di sostenibilità, che intende fornire una "fotografia" delle imprese responsabili in Italia con l'obiettivo di mappare le aziende impegnate in percorsi di sostenibilità per conciliare profitto e impegno socio-ambientale.

### 3.4.1 KPI area MERCATO / ALTRI STAKEHOLDER (CLIENTI E FORNITORI)

KPI #	Parametro	KPI	Dato di partenza 2018	Obiettivo 2019	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2019	Obiettivo 2020
3	SODDISFAZIONE CLIENTE	% RECLAMI SU TOTALE COMMESSE/ANNO	0,33	0,3	133	0,4	0,3
4	SODDISFAZIONE CLIENTE	% ACKNOWLEDGMENT CLIENTI SU TOT. COMMESSE GESTITE	0,63	0,7	111	0,78	0,8
17	BRANDING	N. visualizzazioni post su social	412.313	453.544	167	758.423	500.000
18	BRANDING	N. visualizzazioni sito corporate	3.483	6.966	159	11.076	22.152
19	REACH	N. LEAD	1.934	2.514	119	2.992	3.550
20	REACH REPUTAZ	N. LEAD BENEFIT	n/a	n/a	n/a	36	40
21	REDEMPTION	% LEAD convertiti in PROSPECT	1	2	97	2	2
22	REDEMPTION REPUTAZ	% LEAD Benefit convertiti in PROSPECT	n/a	n/a	n/a	0,13	4
13G	Educazione fornitori	N. comunicazioni pluricanale (mail, workshop, post&visualizzazioni, ...) a fornitori per educarli alla sostenibilità	10	12	2036092	244.331	250.000
18G	Rating globale di certificazione B Corp	Punteggio globale scaturito da audit triennale	87	91	174	157,7	184

### 3.4.2 Review risultati 2019

#### MERCATO / CLIENTI E FORNITORI

##### ✓ Relazioni professionali, di qualità e durevoli con i CLIENTI

I risultati 2019 forniti dai KPI #3 e 4, che misurano la percentuale rispettivamente di reclami e di acknowledgment sul totale commesse gestite nel corso dell'esercizio esprimono la soddisfazione del cliente in ordine al servizio Way2Global.

I KPI #17-22 esprimono invece la reputazione dell'azienda, anche in ordine alle nostre modalità e ai nostri contenuti comunicativi.

La consistente parte di comunicazione condotta in chiave Benefit, che esprime l'anima di Società Benefit certificata B Corp di Way2Global, ha trovato nel 2019 profonda risonanza in una clientela cross-sector sempre più sensibile e sintonizzata su un sistema valoriale sostenibile.

Una rapida "googlata" sul web con la chiave di ricerca "Way2Global" consente di ricavare una vista d'insieme significativa e immediata della consistenza, della portata e del tenore delle occorrenze individuate.

##### ✓ Relazioni professionali, di qualità e durevoli con FORNITORI e COLLABORATORI

Il KPI #13G misura il N. di comunicazioni multicanale (mail, workshop, post e visualizzazioni sui social network) messe in campo dall'azienda per educare collaboratori e fornitori in tema di Sostenibilità.

I risultati 2019 sono straordinari, così come straordinari sono stati esiti e numeri della "guerrilla marketing" promossa da Way2Global sull'arco dell'intero anno con la potenza di fuoco della sua comunicazione e degli eventi organizzati e/o attivamente partecipati in funzione di advocacy e testimonianza a favore del mondo delle Benefit Corporation e della Sostenibilità.

Esempi: DEM di Natale con CTA collaboratori a condividere le buone prassi di economia circolare e sostenibilità aziendale, iniziativa Benefit Women @Giornata AssoBenefit di Firenze, comunicazioni su COP25, Net Zero 2030, Made in B Italy, Green Translations, Donne di Classe A e campagna ENEA "Italia in Classe A", Salone CSR e IS, adesione a progetto B Corp School, progetto d'impatto B Corp 2019 (plastica nel Mar Mediterraneo), comunicazione ed evento AsVis Festival Sviluppo Sostenibile, post su GammaDonna, STEMInTheCity, FFF, B Corp Summit, campagne #TiVoglioBenefit, B Corp Month, premi Parità Virtuosa, Best for the World Honoree Governance, Premio HR & Digitale, Le Fonti, etc.

Anche ai contractor (traduttori e linguisti storici) viene assicurata la fornitura di una ricca serie di benefit quali la formazione gratuita, il co-finanziamento di corsi di specializzazione esterni o di aggiornamenti SW, etc.

Anche ai contractor frequentanti gli uffici viene offerta la possibilità di frequentare gratuitamente in orari lavorativi il palinsesto dei corsi e delle discipline sportive condotte nella sala fitness interna.

##### ✓ Rating B Corp (BIA)

Il KPI#18G definisce il rating aziendale in termini di Certificazione B Corp così come scaturito dalla misurazione con il BIA.



Il rating di 157,7 conseguito al 31/12/2019 in regime di autovalutazione con la nuova versione del tool online evidenzia una straordinaria performance rispetto all'86,6 originario conseguito in sede di prima certificazione a gennaio 2019.

✓ **Relazioni professionali, di qualità e durevoli con PARTNER COMMERCIALI**

A tutti gli eventi o le iniziative condotte in collaborazione con altri partner fanno seguito incontri periodici e raccolta feedback per valutare e rilevare opportunità di miglioramento e/o di ampliamento della collaborazione (es. SingularityU con upselling dal solo Summit Italiano a includere quello spagnolo).

La collaborazione con i circuiti Unioncamere, cui fanno capo le Camere di Commercio italiane, e Assocamerestero, cui fanno capo le Camere di Commercio Italiane all'estero (Los Angeles, NYC, Londra, Dubai), consente a Way2Global di diffondere e promuovere come ambassador il suo business model sostenibile in tutti i paesi del mondo.

✓ **Qualità e tracciabilità del servizio offerto**

Il servizio Way2Global è conforme alle rigorose clausole delle 3 certificazioni ISO (ISO EN 9001:2015, ISO17100:2015 e UNI ISO 18587:2017) sulla qualità e tracciabilità del servizio. L'audit annuale di ri-certificazione è stato superato con esito ottimo in data 11-12/03/2020.

La % di reclami (0,4%) e la % di acknowledgement (0,78%) sul totale commesse gestite nell'esercizio 2019 sono confortanti indici di soddisfazione dei clienti rispetto al servizio ricevuto.

✓ **Inclusione di clienti e fornitori nella progettazione e nel miglioramento del servizio**

I clienti vengono inclusi nella "co-progettazione" del servizio con raccolta di suggerimenti e indicazioni in sede di dialogo serrato e interazione con il team Sales e Marketing – soprattutto in caso di servizi atipici e/o innovativi (es. brainstorming con il cliente SingularityU propedeutico alla fornitura del servizio di interpretariato in oversound, servizio di re-speaking in lingua c/o Borsa Italiana in occasione di eventi del settore finanziario, interpretariati a distanza RSI co-progettati per l'internazionalizzazione dei CdA di Mediobanca, etc.).

✓ **Applicazione di criteri contrattuali trasparenti e collaborativi**

La contrattualizzazione di contractor e clienti avviene nel rispetto dei regolamenti e della contrattualistica delle associazioni di categoria.

✓ **Applicazione di termini di pagamento equi**

I traduttori Network (contractor/liberi professionisti fidelizzati) sono contrattualizzati storicamente con termini di pagamento "a vista" su emissione fattura.

✓ **Sviluppo e miglioramento di conoscenze e abilità comunicative, produttive, disciplinari, teoriche e metodologiche dei collaboratori**

Nel 2019 è stato attuato il Piano di LifeLong Learning aziendale a uso di tutti i reparti atto a consolidare soft e hard skill in funzione delle carenze individuali riscontrate e tracciate nel registro delle abilità (RAB).

### 3.4.3 Impegni/Obiettivi 2020

#### MERCATO / CLIENTI E FORNITORI

✓ **Relazioni professionali, di qualità e durevoli con i CLIENTI**

Per il 2020 si intende migliorare i risultati dei KPI #3 e 4, che misurano la percentuale rispettivamente di reclami e di acknowledgment sul totale commesse gestite nel corso dell'esercizio, rispettivamente riducendo la prima a 0,30% e incrementando la seconda a 0,80%.

La previsione migliorativa dei KPI #17-22 che esprimono invece la reputazione dell'azienda è quella riportata nel riepilogo sinottico in tabella. L'unico dato previsionale in controtendenza del KPI#17 (visualizzazioni post sui social) si legittima con l'intento di privilegiare l'aspetto qualitativo e contenutistico su quello quantitativo di # post.

✓ **Relazioni professionali, di qualità e durevoli con FORNITORI e COLLABORATORI**

Oltre al target previsionale di miglioramento espresso dal KPI #13G che misura il N. di comunicazioni multicanale messe in atto dall'azienda per educare collaboratori e fornitori in tema di Sostenibilità, anche per l'anno 2020 si intende proseguire le azioni di comunicazione e l'attivismo in funzione di advocacy a favore del mondo delle Benefit Corporation e della Sostenibilità.

Si prevede di risomministrare a collaboratori e contractor i questionari d'indagine sulle preferenze in ordine alla fornitura della gamma di benefit aziendali (formazione gratuita, co-finanziamento di corsi di specializzazione esterni e aggiornamenti SW, attività in sala fitness interna, etc.)

✓ **Rating B Corp (BIA)**

La straordinaria performance 2019 del KPI#18G indice del rating aziendale in ordine alla Certificazione B Corp scaturito dalla misurazione col BIA si prevede potrà essere con non poca fatica ulteriormente migliorato sull'esercizio 2020, in vista della ri-certificazione schedulata per gennaio 2022.

✓ **Relazioni professionali, di qualità e durevoli con PARTNER COMMERCIALI**

Oltre a mantenere e coltivare le collaborazioni e partnership storiche sul territorio nazionale ed estero, si intende nel 2020 stringere e consolidare ulteriori alleanze sia nel settore di appartenenza, sia sui mercati di riferimento, ma soprattutto in seno al mondo Benefit.

✓ **Qualità e tracciabilità del servizio offerto**

Nel 2020 si valuterà se arricchire con una quarta norma ISO a sfondo ambientale (14064) il palmares delle 3 attuali certificazioni ISO (ISO EN 9001:2015, ISO17100:2015 e UNI ISO 18587:2017).

✓ **Applicazione di criteri contrattuali trasparenti e collaborativi**

Per la contrattualizzazione di contractor e clienti si continuerà a fare riferimento ai regolamenti, alle prassi e alla contrattualistica diffusa dalle associazioni di categoria.

✓ **Applicazione di termini di pagamento equi**

Ai traduttori fidelizzati continueranno a essere garantiti termini di pagamento privilegiati (a vista), con prospettiva a tendere di equiparazione rispetto al parco collaboratori nel suo complesso.

- ✓ **Sviluppo e miglioramento di conoscenze e abilità comunicative, produttive, disciplinari, teoriche e metodologiche dei collaboratori**  
Anche per il 2020 verranno proseguite le iniziative del Piano di LifeLong Learning aziendale a uso di tutti i reparti per consolidare soft e hard skill in funzione delle carenze individuali riscontrate e tracciate nel registro delle abilità (RAB).

## 5. Conclusioni

Considerando le 5 aree di interesse prese in esame ai fini della stesura della presente Relazione (“Governano d’impresa”, “Risorse umane”, “Società civile, comunità locale e territorio di appartenenza”, “Ambiente” e “Mercato/Altri stakeholder”), la valutazione ex-post dell’attività e dei risultati conseguiti nell’esercizio 2019 si considera di estrema soddisfazione.

L’impatto positivo generato da Way2Global si è espresso nel 2019 attraverso l’attuazione dei punti critici di cui all’Articolo 4 dello Statuto sociale vigente per le finalità di beneficio comune.

Sebbene Way2Global sia ancora a tutti gli effetti una startup impegnata a scalare e il 2019 sia stato un esercizio di sostanziale assestamento, denso di travagli e criticità che non hanno consentito di dispiegare appieno il proprio potenziale d’impatto positivo, l’Azienda si ritiene soddisfatta in ordine al conseguimento degli apprezzabili risultati che hanno fatto riscontro agli ambiziosi obiettivi previsti nel vigente Statuto sociale.

Il Legale Rappresentante e Responsabile d’Impatto

Way2Global S.r.l. SB



Laura Anna Gori

Io sottoscritta LAURA ANNA GORI - C.F.: GROLNN65H57F205N, Amministratore della Società WAY2GLOBAL S.R.L. S.B. - C.F.: 10013290969 consapevole delle responsabilità penali previste in caso di falsa dichiarazione,

### ATTESTO

ai sensi dell'art. 47 del DPR 445/2000, la corrispondenza delle copie dei documenti allegati alla presente pratica ai documenti conservati agli atti della Società.

"Imposta di bollo assolta in modo virtuale tramite la Camera di Commercio, di MI: aut. n. 108375 del 28.07.2017 A.E. Dir. Reg. Lombardia"



**ISO 9001:2015**  
Registrazione No. 0915443-01  
**ISO 17100:2015**  
Registrazione No. 1616192-01  
**ISO 18587:2017**  
Registrazione No. 1916461-00

#### Way2Global S.r.l. SB

Via Padre R. Giuliani 10/A,  
20125 Milano

E-mail: [info@way2global.com](mailto:info@way2global.com)  
[www.way2global.com](http://www.way2global.com)

PEC: [way2global@pec.it](mailto:way2global@pec.it)  
Registro Imprese di Milano  
CF e P.IVA: 10013290969  
R.E.A. di Milano n. 2127953  
Capitale sociale: EUR 13.000,00 i.V

