



Traduzioni che uniscono

Bilancio Integrato 2021



“

È legge dell'universo
che non si può far
la nostra felicità senza
far quella degli altri.

Antonio Genovesi, 1765

Sommario

1	TRADUZIONI CHE UNISCONO	3	7	LA VALUTAZIONE D'IMPATTO	31
	Highlight 2021	3		Se non lo misuri non esiste	31
2	LETTERA AGLI STAKEHOLDER	4		B Impact Assessment	31
3	NOTA METODOLOGICA	5		SDG Action Manager	32
4	L'AZIENDA	6		EyeOnBuy- NexT	32
	Società Benefit cambiamo il paradigma	7		Welfare Index PMI	33
	Il nostro Senso, il nostro Come e il nostro Perché	8		SABI	34
	La nostra Storia	9		Il nostro Piano di Miglioramento	35
	Le nostre conferme	10		Governance – Risultati e Obiettivi	35
	Il Governo societario	11		Collaboratori – Risultati e Obiettivi	39
5	LA MATERIALITÀ			Comunità – Risultati e Obiettivi	42
	Stakeholder engagement	17		Ambiente – Risultati e Obiettivi	44
	I sei capitali	22		Clienti – Risultati e Obiettivi	46
	I temi materiali	26	8	RISCHI E OPPORTUNITÀ	48
	La matrice di materialità	27	9	PROSPETTIVE	51
6	UN BUSINESS MODEL CHE CREA VALORE	28	10	SINTESI DEI DATI DI BILANCIO	53
	Green Translations	29	11	APPENDICE	
	Language Industry 4.0	29		Glossario	56
	Way2Academy	30		Sitografia	57
	Made in B Italy	30		Tabella di riconciliazione GRI - SABI - DNF Way2Global	58

1. TRADUZIONI CHE UNISCONO

Il secondo anno della pandemia che ha resettato il mondo si chiude per Way2Global con **risultati sorprendenti**.

Gli Highlight 2021 testimoniano come la nostra rinascita sostenibile sia stata non solo **volano di crescita**, ma anche avamposto di futuro, capace di precorrere quella nuova concezione di governance d'impresa a vocazione sociale ormai indifferibile per qualunque azienda che ambisca ad essere **agente di cambiamento**.

Come Società Benefit (ri)nata nel 2017 e poi certificata B Corp, lavoriamo ogni giorno per un nuovo modello di sviluppo economico sostenibile incentrato sul ruolo di responsabilità civile delle aziende.

Per questo non avremmo potuto vivere con maggiore trepidazione il nuovo corso delle politiche industriali UE nel segno del Green New Deal, del Regolamento sulla Tassonomia, degli ESG e dell'Impact Investing.

Ma il 2021 è stato anche un (altro) anno difficile, altalenante e incerto, con l'attesa e la campagna dei vaccini, la falsa ripartenza del sistema produttivo, e la doccia fredda della variante Omicron – per poi esordire nel 2022 con il dramma della guerra in Ucraina.

Con le nostre **“traduzioni che uniscono”** e il nostro piano industriale costruito sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals, SDG) dell'Agenda 2030, in Way2Global abbiamo continuato a mettere la nostra attività al servizio del dialogo, della comprensione e del bene comune per creare senso, prosperità e valore condiviso, auspicando un'economia più equa, inclusiva e sostenibile.

Il miracolo di resilienza trasformativa già messo a segno sul 2020 si è così replicato ancor più evidente sul 2021, a testimoniare che fare impresa “alla Benefit maniera”, con la Sostenibilità integrata nel core business, fa bene al mondo oltre che alla crescita aziendale.

HIGHLIGHT 2021

CAPITALE RELAZIONALE

374 ↑

clienti soddisfatti

102 ↑

partnership istituzionali

36 ↑

partnership con Benefit Corporation



CAPITALE INTELLETTUALE

100% ↑

ore smart working

30% ↑

capitale detenuto da dipendenti

88% ↑

redemption offerte



CAPITALE PRODUTTIVO

+25% ↑

Ricavi

98% ↑

On-Time Delivery

+100% ↑

visite sito corporate



CAPITALE UMANO

88% ↑

organico femminile

86% ↑

assunzioni donne under 30

410 ↑

ore formazione pro capite



CAPITALE NATURALE

-200% ↓

emissioni GHG

-28% ↓

consumo energetico

100% ↑

energia da fonti rinnovabili



CAPITALE FINANZIARIO

+84% ↑

EBIT

+56% ↑

Patrimonio netto

+114% ↑

Disponibilità liquide



2. LETTERA AGLI STAKEHOLDER



Cari Lettori,

Commentare un esercizio complesso e incongruente come il 2021 credo sia occasione unica, che mai in futuro si ripresenterà.

Nonostante il secondo anno di pandemia, la lieve flessione del 2020 e un esordio 2021 davvero sottotono, l'esplosione di fatturato a partire da marzo e la migliore semestrale di sempre ci hanno catapultato a dicembre ad archiviare quella che sembrava una mission impossible: un insperato

balzo dei ricavi +25% e il conseguimento di tutti gli obiettivi commerciali, marketing, di produzione, ma anche e soprattutto d'impatto sociale e ambientale.

Ri-focalizzare senza tregua attività e strategie in funzione del mutevole scenario globale, continuare a investire in innovazione tecnologica e sociale, e consolidare con coraggio e determinazione la nostra governance di Benefit Corporation è stata la chiave per trasformare la crisi in nuova occasione di crescita.

L'unico filo rosso di continuità col passato è stata la necessità di attuare **cambiamenti drastici e continui**, e riconfigurare più volte processi, struttura organizzativa, team, servizi, e persino modello di business.

Abbiamo accusato il colpo della coda lunga delle Grandi Dimissioni con due defezioni importanti nel Management, e il pronto inserimento di un vivaio di 7 nuove risorse junior che, con uno sforzo corale di formazione fuori dall'ordinario, ci hanno consentito di oltrepassare target 2021 già parecchio ambiziosi.

Abbiamo continuato a tenere in sicurezza le persone riconfermando la scelta collettiva dello smart working integrale e l'ideazione di innovative policy di organizzazione flessibile del lavoro (South Working, slow working).

Abbiamo tenuto al centro delle nostre strategie di sviluppo le persone e il dialogo nel segno di una governance partecipata, dove l'azienda diventa generatrice di valore collettivo e frutto di co-progettazione.

E col nostro portato culturale di startup femminile, abbiamo proseguito nell'impegno di costruire una **nuova leadership gentile** tracciando la nuova frontiera del welfare e dell'innovazione sociale con misure pionieristiche come la parificazione dei congedi parentali oltre le differenze di genere e la costruzione di carriere a beneficio delle donne lavoratrici.

Non ultimo, col progetto ambientale Green Translations ci siamo regalati per Natale la validazione della nostra neutralità carbonica con 30 anni di anticipo sui target dell'UE, e, ancora oltre, lo status di **azienda Climate Positive**.



Con le nostre traduzioni che uniscono e che si prendono cura del Pianeta, già orgogliosi partecipanti all'iniziativa Global Compact delle Nazioni Unite (UNGC), abbiamo contribuito a facilitare le grandi transizioni oggetto del Next Generation EU e del PNRR: quella ecologica, già citata, ma anche quella digitale, con la nostra Way2Academy per l'upskill e il reskill di donne e giovani, e la grande sfida del gender mainstreaming.

Con un'attività che per sua natura ci colloca spesso al crocevia dei grandi accadimenti dello scenario geopolitico internazionale, ci siamo messi al servizio dei diritti umani e delle grandi cause di cittadinanza attiva che più ci stanno a cuore: empowerment femminile e giovanile.

Così abbiamo avuto l'onore di partecipare al **W20** (Women20), gruppo d'ingaggio femminile che ha finalizzato le istanze di parità di genere per il G20, abbiamo tradotto e promosso il libro **100 Donne per tutte** contro la violenza di genere, abbiamo sostenuto il progetto **Caschi Rosa** per le profughe afgane in seguito alla presa di potere talebana, e abbiamo preso parte alla campagna di comunicazione delle B Corp italiane **Unlock The Change** per la diffusione del concetto di sviluppo sostenibile. Non ultimo, abbiamo lavorato come ambassador del progetto **Le Città delle Donne** alle attività che ci hanno portato a marzo 2022 a consegnare la **Carta di Dubai** e il nostro libro Made in B Italy a **EXPO Dubai** per promuovere il modello delle Società Benefit come leva di empowerment e imprenditoria femminile.

Le nostre traduzioni si prendono cura del Pianeta, facilitano le grandi transizioni sostenibili, e generano valore e prosperità inclusiva.

Nel nostro ruolo di agenti del cambiamento siamo orgogliosi di continuare a sperimentare e codificare prassi, policy e modelli di business sostenibili riconosciuti come eccellenze d'innovazione in Italia e all'estero. Lo scopo è testimoniare come ogni azienda, per quanto piccola, possa provare a dare più di quanto riceve, ricongiungere etica ed economia, cambiare la mappa di ricognizione della realtà, e contribuire a scrivere la Storia e un futuro di speranza.

Gori Laura Anna - CEO Way2Global

3. NOTA METODOLOGICA

Il presente documento rendiconta l'esercizio 2021 di Way2Global, che coincide con l'anno solare, e fa seguito alla prima edizione del nostro Bilancio Integrato, redatto sul 2020 a titolo volontaristico ben oltre gli obblighi di legge al fine di contribuire a diffondere la cultura della sostenibilità anche per il tramite della rendicontazione non finanziaria.

In continuità con l'esercizio precedente, il documento si rifà ai criteri dell'<IR> **Framework** Edizione 2021 di IIRC (International Integrated Reporting Council)¹, mentre per la rendicontazione afferente la dimensione di gestione aziendale sociale e ambientale, si ispira in parte anche allo **Standard GBS 2013**² e ai **GRI Sustainability Reporting Standards**³.

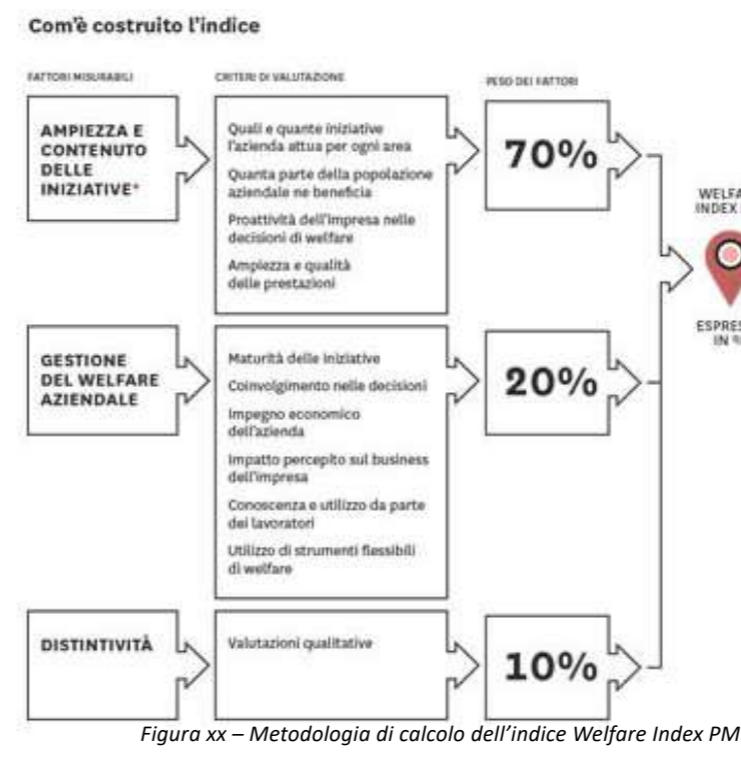
Il lavoro sulla materialità prende le mosse dalla mappatura degli **stakeholder**, per definire i temi materiali e finalizzare la matrice di materialità attraverso un confronto e un dialogo continuo tra le funzioni aziendali, da una parte, e le singole categorie di stakeholder, dall'altra.

L'ingaggio dei vari gruppi di stakeholder viene promosso in Way2Global attraverso gli strumenti e i canali di comunicazione più affini a ciascuna categoria: mail e DEM, questionari e survey, (video)call, riunioni in presenza e/o online, media, social network, sito web, blog corporate, attività di advocacy, lobbying e gruppi di pressione, interventi, attività convegnistica, progetti condivisi, partnership, iniziative multi-stakeholder, sviluppo di piattaforme collaborative.

In continuità con gli ultimi 4 esercizi, **la valutazione d'impatto** integrata per il secondo anno nel presente documento fa riferimento ai KPI aziendali e al **B Impact Assessment (BIA)**⁴ dell'ente non-profit B Lab, oltre che, in misura minore e a titolo integrativo-comparativo, alle seguenti metriche:

- **SDG Action Manager**⁵ basato sui 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU, messo a punto da UNGC e B Lab;
- la matrice di autovalutazione **EyeOnBuy**⁶ di **NeXt (Nuova Economia per Tutti)**⁷ - che riconduce i comportamenti aziendali agli SDG dell'ONU e ai 12 domini del **BES (Indice del Benessere Equo e Sostenibile)**⁸;
- il Framework **La Buona Impresa** di Fondazione Buon Lavoro, PwC e Goodpoint, e lo strumento di autovalutazione **SABI** basato sui **GRI**⁹;
- la matrice della **SEC (Scuola di Economia Civile)**¹⁰ per i termini, i domini di valore e gli indicatori dell'Economia Civile;

- l'Indice di valutazione del welfare aziendale di **Welfare Index PMI**¹¹;



* LE 10 AREE DEL WELFARE AZIENDALE

- PREVIDENZA E PROTEZIONE
- SALUTE E ASSISTENZA
- CONCILIAZIONE VITA-LAVORO
- SOSTEGNO ECONOMICO AI LAVORATORI
- SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO
- SOSTEGNO PER EDUCAZIONE E CULTURA
- DIRITTI, DIVERSITÀ, INCLUSIONE
- CONDIZIONI LAVORATIVE E SICUREZZA
- RESPONSABILITÀ SOCIALE VERSO CONSUMATORI E FORNITORI
- WELFARE DI COMUNITÀ

- **GHG Protocol**¹² per l'inventario delle emissioni climalteranti secondo metodologia LCA (Life Cycle Assessment) a opera dell'ente terzo **ReteClima**

La redazione della parte economico-finanziaria e del bilancio di esercizio fa riferimento alla normativa civilistica (articoli 2423 e seguenti del **Codice Civile** così come modificati dal D.Lgs 139/2015), e ai principi contabili nazionali pubblicati dall'Organismo Italiano di Contabilità.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è approvato dal Consiglio di Amministrazione di Way2Global, e può essere scaricato pubblicamente dal nostro sito corporate¹³

Per informazioni sul Report Integrato e il processo di reporting adottato:
D.ssa Laura Gori (laura.gori@way2global.com)

4. L'AZIENDA

Way2Global è la **startup femminile** nata nel 2017 come **Società Benefit** da Trans-Edit Group, già tra le prime 100 società di traduzioni globali.

Con i nostri **servizi di traduzione** in tutte le lingue, aiutiamo le aziende a crescere all'estero valorizzandone comunicazione e contenuti sui mercati di riferimento.

Il nostro **settore** è quello **della localizzazione** multi-lingue, un mercato globale da 60 mld USD in crescita stabile nell'ultimo decennio grazie ai due trend della digitalizzazione e della globalizzazione.

E' un mondo ad alto tenore di IT, oggi rivoluzionato come pochi altri dalla potenza della transizione digitale e dell'intelligenza artificiale.

“

Una startup non è solo un'azienda, ma un modo d'intendere la vita.

Piero Babudro

In questo contesto siamo impegnati a scalare e innovare con tutta la dinamicità, la grinta e l'innovatività di una startup affamata di crescita. Al contempo però vogliamo fare la differenza col nostro business model unico che attinge da una parte alla legacy di tre decenni di solidità, esperienza e leadership di settore, e dall'altra alla nostra Mission Benefit di rifondazione sociale.

L'energia ispirazionale e coesiva della nostra storia di rinascita sostenibile e la carica trasformativa di innovatività sociale delle nostre "traduzioni che uniscono" sono i driver della nostra parabola di crescita.

Con poco più di 4 anni di vita, per metà provati dalla pandemia, siamo riusciti a pensare in grande, a misurarci con i benchmark delle Big Agency mondiali, e a competere sull'arena internazionale con i colossi globali del settore, generando al contempo valore condiviso a beneficio di tutti gli stakeholder.

I nostri **mercati di riferimento** sono i vertical più esigenti: Finanziario & Legale, Medico-Scientifico, Moda & Lusso, Tecnologico-Industriale, Marketing. La nostra **clientela** è costituita da multinazionali tra le TOP Fortune 500, che si affidano a noi in forza dell'aggiudicazione di tender di gara internazionali, ma anche da PMI italiane o estere che intendono esportare.

Come appassionati advocates delle Società Benefit, siamo impegnati a promuovere un nuovo modo di fare impresa che sappia mettersi al servizio delle persone e del pianeta per riparare questo nostro mondo ferito.

Il **focus sul cliente** e la capacità di instaurare un dialogo continuo e fertile con tutti gli stakeholder sono attestati anche nel 2021 dal tasso di fidelizzazione del nostro portfolio di clienti storici, ma anche dalle ottime performance in termini di new business.

Oltre al **profilo globale** sostanziato da una rete di **correspondent offices** a copertura di tre continenti, e al nostro business model agile, snello e sostenibile di startup Benefit a guida femminile, gli altri tratti distintivi che riteniamo facciano di noi un unicum sono la **tripla certificazione ISO**, la **Certificazione B Corp** come primo Language Service Provider (LSP) a livello internazionale, e la nostra vocazione di changemaker precursore di futuro e d'**innovazione** tecnologica e sociale.



Nel nostro impegno a creare valore per il mondo, consideriamo prioritaria l'attenzione al nostro **capitale umano**, le nostre Persone che in Way2Global significa dipendenti ma anche traduttori e linguisti, liberi professionisti e contractor che contribuiscono a co-definire con noi la qualità del servizio al cliente.

Per questa loro importanza strategica, le Persone e la loro felicità sono al centro del nostro impegno per il beneficio comune codificato in Statuto.

L'altro pilastro connesso alla nostra natura di B Corp certificata firmataria della Dichiarazione di Interdipendenza consiste nella costruzione di **partnership, reti e alleanze strategiche** finalizzate a riformare in ottica sostenibile l'attuale sistema economico post-capitalista ormai giunto al capolinea.

La nostra sede centrale di Milano è un campus aziendale di sperimentazione in stato beta permanente, in procinto di evolvere ancora una volta nel modello organizzativo di avanguardia dell'**Anywhere Office**, l'ufficio dematerializzato, perché amiamo pensare out of the box, sovvertire gli schemi, co-progettare la nostra realtà in solido con le Persone, e mettere la nostra attività al servizio del bene comune.

SOCIETÀ BENEFIT CAMBIAMO IL PARADIGMA

Società Benefit nativa e B Corp certificata, Way2Global si è candidata spontaneamente a fervente paladina del modello delle Benefit Corporation nel mondo.

“

Il sentiero si traccia cominciando a camminare.

Antonio Machado

Dove **Benefit Corporation** è una definizione collettiva che ricomprende sia le **Società Benefit**, innovativa forma giuridica di matrice italiana, sia le **B Corp**, certificazione di origine statunitense riconosciuta alle aziende che generano un impatto positivo con la propria attività. Si tratta di un **rivoluzionario paradigma imprenditoriale** che invita le aziende ad assumere un ruolo più sostenibile e responsabile, coniugando la ricerca del profitto col perseguimento programmatico di uno o più benefici per la collettività.

È un fenomeno planetario foriero di una **rivoluzione gentile**, con oltre 5.000 B Corp nel mondo, 800 in Europa e l'orgoglioso primato dell'Italia, primo stato sovrano al mondo a dotarsi nel 2016 di una legge sulle Società Benefit, che oggi conta oltre 2.000 Società Benefit, ca. 200 B Corp e un tasso di crescita senza eguali.

La **leadership culturale del nostro Paese** in questo contesto trova spiegazione nell'unicità della nostra cultura del lavoro, impregnata di economia civile di stampo olivettiano, della ricca tradizione di responsabilità sociale delle PMI padronali, e della vocazione innata negli imprenditori delle cooperative e del terzo settore a prendersi cura di società e territori.

E' proprio il fascino di questa **governance duale** e di questa matrice etica che nel 2017, dopo tre decenni di business tradizionale, ci ha indotto a rinascere come startup Benefit per costruire la nostra cultura d'impresa sul concetto di sviluppo sostenibile.

Dal personale innamoramento della Founder&CEO di Way2Global rispetto a questo modello d'impresa sostenibile dal forte ancoraggio morale, la carica, l'energia e la passione del fuoco sacro hanno contaminato l'intero team e l'organizzazione, accendendo cuori e menti con la forza potente di una progettualità collettiva.

Conferire un nuovo senso al fare impresa, orientarsi a una nuova finalità più alta e nobile per cui vale la pena alzarsi ogni mattina e lavorare ogni giorno a testa bassa, e sentirsi parte attiva di un disegno più ampio, funzionale alle grandi sfide dell'umanità, soprattutto in un momento storico così tormentato è la chiave di lettura della nostra rinascita Benefit.

Dal presidio degli scenari globali oggi così interconnessi scaturisce il **beneficio comune** insito della nostra attività, che per Statuto siamo impegnati a perseguire oltre al profitto: **favorire la comunicazione**, e quindi, oggi più che mai, **comprensione e inclusione**, abbattendo le barriere geografiche, linguistiche e culturali.

Ma a questa finalità d'impatto sociale ne abbiamo volute affiancare altre afferenti al nostro modo B Corp di promuovere il business: felicità e benessere dei dipendenti, coinvolgimento democratico e solidale sul luogo di lavoro, gestione collettiva di risorse e patrimonio comune, rispetto e collaborazione con tutti gli stakeholder e la filiera produttiva, parità di genere ed empowerment femminile, inclusione e diversità, trasparenza e condivisione partecipativa del governo societario, iniziative a favore della società civile, della comunità e del territorio, attività R&S e innovazione in partnership con l'accademia e i centri di ricerca, professionalizzazione e inserimento dei giovani nel mercato del lavoro.

In Way2Global la sostenibilità è integrata nei KPI del piano industriale e gli SDG dell'Agenda 2030 ONU costituiscono la bussola del nostro sviluppo strategico.



Le prassi e le policy che sviluppiamo sperimentalmente su questi presupposti sono oggi riconosciute come modelli ispirazionali in Italia e all'estero, mentre i nostri progetti identitari codificano business model innovativi, aperti, condivisi e perfettamente replicabili, che siamo impegnati a diffondere in tutto il mondo.

IL NOSTRO SENSO, IL NOSTRO COME E IL NOSTRO PERCHÉ

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 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.

Come da payoff "**Beyond borders for a better world**", il nostro **Purpose** è quello di contribuire all'avvento di un mondo più equo, inclusivo e solidale. Con le nostre "traduzioni che uniscono", in Way2Global lavoriamo per promuovere comprensione e coesione, mettendo in contatto persone e culture diverse oltre confini e barriere linguistiche.



Se finora con la globalizzazione abbiamo aiutato le aziende a espandersi sui mercati esteri, con l'odierna frammentazione di commerci ed economie continuiamo a valorizzare contenuti, comunicazione e visibilità internazionale dei brand e del Made in Italy oltre confine, ma ci facciamo carico di una maggiore prosocialità.

Spinti dalla potenza trasformativa del nostro Purpose, della nostra Mission e della nostra Vision che polarizzano col loro fascino energie e talenti della nostra community di stakeholder, ci siamo fatti entusiastico alfiere globale del ruolo più responsabile che le aziende devono assumere rispetto alle grandi sfide dell'umanità: l'acuirsi delle disparità economiche e sociali, le violazioni dei diritti umani, i cambiamenti climatici.

Attraverso la nostra testimonianza di rinascita rigenerativa siamo impegnati a promuovere il modello di business sostenibile delle Benefit in tutto il mondo perché siamo convinti che la misura del successo di un'azienda nell'epoca delle 3 "C" (Clima, Conflitto, Covid) si misuri con la sua capacità di contribuire al raggiungimento degli SDG dell'Agenda 2030 dell'ONU.



Amiamo guidare l'evoluzione tecnologica del settore in chiave d'innovazione sociale e promuovere le nostre attività di ricerca attraverso progetti di Technology Transfer, Open Innovation e Capacity Building.

Il nostro ecosistema è fatto di piattaforme, network e ambienti di lavoro aperti e inclusivi, che abilitano e alimentano i rapporti con la community degli stakeholder, nella convinzione che la leadership sia un atto collettivo.

Ci piace lavorare da incubatore e aggregatore di talenti, per fare sistema col mondo accademico e i centri di ricerca, e anticipare, diffondere e condividere cambiamento e innovazione.

LA NOSTRA STORIA

2017
2018

AGOSTO 2017
Nasce Way2Global,
prima Benefit Corporation
della Language Industry

DICEMBRE 2018
Co-fondiamo **AssoBenefit,**
nasce il progetto identitario
Made in Italy

DICEMBRE 2018
Lanciamo il progetto identitario
Green Translations

2019

GENNAIO 2019
Certificazione B Corp come primo LSP
(Language Service Provider)
a livello globale

FEBBRAIO 2019
Chiudiamo il progetto **TOP2018**
(Translator Opinion Poll) con
la pubblicazione del report

APRILE 2019
Lanciamo il progetto identitario
Language Industry 4.0
in seno a STEMinTheCity

NOVEMBRE 2019
Presentiamo il libro
**"Made in B Italy – La via italiana
all'impresa sostenibile"**
in Borsa Italiana per Bookcity

DICEMBRE 2019
Ampliamo la compagine societaria
in chiave di governance partecipativa

2020

GENNAIO 2020
Lanciamo il chapter italiano
dell'associazione globale
B Women / Women4Solutions

FEBBRAIO 2020
Con la pandemia, riconvertiamo le
Operations in Smart Working 100%,
avviando l'**Anywhere Office**

MARZO 2020
Precorriamo la transizione digitale
col progetto **Term4Neural,** che
usa l'AI come leva di empowerment
femminile

APRILE 2020
Green Translations traguarda
la **neutralità carbonica** nella
Giornata Mondiale della Terra

GIUGNO 2020
Partecipiamo alla prima edizione
della grande campagna di
comunicazione a tema sostenibilità
**"Unlock The Change" delle B Corp
italiane**

2021

APRILE 2021
Aderiamo a **UNGC** e al
**Protocollo di Sviluppo
Sostenibile** di Regione
Lombardia

MAGGIO 2021
Traduciamo in inglese il libro
"100 Donne per tutte"
contro la violenza di genere

LUGLIO 2021
Aderiamo alla **Interdependence
Coalition** delle B Corp EU per la
Sustainable Governance

LUGLIO 2021
Lanciamo **Way2Academy,**
progetto di Open Education per
la transizione digitale femminile

LUGLIO 2021
Aderiamo alla campagna di
comunicazione delle B Corp
italiane per la Sostenibilità
Unlock The Change, 2ª Edizione

AGOSTO 2021
Aderiamo ai progetti **Le Città
delle Donne** e **Caschi Rosa** a
favore delle donne afghane

NOVEMBRE 2021
Aderiamo con 4 progetti
all'iniziativa **Call for Future**
di **Fondazione Sodalitas**

DICEMBRE 2021
Ci certifichiamo **azienda Climate
Positive** secondo GHG Protocol

LE NOSTRE CONFERME

Con uno storico inferiore a 5 anni, un esordio sul mercato afflitto da due anni di pandemia globale seguiti da una guerra, e la consapevolezza di essere solo all'inizio di un lungo tragitto, consideriamo i riconoscimenti che abbiamo avuto l'onore di ricevere come un rinforzo positivo, e la conferma di essere sulla strada giusta.

Vediamo questi riconoscimenti come pietre miliari del nostro cammino e come uno sprone che, al pari di errori e insuccessi, motiva a compiere il vero scarto migliorativo tra perfettibile ed eccellenza.

I traguardi raggiunti attestano la validità del paradigma Benefit, ragion per cui non perdiamo occasione di mettere a fattore comune la nostra testimonianza. Il nostro intento è far capire a quante più aziende possibili quali potenzialità e benefici si nascondono dietro a questo nuovo modo di fare impresa.

In Way2Global non puntiamo a essere vincenti, ma CONvincenti, ossia guidare con l'esempio e la condivisione per rafforzare l'evoluzione della coscienza collettiva.

Queste le nostre conferme 2021.

Febbraio - **Language Service Provider Index 2022** - 170° per la categoria "boutique LSP" nel ranking delle maggiori agenzie di traduzione mondiali – iniziativa a cura di Slator, rivista di settore internazionale



Aprile - **Leader della Sostenibilità** tra le 150 aziende italiane più sostenibili, iniziativa a cura di Statista e Sole24Ore



Giugno - Award for **Innovation in Translation Services & Sustainability Businesswoman of the Year** a cura di Acquisition International



Settembre - **Welfare INDEX PMI 2021** tra le 105 aziende considerate "Welfare Champion" su oltre 6000 valutate, con menzione speciale per le Pari Opportunità, iniziativa a cura di Generali Italia, Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato, e Confprofessioni



Settembre - **Leader della Crescita** al 207° posto su 500 classificati di oltre 8.000 aziende analizzate, iniziativa a cura di Statista e Sole24Ore



Ottobre - **Campioni della Crescita** tra le 600 aziende italiane a maggiore crescita di fatturato nel il triennio 2017-2020 – iniziativa a cura de Istituto Tedesco ITQF e La Repubblica Affari&Finanza



Ottobre - **Le aziende più attente al clima** – tra le 100 aziende italiane con maggiore riduzione delle emissioni di CO2 in base al fatturato - iniziativa a cura di Statista e Corriere della Sera



Novembre - **Parità Virtuosa**, premiati per buone prassi D&I ed eletti ad ambassador dell'iniziativa assieme a Danone - a cura del Consiglio Pari Opportunità di Regione Lombardia



Novembre - Premio al miglior **Report di Sostenibilità per la categoria Diversity&Inclusion** – a cura del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università di Pavia



IL GOVERNO SOCIETARIO

ECONOMIA DELLA CURA E LEADERSHIP GENTILE

Way2Global Srl SB è nata il 2 agosto 2017 come Società Benefit e società a responsabilità limitata inizialmente a socio unico, nella persona della Founder & CEO Laura Gori.

In linea con la nostra vocazione Benefit, da subito abbiamo attuato strategie di **governance partecipativa** per coinvolgere il personale, tutelare la leadership femminile, e facilitare l'avvicendamento generazionale.

A novembre 2018 l'azienda ha scelto di dotarsi di un organo di governo collegiale. Il **Consiglio di Amministrazione** è oggi costituito da due amministratori in carica: Laura Gori, Presidente del Consiglio di Amministrazione e rappresentante legale dell'azienda, e Massimo Maffei, consigliere con ampie deleghe e poteri.

Grazie a un'operazione di aumento capitale che ha capitalizzato l'azienda, dal 2019 l'assetto proprietario include due nuovi soci di minoranza che affiancano Laura Gori, oggi titolare del 68% delle quote.

Essendo donna il 70% dell'**assetto proprietario**, il 50% del CdA e l'88% dell'organico, in Way2Global amiamo definirci un'orgogliosa **impresa femminile**.

Come tale siamo da sempre in prima linea nelle associazioni di rappresentanza dei diritti delle donne, stakeholder di riferimento che tuteliamo anche per impegno statutario, con l'impegno di contribuire alla costruzione di una nuova leadership femminile protagonista della ripartenza post-pandemica all'insegna di un sistema valoriale sostanziato di cura, capacità di ascolto, empatia, concretezza, gentilezza, ma anche visione, flessibilità e coraggio.

All'interno del perimetro aziendale il portato culturale femminile ha generato un innovativo sistema di **welfare aziendale** fatto di policy e prassi di **women empowerment**, pari opportunità, servizi salvatempo e armonizzazione vita-lavoro che hanno guadagnato all'azienda per tre anni consecutivi l'Award **Parità Virtuosa** del Consiglio per le Pari Opportunità di Regione Lombardia¹⁴, e nel 2021 anche l'onore di vederci designare Ambassador ufficiale dell'iniziativa.

Nonostante le difficoltà connesse alla pandemia, siamo fieri di essere riusciti anche nel 2021 ad adempiere alla nostra Mission di **creare occupazione** a beneficio di giovani lavoratrici prendendo a bordo 6 ragazze neo-laureate e una risorsa senior, e ospitando un totale di 8 tirocini.

LA NOSTRA GOVERNANCE 4.0

Rispetto agli stravolgimenti e alle nuove, continue e destabilizzanti sfide del mondo VUCA (volatile, incerto, complesso e ambiguo), il modello di **Governance 4.0**¹⁵ che promuoviamo con la nostra anima duale di startup femminile e Società Benefit vuole affermare un nuovo stile di leadership gentile che sappia **prendersi cura** delle persone e coltivare **relazioni**.

Al posto dei modelli d'impresa gerarchici e verticistici del passato e delle vecchie logiche di comando e controllo autoritarie e assertive ormai incapaci di gestire la complessità del mondo odierno, in Way2Global alimentiamo una nuova **cultura d'impresa sostenibile** che ci rende garanti di sviluppo sociale e di una nuova sensibilità femminile fonte di resilienza, flessibilità, innovatività, inclusione, energia e passione.

Per rispecchiare la nostra etica del lavoro anche nell'impianto documentale del nostro **Sistema Integrato Qualità&Sostenibilità**, nel corso del 2021 abbiamo finalizzato e attuato un ampio corredo di documenti: Carta dei Valori, Codice Etico, Codice di Condotta Fornitori, Employee Handbook, Politica Ambientale, Politica dei Diritti Umani, Politica Salute e Sicurezza – che vanno ad aggiungersi al nucleo originario costituito da Manuale Qualità, Politica per la Qualità e Politica sulla Diversity & Inclusione (D&I).

Da dicembre 2020 abbiamo ricevuto dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato il **Rating di legalità**¹⁶ con un punteggio di 2 stelle su un range da 1 a 3.

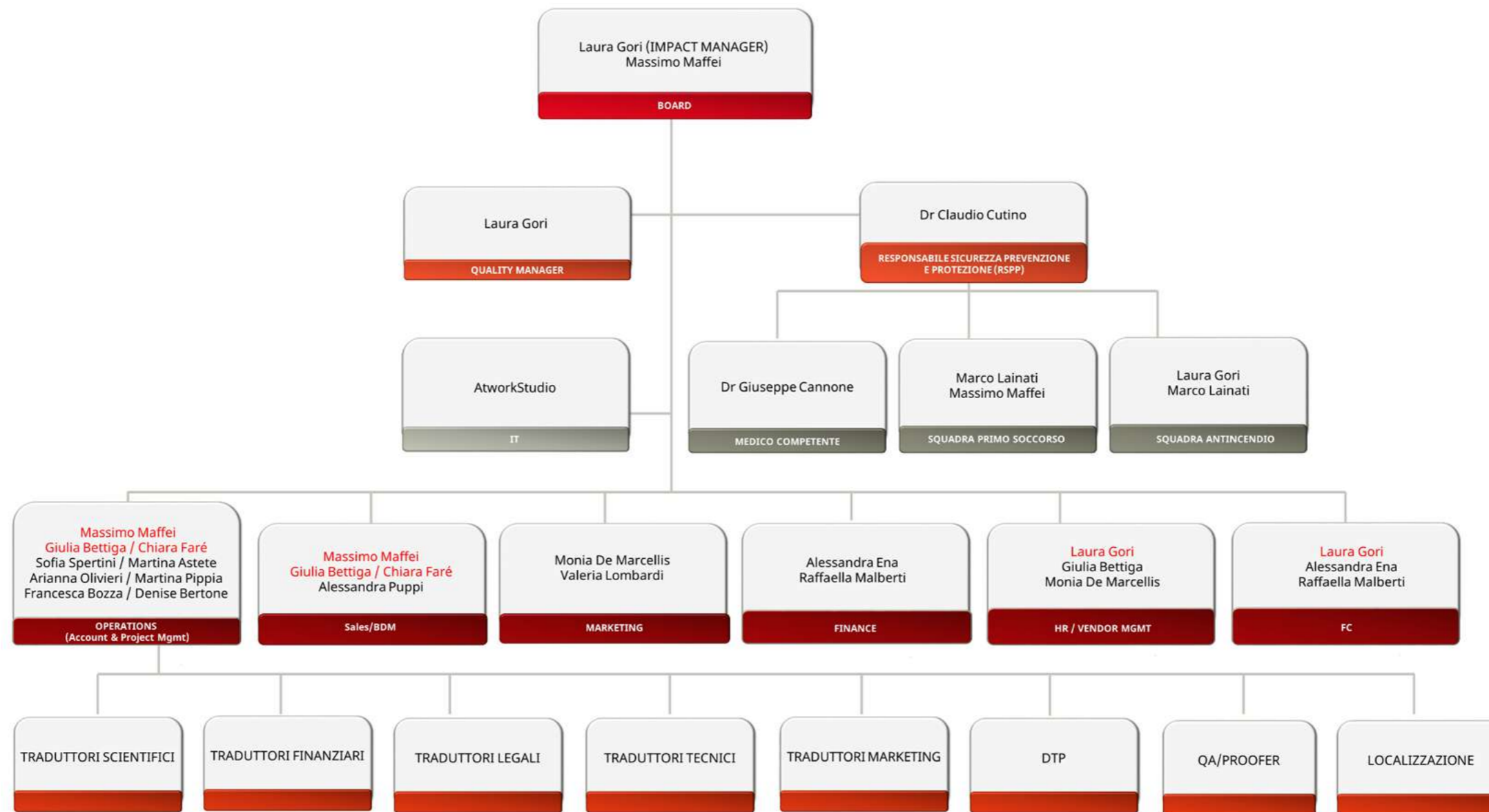


This is our **Communication on Progress** in implementing the Ten Principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.

Da aprile 2021 siamo **Firmatari** (oggi Partecipanti) di **UNGC (United Nations Global Compact)**, associazione globale multistakeholder nata nel 1999 su iniziativa di Kofi Annan per promuovere l'integrazione dei diritti umani, della sostenibilità e degli SDG dell'Agenda 2030 nei business aziendali. Per consolidare e comunicare il nostro impegno a rispettare i 10 principi UNGC, siamo orgogliosi di essere tra le aziende che pubblicano sul sito UNGC la propria rendicontazione non finanziaria in versione Advanced CoP (Communication on Progress)¹⁷.

LA NOSTRA STRUTTURA ORGANIZZATIVA



La struttura organizzativa rappresentata dall'organigramma nominativo conta a fine 2021 un totale di 15 persone, ed evidenzia alcune importanti evoluzioni.

Da una parte abbiamo voluto rendere strutturale e consolidare nell'unità **Operations** quella che a inizio pandemia era nata come unità di crisi promiscua PM & Sales, alla luce dell'efficacia che questo modello organizzativo ha sortito in termini di risultati, continuità e qualità del servizio ai clienti.

Dall'altra parte, abbiamo deciso di virare gradualmente in direzione Chief Operating Officer (COO) il profilo del socio di minoranza Massimo Maffei per lasciare spazio nella funzione Sales alla crescita di una nuova leadership femminile, alimentata dal varo della policy di costruzione carriere a beneficio delle donne in ruoli chiave.

Le tematiche afferenti alla **Sostenibilità** sono presidiate in azienda a livello apicale, nella persona della Founder & CEO Laura Gori, che ricopre anche la carica di **Impact Manager** responsabile della redazione della valutazione d'impatto annuale cogente per ogni Società Benefit come la nostra.

A partire dall'esercizio 2020, frequentato un corso di alta formazione e sostenuto l'esame finale di iscrizione al registro ufficiale di **Chief Value Officer**, la CEO ha voluto cominciare a redigere titolo volontaristico il Bilancio Integrato di Way2Global spingendosi ben oltre gli obblighi di legge per promuovere la cultura della sostenibilità anche a livello di rendicontazione non finanziaria.

LA FELICITA' DELLE PERSONE IN STATUTO

Come Società Benefit che mette al centro le persone, Way2Global ha voluto ratificare l'attenzione e l'impegno nei confronti del suo capitale umano nello **Statuto** (oggetto sociale è "la felicità dei collaboratori e di tutti gli stakeholder che interagiscono con l'azienda") e nelle policy che regolamentano il suo sistema operativo aziendale.

Il nostro **accordo integrativo di secondo livello** è lo strumento di governance che ci consente di continuare a sperimentare innovative formule di welfare aziendale che puntano ad alzare l'asticella rispetto agli obblighi di legge.

Dal 2021 vi abbiamo regolamentato non solo lo **Smart Working**, in Way2Global praticato al 100% da 2 anni, ma anche altre innovative forme di flessibilità del lavoro come lo **Slow Working**, che riduce obiettivi e richieste alle mamme lavoratrici per un rientro graduale dai congedi di maternità, e il **South Working**, per reclutare personale in remoto e valorizzare talenti anche in territori svantaggiati.

Non ultimo, tra le novità eclatanti del 2021, il nostro accordo integrativo ha codificato la **parificazione dei congedi parentali** al di là delle differenze di genere, per favorire un'equa bigenitorialità che sgravi le madri lavoratrici dall'onere di cura esclusivo.

GLI ESG COME VISIONE SISTEMICA

La nostra visione ESG del fare impresa in modo sostenibile e responsabile nei confronti della comunità e dell'ambiente è **condivisa dai principali stakeholder** (vertici aziendali, dipendenti, collaboratori e clienti) oltre a essere integrata nel nostro oggetto statutario di Società Benefit. Essa è attuata sia per il tramite dei nostri progetti identitari sia nei processi decisionali, di pianificazione strategica e di controllo di gestione, oltre che comunicata in modo trasparente sia all'interno sia all'esterno del perimetro aziendale.

Quella che ci anima è una **visione sistemica** che va oltre il puro scopo di lucro per perseguire sia il bene aziendale sia quello della collettività. Con la nostra rete di correspondent offices insediati nelle principali capitali mondiali del business (New York City, Los Angeles, Londra, Dubai e Shenzhen) e il nostro servizio di qualità rispondiamo ai bisogni del mercato e della società tutelando l'ambiente e creando valore e innovazione per la crescita nostra e della comunità, in direzione di uno sviluppo integrato e sostenibile.

Al contempo siamo impegnati a creare lavoro e sviluppare interdipendenza con le colleghe benefit corporation, il terzo settore, le PA e la società civile secondo un approccio olistico che assicuri la realizzazione professionale delle persone, la generazione di prosperità inclusiva e la condivisione delle ricadute positive con il contesto di riferimento.

Riteniamo infatti che condividere con gli stakeholder informazioni, saperi e il senso del nostro fare impresa sia funzionale a sviluppare partecipazione e senso di appartenenza all'interno, e riconoscimento e fiducia collettiva all'esterno.

COINVOLGIMENTO, TRASPARENZA E CO-PROGETTAZIONE

I **processi decisionali** di pianificazione strategica si sostanziano in Way2Global di riunioni collegiali che **coinvolgono tutti gli stakeholder**: incontri del CdA informali con periodicità settimanale e formali con cadenza mensile, riunioni operative inter/intra reparti, plenarie trimestrali e riunioni settimanali AMA (Ask Me Anything) nel segno della coesione organizzativa.

Gli strumenti di comunicazione che in Way2Global nutrono il dialogo continuo con dipendenti e collaboratori ricomprendono anche survey online che assicurano il totale anonimato con funzioni di **whistleblowing**.

Le informazioni di natura societaria ed economico-finanziaria, così come la valutazione delle performance (piano industriale e KPI inclusivi di obiettivi di sostenibilità ambientale e sociale) sono condivise internamente e accessibili in rete ai dipendenti in totale **trasparenza**.

I **sistemi incentivanti** (bonus di produttività) customizzati a beneficio di tutti i reparti sono co-progettati con gli stakeholder interessati e includono criteri integrati di sostenibilità socio-ambientale.

IMPRESSE RESPONSABILI PER UNO SVILUPPO SOSTENIBILE

Nel quadro del nostro progetto **Made in B Italy**, oltre a essere soci costitutivi e sostenitori dell'Associazione nazionale per le Società Benefit (AssoBenefit), siamo impegnati a promuovere questo modello di governance sostenibile in tutto il mondo tramite attività convegnistica, interviste, testimonianze e contributi a iniziative nazionali e internazionali.



Siamo convinti che gestire la complessità del mondo odierno sia responsabilità collettiva da attuarsi attraverso un impegno multilaterale basato sull'interdipendenza di aziende, società civile, corpi intermedi e pubbliche amministrazioni.

E crediamo che soprattutto oggi, al tramonto del vecchio assetto del mondo capitalistico e in piena transizione verso un domani di nuova indistinta normalità, disegnare nuove soluzioni per nuovi problemi, alimentare partnership virtuose, e generare pensiero positivo siano le chiavi per costruire Visione, futuro e speranza.

LA NOSTRA PROMESSA AL MONDO

Nascere Società Benefit significa prendere posizione con l'atto stesso di venire al mondo. E' una dichiarazione d'intenti a favore del business sostenibile, una scelta di campo nel segno del fare impresa con forte senso civico.

E' questa forte vocazione sociale che ci spinge ogni volta a ribadire l'impegno solenne assunto per Statuto nei confronti del mondo attraverso la sottoscrizione dei manifesti programmatici che rispecchiano i nostri principi, valori e tratti costitutivi, assieme a una community di aziende e imprenditori che credono nei nostri stessi valori.

Ci crediamo a tal punto da ritenerci definiti nella nostra stessa identità dai pledge che sottoscriviamo e sui quali spesso mettiamo la faccia, oltre che la firma, per diffonderli da ambassador nel mondo.

Tra questi, il primo posto va alla **Dichiarazione di Interdipendenza**, il manifesto delle B Corp che abbiamo voluto tatuare sulle pareti della nostra sede e che ci impegna a fare rete e costruire circoli virtuosi nel segno dell'SDG17¹⁸.

“ Quando l'ingiustizia diventa legge, la resistenza diventa dovere. *Bertoldt Brecht* ”



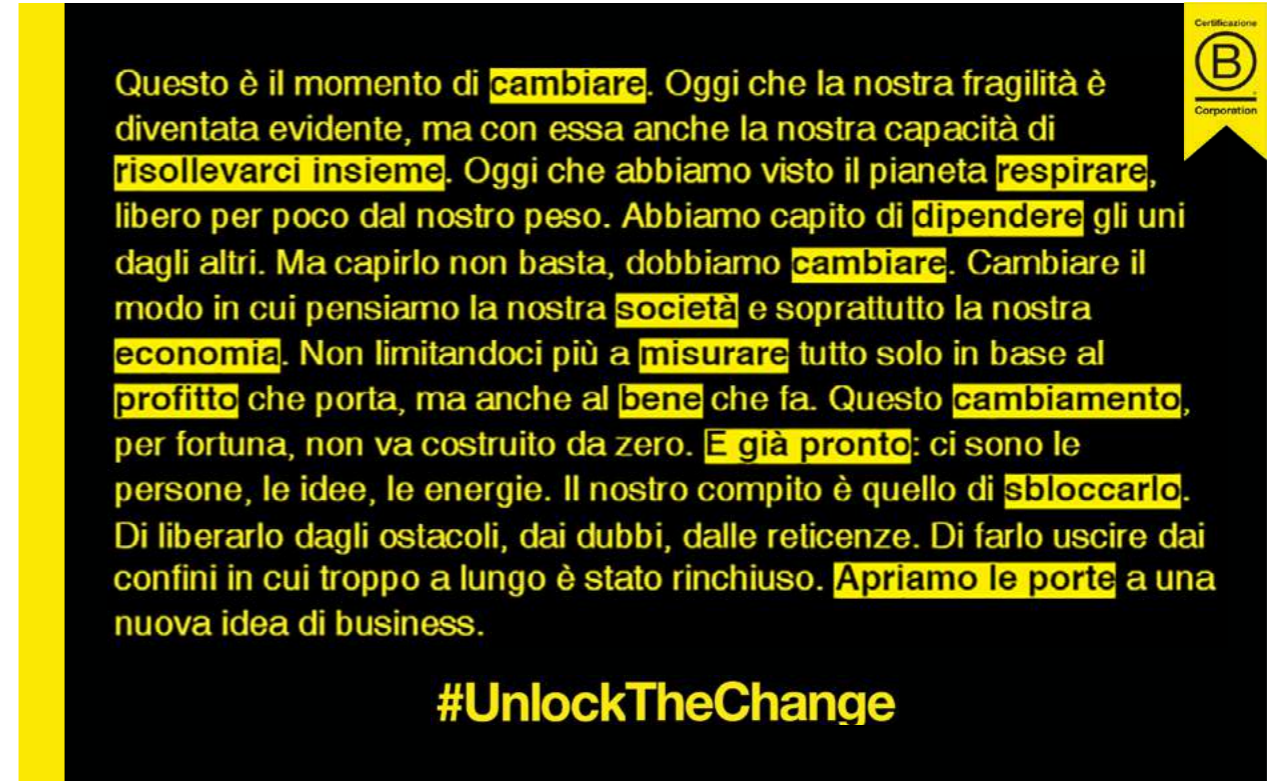
Sul fronte della tutela ambientale, dopo avere aderito all'iniziativa delle B Corp NetZero2030 in sede di COP25 per decarbonizzare il nostro servizio entro il 2030, nel 2021 abbiamo sottoscritto il **Manifesto delle B Corp per la Climate Action**¹⁹ al fine di guidare la transizione ecologica.



Il **Manifesto per il Decennio del Mare**²⁰ è un'altra iniziativa di cui ci siamo anche fatti testimonial, per invitare istituzioni, imprese pubbliche e private e cittadini a contribuire alla realizzazione degli obiettivi del Decennio del Mare: ricerca scientifica, sostenibilità, tutela ambientale e collaborazione tra settori.

Il **Patto delle Donne per il Clima e l'Ambiente**²¹ è il corollario ambientale del nostro impegno come ambassador dell'iniziativa Le Città delle Donne, varata dall'Associazione Nazionale Gli Stati Generali delle Donne²² presieduta da Isa Maggi, dove la donna custode del Creato esercita la sua funzione di cura e tutela del pianeta.

Sotto il cappello della grande campagna mediatica **Unlock The Change**²³ delle B Corp italiane, nel 2021 abbiamo firmato il manifesto omonimo a favore del cambio di paradigma e di una nuova idea di fare impresa sostenibile.



Come sostenitori del business etico, siamo firmatari dei **10 Principi di UNGC** in materia di diritti umani, lavoro etico, ambiente e anticorruzione, che promuoviamo come parte integrante della nostra strategia, cultura e attività quotidiane, e rispetto ai quali siamo impegnati a rendicontare annualmente e pubblicamente il nostro progresso (Communication on Progress, COP)²⁴.



Lato gender equality, altro pilastro della nostra governance, siamo firmatari e ambassador dei **Women's Empowerment Principles (WEP)**²⁵, i principi messi a punto nel 2010 da UN Women e Global Compact per guidare le organizzazioni nella promozione della parità di genere e dell'empowerment femminile nel mondo del lavoro.

Dal 2021 partecipiamo al gruppo di lavoro B Corp che ha redatto il **Manifesto delle B Corp per la Gender Equality**²⁶ e che ora lavora per la compilazione delle linee guida per la compliance aziendale ai principi fondamentali di parità di genere.

Il Manifesto delle B Corp per la Gender Equality

Come B Corp, crediamo nel business come forza positiva del cambiamento. Vogliamo rendere l'economia e la società inclusiva e capace di creare opportunità per tutti.

Sappiamo che l'equità di genere è un tassello fondamentale per raggiungere questo obiettivo. Perché tutti siamo interdipendenti e la diversità è una ricchezza e fonte di progresso.

Valorizziamo la complementarietà tra i generi, e come B Corp adottiamo modelli di business strutturati per promuovere le competenze, la leadership, la prosperità e il benessere di ogni persona.

Crediamo che il raggiungimento di un equilibrio dei generi passi attraverso l'accelerazione della rappresentanza femminile in tutti i settori dell'economia e a tutti i livelli aziendali.

Per questo, intendiamo andare oltre le quote, compliance e minimi di legge: l'uguaglianza di genere non è una concessione.

La sottoscrizione della **Carta per le Pari Opportunità e l'Uguaglianza sul Lavoro** ("Italian Diversity Charter") promossa da **Fondazione Sodalitas** nel quadro della Piattaforma Europea delle Diversity Charters, è un'ulteriore conferma del nostro impegno nella promozione di una cultura del lavoro inclusiva e incentrata sulla valorizzazione di talenti e diversità, che condanna qualsiasi forma di discriminazione e pregiudizio²⁷.

Altra carta programmatica in cui ci riconosciamo appieno e che abbiamo sottoscritto con entusiasmo, è il **Manifesto di Assisi** per un'Economia a misura d'uomo contro la crisi climatica²⁸ ispirato all'Enciclica Laudato Sii di Papa Francesco e promosso da Fondazione Symbola²⁹, che fa appello all'Italia per la guida della transizione ecologica e dell'economia circolare in forza della sua tradizione di generatrice di qualità, bellezza, coesione sociale ed empatia.

Manifesto per una Informazione Costruttiva

info@constructivenetwork.it

[f](#) [in](#) [ig](#) [tw](#)

La nostra attività nel campo della comunicazione ci ha infine indotto ad aderire al **Manifesto per un'informazione costruttiva** di Constructive Network³⁰, rete di giornalisti e comunicatori impegnati nella divulgazione del giornalismo costruttivo con la missione di compiere una scelta costruttiva in ogni ambito che richieda l'uso della parola, e valorizzare contenuti di qualità orientati alle soluzioni e rispettosi dei lettori e delle lettrici.

parole
stili

Il Manifesto

della comunicazione non ostile

- 1. Virtuale è reale**
Dico e scrivo in rete solo cose che ho il coraggio di dire di persona.
- 6. Le parole hanno conseguenze**
So che ogni mia parola può avere conseguenze, piccole o grandi.
- 2. Si è ciò che si comunica**
Le parole che scelgo raccontano la persona che sono: mi rappresentano.
- 7. Condividere è una responsabilità**
Condivido testi e immagini solo dopo averli letti, valutati, compresi.
- 3. Le parole danno forma al pensiero**
Mi prendo tutto il tempo necessario a esprimere al meglio quel che penso.
- 8. Le idee si possono discutere. Le persone si devono rispettare**
Non trasformo chi sostiene opinioni che non condivido in un nemico da annientare.
- 4. Prima di parlare bisogna ascoltare**
Nessuno ha sempre ragione, neanche io. Ascolto con onestà e apertura.
- 9. Gli insulti non sono argomenti**
Non accetto insulti e aggressività, nemmeno a favore della mia tesi.
- 5. Le parole sono un ponte**
Scelgo le parole per comprendere, farmi capire, avvicinarmi agli altri.
- 10. Anche il silenzio comunica**
Quando la scelta migliore è tacere, taccio.

Non ultimo, lavorando con le parole e praticando la gentilezza come tratto caratterizzante della nostra governance femminile e del nostro tone of voice nella comunicazione online, siamo sottoscrittori del **Manifesto della comunicazione non ostile**³¹ redatto dall'associazione no-profit Parole O_Stili³², un decalogo di 10 principi di stile che intendono migliorare lo stile e il comportamento della comunicazione nella Rete per favorire comportamenti rispettosi e civili. Consapevoli del grande potere delle parole, sposiamo appieno ciò che afferma l'Associazione (cit.): "Il potere delle parole: commuovono, uniscono, scaldano il cuore. Oppure feriscono, offendono, allontanano."

15 - **TRADUZIONI CHE UNISCONO** - Bilancio Integrato 2021

KEYWORD E VALORI

Le keyword che definiscono Way2Global sottendono a cluster semantici valoriali ispirati anche al lessico della **Scuola di Economia Civile**, che riconosciamo come nostra cifra identitaria.

E' questo il sistema valoriale in cui Way2Global affonda le sue radici e che percepiamo come perfettamente risonante con la nostra cultura aziendale.



STAKEHOLDER ENGAGEMENT

In quanto startup Benefit, Way2Global concepisce l'impresa come centro di una fitta rete di relazioni con tutti quei soggetti che risultano condizionati e che al contempo influiscono sui processi decisionali aziendali: **gli stakeholder**.



Gli stakeholder sono per noi componenti fondamentali ai fini della creazione del valore aziendale. Analizzare quindi per ogni singola categoria le relazioni che intercorrono con l'azienda, le aspettative rispetto alle politiche aziendali, e i rispettivi interessi diventa fattore prodromico a un processo decisionale che produca soddisfazione reciproca duratura, innescando circoli virtuosi e sinergie di crescita win-win.

Il primo step di questo processo consiste nella individuazione e profilazione degli stakeholder mediante un'attenta mappatura che identifichi nel periodo di riferimento i portatori d'interesse più significativi (in rosso nello schema),

per approfondirne le aspettative e coinvolgerli attivamente nelle attività aziendali e nello sviluppo del business model.

Gli eventi straordinari dell'ultimo biennio, con la pandemia, i cambiamenti esponenziali a livello strategico e organizzativo, e oltre 2 anni di smart working praticato al 100% per scelta collettiva hanno impattato non poco sui rapporti interni all'azienda.

Per questo motivo anche nel 2021 **al primo posto** delle nostre categorie di stakeholder prioritari abbiamo voluto mantenere lo stakeholder interno declinato nella sua veste di shareholder, **dipendente**, ma anche **collaboratore** (linguista e traduttore contractor), che Way2Global ha sempre considerato parte integrante del proprio capitale umano interno.

E' proprio per consolidare il dialogo con questi stakeholder interni che abbiamo continuato a focalizzarci sul processo di ingaggio, coinvolgimento e consapevolezza circa le scelte e gli obiettivi aziendali.

Il fine, come sempre, è quello di ricondurre le persone a condividere e partecipare le nuove forme di gestione manageriale imprescindibili per il futuro di Way2Global.

I SOCI

I soci di minoranza sono entrati nell'assetto proprietario a febbraio 2020 nel quadro di una strategia di governance partecipativa tesa a fidelizzare e premiare l'impegno delle persone chiave che, in azienda e fuori dal perimetro della stessa, hanno contribuito a scrivere la storia di Way2Global e a consentirne il decollo.

“

Se qualcuno ti offre un'opportunità straordinaria ma non sei sicuro di potercela fare, coglila al volo – poi imparerai come fare.

Massimo, COO, con le parole di Richard Branson

Oltre ad acquisire il 30% delle quote, Massimo Maffei, già Sales Director e ora Chief Operating Officer, è membro del Board.

Le forme d'ingaggio dei soci comprendono chiamate giornaliere, mail, messaggistica istantanea, survey, riunioni, assemblee formali, e il momento strategico determinante del Riesame della Direzione annuale.



I DIPENDENTI

L'organico Way2Global è **inclusivo** anche dal punto di vista **generazionale**: l'esercizio 2021 vede il 78% del personale costituito da **Millennial** (fascia di età tra 25 e 40 anni), l'11% da **Generazione Z** (<24 anni di età), e l'11% da **Generazione X** (fascia 39-56 anni), per un'età media complessiva di 33 anni.

“ Mi fa davvero piacere fare parte di una realtà così attenta all'ambiente, alla sostenibilità e a tutti coloro che compongono l'impresa! Insomma, giorno dopo giorno scopro tratti di Way2Global che combaciano con i tratti presenti nella mia lista dell'azienda ideale.

Sempre più felice e orgogliosa di fare parte di una B Corp.

Denise, Project Manager

partecipi delle dinamiche aziendali, delle trasformazioni in atto e della nuova organizzazione del lavoro. La nostra cultura aziendale basata sul **coinvolgimento** dei dipendenti si sostanzia di criteri di fiducia, responsabilizzazione, delega, autonomia organizzativa, condivisione di risorse e saperi, cooperazione e focus sui risultati.

Ogni collaboratore è chiamato a esprimere la propria opinione, le proprie richieste e i propri desideri in sede di riunioni in presenza e online, comunicazione one-to-one, colloqui di autovalutazione, di clima e focus group, indagini e questionari, aggiornamenti tramite i social network, intranet aziendale, messaggistica istantanea e piattaforme IT condivise.

Gli input di questo dialogo continuo consentono all'azienda di riconfigurare e adattare sistematicamente processi e strategie, ivi incluso il vasto paniere di iniziative **welfare** offerto da Way2Global: attività fitness, servizi salva tempo, convenzioni con utilities, istituti bancari, compagnie assicurative e servizi di assistenza sanitaria, previdenza integrativa e assistenza fiscale.

Grazie alle nostre policy D&I (**Diversità & Inclusione**) che conferiscono priorità a donne e giovani in sede di nuove assunzioni, nel 2021 Way2Global registra per l'**88% personale femminile**.

A fine dicembre 2021 tutti i dipendenti sono inquadrati con contratto full-time a tempo indeterminato, con l'unica eccezione di 1 part-time a tempo indeterminato concesso a febbraio a una lavoratrice desiderosa di riprendere gli studi universitari.

In Way2Global i dipendenti sono parte attiva delle politiche di **governance societaria**. In chiave di evoluzione culturale, umana e professionale, puntiamo a favorire la liberazione delle potenzialità soggettive dei singoli, e renderli pienamente

“ Sono molto contenta di avere incrociato i vostri passi, e soprattutto vi ringrazio per la (mia) speranza ritrovata nel vedere che, ancora, l'impegno viene riconosciuto. Siamo cresciuti con l'idea che il mondo del lavoro sarebbe stato un posto ingiusto e che non dà spazio ai giovani, voi sicuramente ci fate cambiare idea.

Martina, Project Manager

Dall'**avvento della pandemia** (fine febbraio 2020) e per l'intero esercizio 2021 i dipendenti Way2Global hanno riconfermato la decisione collettiva di proseguire l'operatività in modalità **100% smart working**.

Per aiutare le persone ad attuare il lavoro agile nel senso reale e più nobile del termine, ossia libertà di scelta tempi e luoghi di lavoro, riducendo lo stress e neutralizzando le pericolose derive da abuso del lavoro remoto in chiave di connessione h24, a beneficio di tutti i dipendenti è stato **pianificato un percorso di alta formazione** denominato **SmartNetwork**.

Lo scopo è quello di favorire le migliori condizioni lavorative, promuovere l'auto-responsabilizzazione e l'empowerment delle persone, creare fiducia, agire la resilienza, ottimizzare benessere, piacere e passione per il lavoro, ritrovare focus ed equilibrio in tutte le aree della propria vita, motivare le persone all'ingaggio e alla crescita, costruire relazioni, collaborazione e condivisione.

Al contempo, in ottica di accompagnamento allo smart working, nel 2021 abbiamo cominciato a mettere **a disposizione di dipendenti e contractor PC, postazioni, monitor e device elettronici, oltre che sedie, piani di lavoro e arredi**, per consentire loro di allestire le proprie postazioni domestiche secondo criteri di ergonomia e funzionalità.



Se lo smart working diventato strutturale ha contribuito da una parte a valorizzare gli aspetti di conciliazione vita-lavoro, dall'altra è innegabile che abbia anche affaticato le persone per le maggiori difficoltà di coordinamento e la mancanza di occasioni di socializzazione, al di fuori del mezzo virtuale, con le ricadute negative in termini di Grandi Dimissioni.

È per questo motivo che sotto il profilo delle attività di ingaggio degli stakeholder intendiamo mantenere un forte focus sui dipendenti intensificando il ricorso a tutti gli strumenti di dialogo a disposizione.

I LINGUISTI E I FORNITORI

I **Linguisti** (traduttori, revisori, proofreader e interpreti), costituiscono il nostro capitale umano esternamente al perimetro aziendale. Si tratta di figure libero-professionali (contractor) che operano per lo più in regime di partita IVA o in assetto di micro imprese a socio unico o a conduzione familiare.

Nel 2021 la comunità dei linguisti che abbiamo attivato con incarichi di traduzione conta 176 contractor, di cui 14 contrattualizzati come “traduttori Network” e 4 Proofreader/QA, ossia collaboratori storici considerati **parte integrante della community dei Way2Glober**, cui l’azienda assegna incarichi a titolo continuativo, oltre a garantire una serie di benefit quali l’inclusione nei piani di formazione continua, il co-finanziamento per l’acquisto di licenze e tool software strumentali all’esercizio dell’attività, e il coinvolgimento nelle attività welfare.

L’importanza strategica di questa categoria di stakeholder, che per lo più sono cresciuti assieme a noi entrando in azienda con stage curricolari fino a diventare oggi grandi professionisti nei settori di pertinenza, e che definiscono in ultima analisi la qualità del servizio offerto da Way2Global al cliente, ci induce ad assimilare Linguisti e Dipendenti in un’unica categoria di **interlocutori primari**, componenti costitutivi della community che amiamo costruire e coltivare attorno a noi.

Nutrire i rapporti con la community dei linguisti è principio guida dell’attività aziendale, che attuiamo sia garantendo un adeguato sostegno al reddito e flusso di lavoro continuativo sia col coinvolgimento in un dialogo continuo atto a co-progettare dinamiche di partnership per il tramite di tutti gli strumenti a disposizione: messaggistica istantanea con i Project Manager, e-mail, telefono, videocall, survey, social network, riunioni ed eventi aziendali.

L’indice di coesione della community si valorizza con **un’anzianità di servizio spesso superiore a 30 anni**, poiché la collaborazione con la maggioranza dei nostri linguisti risale alla costituzione dell’azienda madre di Way2Global (1988).

I progetti identitari Language Industry 4.0 e Way2Academy sono strumenti di questa filosofia di ingaggio, con un occhio di riguardo alla necessità di riqualificazione digitale di donne e giovani, che costituiscono la prevalenza dei professionisti del settore.

Rispetto agli **altri fornitori** diversi dai linguisti, come Società Benefit e B Corp certificata siamo impegnati a incrementare sistematicamente nel tempo i rapporti con altre benefit corporation, per rispondere al principio di interdipendenza della community.

“ Con questo corso [Way2Academy] mi state aprendo un mondo, conoscere questi strumenti significa senza dubbio avere una bella marcia in più.

Monica, proofreader

Il **Codice Etico** e il **Codice di Condotta Fornitori** stabiliscono i principi che ispirano la nostra condotta rispetto ai rapporti con i fornitori. Più che il prezzo, ai fini della scelta e della selezione dei fornitori, conferiamo importanza a un insieme di fattori quali Il comportamento etico, la correttezza commerciale, la trasparenza, l’impatto ambientale di prodotti e processi produttivi.

I KPI del piano industriale che monitoriamo e tracciamo in ottica di miglioramento continuo rispetto ai Fornitori misurano la **gender procurement** (percentuale di approvvigionamenti a guida femminile) e la local procurement (percentuale di fornitori “a km 0”) per favorire rispettivamente l’empowerment femminile e l’economia di prossimità .

I CLIENTI

I **clienti** Way2Global costituiscono un gruppo di stakeholder quanto mai eterogeneo, che ricomprende, a livello trasversale di comparti di attività, le **maggiori multinazionali tra le TOP Fortune 500**, servite spesso grazie all’aggiudicazione di tender di gara internazionali, ma anche **PMI italiane o estere** che per esportare devono valorizzare comunicazione e contenuti nelle lingue dei mercati di riferimento.

La profilazione include inoltre i **maggiori Language Service Provider (LSP) globali**, ossia le grandi agenzie di traduzione che operano a livello internazionale, i grandi studi legali internazionali, e, in misura che cresce parallelamente al nostro percorso di crescita in direzione della sostenibilità, sempre più **clienti Purpose-driven** (benefit corporation, Fondazioni, onlus).

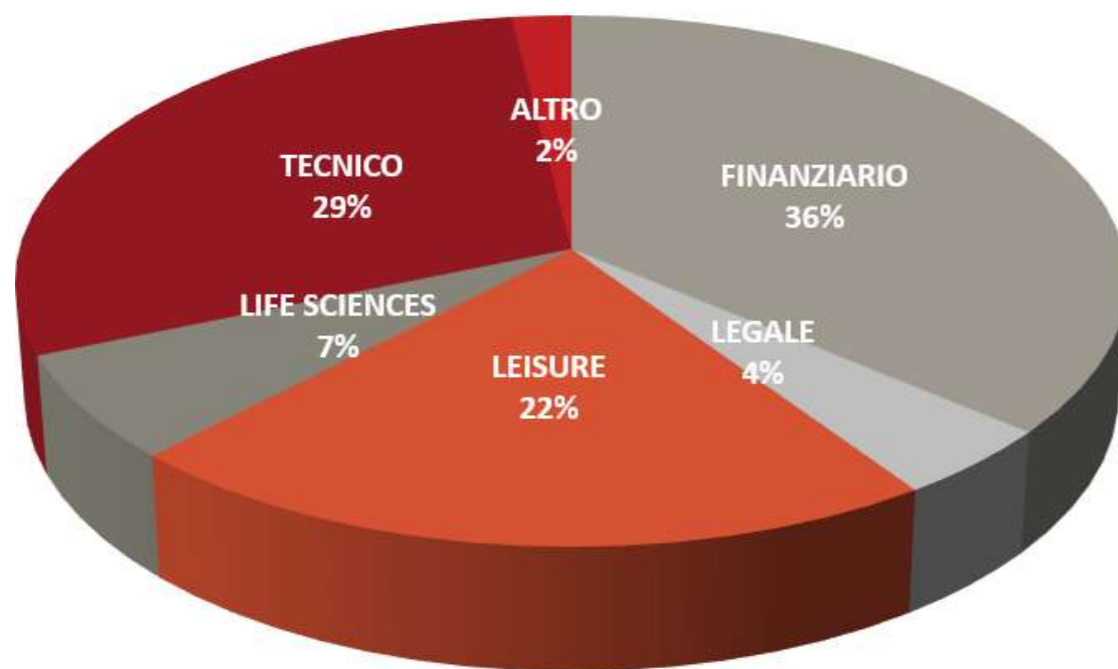
“ La presente per ringraziare te, le colleghe alle quali ci hai sapientemente “affidati” e tutto il team che ha reso possibile la consegna dei materiali in tempi record, impiegando ogni risorsa e sempre garantendo professionalità. Lavorare con te e con voi tutti è sempre un piacere e una garanzia.

*Francesca,
una delle maggiori case automobilistiche globali*



Il grafico a torta mostra la segmentazione della clientela 2021 per comparti di attività.

- **Finanziario:** uffici di investor relation di multinazionali italiane ed estere quotate, società di revisione, fondi di investimento (Sgr, SICAV, Asset Manager), broker, banche d'affari, istituti di credito, società immobiliari, compagnie di assicurazione, le Big Four della revisione
- **Tecnico:** maggiori player del settore meccanico, automotive e automazione industriale, energy & utilities, IT, telco, grande distribuzione, building & construction
- **Leisure:** brand iconici della moda e del lusso, del design, food & beverage, turismo
- **Legale:** studi legali internazionali, uffici legali interni alle multinazionali, istituzioni finanziarie, pubbliche amministrazioni
- **Life Sciences:** case farmaceutiche, università, centri di ricerca, ospedali ed enti della Sanità (Helthcare), agenzie regolatorie, enti di normazione e agenzie del farmaco, produttori di dispositivi medici, apparecchiature elettromedicali, biotecnologie.



Segmentazione clientela Way2Global 2021 per Vertical.

In Way2Global riteniamo che il dialogo continuo con i clienti (feedback) alimenti, oltre alla fidelizzazione, anche l'innovazione, lo sviluppo industriale e la co-progettazione del servizio.

Siamo soliti capitalizzare gli esiti delle survey di soddisfazione e i **feedback raccolti dai clienti** tramite tutti i mezzi d'ingaggio a disposizione (visite in presenza, telefonate, partecipazione a fiere ed eventi, comunicazione tramite il sito web, il blog corporate e i canali social, meccanismi ISO di gestione di reclami, AC e NC e acknowledgement, trend e KPI) per riconfigurare le specifiche di servizi, processi e business model al fine di accrescere sistematicamente nel tempo la percentuale di soddisfazione del cliente.

Con l'erogazione delle nostre Green Translations coinvolgiamo i clienti nelle nostre buone prassi di tutela ambientale costruendo **filiera sostenibile**, mentre col nostro progetto Made in B Italy contribuiamo lato governance a diffondere e mettere a sistema il modello delle Società Benefit al fine di promuovere **partnership tra aziende ESG-driven**.

L'impatto e il valore che creiamo per i clienti si esprime attraverso la nostra Certificazione B Corp, le nostre 3 Certificazioni ISO, l'iscrizione ad associazioni e organizzazioni istituzionali di settore e territoriali, e l'accreditamento su portali e marketplace di e-procurement operati da PA o clienti privati.

LA COMMUNITY DELLE BENEFIT CORPORATION

La community delle benefit corporation è popolata dalle B Corp certificate afferenti all'ente di certificazione B Lab, da una parte, e dalle Società Benefit aderenti all'associazione AssoBenefit, dall'altra.



Alcuni post della nostra campagna #TiVoglioBenefit

L'entourage delle **B Corp** comprende oltre 5.000 aziende in 74 paesi del mondo, 140 delle quali insediate in Italia, mentre ad **AssoBenefit** fanno capo sul territorio nazionale oltre 2.000 aziende.

L'appartenenza a questi due mondi convergenti è sancita nel nostro caso dalla costituzione di Way2Global come Società Benefit nativa nel 2017, dall'adesione ad AssoBenefit come socio costitutivo e socio sostenitore, e dalla certificazione B Corp conseguita nel gennaio del 2019.

Il nostro senso di appartenenza si esprime attraverso **la militanza attiva e l'impegno costante nelle attività congiunte delle benefit corporation** con la volontà programmatica di far leva sull'interdipendenza per "cambiare il mondo e trasformarlo in un posto migliore".

Da sempre ambassador delle eccellenze del Made in Italy nel mondo, sin dalla nascita, col progetto Made in B Italy, ci è venuto spontaneo candidarci ad alfiere globale del modello di eccellenza sociale tutto italiano delle Società Benefit, che merita di fare scuola nel mondo.

Nel nostro ruolo di portavoce e ambassador di benefit corporation, in sede di attività convegnistica nazionale e internazionale, eventi, interviste, webinar, conferenze e workshop, amiamo portare la nostra testimonianza e dare voce all'energia e all'entusiasmo che ci deriva dall'**avere trovato nel mondo Benefit "la nostra nuova casa"**: un ecosistema sostenibile, trasformativo e in linea col nostro sistema valoriale con cui promuovere networking, connessioni e alleanze, partnership e circoli virtuosi.



Per noi di Way2Global il mondo Benefit costituisce un interlocutore d'importanza strategica, un importante ruolo guida fonte di preziose risorse istituzionali per la crescita del modello B e il nostro rinforzo identitario.

Tra i principali **strumenti d'ingaggio** con questa categoria di stakeholder vi sono le B Corp Calling ogni terzo lunedì del mese, la collaborazione a iniziative congiunte, le attività di advocacy in ambito convegnistico e di comunicazione, l'associazionismo, le iniziative di sponsorship e crowdfunding, l'utilizzo e la sperimentazione di strumenti

“ Grandi e immensi, sempre onesti e umili, volti agli altri di continuo. Vincenti e da emulare

Giulia, SEOSpirito, Società Benefit nostra partner

e tool di autovalutazione (BIA, SDG Action Manager, SABI, NExt), la comunicazione tramite canali social, la nostra campagna #TiVoglioBenefit per aumentare il numero di fornitori Benefit e promuovere alleanze con altre imprese allineate sugli stessi valori, e il networking con le colleghe B Corp e Società Benefit.

ALTRI PARTNER ISTITUZIONALI

Altra categoria di stakeholder per noi d'importanza fondamentale è costituita dalle altre **partnership istituzionali**: pubbliche amministrazioni, università, enti e organismi, onlus, associazioni di categoria e sistemi camerali locali ma anche a livello internazionale.

“ Siete meravigliosi. Non smettete mai di stupirci.

Genny, Executive Director Camera di Commercio Italiana a Los Angeles

In particolare, aderiamo ai circuiti delle Camere di Commercio (Unioncamere)³³ sul territorio italiano, ma anche Assocamerestero³⁴ e il sistema camerale cui fanno capo i nostri correspondent offices USA e a organizzazioni umanitarie come UNGC (United Nations Global Compact)³⁵, enti formativi quali Ebiter³⁶ e Afol³⁷, enti per il commercio estero come AICE (Associazione Italiana Commercio Estero)³⁸, AssoLombarda³⁹ e le confederazioni nazionali dell'industria e del commercio Confindustria⁴⁰ e Confcommercio⁴¹ cui aderiamo per il tramite delle associazioni di categoria Unilingue⁴² e Federlingue⁴³.



I rapporti e le convenzioni che ci legano a una rete di università sul territorio e a livello internazionale sono parimenti viatico di alleanze virtuose, progetti, tirocini curriculari e post-formazione, workshop ed eventi.

Il **partenariato con PA ed enti locali** ci consente di stabilire preziose alleanze sul territorio, sviluppare rapporti di collaborazione, costruire comunità, condividere best practice, creare valore condiviso in chiave di sussidiarietà, partecipare ad iniziative, indagini, award e bandi e consolidare il nostro ritorno reputazionale.

Tra gli **strumenti di comunicazione** e d'ingaggio rispetto a questa categoria di stakeholder rientrano la partecipazione alle iniziative sul territorio (es. rassegne culturali locali come STEM in the City, Bookcity, etc.), indagini e survey, la candidatura ad award e bandi di finanza agevolata, la comunicazione diretta tramite telefonate, mail, riunioni e workshop, e la comunicazione tramite il sito web e i social network.

I SEI CAPITALI

In Way2Global siamo impegnati a generare valore nel breve, medio e lungo periodo attraverso la gestione dei 6 capitali che il Framework IIRC definisce come segue.

CAPITALE RELAZIONALE



Relazioni con soggetti esterni (clienti, fornitori, istituzioni, comunità, gruppi di stakeholder, network), fiducia, impegno e impatto sociale, brand awareness, soddisfazione dei clienti.

CAPITALE INTELLETTUALE



Asset immateriali basati sulla conoscenza tra cui proprietà intellettuale (marchi e brevetti, SW, licenze e diritti), processi, procedure e protocolli di gestione aziendale basati su saperi e conoscenze, e intangibili associati al brand e alla reputazione aziendale, oltre che alla qualità e sicurezza del servizio.

CAPITALE PRODUTTIVO



Asset materiali e tangibili a disposizione dell'azienda per l'uso in produzione tra cui immobili, sedi amministrative e piattaforme in cui l'Azienda svolge la propria attività, attrezzature e macchinari, scorte prodotti.

CAPITALE UMANO



Patrimonio di competenze, capacità e conoscenze delle persone che prestano la propria opera in Azienda e degli organismi di governance, che include l'allineamento e il supporto alla governance aziendale, la capacità di comprendere e sviluppare la strategia organizzativa, la lealtà e la motivazione nel migliorare processi e servizi.

CAPITALE NATURALE



Attività aziendali che impattano positivamente o negativamente sull'ambiente naturale, inteso come aria, acqua, terra, foreste e minerali, biodiversità e salute dell'ecosistema, dove agiscono gli altri cinque capitali.

CAPITALE FINANZIARIO



Insieme dei fondi e dei flussi di liquidità generati e assorbiti dall'Azienda, tra cui finanziamenti, debiti, capitale, investimenti.

IL CAPITALE RELAZIONALE



Il capitale relazionale definisce la nostra capacità di collaborare coi soggetti chiave esterni al perimetro aziendale (clienti, fornitori, soggetti istituzionali) per uno scopo comune.

La forte convergenza della cultura aziendale con i principi cardine dell'Economia Civile- fiducia, comunità, fraternità, gratuità, felicità, reciprocità, sussidiarietà circolare, beni relazionali, e generatività- fa di questo capitale uno di quelli per noi prioritari.

In Way2Global il capitale relazionale si declina in primis sul movimento delle **Benefit Corporation** e sullo scopo condiviso di lavorare all'avvento di una nuova economia sostenibile. Altri focus sono la **supply chain**, che puntiamo a coinvolgere attraverso tutti i nostri progetti identitari (da Green Translations a Way2Academy), i **clienti** e tutti i **partner istituzionali** con i quali alimentiamo un dialogo costruttivo e fecondo, e non ultimo, **donne e giovani**, stakeholder tutelati nel quadro del nostro impegno di beneficio comune statutario.

Tra gli **highlight** d'impatto sul capitale relazionale nell'esercizio 2021 citiamo l'adesione alla seconda edizione della campagna di comunicazione **Unlock the Change** delle B Corp italiane per promuovere il cambiamento in direzione dello sviluppo sostenibile, la partecipazione all'**Interdependence Coalition**⁴⁴ delle B Corp europee a favore di una governance aziendale sostenibile, l'adesione all'iniziativa **Call for Future** di Fondazione Sodalitas⁴⁵ con i nostri progetti identitari, gli usuali appuntamenti imperdibili del **B Corp Summit** europeo e italiano, la **Giornata Nazionale di AssoBenefit** e il **Salone della CSR** e dell'Innovazione Sociale, e tutte le iniziative per l'empowerment femminile partecipate in seno all'Associazione **Gli Stati Generali delle Donne** guidata da Isa Maggi.



L'analisi dettagliata degli impatti sul capitale relazionale nell'esercizio 2021 e degli obiettivi 2022 è riportata nella sezione sulla [La Valutazione d'impatto](#).

IL CAPITALE UMANO



Il capitale umano è l'altro capitale fondamentale per Way2Global, così come esplicitato dalla sua finalità statutaria (perseguire la felicità di dipendenti e collaboratori).

Per cultura aziendale consideriamo parte del nostro capitale umano non solo i **dipendenti** ma anche i **collaboratori** (linguisti, traduttori, interpreti e contractor), che sono coinvolti nei processi decisionali e nei tavoli di co-progettazione (design-thinking) in totale trasparenza e condivisione di informazioni e risorse.

Aspiriamo ad affermare una **governance partecipativa e olocratica** attraverso l'appiattimento degli organigrammi e i concetti chiave di fiducia, inclusione, responsabilizzazione e delega. Ognuno è chiamato a condividere saperi e conoscenze per contribuire alla crescita dell'altro e al dispiegamento del pieno potenziale altrui, cosicché ciascuno possa evolvere nella migliore versione di sé.

Rispetto al capitale umano, l'azienda si considera un **"laboratorio di sperimentazione in stato beta permanente"**, incentrato sulla massima flessibilità oraria e organizzativa, per una gestione autonoma e fiduciaria dei tempi di lavoro. Da 2 anni in smart working integrale per scelta collettiva, ora puntiamo al modello dell'Anywhere Office, l'ufficio diffuso, un luogo non-luogo che rappresenta un'ulteriore sfida d'innovazione nell'organizzazione del lavoro.

Le parole chiave di questa nostra cultura del lavoro sono sempre state **massima flessibilità**, armonizzazione dei tempi di vita-lavoro, sostegno alla genitorialità, welfare aziendale, diversità e inclusione. Come codificato nella Politica D&I (Diversità & Inclusione), consideriamo la diversità quale fattore di arricchimento reciproco, per questo la valorizziamo sia in termini di genere, sia di età anagrafica e dal punto di vista generazionale.

Come incubatore di talenti, siamo soliti ospitare **tirocini con un tasso di stabilizzazione a fine percorso del 98%**. Spesso per motivi di merito riduciamo la durata degli stage per anticipare i tempi di assunzione.

La **formazione continua** è per noi un altro focus inderogabile, che pianifichiamo a inizio anno per tutti i dipendenti e tutti i reparti in funzione delle esigenze formative individuali evidenziate dal RAB (Registro delle Abilità).

Per assicurare chiarezza organizzativa a tutto l'organico, abbiamo integrato l'impianto documentale del Sistema Integrato Qualità & Sostenibilità con un **Employee Handbook**, con una serie di mansionari per le varie funzioni, cui si aggiungono il Manuale Qualità, procedure e istruzioni specifiche per ogni reparto, e l'accordo integrativo di 2° livello che norma tutti gli aspetti esulanti dal CCNL.

Per motivare il capitale umano, attuiamo **politiche retributive** che riconoscono a tutti i reparti e a tutti i livelli, tirocinanti inclusi, una remunerazione +28% rispetto ai livelli contrattuali previsti dal CCNL e piani personalizzati di incentivazione (bonus di produttività). A parità di responsabilità, competenze e funzioni, assicuriamo inoltre ai dipendenti assoluta parità retributiva al di là delle differenze di genere.

Essendo il nostro servizio per sua natura dematerializzato (traduzione e interpretariato), siamo soggetti a rischi di **sicurezza sul lavoro** relativamente bassi. La sicurezza è presidiata con relativa semplicità tramite la nostra Politica Salute & Sicurezza, oltre che tramite le misure cogenti (Dichiarazione sulla Valutazione dei Rischi, DVR, nomina di RSPP, RLS, preposti, squadra antincendio e primo soccorso, prove di evacuazione, formazione dipendenti, piano sanitario e sorveglianza sanitaria).

Tra gli **highlight 2021** che impattano sul nostro capitale umano, citiamo un dato per tutti: **7 assunzioni** formalizzate nel secondo anno di pandemia, ossia **+46% dell'organico** su base annua. Cui si aggiungono il già citato varo dei **piani di costruzione di carriera** per i ruoli chiave femminili, la parificazione dei **congedi parentali gender-equal**, e il **7% del monte ore** totale lavorato **destinato alla formazione** (tot. 6.144 ore, ossia 410 ore di formazione pro capite annue).

L'analisi dettagliata degli impatti sul capitale umano nell'esercizio 2021 e degli obiettivi 2022 è riportata nella sezione sulla [La Valutazione d'impatto](#).

IL CAPITALE INTELLETTUALE

Il capitale intellettuale (o organizzativo) in Way2Global identifica la proprietà intellettuale, ossia il valore del brand, gli altri marchi e domini registrati, i diritti di copyright, e tutte le conoscenze risultanti dalle nostre attività di R&S, dalla capacità d'innovazione e dall'abilità del management nell'organizzare l'attività, cui si aggiungono gli altri asset intangibili afferenti al capitale umano e relazionale dell'impresa.



Grado di maturità digitale Way2Global secondo il tool Selfie 4.0

Si tratta di un insieme esclusivo di asset immateriali che concorrono a definire l'unicità del business model di Way2Global, a sostanziarne il vantaggio competitivo e, di conseguenza, a determinare il modo in cui la nostra impresa crea valore.

Rispetto al capitale intellettuale, i nostri **highlight 2021** si declinano nella continuità conferita alla modalità **smart working integrale** delle Operations, nella preziosa knowledge base acquisita dalla CEO col corso di alta **formazione a tema DNF** (Dichiarazione Non Finanziaria) e l'esame finale di **abilitazione a Chief Value Officer (CVO)**, che ha portato alla redazione del primo Bilancio Integrato Way2Global, negli **investimenti in R&S** che nonostante la pandemia sono confluiti, tra le altre iniziative, nel varo di **Way2Academy** per la riqualificazione digitale di donne e giovani, e, non ultimo, nella valutazione della maturità digitale d'impresa conseguita tramite il tool **SELFIE4.0**⁴⁶ di PID (Punto Impresa Digitale) di CCIAA di Milano con un punteggio di 4 su 4 rispetto a una media del settore di 2,7.

L'analisi dettagliata degli impatti sul capitale intellettuale nell'esercizio 2021 e degli obiettivi 2022 è riportata nella sezione sulla [La Valutazione d'impatto](#).

IL CAPITALE NATURALE

Le attività di gestione del capitale naturale, ossia le risorse naturali e gli asset ambientali che come azienda utilizziamo per gestire il nostro business e tutti gli altri capitali, sono riunite in Way2Global sotto il cappello del progetto identitario Green Translations.



Benché il tema ambientale possa sembrare lontano dalle tematiche di un'azienda come la nostra che offre un servizio dematerializzato a basso impatto, riteniamo che il valore di **Green Translations** sia proprio questo: mostrare come qualsiasi attività e qualunque impresa, a prescindere dalle sue dimensioni, possa apportare un contributo di valore alla grande sfida ambientale individuando la modalità più idonea col ricorso a una buona dose di creatività e inventiva.

Sensibilizzare il settore della Language Industry agendo da precursori e promuovere consapevolezza circa la carbon footprint che anche le società di servizi inevitabilmente generano, rientra nella nostra visione trasformativa di avanguardia sostenibile.



Nel 2021 siamo riusciti a regalarci una **certificazione** di ente terzo per la nostra **neutralità carbonica** a seguito di un **inventario delle emissioni climalteranti** conforme a GHG Protocol, e poi a spingerci ancora oltre investendo in **progetti di rimboschimento e energie green** rispettivamente nella Foresta Amazzonica e in India per diventare **azienda Climate Positive**.

L'analisi dettagliata degli impatti sul capitale naturale nell'esercizio 2021 e degli obiettivi 2022 è riportata nella sezione sulla [La Valutazione d'impatto](#).

IL CAPITALE PRODUTTIVO

Il capitale produttivo (o "materiale" o "infrastrutturale") comprende in Way2Global i beni strumentali ossia sostanzialmente le piattaforme IT che costituiscono il nostro ecosistema operativo, e tutti i software, i tool e le infrastrutture ITC pertinenti, che condividiamo con la supply chain.

Gli **aspetti salienti** delle nostre attività 2021 in relazione a questo capitale riguardano il lancio del **progetto di Open Education Way2Academy** che vuole facilitare la transizione digitale a favore di donne e giovani, e la valorizzazione in ottica SEO del **sito web** corporate sia tramite **migrazione** della nostra piattaforma sia tramite il ricorso a una innovativa tecnologia basata sugli algoritmi di Google.



L'analisi dettagliata degli impatti sul capitale produttivo nell'esercizio 2021 e degli obiettivi 2022 è riportata nella sezione sulla [La Valutazione d'impatto](#).

IL CAPITALE FINANZIARIO

Data la definizione di "capitale finanziario" come "insieme dei flussi di liquidità generati e assorbiti dall'azienda", nell'esercizio 2021, secondo anno di governo societario condotto a quattro mani in sinergia col nuovo socio di minoranza, i risultati prodotti dalla gestione di questo capitale risultano di particolare soddisfazione.

In Way2Global finanziamo l'attività con gli introiti e gli incassi dai clienti, oltre che, nei casi di necessità congiunturale, con linee di credito bancarie (portafoglio RIBA e anticipi fatture), che nel caso specifico dell'anno in rendicontazione non sono state attivate.



Garantiamo la **solvibilità** col monitoraggio dei flussi di cassa attraverso apposita funzionalità di cash-flow integrata nella pianificazione degli impegni di spesa, e finanziamo i progetti di R&S anche con l'aggiudicazione di bandi pubblici per l'erogazione di contributi a fondo perduto e altre iniziative di **finanza agevolata**.

Data l'incertezza congiunturale del primo trimestre, in continuità col 2020 i **C-Level** hanno proseguito anche nel 2021 con la prudenziale **auto-decurtazione retributiva volontaria**, per rientrare a fine anno da questa formula di finanziamento aziendale alla luce degli ottimi risultati dell'esercizio e dell'impennata del **rating bancario** (merito di credito) confluito nello svincolo delle fidejussioni bancarie personali in capo ai soci.

Tra gli **indici più significativi** dell'esercizio 2021 citiamo: il **MOL** (Margine Operativo Lordo) pari a **237.634 euro**, l'**EBIT** per un ammontare di **180.284 euro**, oltre a **315.179 euro** di patrimonio netto e **559.619 euro** di **disponibilità liquide**.

L'analisi dettagliata degli impatti sul capitale finanziario nell'esercizio 2021 e degli obiettivi 2022 è riportata nella sezione sulla [La Valutazione d'impatto](#).

TEMI MATERIALI

Individuare i temi materiali è l'esito del processo di identificazione, valutazione e classificazione degli aspetti che influiscono sulla nostra capacità come impresa di creare valore per il mondo. Il processo viene condotto con il coinvolgimento diretto dei principali gruppi di stakeholder interni ed esterni, di norma per il tramite di survey.

Dall'incrocio del grado di rilevanza di ciascun tema dichiarato dagli stakeholder con il livello d'importanza attribuito dall'azienda abbiamo tratto la matrice di materialità, che sintetizza la shortlist delle tematiche più impattanti nel breve termine.

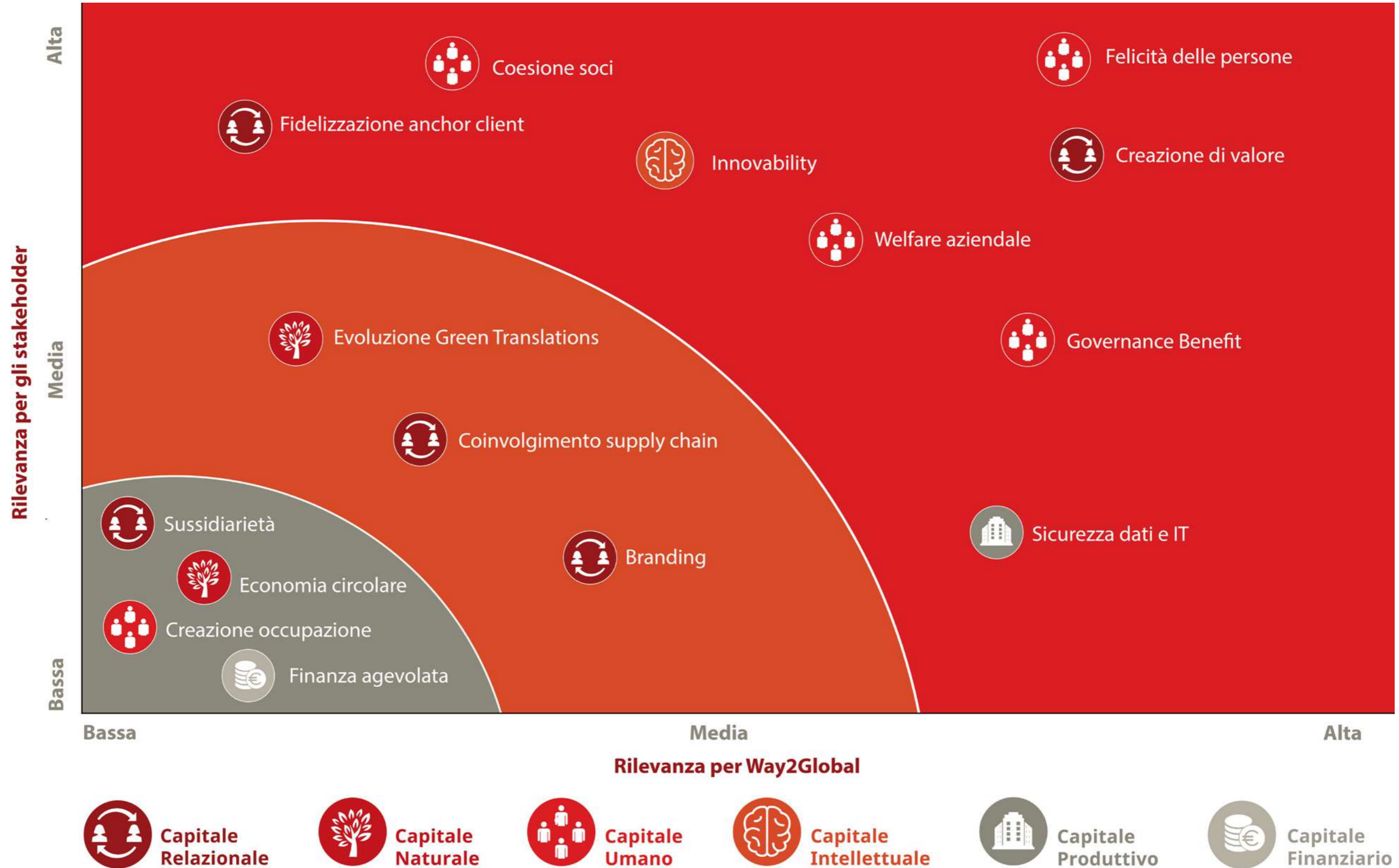
Complessivamente, per il 2021 abbiamo individuato **15 temi materiali** rappresentativi in misura piuttosto disomogenea dei 6 capitali:

Relazionale (5 temi), naturale (2 temi), umano (5 temi), intellettuale (1 tema), produttivo (1 tema) e finanziario (1 tema).

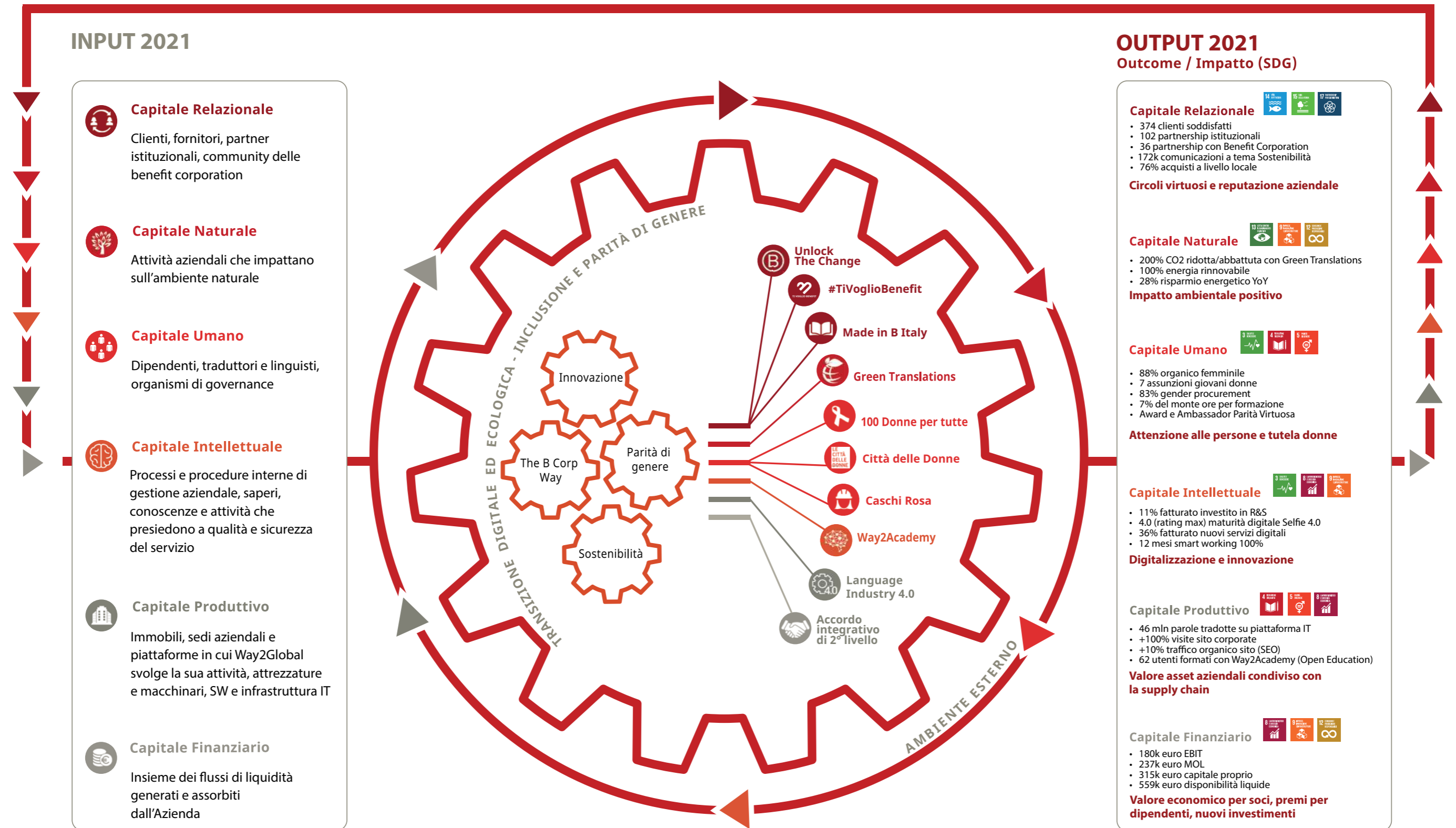
La netta prevalenza di temi relativi al **capitale umano** e al **capitale relazionale** è ancora una volta indice dell'attenzione che poniamo a questi due aspetti, mentre la capacità di estrema sintesi attuata dal Board nel definire quest'anno macro-categorie molto capienti ha consentito di ridurre in modo sensibile il numero di temi.

Capitale	Tema materiale	Descrizione
RELAZIONALE	Creazione di valore	E' il tema che definisce la nostra identità di benefit corporation e il nostro modo di fare impresa generando valore per la nostra crescita ma anche per l'intera società.
	Fidelizzazione anchor client	Alla luce delle Grandi Dimissioni dell'ultimo biennio, anche in posizioni apicali e strategiche, riteniamo che la fidelizzazione degli anchor client costituisca un tema da presidiare con priorità.
	Coinvolgimento supply chain	Costruire filiera sostenibile è un tema che ci vede impegnati a coinvolgere la supply chain nelle nostre prassi di sostenibilità ambientale e sociale.
	Branding	Consolidare la brand awareness sui mercati di riferimento è un tema strategico per una startup di recente costituzione come la nostra, a maggior ragione nel momento in cui abbiamo l'ambizione di affermare una proposition e un business model unico e dirompente.
	Sussidiarietà	Riteniamo prerogativa della nostra mission di benefit corporation il compito di rilevare dalle PA in chiave di sussidiarietà circolare il presidio delle aree di beneficio comune in cui possiamo avere un impatto positivo (es. welfare, tutela ambientale, diritti umani).
NATURALE	Evoluzione Green Translations	Sotto il cappello del nostro progetto identitario Green Translations siamo soliti riunire tutte le tematiche di impatto ambientale che presidiamo. Dare seguito al nostro progetto significa individuare ulteriori milestone evolutivi che ci consentano di conservare e consolidare lo status di impresa Climate Positive, oltre la decarbonizzazione e NetZero.
	Economia circolare	Data la specificità del nostro servizio, che mostra pochi punti di contatto con il concetto di economia circolare, abbiamo voluto scorporare questa voce dalla precedente macro-categoria che riunisce tutti gli altri temi di impatto ambientale al fine di studiare comunque una modalità attuativa.
UMANO	Felicità delle persone	E' il tema che abbiamo voluto codificare in Statuto come nostro oggetto sociale, che continuerà quindi a rivestire per la nostra azienda la massima priorità.
	Coesione soci	Crederci nella governance partecipativa e attuare sistemi di governo inclusivo presuppone la capacità di assicurare un'ottima coesione a livello di compagine dei soci in modo da garantire comunità d'intenti, convergenza d'interessi e allineamento nella visione strategica.
	Governance Benefit	E' il nostro tratto costitutivo e fondante, se vogliamo un "di cui" del tema precedente, che abbiamo voluto codificare nel nostro DNA costituendoci come Società Benefit.
	Welfare aziendale	Declina all'interno del perimetro aziendale il tema della Sussidiarietà, a favore delle nostre persone.
	Creazione occupazione	Contribuire a creare occupazione sia mettendo a disposizione percorsi formativi e di qualificazione, sia attuando policy di assunzioni, è il nostro modo B Corp di generare impatto positivo a livello sociale.
INTELLETTUALE	Innovability	Crasi di Innovation & Sustainability coniata da AsVis, il termine individua nel nostro caso l'aspirazione a presidiare con continuità questi due ambiti per noi identitari, nella convinzione che oggi non vi possa essere innovazione laddove questa non si coniughi con il concetto di sostenibilità.
PRODUTTIVO	Sicurezza dati e IT	Cyber Security e protezione dei dati sono temi di assoluta rilevanza in seguito al ribaltamento del mondo sul digitale. Rafforzare le misure di sicurezza informatica, presidiare i rischi di sicurezza delle informazioni e garantire la protezione di dati e privacy sono aspetti imprescindibili per il valore del servizio al cliente.
FINANZIARIO	Finanza agevolata	Il ricorso a strumenti di finanza agevolata ci consente anche nei momenti più critici di dare comunque continuità alle nostre politiche d'investimento in R&S.

LA MATRICE DI MATERIALITÀ



6 MODELLO DI BUSINESS E CREAZIONE DEL VALORE



Creare valore significa per noi di Way2Global condurre l'attività attraverso lo sviluppo dei nostri progetti identitari che negli anni hanno generato business model ispirazionali, replicabili e modulari.

GREEN TRANSLATIONS 

Green Translations⁴⁷ esprime il nostro impegno rispetto all'ambiente con la creazione del primo servizio al mondo di traduzioni decarbonizzate.



La consapevolezza del basso impatto ambientale del nostro servizio ci ha spinti ad ampliare l'orizzonte della sfida per creare filiera sostenibile inclusiva di clienti e fornitori attraverso un innovativo business model green.

Dal 2018 lavoriamo per ridurre i consumi energetici, convertire l'approvvigionamento a favore di fonti rinnovabili con la contrattualizzazione di un fornitore B Corp, riconvertire gli impianti HVAC con pompe di calore temporizzate, sostituire le tradizionali luci a incandescenza con tecnologia LED, ridurre la mobilità (pendolarismo dipendenti e trasferte business) con le leve dello smart working e della digitalizzazione, consolidare il parco fornitori green e a km 0, rinnovare la flotta aziendale per minimizzare le emissioni "tank-to-wheel", ridurre il consumo di carta e la produzione di rifiuti, massimizzare il riciclo e l'economia circolare, eliminare la plastica, sostenere progetti di agroforestazione e piantumazione ad alto impatto sociale, e promuovere la sensibilizzazione ai temi di tutela ambientale sull'intera supply chain.

Nel 2021 abbiamo commissionato un inventario delle emissioni climalteranti ad ente terzo secondo il GHG Protocol (Scope1, 2 e 3) che non solo ci ha consentito di monitorare, ridurre e compensare interamente le nostre emissioni, ma anche di spingerci oltre la neutralità climatica e, tramite carbon credit certificati su due progetti d'investimenti sostenibili internazionali, diventare impresa Climate Positive.

Con Green Translations abbiamo voluto testimoniare come ogni impresa, per quanto piccola, possa lavorare a tutela dell'ambiente e contribuire fattivamente a risolvere le grandi sfide dell'umanità.

LANGUAGE INDUSTRY 4.0 

Anticipando la transizione digitale nel nostro settore, con Language Industry 4.0⁴⁸ abbiamo voluto facilitare l'avvento dell'AI e dell'innovazione tecnologica a impatto sociale.



Da sempre promotori di progetti di Open Innovation, Technology Transfer e Capacity Building per la community dei linguisti e il mondo accademico, abbiamo puntato a democratizzare e rendere accessibili saperi e risorse che stanno rivoluzionando il nostro settore: deep learning, big data e reti neurali.

Abilitare l'accesso dei linguisti alla tecnologia di frontiera della Language Industry significa per noi contribuire a sfatare lo spauracchio distopico dell'AI che rimpiazza l'umano, e diffondere piuttosto fiducia in un nuovo Umanesimo digitale, dove la tecnologia diventa estensione e potenziamento del talento umano.

Nella nostra visione del mondo, le tecnologie abilitanti diventano driver d'impatto sociale, empowerment femminile e sperimentazione di nuovi modelli di business responsabili.

WAY2ACADEMY



Way2Academy⁴⁹ è il progetto di Open Education nato per riqualificare la community della traduzione, in prevalenza femminile, all'uso delle nuove tecnologie abilitanti.

È la risposta che abbiamo voluto dare al digital divide di genere acuito dalla pandemia, che vede le donne a rischio di squalifica da un mercato rivoluzionato dal digitale.



Continuazione logica in ambito Education di Language Industry 4.0, anche Way2Academy punta a promuovere innovazione tecnologica e trasformazione digitale come leva di empowerment femminile e costruzione di community.

I beneficiari dei percorsi di upskill e reskill digitale di Way2Academy sono le donne che ambiscono a riqualificarsi in ambito STEM ma anche la community di giovani, studenti e aspiranti traduttori che si accingono a entrare nel mondo del lavoro.

Colmare il mismatch tra domanda e offerta sul mercato del lavoro, agevolare la transizione digitale a beneficio di giovani e donne, e dotarli delle competenze necessarie per rendersi protagonisti del proprio futuro sono gli obiettivi di Way2Academy.

Per noi di Way2Global ripartire dall'istruzione e dalla formazione significa fornire alla comunità le leve per la costruzione del futuro- un futuro dove la conoscenza e l'utilizzo dell'AI sarà imprescindibile per l'avvento di un nuovo Umanesimo digitale.

MADE IN B ITALY



Made in B Italy⁵⁰ è il progetto identitario che abbiamo sviluppato per diffondere in tutto il mondo il modello d'impresa sostenibile delle Società Benefit, forma giuridica dirompente che recupera l'etica nella logica del business aziendale.

Il progetto è nato per valorizzare il primato del nostro Paese quale early adopter di questo modello grazie all'introduzione della legge sulle Società Benefit come primo Stato sovrano al mondo nel 2016.

Il primo milestone è stata la partecipazione nel 2018 alla costituzione di Assobenefit quali soci fondatori, al fine di promuovere la cultura Benefit nel mondo.

Il secondo step è costituito dal progetto editoriale "Made in B Italy – La via italiana all'impresa sostenibile", che racconta il fenomeno Benefit attraverso le voci dell'On. Mauro Del Barba, primo firmatario della legge sulle Società Benefit, del Prof. Stefano Zamagni, padre nobile dell'Economia Civile, e le testimonianze di tre benefit corporation italiane della prima ora (Nativa, Treadom e Way2Global).



Lanciato in Borsa Italiana a novembre 2019, il libro ha fatto tappa a EXPO Dubai a marzo 2022 in seno al roadshow del progetto Le Città delle Donne, per mostrare come il modello delle Società Benefit ben si coniuga con una nuova concezione di empowerment, leadership e imprenditoria femminile.

È proprio questo il nostro Purpose: come **agenzia di traduzioni** da sempre portiamo nel mondo la qualità del Made in Italy, mentre come **Società Benefit** con lo stesso zelo siamo impegnati a esportare questo modello di business unico e innovativo, espressione di eccellenza italiana, che noi stessi rappresentiamo con grande orgoglio.

7 LA VALUTAZIONE D'IMPATTO

SE NON LO MISURI NON ESISTE

Essere Società Benefit è una straordinaria potenzialità per contribuire a risolvere le grandi sfide dell'umanità, ed è nella disponibilità di qualunque azienda aspiri a convertire il proprio business in un'attività rigenerativa, capace di creare più valore rispetto alle risorse che consuma. Basta cominciare a misurare quello che conta, e gestire tutti i propri impatti con lo stesso rigore di norma riservato alle misurazioni di natura economico-finanziaria, perché nel XXI secolo nessuna azienda può essere valutata solo per il valore economico che produce. Sono molti altri i fattori non meno importanti che si possono misurare e valutare. Quantificare l'impatto che un'impresa genera su ambiente, comunità di riferimento, dipendenti e società è il solo modo per determinare se un'azienda crea valore oppure lo sottrae dalla biosfera.

Noi B Corp misuriamo gli impatti sociali e ambientali con lo stesso rigore col quale misuriamo i nostri risultati economici. E più organizzazioni saremo a farlo, più faremo crescere la cultura della misurazione quale presupposto del cambiamento sostenibile.



azienda aspiri a convertire il proprio business in un'attività rigenerativa, capace di creare più valore rispetto alle risorse che consuma. Basta cominciare a misurare quello che conta, e gestire tutti i propri impatti con lo stesso rigore di norma riservato alle misurazioni di natura economico-finanziaria, perché nel XXI secolo nessuna azienda può essere valutata solo per il valore economico che produce. Sono molti altri i fattori non meno importanti che si possono misurare e valutare. Quantificare l'impatto che un'impresa genera su ambiente,

B IMPACT ASSESSMENT (BIA)

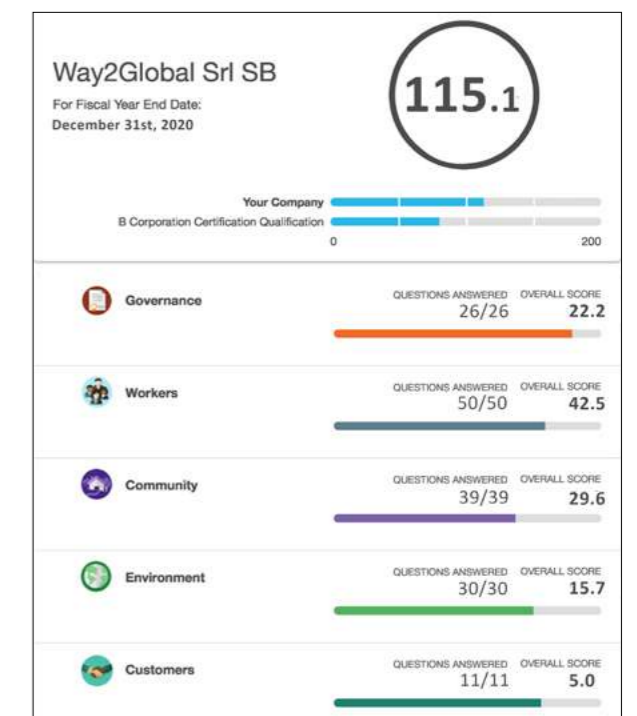
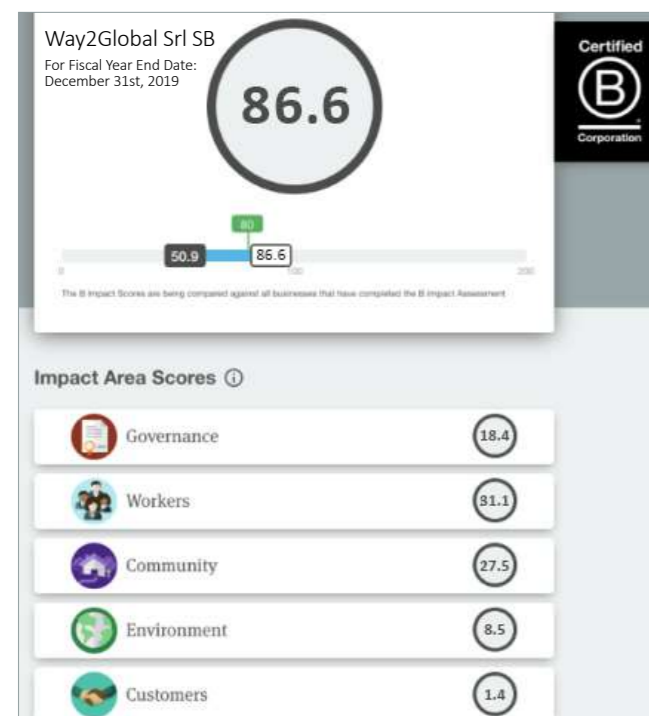
Come Società Benefit nativa e B Corp certificata, in Way2Global misuriamo e monitoriamo il nostro impatto socio-ambientale tramite una serie di metriche, in primis il **BIA (B Impact Assessment)**⁵¹ messo a punto da B Lab, e il piano dei KPI alla base del nostro piano industriale.

Dopo la prima certificazione ufficiale di gennaio 2019, con cadenza annuale ricompiliamo in autovalutazione le cinque sezioni del BIA: Governance, Collaboratori, Community, Ambiente, Clienti.

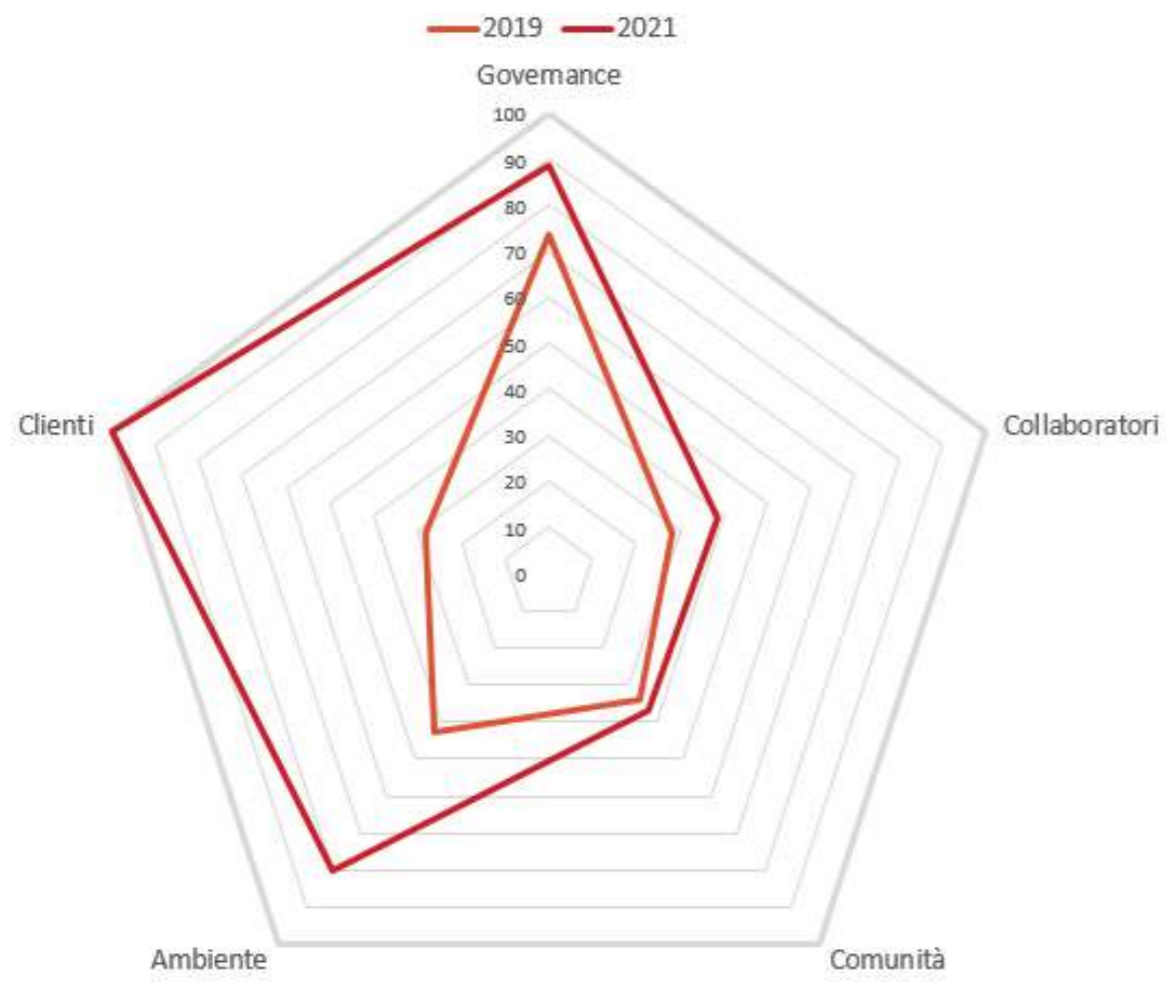
Nel momento in cui viene redatto il presente documento, si è appena concluso l'audit triennale di B Lab Europe che ci ha riconfermato la certificazione con un rating di 115,1, con un miglioramento di ben 28,5 punti sul punteggio di certificazione originario (86,6).

Il percorso di miglioramento del nostro rating dal 2019 a oggi è reso esplicito dal **radar di Sostenibilità**, con riferimento alle usuali 5 dimensioni del BIA che nell'infografica di quest'anno abbiamo pesato e rapportato a 100.

Come mostra l'importante ampliamento dell'area del pentagono rispetto al 2019, la crescita della nostra impronta sostenibile si esprime nel 2021 su tutte e 5 le aree di riferimento, in ordine decrescente a partire da Clienti (5 punti conseguiti su un max di 5), Governance (22,2 su 25), Ambiente (15,7 su 20), Comunità (29,6 su 50) e Collaboratori (42,5 su 50).



Radar della Sostenibilità



SDG ACTION MANAGER

SDG BASELINE

SCORE **93.3%**

MODULE **Baseline**

Start with this module to get a comprehensive baseline of the company's performance on human rights, labor practices, environmental management, and good governance.

Dal 2020 in Way2Global ci misuriamo anche con l'SDG Action Manager⁵², tool di autovalutazione online frutto di un progetto congiunto di UNGC e B Lab che consente alle aziende di monitorare la sostenibilità del proprio business rispetto ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU.

Nostro scopo è trarne una visione d'insieme più ampia per il nostro percorso corporate verso la Sostenibilità, e una ulteriore dashboard di più ampio spettro per l'orientamento strategico futuro.

Con riferimento alla Baseline, rispetto all'esito della prima autovalutazione del 2020 (69,2%) il nostro punteggio evidenzia oggi un netto miglioramento (2021: 93,3%), esito anche del completamento del questionario.

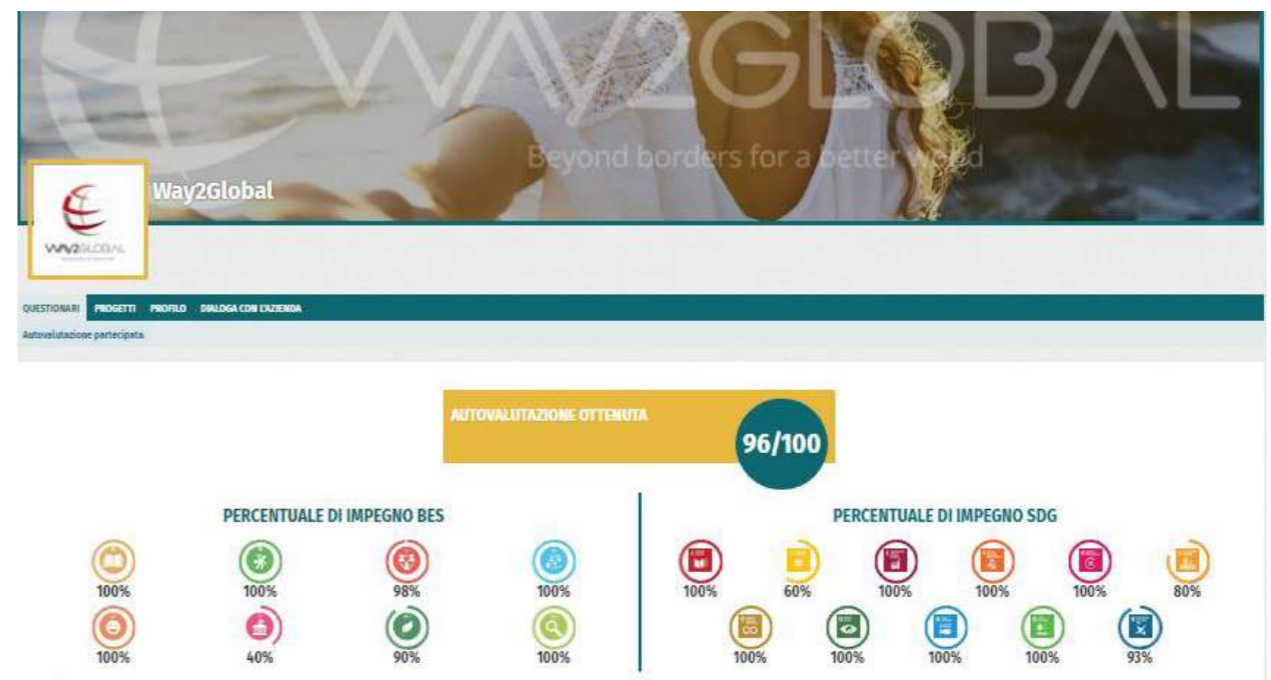
EYEONBUY - NEXt

EyeOnBuy⁵³ è una startup innovativa a vocazione sociale senza fine di lucro che gestisce l'omonimo portale di reputazione etica delle imprese. La spinoff è nata da NeXt (Nuova Economia per Tutti)⁵⁴, rete di organizzazioni di consumatori, ambientali, del terzo settore, di imprese, sindacati e università, che da anni lavora alla costruzione di una Nuova Economia più sostenibile e partecipata, promuovendo nuove forme di dialogo e interazione fra cittadini e imprese.

Il tool di autovalutazione online vuole abilitare informazione e dialogo tra cittadini e imprese su un portale di reputazione etica che aggrega le informazioni sulla sostenibilità delle aziende attraverso un sistema di segnalazioni da parte di cittadini e organizzazioni.

Suo scopo lato cittadini è verificare e valutare le aziende in base ai loro comportamenti, permettere al consumatore di orientarsi nella scelta dei propri acquisti, e offrire un utile strumento per la gestione delle segnalazioni. Mentre lato aziende fornisce informazioni utili al miglioramento delle strategie, premia e incentiva comportamenti di sostenibilità sociale e ambientale e l'impegno nel rispetto dei propri clienti, aumenta la reputazione delle aziende responsabili.

Per evidenziare i comportamenti aziendali con impatto positivo sotto il profilo sociale e ambientale, il tool li riconduce sia agli **SDG dell'ONU** sia ai 12 domini del **BES**, l'indice del **Benessere Equo e Sostenibile**⁵⁵ messo a punto da ISTAT.



Rating di autavalutazione EyeOnBuy-NEXt 2021

Rispetto alla valutazione originaria di 94/100, la valutazione aggiornata al 2021 ci ha restituito un punteggio di **96/100**.⁵⁶

WELFARE INDEX PMI

Altra metrica che abbiamo voluto sperimentare per il secondo anno al fine di misurare il nostro operato in termini di sostenibilità aziendale è l'iniziativa **Welfare Index PMI** promossa da Generali con la partecipazione di Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato e Confprofessioni.

E' la maggiore indagine italiana sul welfare aziendale partecipata da oltre 6.000 PMI italiane, che fotografa lo stato dell'arte del welfare nelle PMI italiane basandosi sull'ampiezza e sul contenuto delle iniziative, sull'originalità e sulle politiche attuate.

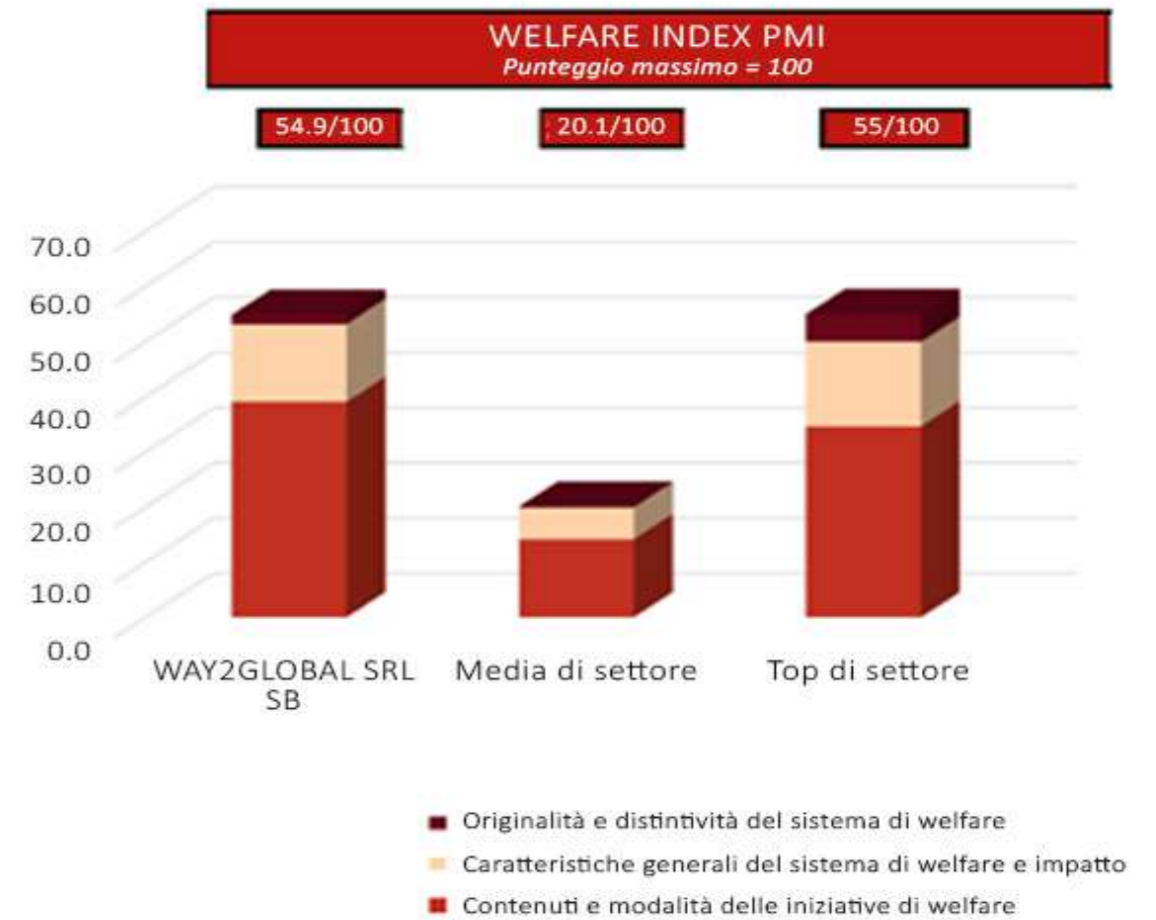
Attraverso un questionario di autovalutazione, le imprese che aderiscono all'iniziativa vengono classificate con un rating crescente da **1W** (welfare in fase iniziale, "Welfare Accredited") fino a **5W** (welfare molto sviluppato, "Welfare Champion") su un totale di 10 aree di valutazione del welfare aziendale: previdenza e sanità integrativa, salute e assistenza, conciliazione vita-lavoro, sostegno economico al reddito dei dipendenti, sviluppo del capitale umano e formazione continua, sostegno per educazione e cultura, diversità e inclusione, salute e sicurezza, responsabilità sociale verso i fornitori, welfare di comunità.



Nell'edizione 2021 siamo orgogliosi di esserci classificati nell'1,8% delle imprese partecipanti designate **"Welfare Champion"**, con l'aggiunta della **menzione speciale per le Pari Opportunità**.



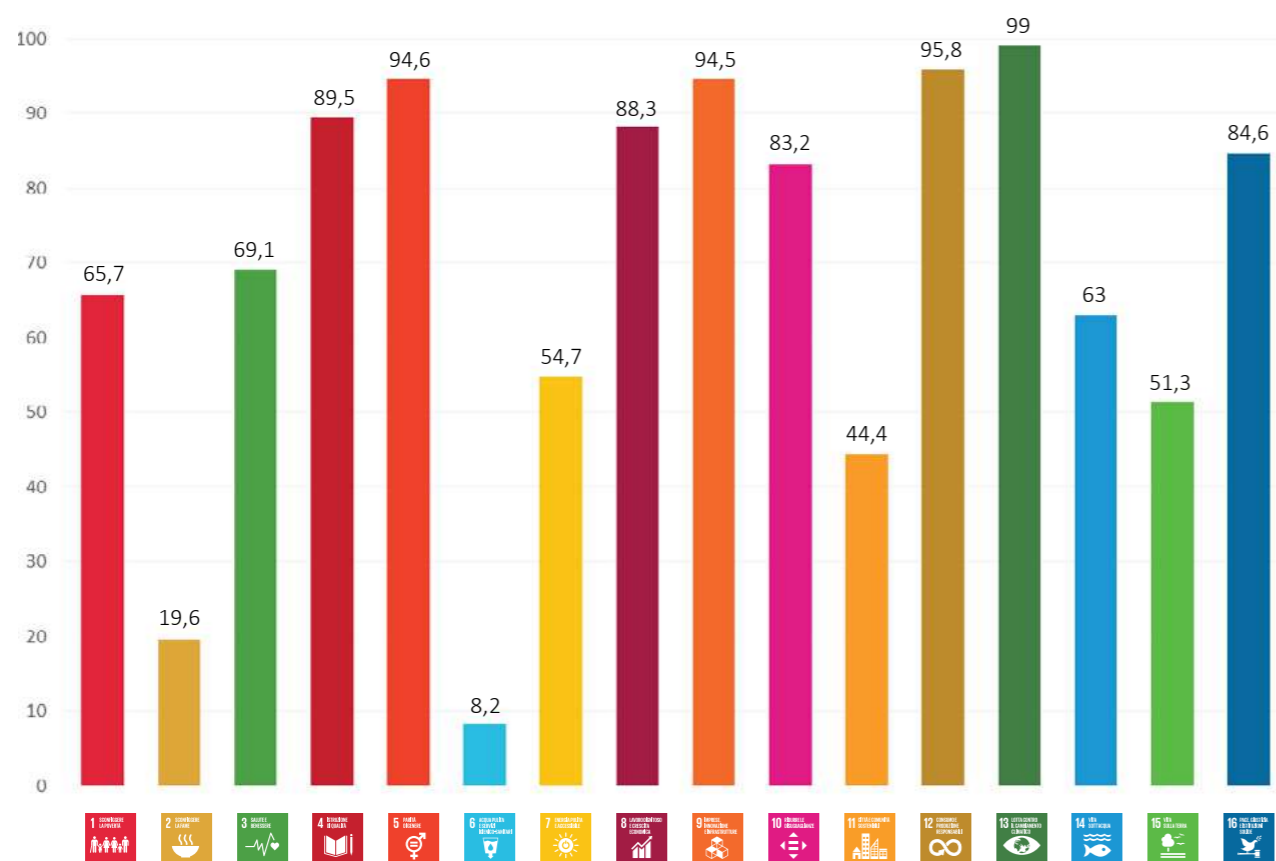
Azienda: WAY2GLOBAL SRL SB
 Provincia: 0
 Classe di addetti: Da 0 a 10 addetti
 Settore: Studi e servizi professionali



- ● ● ● ● – Welfare Champion
- ● ● ● – Welfare Leader
- ● ● – Welfare Promoter
- ● – Welfare Supporter
- – Welfare Accredited

SABI

Dopo avere partecipato da volontari al beta testing della piattaforma online **SABI** messa a punto in seno al framework **La Buona Impresa** da **Fondazione Buon Lavoro, PwC e GoodPoint** per l'autovalutazione delle imprese che vogliono misurare e migliorare la propria capacità di creazione del valore sistemico e sostenibile, per il secondo anno da questo tool, interpolato con i punteggi dell'SDG AM, abbiamo mediato il diagramma che misura l'**impatto Way2Global sui singoli SDGs dell'Agenda 2030**.

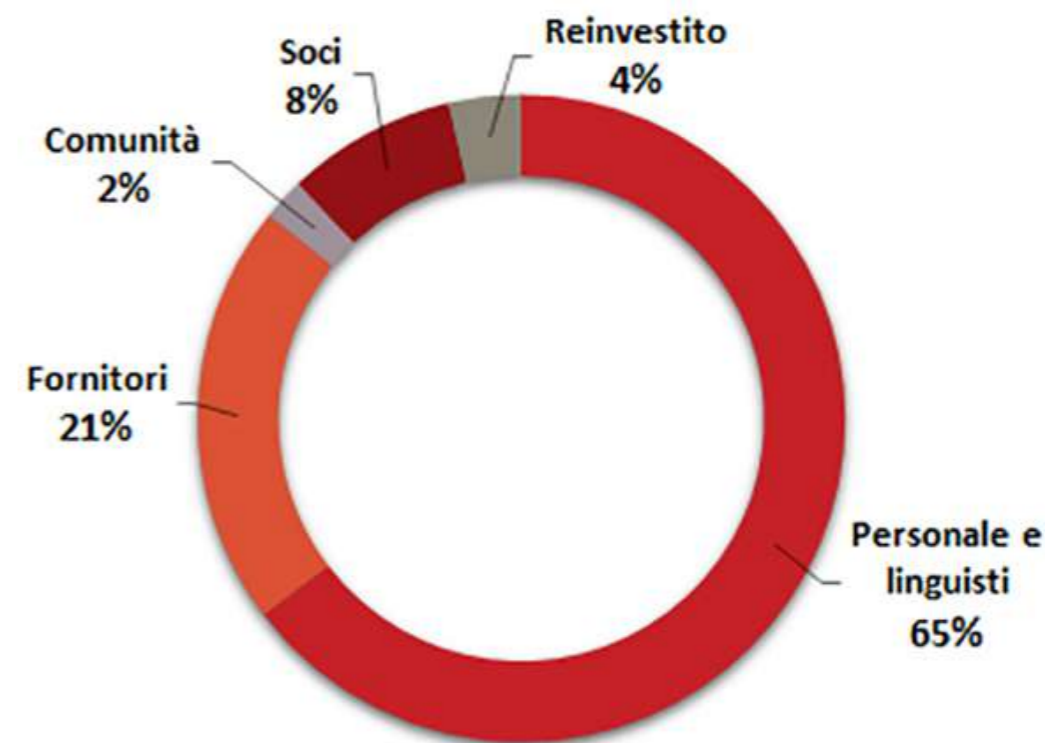


Istogramma d'impatto Way2Global 2021 sui singoli SDG dell'Agenda 2030

Altra significativa infografica mediata dall'autovalutazione SABI è l'anello che esprime la **ripartizione del valore economico generato** da Way2Global, ossia la nostra capacità di contribuire a creare valore economico per tutti coloro che concorrono alla sua realizzazione lungo la filiera.

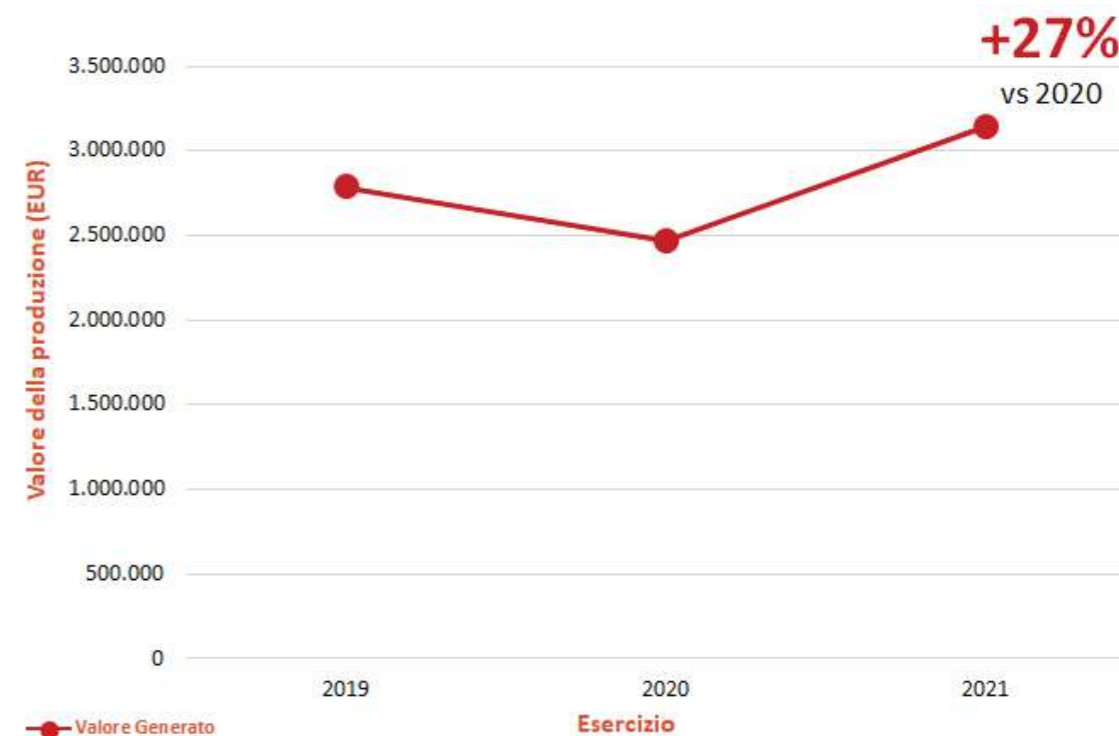
Ancora una volta la categoria di stakeholder che più beneficia del valore che abbiamo creato nel 2021 è di gran lunga quella delle nostre persone (dipendenti e collaboratori), cui viene allocato il 65% del valore economico generato, dopodiché seguono in ordine decrescente i nostri fornitori e consulenti (21%), i soci (8%), il capitale reinvestito (4%) e la comunità (2%) in termini di erogazioni liberali e imposte.

Anello di distribuzione del valore



Il trend del valore generato mostra come, dopo la lieve flessione del 2020, nel 2021 siamo riusciti ad accrescere del 27% il valore economico che abbiamo generato.


















Trend del valore economico generato



IL NOSTRO PIANO DI MIGLIORAMENTO

In questa sezione analizziamo nel dettaglio il nostro impatto 2021 misurato attraverso i KPI del nostro piano industriale nelle 5 aree del BIA, oltre che in connessione con i 6 capitali, i dati di partenza dell'esercizio 2020, gli obiettivi e gli outcome sui target degli SDG.

1. GOVERNANCE

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2020	Obiettivo 2021	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2021	Obiettivo 2022	Target	SDG
INTELLETTUALE	IMPRONTA SOSTENIBILE	Rating certificato BIA	86,6	92	125	115,1	126	12.6	
INTELLETTUALE	RATING QUALITA' SERVIZIO EROGATO	Media rating collaboratori attivi/anno	101	102	112	114	115	8.3	
UMANO	PARITA' DI GENERE	% collaboratori donne su TOT collaboratori	80	81	109	88	90	5.5, 10.2	 
UMANO	WOMEN EMPOWERMENT	% donne in posizioni manageriali	27	30	109	50	54	5.5, 10.2	 
RELAZIONALE	DIGITAL WOMEN EMPOWERMENT	N. discenti Way2Academy	n/a	n/a	n/a	62	80	5.B, 10.2	 
INTELLETTUALE	INNOVATIVITA' / DIGITALIZZAZIONE	% spending PEMT Network su TOT spending Network	28	34	108	36	50	8.2, 9.5	 
INTELLETTUALE	INNOVATIVITA' / DIGITALIZZAZIONE	% spending PEMT su volume TOT spending traduzioni	n/a	n/a	n/a	36	50	8.2, 9.5	 
RELAZIONALE	COSTRUZIONE FILIERA SOSTENIBILE	% fatturato clienti Benefit su TOT fatturato	1,56	2	191	4	6	12.6, 17.17	 
INTELLETTUALE	"BRAND AWARENESS"	N. visualizzazioni post su social	178.666	250.000	90	224.237	250.000	12.6	
INTELLETTUALE	"BRAND AWARENESS"	N. follower sui social network	3.055	3.666	110	4.045	4.200	12.6	
INTELLETTUALE	"BRAND AWARENESS"	"N. visite a sito corporate "	12.966	17.559	132	23.091	24.000	12.6	

Risultati 2021

Nell'area Governance il parametro principe che misura la nostra impronta sostenibile è il **rating BIA**, che B Lab Europe ci ha appena ufficialmente aggiornato al termine del suo audit di parte terza in ragione di 115,1, con un balzo migliorativo (+28,5) rispetto al rating originario conseguito con la prima certificazione del 2019 (86,6).

Sull'esercizio 2021 risultano pressoché tutti centrati anche gli indicatori di Governance afferenti al capitale umano ovvero il nostro impatto sulle tematiche di parità di genere e women empowerment (% collaboratori donne su totale collaboratori e % donne in posizioni manageriali), così come gli indicatori afferenti il capitale intellettuale che misurano, rispettivamente, la qualità del nostro servizio al cliente (media rating linguisti attivi/anno), e l'innovatività e la digitalizzazione del nostro servizio al cliente (% spending PEMT, Post-Editing su Machine Translation).

Sempre in relazione al capitale intellettuale risultano pressoché interamente centrati anche i 3 KPI che misurano la brand awareness come numero impression, numero follower e numero visite al sito corporate.

E risulta parimenti centrato il KPI che afferisce al capitale relazionale e misura la costruzione di filiera sostenibile come percentuale di fatturato verso aziende Benefit sul totale.

Lato obiettivi non misurabili, le iniziative salienti del nostro 2021 in ambito Governance sono state:

- l'adesione a **United Nations Global Compact** (UNGC);
- la partecipazione alla seconda edizione della campagna delle B Corp italiane **Unlock The Change**, ai gruppi di lavoro su **Gender Equality** e **Unlock Education**, e il contributo al **Libro delle B Corp italiane** che ne è scaturito;
- la partecipazione all'iniziativa **Call for Future** di **Fondazione Sodalitas** con la pubblicazione dei nostri progetti identitari sulla loro piattaforma online;
- la partecipazione e co-organizzazione della rubrica **Imprese con il cuore** su **Clubhouse**;
- il corso di alta formazione per **Chief Value Officer** (CVO) frequentato dalla CEO Laura Gori con esame finale di abilitazione e iscrizione al registro nazionale dei CVO, che ha portato alla redazione della nostra prima edizione di DNF (**Bilancio Integrato 2020**), premiato a ottobre con menzione speciale per le Pari Opportunità dalla Facoltà di Scienze Economiche e Sociali dell'Università di Pavia nel quadro dell'iniziativa **Premio al Report di Sostenibilità**;

- l'adesione al **Protocollo di Sviluppo Sostenibile di Regione Lombardia**⁵⁷, con la prospettiva di confluire ora con la nostra impronta sostenibile nella rendicontazione nazionale italiana all'ONU;
- lo speech di giugno in seno a **LocWorldWide44**⁵⁸, convegno internazionale della Language Industry, a tema "Launch of the **Sustainability Manifesto and How to become a regenerative Language Service Provider**" per diffondere il verbo delle Benefit Corporation nel nostro settore;
- la partecipazione alla ricerca di **Impronta Etica e Yunus** Università di Bologna sull'**integrazione degli SDG in azienda** con la nostra testimonianza nel report finale;
- l'adesione al gruppo d'ingaggio **Interdependence Coalition** assieme ad altre 60 B Corp europee sotto il coordinamento di B Lab Europe in risposta alla consultazione della Commissione Europea in materia di **Sustainable Governance**, che punta a introdurre requisiti cogenti e più rigorosi in capo alle aziende affinché queste privilegino la creazione di valore sostenibile di lungo periodo rispetto al perseguimento di profitto finanziario a breve;
- il contributo alla **pubblicazione sulle Società Benefit** redatto dalla Commissione Start-up innovative, Microimprese e Settori innovativi **dell'Ordine dei Dottori Commercialisti di Milano**⁵⁹;
- la partecipazione al **Festival per lo Sviluppo Sostenibile di AsVis** come host dell'evento "Utopie Realizzabili"⁶⁰ di Bottega Filosofica;
- l'usuale partecipazione al **Salone della CSR** in Università Bocconi con un intervento nel panel su "L'avanzata delle organizzazioni ibride"⁶¹;
- la partecipazione collettiva dell'azienda al **B Corp Summit europeo** e al **B Corp Summit italiano** di fine anno;
- la partecipazione in presenza alla **Giornata nazionale AssoBenefit** di Milano;
- la partecipazione al gruppo di lavoro sulla **Comunicazione sostenibile di FERPI**⁶², associazione che rappresenta in Italia i professionisti delle Relazioni Pubbliche e della Comunicazione, presieduta da Rossella Sobrero;
- il contributo a **15 tesi di laurea** a tema Benefit Corporation.



Alle iniziative di cui sopra si è affiancato l'intenso lavoro svolto nel 2021 in seno alle associazioni di rappresentanza e di empowerment femminile, tematica che abbiamo a oggetto del nostro beneficio comune in Statuto:

- Ambassador del progetto **Le Città delle Donne** dell'Associazione **Stati Generali delle Donne** di Isa Maggi, che attraverso una fitta attività convegnistica e di sensibilizzazione ha portato alla nascita dell'iniziativa Caschi Rosa a favore delle donne afghane, alla redazione del **Patto delle Donne per il Clima e l'Ambiente** in occasione della COP, all'iniziativa **Una Donna al Quirinale**, alla missione a Dubai per la consegna della **Carta di Dubai** e del nostro libro sulle Benefit Corporation "Made in B Italy", e alla consegna della **Carta di Kiev** a una parlamentare ucraina in visita in Italia mentre infuria il conflitto;



- Partecipazione al gruppo di lavoro sulla Leadership femminile in seno al progetto **STEAMiamoci**⁶³, rete sinergica di aziende, università, enti e associazioni, nazionali e internazionali, impegnate in progetti di valorizzazione dei talenti femminili nelle professioni scientifiche e tecnologiche in seno ad **Assolombarda**;
- Partecipazione come aggiudicataria all'iniziativa **WOMEN 2027, 100 Donne si fa Storia**⁶⁴ in materia di imprenditoria femminile e strumenti di finanza agevolata che insistono sui programmi dell'UE;
- Supporto all'iniziativa **100 Donne per tutte**⁶⁵ di Arianna Pigni, Presidentessa dell'Associazione **L'Abbraccio del Mediterraneo**⁶⁶, con contributo al libro contro la violenza di genere e traduzione dello stesso in inglese;



- Partecipazione con un intervento a tema B Corp aziende sostenibili al femminile al Convegno per i 25 anni di **Assodonna**⁶⁷;
- Prosecuzione delle attività **B Women** con un Open Day a marzo e iniziative di sostegno al Decennio del Mare come il video promo girato per il bando **Donne di Mare**⁶⁸;
- Partecipazione al **Diversity Month** della Piattaforma Europea delle **Diversity Charter** che include Fondazione Sodalitas;
- Adesione al **G100 All WEF 100 Global Leaders**⁶⁹, Club of Top 100 Women Leaders in the World a presiedere il chapter Lombardia;
- Collaborazione al back office dell'iniziativa **Inspiring Fifty Italy 2021**⁷⁰ in vista della cerimonia di aggiudicazione delle nuove cariche;
- Contributi a conferenze e **convegni contro il gender pay gap** come "Il gender pay gap non esiste" di Women of Change e "Equal Pay Day" di Stati Generali delle Donne⁷¹;

- Partecipazione alle tavole rotonde dell'iniziativa **Women in Export** di **SACE**⁷²;
- Contributi a **position paper** prodotti da Stati Generali delle Donne e Alleanza delle Donne per Il Futuro delle Città e Il Futuro dell'Europa;

Complessivamente, la valutazione dei risultati 2021 nell'area Governance si ritiene di piena soddisfazione.

Unici due nei riguardano l'indicatore numerico (di poco) mancato del numero di impression dei post pubblicati sui social network, si ritiene per via dell'obiettivo sovradimensionato rispetto al secondo anno di pandemia che ha annullato tutti gli eventi in presenza, e il mancato accoglimento candidatura ad AsVis, che intendiamo reinoltrare al decorrere di un anno.

Impegni/Obiettivi 2022

Gli impegni e gli obiettivi 2022 nell'area Governance riguardano la volontà di consolidare ulteriormente il nostro impegno e contributo rispetto alle attività di AssoBenefit e del movimento B Corp, e l'intenzione di proseguire col miglioramento sistematico della nostra impronta sostenibile misurandoci col BIA e con l'SDG AM.

Sempre in ottica di stewardship per il mondo Benefit, altro obiettivo epocale già messo a segno sul 2022 è il roadshow di "Made in B Italy" a **EXPO Dubai**. Citiamo dal comunicato ANSA:

“ A margine del Forum sulla leadership femminile realizzato in data 8 marzo 2022 presso Padiglione Italia di Expo 2020 Dubai, il Commissario Generale per l'Italia a Expo Paolo Glisenti ha ricevuto da Laura Gori, fondatrice e CEO di Way2Global, la Carta di Dubai, documento redatto da "Gli Stati Generali delle Donne", un coordinamento permanente per i diritti delle donne interlocutore delle istituzioni italiane, che vuole sottolineare l'importanza della parità di genere in tutti i settori, anche quelli più indietro sul tema come quello dell'arte.

Nella stessa direzione si orientano l'intenzione di aderire per il terzo anno alla campagna di comunicazione delle B Corp italiane Unlock The Change, e la partecipazione alle altre **iniziative del mondo B Corp** come Unlock Gender Equality, Unlock Education, Interdependence Co2alition, Net2Zero, Sustainable Governance, B for Good Leaders Summit⁷³, B Women, ...

Altri impegni che intendiamo consolidare e riconfermare riguardano le **attività di associazionismo femminile** in seno a Stati Generali delle Donne, Alleanza delle Donne, L'Abbraccio del Mediterraneo, B Women, Inspiring 50, STEMinTheCity, STEAMiamoci, AssoDonna, con l'obiettivo auspicabile di replicare sulla sede ONU di Ginevra la missione istituzionale già attuata su Dubai al fine di consegnare la Carta di Kiev e il nostro libro Made in B Italy.

Per ribadire il nostro impegno in ambito di parità di genere, puntiamo a conseguire tra le prime aziende in Italia entro l'anno la **Certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla Parità di Genere**⁷⁴ prevista dal PNRR per misurare, valutare e rendicontare la parità di genere all'interno delle organizzazioni, e/o la omologa **ISO 30415:2021 Human Resource Management - Diversity and Inclusion**⁷⁵, prima Norma internazionale sulla D&I che permette alle aziende di essere verificate da un Ente terzo sulla rispondenza ai requisiti applicabili alla parità di genere in ottica di mercato del lavoro.

CRESCERE IN PARITÀ
LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI

WORK EQUALITY CERT

LAURA GORI
FOUNDER & CEO WAY2GLOBAL

EUGENIA ROMANELLI
CEO REWOLRD SRL, FOUNDER E DIRETTRICE RESPONSABILE DI REWRITERS MAGAZINE

DANIELA ASARO
RINA SERVICES S.P.A.

SIMONETTA DE LUCA MUSELLA
WORK EQUALITY CERT

LAURA DELL'AQUILA
INCLUSIONE DONNA

ROSELLA SCALONE
WORK EQUALITY CERT







10.05.2022
18:30 - 19:30

WEBINAR
LIVE STREAM

CON LA PARTECIPAZIONE DI **#InclusioneDonna** **REWRITERS** | **WORKEQUALITYCERT.COM**

Non ultimo, finalizzata la redazione del presente documento, intendiamo renderlo longevo e diffonderlo come strumento di sensibilizzazione alla sostenibilità ampliando la platea dei possibili fruitori/stakeholder, anche cannibalizzandolo per la realizzazione di podcast o video verticalizzati da fruire tramite esperienze omnichannel.

2. COLLABORATORI

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2020	Obiettivo 2021	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2021	Obiettivo 2022	Target	SDG
UMANO	SOSTEGNO AL REDDITO / MERITORIETA'	% Retribuz variabile (premi) vs. fissa	9	10	113	11	12	1.4	
UMANO	CRESCITA E FORMAZIONE CONTINUA	% h dedicate a formazione su tot lavorate	3	4	179	7	8	4.4	
UMANO	FIDELIZZAZIONE DEL PERSONALE	Tasso turnover (N. dimissioni/TOT dipendenti anno)	0,33	0,30	44	0,13	0,10	8.5	
UMANO	ASSENTEISMO DEL PERSONALE	Tasso di assenteismo dipendenti sull'esercizio di riferimento	10,16	4,00	82	3,30	2,00	8.8	
RELAZIONALE	TREND MODELLO NETWORK	% volume Network su TOT traduzioni target ITA	n/a	n/a	n/a	35	36	8.5	
FINANZIARIO	PRODUTTIVITA' COLLABORATORI	Media fatturato per collaboratore	107.650	108.000	136	147.223	150.000	8.8	

Risultati 2021

Anche nell'area Collaboratori sull'esercizio 2021 abbiamo trapiantato tutti gli obiettivi prefissati, da quelli afferenti al capitale umano come il sostegno al reddito e la meritorietà in termini di percentuale di retribuzione variabile (premi) vs. fissa, passando per la formazione continua, con una percentuale importante (7%) del monte ore lavorato dedicata alla formazione, e poi ancora per la fidelizzazione del personale, che nonostante la coda lunga delle Grandi Dimissioni è rientrata nei target prestabiliti, e il tasso di assenteismo dei dipendenti, KPI di nuova introduzione 2021.

A questi si aggiungono il KPI afferente la quota di traduzioni verso italiano affidata ai traduttori/contractor storici (Network), considerati in Way2Global parte del capitale umano al pari dei dipendenti, e l'ultimo indicatore afferente invece al capitale finanziario, che misura la produttività del personale in termini di media fatturato per collaboratore.

Al di là dei KPI misurabili, nell'esercizio 2021 l'ambito Collaboratori è stato quello che più di tutti gli altri ha visto la Direzione impegnata ad attuare un ricco programma di misure ampie e profonde per sanare le ricadute dell'annus horribilis 2020, con lo sfaldamento, i malumori e le disaffezioni conseguenti alla pandemia, al riassetto organizzativo, e ai radicali mutamenti correlati.

Ancorati al nostro scopo di beneficio comune statutario ("la felicità delle persone"), abbiamo deciso non senza coraggio e per scelta collettiva di tutti gli stakeholder di dare continuità al regime di **smart working integrale** per gli innegabili vantaggi che offre in termini di armonizzazione vita-lavoro e impatto ambientale.

Siamo convinti che l'organizzazione agile del lavoro vada costruita a partire dalla fiducia, dalla libertà di chi lavora e dalla capacità di tenere vive le relazioni.

Per questo puntiamo a umanizzare la remotizzazione integrale, a prevenire la sensazione di affaticamento e invasione da abuso di tecnologie, e a presidiare i rischi di isolamento con la messa a punto di una nuova formula di organizzazione ibrida, una sorta di "Meta-Ufficio", versione dematerializzata e "metafisica" di sublimazione del tradizionale concetto di ufficio fisico.

Più che a uno spazio fisico, vogliamo orientarci allo sviluppo futuribile di una sorta di "**non luogo**" o "**luogo diffuso**" ("**Anywhere Office**"), che consenta alle persone di ottimizzare lo stile di vita e armonizzare i tempi di vita-lavoro, ma anche di fruire di preziose occasioni di socializzazione, team building e convivialità, non necessariamente- o non esclusivamente- presso una sede aziendale intesa nel senso tradizionale del termine.

Per accompagnare i collaboratori in questo percorso evolutivo, abbiamo pianificato un intenso **programma di alta formazione** a tema smart working, soft skill e riorganizzazione di tempi e modalità lavorative denominato **SmartNetwork**. Realizzato grazie alla partnership con Manpower e la startup innovativa Huky, SmartNetwork vuole aiutare le persone ad attuare il lavoro agile nel senso reale e più nobile del termine, ossia libertà di scelta tempi e luoghi di lavoro. L'obiettivo è quello di ridurre lo stress e neutralizzare le pericolose derive da abuso del lavoro remoto in chiave di connessione h24, per favorire piuttosto le migliori condizioni lavorative, promuovere l'auto-responsabilizzazione e l'empowerment delle persone, creare fiducia, agire la resilienza, ottimizzare benessere, piacere e passione per il lavoro, ritrovare focus ed equilibrio in tutte le aree della propria vita, motivare le persone all'ingaggio e alla crescita, costruire relazioni, collaborazione e condivisione.



In questa ottica di evoluzione e accompagnamento allo smart working, abbiamo cominciato a mettere a **disposizione di dipendenti e contractor PC, postazioni, monitor e device** elettronici, oltre che sedie, piani di lavoro e arredi, per consentire loro di allestire le proprie postazioni domestiche secondo criteri di ergonomia e funzionalità. Nella stessa direzione si orienta la nuova misura introdotta nell'accordo integrativo di 2° livello che riconosce un'indennità di connessione a ogni dipendente a finanziare i costi internet domestici.

Segue un compendio delle altre misure che abbiamo messo in campo nel 2021 per accrescere fiducia, coesione, dialogo e ingaggio di dipendenti e collaboratori:

- Aumento delle **riunioni**, sia di reparto sia plenarie, per coinvolgere e motivare tutti rispetto alle politiche e strategie aziendali, ribadendo i fondamenti alla base della nostra cultura Benefit;
- La Direzione ha continuato a comunicare a tutti con puntualità e discrezione tramite la **"mail del venerdì"** l'andamento e gli highlight della settimana al fine di condividere informazioni e tenere tutti allineati in totale trasparenza;
- Da gennaio a ottobre abbiamo portato avanti sistematicamente i **colloqui di autovalutazione/di clima** a tutti i livelli e in tutti i reparti, con l'intento programmatico di somministrarne almeno 1/cad. ogni anno;

- Abbiamo redatto e adottato il **Codice Etico**, la **Carta dei Valori**, il **Regolamento aziendale**, e tutte le **Policy** allegate al Manuale Qualità, a codificare il patto etico alla base della convivenza in azienda;
- Da febbraio abbiamo concesso il **part-time** alla Marketer VL per consentirle di conciliare l'impegno lavorativo con la ripresa degli studi universitari;
- A marzo abbiamo riconosciuto al personale gli speciali **Premi Resilienza 2020** finanziati con le rinunce del Board, nonostante sull'esercizio precedente non vi fossero i presupposti per l'erogazione dei bonus di produttività;
- In corso d'anno abbiamo formalizzato per merito **6 scatti retributivi e avanzamenti di carriera** a più livelli, interamente riconosciuti a dipendenti femminili;
- A partire da aprile abbiamo condotto plurime survey che nel rispetto dell'anonimato (**whistleblowing**) hanno puntato a riattivare il dialogo bidirezionale con dipendenti e collaboratori, e a sondare tra l'altro la percezione del modello Benefit, del sistema valoriale dell'azienda, e del sistema welfare;
- A partire da aprile abbiamo attivato un totale di **8 tirocini**, per lo più concentrati nel reparto Project Management, con uno sforzo formativo colossale (4.911 ore di tutoraggio);
- A maggio abbiamo **anticipato** per merito la **chiusura del tirocinio** della Marketer MDM per stabilizzarla con un contratto di apprendistato professionalizzante;
- A giugno abbiamo rivitalizzato i rapporti con i traduttori storici (Network) con una serie di riunioni che hanno portato alla revisione e **novazione del modello Network** e dei contratti Proofer in base a condizioni più aggiornate e funzionali agli interessi di tutti gli stakeholder;
- A luglio abbiamo lanciato la nostra **piattaforma di Open Education Way2Academy**, in cui abbiamo fatto confluire anche le attività di formazione uso dipendenti e traduttori;
- Nel mese di settembre abbiamo ritirato a Roma il **Premio Welfare Index PMI** che in virtù del nostro sistema avanzato di welfare aziendale ci ha riconosciuto "Welfare Champion" assieme ad altre 104 aziende (per lo più multinazionali con risorse e dotazioni ben maggiori delle nostre) su un totale di oltre 6.000 aziende valutate;
- In ottobre in ottica di educazione alla sostenibilità abbiamo condotto un esperimento di **gamification (quizzone)** incentrato **sulla conoscenza del nostro Bilancio Integrato 2020**;

- A novembre abbiamo coinvolto tutti i dipendenti nel **B Corp Summit europeo**, e abbiamo rinnovato il nostro **accordo integrativo di 2° livello** introducendo, tra le altre misure di avanguardia sociale, la parificazione dei congedi parentali oltre le differenze di genere, la banca ore amicale, il potenziamento dei congedi a favore dei caregiver, l'attivazione di una speciale polizza sanitaria e di uno sportello di mental coaching/supporto psicologico per neutralizzare i disagi da perdurante pandemia, e il supporto economico, tecnico e formativo da parte dell'azienda nella prosecuzione dello Smart Working;
- Nell'ultimo mese dell'anno abbiamo condotto la prima sessione plenaria di mindfulness che ha inaugurato il percorso di alta formazione **"SmartNetwork"**, e abbiamo organizzato una giornata di socializzazione in azienda con riprese video e fotografiche, oltre al pranzo plenario di celebrazione del Natale.
- Da fine 2021 doniamo le registrazioni delle lezioni di skype-yoga che frequentiamo online alla **palestra digitale SJtheSpace** di Davide Tumiotto. Nel segno dell'interdipendenza virtuosa, l'organizzazione contraccambia la donazione e l'ospitalità presso la nostra sede con l'apertura gratuita ai nostri collaboratori di tutte le sue discipline sportive e sale corsi digitali.
- Nel bilancio 2021 abbiamo accantonato le premialità 2021 (**bonus di produttività**) per tutti i dipendenti, a includere le stagiste, per un ammontare pari al 12% della retribuzione fissa, già stimata di per sé >17% superiore ai livelli retributivi del CCNL del nostro settore.

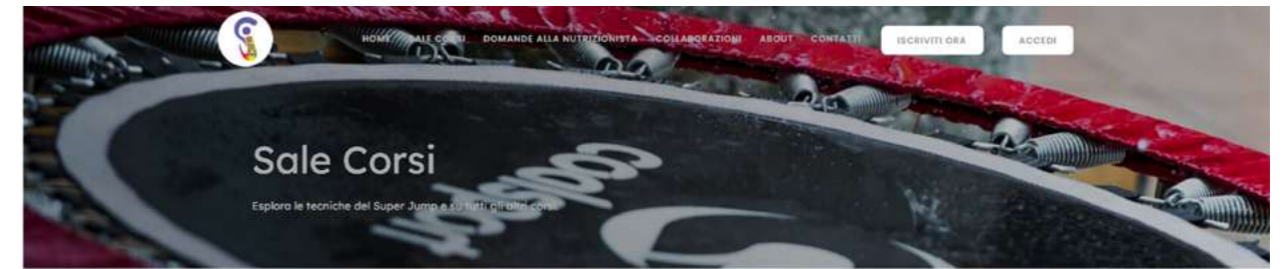
Impegni/Obiettivi 2022

Nell'arco del 2022 intendiamo rendere lo **smart working** strutturale concretizzando il concept di **Anywhere Office**, Ufficio Diffuso, parallelamente alla dismissione dell'immobile che ospita la sede aziendale, non più sostenibile.

Altra misura che la Direzione intende attuare nel 2022 riguarda la finalizzazione e la somministrazione di moduli online di **Exit Survey** ai dimissionari 2021 al fine di indagare aree d'ombra che hanno determinato l'abbandono dell'azienda.

Tra gli assi portanti delle nuove strategie di sviluppo 2022 c'è la promozione di policy e percorsi di **avanzamento carriera per i ruoli femminili** in ottica di women empowerment e costruzione di una nuova leadership femminile, ivi inclusa la sottoscrizione di patti di stabilità per rafforzare il modello aziendale di governance femminile. Questa strategia evolutiva prevede tra l'altro l'evoluzione del ruolo di MM da Sales Director in COO (Chief Operating Officer) per lasciare spazio di crescita al team femminile sulla posizione resa vacante.

Tra le altre misure previsionali 2022 citiamo il consolidamento e l'aggiornamento dei **rapporti con i traduttori Network**, con il **potenziamento del parco licenze Trados** a loro disposizione.



SJ Original
Lezione divertente e coinvolgente alta portata di tutti, la semplicità e i grandi benefici dati dall'accelerazione contraddistinguono la tecnica. Le diverse sequenze e metodo di costruzione rendono ogni lezione nuova e assolutamente unica.

[SCOPRI LE LEZIONI](#)

SJ Intensity
Tecnica che mira ad allenare quella che è la muscolatura principale. La "spinta e volo" in accelerazione variano l'intensità della lezione, abbinate all'uso dell'Elastic Band per la definizione ed il massimo risultato per l'allenamento di braccia, spalle, schiena, glutei ed esterno coscia.

[SCOPRI LE LEZIONI](#)

SJ Thunderbell
Il puro allenamento funzionale acquista l'uso di un attrezzo multi-presa per aggiungere ancora più resistenza alla lezione. Tecnica altamente tonificante ed aerobica, sviluppata per un allenamento alternato a terra e con uso del trampolino.

[SCOPRI LE LEZIONI](#)

SJ Power
La tecnica più "metabolica" che ci sia! Alte intensità e tonificazione con esercizi che combinano le forze di accelerazione con/senza uso di piccoli attrezzi per potenziare gli effetti dell'allenamento. Si divide in SJ Power 1 circuito di lavoro sviluppato su 8 esercizi ripetuti 3 volte e SJ Power 2 che si ramifica in 3 allenamenti diversi Tabata, Fartlek e HIIT 10 20 30.

[SCOPRI LE LEZIONI](#)

SJ Kombat
Ispirato dalle arti marziali per allenare tutto il corpo in modo equilibrato, pugni ganci e ginocchiate tutto in accelerazione, eccellente allenamento anti-stress altamente tonificante.

[SCOPRI LE LEZIONI](#)

Active Class
Tecnica di Tonificazione funzionale che lavora sulla frequenza cardiaca con struttura di base cross.

[SCOPRI LE LEZIONI](#)

Cross Active
Tecnica di Tonificazione funzionale che lavora sulla resistenza e forza muscolare con struttura di base cross.

[SCOPRI LE LEZIONI](#)

Thunder Cross
Allenamento funzionale con l'uso di un attrezzo multi-presa (il Thunderbell, in mancanza usare bottiglia acqua da 1,5L) per aggiungere ancora più resistenza alla lezione. Tecnica mirata al potenziamento muscolare e stimolare i riflessi per essere più agili e scattanti anche nei movimenti quotidiani.

[SCOPRI LE LEZIONI](#)

Pilates
Allenamento posturale focalizzato al Core. Corregge la postura, previene il mal di schiena, migliora il controllo dei movimenti e del respiro, la mobilità articolare e l'equilibrio. La tonificazione è focalizzata sulla fascia addominale.

[SCOPRI LE LEZIONI](#)

Total Body Classic
Una classica lezione di Tonificazione sequenziale che va a coinvolgere diversi gruppi muscolari, l'esecuzione è con uso di attrezzi specifici o anche a corpo libero, finendo con uno Stretching prolungato.

[SCOPRI LE LEZIONI](#)
















Eventi
Speciali lezioni composte da diverse tecniche dove si celebrano situazioni proposte in eventi o manifestazioni sia onLine che in presenza, il divertimento ne fa da padrone.

[SCOPRI LE LEZIONI](#)

Raja Yoga
Stabilire una relazione tra corpo, respiro e le sensazioni che emergono durante il percorso per ritrovare la giusta sincronia.

[SCOPRI LE LEZIONI](#)

3. COMUNITÀ

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2020	Obiettivo 2021	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2021	Obiettivo 2022	Target	SDG
RELAZIONALE	VOLONTARIATO AZIENDALE	% h volontariato aziendale su tot h lavorate	14	15	85	13	15	1.A, 4.3	 
RELAZIONALE	VOLONTARIATO AZIENDALE	N. iniziative promosse/partecipate	58	60	463	278	280	1.A, 4.3	 
RELAZIONALE	DONAZIONI	% donazioni su fatturato	0,20	0,22	76	0,17	0,50	1.A, 4.3	 
INTELLETTUALE	EDUCAZIONE FILIERA SU SOSTENIBILITA'	N. impression comunicazioni omnichannel	244.331	250.000	69	172.693	180.000	4.7	
UMANO	PROPRIETA' LOCALE	% soci residenti <80 km da HQ su TOT soci	100	100	100	100	100	8.3	
RELAZIONALE	GENDER PROCUREMENT	% spending traduttrici su TOT spending linguisti	77	78	106	83	84	5.1	
RELAZIONALE	ETHIC PROCUREMENT	% Sustainable Spending su TOT spending (labor escluso)	12	12	237	28	30	12.6, 17.17	 
RELAZIONALE	ETHIC PROCUREMENT	% Sustainable Spending su TOT fatturato	13	14	46	6	10	12.6, 17.17	 
RELAZIONALE	ETHIC PROCUREMENT	% fornitori sostenibili su N. TOT fornitori	7	8	123	10	12	12.6, 17.17	 

Risultati 2021

Il nostro impegno nei confronti della della comunità e del territorio, e quindi il nostro impatto sul capitale relazionale, ma anche sul capitale umano e intellettuale, si esprime per lo più attraverso le attività afferenti ai grandi progetti identitari Made in B Italy, Language Industry 4.0 e Way2Academy. Loro scopo è, rispettivamente, quello di promuovere la diffusione del modello Benefit, qualificare con competenze digitali le traduttrici, e a favorire con percorsi di Open Education la transizione digitale a beneficio di donne e giovani.

Nel secondo anno di pandemia, siamo orgogliosi di essere riusciti ad accogliere e formare 8 giovani stagisti e a creare occupazione stabilizzandone 5, oltre che a valorizzare territori e talenti svantaggiati grazie alla remotizzazione del lavoro.

Rispetto all'impatto sulla Comunità, nel 2021 gli unici obiettivi numerabili del piano industriale non centrati riguardano la percentuale di spesa verso

fornitori sostenibili, cui intendiamo ovviare consolidando la nostra campagna #TiVoglioBenefit, il numero di impression multicanale generate dalle attività di educazione alla sostenibilità – ritenuto comunque apprezzabile soprattutto se riferito a un altro anno a eventi zero- e la percentuale di donazioni sul fatturato, che sconta un'eccessiva prudenza gestionale.

Centrano invece l'obiettivo tutti gli altri target relativi alla percentuale di ore dedicate al volontariato aziendale, al numero di iniziative promosse o partecipate, alla proprietà locale (percentuale soci aziendali entro 80 km dalla sede), alla gender procurement (percentuale di spending verso attività di traduzione di proprietà femminile), e gli altri 2 indicatori che misurano l'ethic procurement rispettivamente come percentuale di spesa sostenibile sulla spesa totale al netto delle traduzioni, e alla percentuale di fornitori sostenibili sul numero totale fornitori.

Tra le principali attività d'impatto sulla Comunità cui ci siamo dedicati nel 2021:

- Il lancio della nostra piattaforma di Open Education **Way2Academy**, già oggetto di un articolo sui canali di Giornalismo Costruttivo, rilanciato anche a livello internazionale da Constructive Network⁷⁶;
- L'adesione come firmatari del **Manifesto di Assisi** all'iniziativa "**1000 azioni per una nuova Italia**"⁷⁷ per evidenziare le buone prassi e le energie civili e morali dell'Italia che vuole essere protagonista del cambiamento;
- Il contributo all'azione **Milano Resiliente** di Smart City Alliance⁷⁸ e Comune di Milano patrocinata da Assolombarda, che punta a costruire una rete di città smart e sostenibili a livello internazionale;
- Il **progetto professionalizzante sulla comunicazione di un LSP sostenibile** ospitato nella persona di 2 laureande della Scuola Interpreti e Traduttori Altiero Spinelli di Milano;
- La collaborazione con articoli e contributi⁷⁹ al **Blog de LeRosa** di Giulia Bezzi;
- La partecipazione alla **campagna mediatica Unlock The Change**, con le tappe delle manifestazioni fieristiche **SANA** ed **Ecomondo** per fare networking con la community delle B Corp italiane e promuovere sensibilizzazione ai temi d'impresa sostenibile;



- L'inclusione di Genova e Torino nel pool di **università** con le quali siamo **convenzionati** per ospitare tirocini;
- Il contributo al beta testing del **tool di autovalutazione SABI** uso pmi e Società Benefit messo a punto da Goodpoint e PWC;

- La partnership con la B Corp che gestisce il portale di fundraising **Rete del Dono**⁸⁰ per finalizzare a fine anno il programma di donazioni aziendali per il tramite dei dipendenti;
- La **donazione di PC e device** elettronici a organizzazioni ed enti sul territorio.
- Come cittadini del mondo orientati ad abbattere le barriere geografiche, nel 2021 abbiamo concretizzato il senso di appartenenza alla comunità dell'Unione Europea attraverso l'ingaggio nella **Conferenza sul Futuro dell'Europa**, piattaforma di discussione per coinvolgere tutti gli stakeholder nel dibattito e nella discussione sul futuro dell'Unione europea. Il contributo che abbiamo apportato si è sostanziato del nostro attivismo e della nostra progettualità in ambito gender equality e benefit corporation.



Impegni/Obiettivi 2022





Tra gli impegni e gli obiettivi 2022 daremo priorità al miglioramento dei KPI mancati quest'anno, ossia approvvigionamento etico ed educazione alla sostenibilità, da attuarsi per il tramite della campagna #TiVoglioBenefit, e donazioni, che intendiamo incrementare allo 0,50% dei ricavi.

L'ulteriore sviluppo delle attività di Open Education di Way2Academy costituisce un altro focus degli obiettivi 2022, con il potenziamento del palinsesto di sessioni didattiche online, la finalizzazione del programma di stage linguistici #adottaunstagista e la ripresa della nuova edizione della survey TOP (Translator Opinion Poll).

Altro obiettivo 2022 riguarda la formalizzazione di un programma di volontariato d'impresa da includere a titolo sperimentale nel rinnovo dell'accordo integrativo di 2° livello (es. pacchetto ore di volontariato aziendale retribuite).

Come di consueto intendiamo infine proseguire nelle attività di associazionismo anche a livello locale ampliando il perimetro delle partnership già consolidate (B Corp e SB, Koinetica, Sodalitas, UNGC) aderendo ad altre associazioni ispirazionali (CSRNative, AsVis, OIBR, Ashoka, Repubblica degli Stagisti, ...) per rafforzare le alleanze sul territorio e nella community di riferimento, e portare avanti il nostro modello di sviluppo sistemico costruito su interrelazioni, reti, ecosistemi inclusivi e circoli virtuosi.

4. AMBIENTE

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2020	Obiettivo 2021	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2021	Obiettivo 2022	Target	SDG
NATURALE	EFFICIENTAMENTO ENERGETICO	% risparmio energetico anno su anno	-20	30	95	28	30	7.3- 13.3	
NATURALE	TRANSIZIONE ENERGETICA	% uso energie rinnovabili su tot fabbisogno energetico	37	40	250	100	100	7.2- 13.3	
NATURALE	CARBON FOOTPRINT	CO2 generata meno CO2 ridotta, rimossa e compensata (t CO2e)	34	0	100	-90	-100	7.3- 13.3	
NATURALE	INTENSITA' CARBONICA	Emissioni certificate GHG Scope 1&2 su fatturato [CO2 tons/EUR mln]	n/a	n/a	n/a	4	3	7.3- 13.3	
NATURALE	EMISSIONI GHG	Emissioni certificate GHG Scope1 (t CO2e)	n/a	n/a	n/a	7,32	6	7.3- 13.3	
NATURALE	EMISSIONI GHG	Emissioni certificate GHG Scope 2 (t CO2e)	n/a	n/a	n/a	2,68	2	7.3- 13.3	
NATURALE	EMISSIONI GHG	Emissioni certificate GHG Scope 3 (t CO2e)	n/a	n/a	n/a	80,61	78	7.3- 13.3	
NATURALE	GREEN PROCUREMENT	% spending fornitori locali (<80 km da HQs) su TOT. spending	58	60	127	76	60	12.6	

Risultati 2021

In area Ambiente il risultato 2021 di cui siamo più orgogliosi è stato chiudere il cerchio di **Green Translations** con l'inventario delle nostre emissioni climalteranti basato su metodologia LCA (Life Cycle Assessment) in conformità a GHG Protocol, la madre di tutte le norme sul calcolo della carbon-footprint, che abbiamo commissionando a un ente terzo. Certificata la nostra impronta climatica con una Green Label di ReteClima, e ridotte e compensate totalmente le nostre emissioni, abbiamo voluto spingerci ancora oltre e investire in due progetti internazionali di tutela ambientale con annullamento di carbon credit certificati per diventare **azienda Climate Positive**.



Nella nostra anima di B Corp, siamo orgogliosi di avere precorso i tempi con l'ideazione di Green Translations sin dal 2018, e il successivo impegno per lanciare un business model unico e senza precedenti nel settore della Language Industry: **il primo servizio di traduzioni decarbonizzate al mondo**, che vuole costruire filiera sostenibile, e ispirare e coinvolgere nella crociata green tutto il comparto dei servizi linguistici. Per divulgare il verbo della sostenibilità nel nostro settore, a giugno abbiamo portato il nostro contributo al convegno internazionale LocWorldWide di Madrid con la sessione "The Language Industry Sustainability Manifesto – How to grow into a regenerative LSP".

Nel 2021 abbiamo centrato pressochè tutti i KPI misurabili nell'area Ambiente, con l'unica eccezione dell'efficientamento energetico (risparmio energetico anno su anno), mancato di soli 2 punti percentuali nonostante l'intero esercizio in modalità smart working integrale, probabilmente per via delle attività terze ospitate in-house. Tutti gli altri indicatori sono invece di piena soddisfazione, dalla percentuale di rinnovabili sul totale fabbisogno energetico alla carbon footprint e all'intensità carbonica, fino alla percentuale di spesa su fornitori a km 0 e, soprattutto, il calcolo degli Scope 1 e 2 in materia di emissioni GHG.

Tra gli altri risultati 2021 di rilievo in ambito ambientale:

- La partecipazione alla campagna **NetZeroStory** di **B Lab Europe** con la nostra testimonianza ripresa e condivisa da UN Race to Zero;
- L'adesione alla campagna **NetZero2030** delle B Corp per celebrare il primo anniversario dell'impegno solenne assunto sul palco della COP25 di Madrid 2020 assieme ad altre 500 B Corp di tutto il mondo per raggiungere la carbon neutrality entro il 2030;
- La confluenza nella campagna ONU RaceToZero del progetto **B Corp Climate Collective**⁸¹ nato a seguito dell'annuncio alla COP25 di cui facciamo parte assieme ad altre 1400 aziende, 800 delle quali B Corp⁸², la coalizione di oltre 7000 aziende organizzata e gestita dalle Nazioni Unite per fronteggiare la crisi climatica mondiale e guidare la società verso la decarbonizzazione.
- L'adesione a **ICC (International Chamber of Commerce)**⁸³ con la partecipazione all'iniziativa SME Climate Hub e la nostra intervista pubblicata online sulla nostra modalità di gestione dei cambiamenti climatici;
- **Youth4Climate**, think tank giovanile di preparazione alla COP26 di Glasgow;
- La sottoscrizione del **Manifesto per il Decennio del Mare** e le altre attività a sostegno dell'iniziativa in seno all'associazione B Women;
- La brandizzazione del **calendario delle abitudini sostenibili** di Daniela Cilia regalato a tutti i dipendenti per Natale;
- La **DEM sui clienti** realizzata per Natale per sensibilizzare e informare del nostro status di azienda Climate Positive;



- L'**articolo** pubblicato sulla rivista di settore **Slator** per divulgare il business model di Green Translations⁸⁴;
- Il piazzamento in 11° posizione nel ranking delle 100 **Aziende italiane più attente al Clima**⁸⁵ di Corriere della Sera e della società di ricerche di mercato Statista.

Impegni/Obiettivi 2022

Tra gli obiettivi 2022 prevediamo di **aggiornare l'inventario delle emissioni** climalteranti secondo GHG Protocol per mantenerci "a zero", e proseguire oltre riconfermandoci **climate positive** ossia azienda capace di generare un impatto climatico positivo **rimuovendo dall'atmosfera più CO2 di quella che generiamo tramite l'esercizio delle nostre attività**. In quest'ottica intendiamo nel 2022 investire in progetti di carbon offset sul territorio italiano.

















Prevediamo inoltre di rinnovare il parco auto all'insegna di una **mobilità più sostenibile** introducendo vetture ibride ed elettriche tramite formule di noleggio a lungo termine, di migliorare sistematicamente la nostra **intensità carbonica**, di proseguire nella nostra attività di sensibilizzazione e stewardship green rispetto a fornitori e collaboratori, e di consolidare la campagna #TiVoglioBenefit per costruire filiera sostenibile.

Altre misure e policy già approvate riguardano la **"flight shame"** (riduzione delle trasferte aeree, principale fonte di produzione CO2), e valutare la **dematerializzazione dell'archivio cartaceo** e contabile, da attuarsi preferibilmente contrattualizzando una collega B Corp in ottica di interdipendenza.

Non ultimo, compatibilmente con la realizzazione del progetto Anywhere Office e la dismissione dell'attuale sede aziendale, studieremo come adottare una nuova metodologia di monitoraggio e gestione della **produzione di rifiuti** e del **consumo idrico**.

5. CLIENTI

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2020	Obiettivo 2021	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2021	Obiettivo 2022	Target	SDG
RELAZIONALE	FATTURATO	Andamento fatturato anno su anno	2.805.780	2.946.069	104	3.076.380	3.300.000	8.3- 17.10	 
RELAZIONALE	SODDISFAZIONE CLIENTI	% reclami su TOT commesse gestite	0,67	0,30	203	0,61	0,30	8.3- 17.10	 
RELAZIONALE	SODDISFAZIONE CLIENTI	% acknowledgement su TOT commesse gestite	0,89	0,90	159	1,43	1,50	8.3- 17.10	 
RELAZIONALE	PORTFOLIO CLIENTI	N. clienti attivi	316	332	113	374	380	8.3- 17.10	 
RELAZIONALE	NEW BUSINESS	% N. nuovi clienti su N. TOT clienti	35	46	98	45	46	8.3- 17.10	 
RELAZIONALE	NEW BUSINESS	% fatturato new business su TOT fatturato	13	14	116	16	18	8.3- 17.10	 
RELAZIONALE	COMPLIANCE OFFERTE	% offerte confermate su TOT offerte emesse	84	86	103	88	90	8.3- 17.10	 

Risultati 2021

Gli indicatori misurabili 2021 nell'area Clienti sono stati centrati pressoché interamente, con l'unica eccezione della percentuale di new business sul totale clienti, mancata per un risibile 2%, e della percentuale di reclami, che è stata ridotta in termini percentuali rispetto al 2020 ma senza riuscire a centrare l'obiettivo 2021. A parziale giustificazione di quest'ultimo dato occorre tenere presente l'aumento importante del numero di commesse gestite (oltre 5.600) e la rilevazione di parecchi reclami infondati o pretestuosi.

Andamento del fatturato, soddisfazione dei clienti misurata come percentuale di acknowledgement sul totale commesse gestite, portfolio clienti in termini di N. clienti attivi, compliance offerte (percentuale di offerte confermate sul totale emesse) e new business (percentuale fatturato generato da nuovi clienti sul totale fatturato) sono invece tutti KPI sovraperformati.

Gli eccezionali risultati 2021 in area Clienti- tra le 5 del BIA quella che ha segnato nel 2021 il miglioramento più macroscopico – depongono a favore della scelta non facile che abbiamo maturato a metà anno: accontentarci e consolidare oppure azzardare un ulteriore scatto in accelerazione per provare a raggiungere un obiettivo inimmaginabile, i 3 milioni di fatturato.

In questo contesto, i punti di forza della visione strategica che abbiamo attuato sono stati, ancora una volta, la flessibilità e l'agilità nell'attuare plurimi cambi di marcia, la capacità di analisi real-time del mercato, la governance proattiva e la capacità decisionale tempestiva ed efficace.

Accusando oltre tutto il colpo delle dimissioni di due colonne portanti del reparto Project Management nel secondo semestre, col lavoro che esplodeva, e l'onere di formare un vivaio di nuove risorse junior, comunque prontamente inserite con eccezionali sovraperformance che ci hanno consentito di raggiungere e surclassare l'obiettivo fissato.

La **crescita +25% dei ricavi in piena pandemia** riteniamo sia un risultato davvero straordinario che ci sentiamo di spiegare con 2 semplici parole: dedizione e applicazione.

Dedizione perché nonostante tutte le difficoltà legate alla pandemia e gli altri travagli che abbiamo registrato nel biennio 2020-21, siamo riusciti a tenere la barra dritta, abbiamo saputo reagire alle difficoltà reinventandoci, senza piangerci addosso, anzi moltiplicando gli sforzi in tutte le direzioni, anche e soprattutto nell'attività commerciale che non si è mai fermata, pur cambiando e adattando di continuo strategie e modalità esecutive.

Nessuna visita in presenza a Clienti, nessuna trasferta, nessuna trade exhibition internazionale. Ma nonostante questa situazione anomala, il Team Sales ha continuato a seminare, a fare call con i Clienti, a raddoppiare la cura dedicata alla finalizzazione dei preventivi.

E applicazione perché negli ultimi due anni abbiamo messo in atto un lavoro dettagliato e analitico per migliorare tutti gli aspetti legati alla definizione delle tariffe e dell'offerta al cliente:

- massima attenzione all'ottimizzazione dei costi,
- estremo zelo nella creazione e personalizzazione dell'offerta,
- cura maniacale nello studio dei coordinati commerciali e
- grande preparazione prima di ogni meeting virtuale con i clienti.

Ogni videocall è stata considerata un'occasione da non sprecare, ogni preventivo il "preventivo della vita". E il risultato è il già citato dato monstre dell'**88% nella conversione delle offerte in ordini**.

In questo contesto riteniamo che le chiavi di volta per ottimizzare l'assistenza al cliente, i touchpoint con l'azienda e l'intero servizio reso al cliente risiedano nel consolidamento dell'unità **Operations**, nata come misura emergenziale a inizio pandemia e resa strutturale nel 2021 per presidiare l'interfacciamento con la clientela nel segno di un approccio consulenziale integrato e olistico a opera di commerciali e project manager, e la decisione di gestire pressochè integralmente le commesse in arrivo dalla Big Agency internazionali tramite una funzione esterna di PM ad alto tenore tecnologico.

Altro dato significativo in area Clienti 2021 è **l'ulteriore contrazione del peso specifico del primo cliente storico sul fatturato totale**, finalmente sceso sotto la soglia psicologica del 10%, pur alimentando la fidelizzazione del cliente con dinamiche di up- e cross-selling.

Lato Clienti il nostro esercizio 2021 ha messo a punto anche numerosi **accreditamenti su portali e marketplace di e-procurement** di aziende private e Pubbliche Amministrazioni come MEPA, Mercato Elettronico per le PA, o a livello internazionale, ICC (International Chamber of Commerce), Camera di Commercio Italiana a New York City, e una serie di attività di profilazione sostenibile ai fini della partecipazione a tender di gara.



In ottica di costruzione di filiere sostenibili, riteniamo prezioso anche l'aumento della quota di fatturato verso clienti Benefit.

In aggiunta al consueto dialogo continuo tra cliente e Operations e agli usuali meccanismi di gestione reclami e acknowledgement del Sistema Qualità ISO che capitalizzano sistematicamente il feedback della clientela nella co-progettazione e fine-tuning del servizio, la **soddisfazione del cliente** è stata presidiata nel 2021 anche per il tramite di una survey di customer satisfaction online cui il 95,6% dei clienti ha risposto SI' / MOLTO alla domanda "Il servizio acquistato ha soddisfatto le Sue aspettative?", l'86,7% ha valutato tra 8 e 10 su una scala 0-10 la sua esperienza con la nostra azienda, mentre il 95,6% ha risposto SI' / ASSOLUTAMENTE alla domanda "Complessivamente ha un buon giudizio della nostra azienda? Pensa di continuare ad acquistare il nostro servizio nel futuro?".

Non ultimo, tra le leve 2021 che riteniamo fondamentali ai fini della soddisfazione del cliente, citiamo la sensibilizzazione alle tematiche di sostenibilità attuata della nostra Comunicazione, e il coinvolgimento nella nostra filiera green con l'erogazione delle nostre Green Translations Climate Positive.

Impegni/Obiettivi 2022

Gli ottimi esiti del 2021 ci inducono a proseguire anche nell'anno a venire sulle direttrici già tracciate in termini di cura del servizio al cliente, riprendendo gradualmente le attività di scouting su fiere ed eventi per migliorare la quota di fatturato estero, finora penalizzata dalla stanzialità logistica forzata degli ultimi due anni che ha visto azzerarsi trasferte e fiere internazionali.

Diluire la concentrazione di fatturato sui primi 10 clienti è un altro obiettivo programmatico che ci poniamo per il 2022, stante l'estrema volatilità e fluidità congiunturale del mercato.

In risposta alle richieste di customizzazione del servizio provenienti da big client internazionali, intendiamo inoltre continuare a investire nella digitalizzazione spinta di infrastruttura, processi e servizi, oltre che in nuovi sistemi e piattaforme per la **gestione di pagamenti e incassi in valuta**.

Sottoscrivere nuove **polizze** assicurative a copertura dei **rischi su cambi** rientra nell'ottica di perseguire una maggiore tutela rispetto alla volatilità dei mercati e all'attuale instabilità dell'assetto geopolitico globale.

Altri impegni 2022 riguardano la prosecuzione delle strategie di **posizionamento** ed efficacia del **sito web** e della nostra comunicazione per il tramite dei servizi consulenziali AI-driven della nostra web agency, con eventuale investimenti in nuovi SW di AI per la SEO e ricorso a mix di traffico organico vs. **Adv sponsorizzate**.

Last but not least, con il riversamento dell'economia sul web e sul digitale, e il conseguente proliferare delle potenziali minacce informatiche, intendiamo potenziare il livello di guardia in ambito **sicurezza IT e dati** (GDPR, cyber security, ...).

8 RISCHI & OPPORTUNITÀ

Le nostre attività di gestione dei rischi e delle opportunità fanno parte da anni dell'impianto documentale del nostro Sistema ISO integrato Qualità & Sostenibilità.

ISO

UNI EN ISO 9001:2015
Certificato No. 0915443

UNI EN ISO 17100:2015
Certificato No. 1616192

ISO 18587:2017
Certificato No. 1916461

Questo rigoroso processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi e delle maggiori opportunità è il nostro driver per promuovere una conduzione d'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi prefissati, nel rispetto del nostro Codice Etico, delle nostre Policy aziendali e dei principi di governance approvati dal Board.

PARAMETRI DI VALUTAZIONE PER IL RISCHIO					
Gravità	1	Bassa			
	2	Media			
	3	Alta			
Probabilità	1	Poco probabile			
	2	Probabile			
	3	Frequente			
			Probabilità		
			1	2	3
Gravità			1	2	3
			2	4	6
			3	6	9

Legenda
Da 1 a 2 = azione non richiesta
Da 3 a 4 = azione da pianificare
Da 5 a 9 = azione da pianificare con immediatezza

L'Analisi del Contesto (anche detta Matrice di Analisi Rischi & Opportunità) è finalizzata a identificare e valutare tematiche ed eventi potenziali che potrebbero influire sul raggiungimento dei principali obiettivi aziendali definiti nel piano strategico.

La Matrice, nel formato riportato nelle pagine che seguono, codifica gli esiti del processo di valutazione a opera del CdA che con cadenza annuale (di norma in sede di Riesame della Direzione a fine anno) provvede a identificare i rischi e le opportunità potenzialmente impattanti sulla società in termini di raggiungimento degli obiettivi e/o sviluppo delle attività di business.

A ogni fattore di Rischio e/o Opportunità attribuiamo un "Livello" su una scala da 1 a 9, in base al prodotto del punteggio "Gravità x Probabilità" (nel caso dei rischi) o "Fattibilità x Attrattività" (nel caso delle opportunità), come da seguente legenda.

PARAMETRI DI VALUTAZIONE PER LE OPPORTUNITÀ					
Fattibilità	1	Bassa			
	2	Media			
	3	Alta			
Attrattività	1	Poco probabile			
	2	Probabile			
	3	Frequente			
			Attrattività		
			1	2	3
Fattibilità			1	2	3
			2	4	6
			3	6	9

Legenda
Da 1 a 2 = azione non richiesta
Da 3 a 4 = azione da pianificare
Da 5 a 9 = azione da pianificare con immediatezza

ANALISI DI CONTESTO / MATRICE RISCHI & OPPORTUNITÀ' WAY2GLOBAL 2021

Capitale	Tematica	Importanza	Probabilità	Livello Rischio [R] / Opportunità [O]	Gestione Rischio / Opportunità
INTELLETTUALE	Instabilità dello scenario geopolitico internazionale	3	3	R-9	Guidare lo scale-up di una newco nel bel mezzo del tripudio d'incertezza e precarietà che è l'attuale panorama geopolitico internazionale passato senza soluzione di continuità da due anni di crisi pandemica globale al dramma sconcertante della guerra in Ucraina richiede un ulteriore consolidamento delle direttrici di sviluppo strategico in atto: snellire e flessibilizzare il modello organizzativo, rafforzare ancoraggio e senso di appartenenza delle persone, proseguire con la patrimonializzazione aziendale e il cost saving draconiano (<i>more with less</i>).
	Cyber security e protezione dati	3	3	R-9	Il processo di radicale digitalizzazione, interconnessione e virtualizzazione accelerato dalla crisi pandemica contribuisce oggi a fare della sicurezza dei dati e della robustezza dell'IT (<i>data is the new black</i>) una priorità assoluta a livello strategico, e richiede l'adozione di sempre maggiori cautele suppletive: contrattualizzazione di un fornitore di assistenza IT e servizi hosting cloud su datacenter pluri-certificato, consulenza GDPR integrata al provider IT per la protezione dei dati, sottoscrizione di una speciale polizza cyber security.
NATURALE	Decarbonizzazione ed emissioni NetZero	3	3	O-9	Già firmataria della call to action collettiva NetZero2030, varata dalle B Corp europee nel 2019 per azzerare le emissioni climalteranti entro il 2030, con 20 anni di anticipo sugli Accordi di Parigi, Way2Global ha voluto precorrere ulteriormente questo traguardo per diventare a fine 2021 azienda Climate Positive e offrire ai suoi clienti il primo servizio di traduzioni decarbonizzato al mondo. In ottica di stewardship della Green Economy e col rischio climatico ormai integrato nelle politiche industriali di tutte le aziende a livello globale, Way2Global intende riconfermarsi avamposto di innovazione anche in questo ambito imprimendo un ulteriore scatto di crescita al progetto identitario Green Translations.
UMANO	Riorganizzazione del lavoro (Anywhere Office)	3	2	R-6	La delibera collettiva che ha trasformato lo smart working 100% da modello emergenziale (risposta alla pandemia) ad assetto strutturale comporta per Way2Global un ennesimo cambiamento radicale, che intendiamo presidiare e accompagnare con percorsi di alta formazione (<i>SmartNetwork</i>), attività e programmi di socializzazione, e sostegno concreto (finanziario, logistico, consulenziale) ai dipendenti per l'allestimento del proprio Home Office.
	Felicità dei collaboratori	3	3	R-9	Riconfermarsi change-maker in un mondo d'innovazione dirompente che corre a ritmi esponenziali restando fedeli alla propria mission di B Corp "laboratorio di sperimentazione permanente" con la felicità dei collaboratori come impegno statutario richiede una forza propulsiva e un'energia trainante fuori dall'ordinario per alimentare coesione, motivazione e ingaggio di dipendenti e collaboratori. Strumento cardine per coltivare i rapporti con la nostra community di riferimento è un fertile dialogo continuo e pro-attivo sostanziato di colloqui di valutazione e di clima, survey, focus group, riunioni infra-reparti e meeting AMA (Ask Me Anything).

ANALISI DI CONTESTO / MATRICE RISCHI & OPPORTUNITÀ' WAY2GLOBAL 2021

Capitale	Tematica	Importanza	Probabilità	Livello Rischio [R] / Opportunità [O]	Gestione Rischio / Opportunità
UMANO	Advocacy per il modello delle Benefit Corporation	3	3	O-9	Restare capofila nelle attività di advocacy e role modeling rispetto al modello Benefit quale forma d'impresa sostenibile per un cambio di paradigma sistemico è il fulcro dell'intento programmatico di Way2Global, pur nella consapevolezza che bilanciare le due anime aziendali profitto & beneficio comune nell'attuale mondo VUCA richiede una dose extra di coraggio e visionarietà, oltre agli usuali sforzi in termini di impegno e rigore.
	Empowerment femminile e gender mainstreaming	3	3	O-9	Come da suo scopo di beneficio comune, Way2Global intende consolidare il suo attivismo a favore dell'empowerment femminile e dell'uguaglianza di genere, declinandolo in chiave Benefit verso la creazione di una nuova leadership gentile che sappia prendersi cura di persone e ambiente. Questo significa internamente all'azienda proseguire con lo sviluppo di una governance e di buone prassi ispirazionali e pionieristiche, e all'esterno del perimetro aziendale continuare a promuovere attività di sensibilizzazione in sede di associazionismo e policy making.
	Open Education & transizione digitale a favore di donne e giovani	3	2	O-6	Way2Academy, progetto di Open Education ideato da Way2Global per rispondere alle conseguenze occupazionali nefaste che la pandemia ha inflitto a donne e giovani, fa della nostra azienda un facilitatore di transizione digitale impegnato a costruire al contempo relazioni e community, nella consapevolezza che oggi fare business significa generare valore per l'intera collettività.
RELAZIONALE	Internazionalizzazione del business	2	2	O-4	Vocata all'internazionalizzazione per la natura specifica del suo business, Way2Global intende riprendere a spingere aggressivamente sulla crescita del fatturato estero, dopo la battuta di arresto dei due anni di pandemia, pur consapevole che in un mondo liquido che cambia in maniera esponenziale e continua, occorre temperare l'originario approccio brick&mortar (fiere e trasferte estero) con strategie di natura digitale (SEO, DEM, matchmaking e B2B online).
	Partnership con cliente storico #1	2	3	R-6	L'ennesimo riassetto societario che interessa allo stato attuale il nostro primo cliente, peraltro già messo in sicurezza rispetto ai rischi da eccessiva concentrazione del fatturato, richiederà a breve rinnovati sforzi di fidelizzazione per la costruzione di un rapporto privilegiato con la nuova gestione.

9 PROSPETTIVE

Gli obiettivi indicizzati (KPI) di sviluppo strategico Way2Global sono compilati nel Quadro Generale degli obiettivi (Piano di Miglioramento), asse portante dell'impianto documentale del nostro Sistema integrato Qualità & Sostenibilità, già esposti disaggregati per ciascuna area di interesse BIA (Governance, Collaboratori, Community, Ambiente e Clienti) nella sezione Valutazione d'impatto del presente documento.

Gli obiettivi non indicizzati sono invece riepilogati di seguito in un'ottica circoscritta al breve termine (1 anno). Stante la dinamicità della startup e l'attuale scenario geopolitico di totale incertezza e continui cambiamenti esponenziali, si ritiene infatti poco affidabile ipotizzare sviluppi che si spingano oltre il qui e ora.

LA GOVERNANCE

Senza dubbio tanta parte del nostro "dove vogliamo andare" riguarda le prospettive di sviluppo in area Governance, con un nuovo percorso di miglioramento tutto da costruire sulla base della neo-conseguita **ricertificazione B Corp**.

Riconfermarci nella nostra identità di fervente Benefit Corporation significa per noi consolidare la militanza attiva nella community sia lato Società Benefit, con l'ulteriore promozione del nostro progetto Made in B Italy e auspicabilmente l'assunzione di un profilo più istituzionale in AssoBenefit, sia lato B Corp, con la puntuale adesione a tutte le iniziative collettive (Unlock The Change, B Women, Interdependence Co2alition, Sustainable Governance, B for Good Leaders Summit,...) e il completamento dell'SDG Action Manager, la bussola che guida il nostro sviluppo sostenibile.

Declinare la nostra anima Benefit nell'attivismo a favore della **parità di genere** è l'altro impegno programmatico cui intendiamo dare continuità rispetto alla missione istituzionale di Expo Dubai dell'8 marzo 2022. La prossima missione cui lavoriamo come ambassador de Le Città delle Donne ci vedrà **recapitare all'ONU la Carta di Kiev in bundle col nostro libro "Made in B Italy – la via italiana all'impresa sostenibile"**, a testimoniare ancora una volta la nostra cifra esistenziale: fare impresa alla Benefit maniera con la sensibilità rigenerativa delle donne, costruttrici di pace e custodi del Creato, oltre che del miracolo della vita e dell'arte del dono e della cura.

Facciamo impresa alla Benefit maniera con la sensibilità rigenerativa delle donne, costruttrici di pace e custodi del Creato, del miracolo della vita e dell'arte del dono e della cura.

Ribadire la nostra governance femminile significherà inoltre sul 2022 conseguire tra le prime aziende italiane la neo-emessa **Certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla Parità di Genere prevista dal PNRR**, un obiettivo che riteniamo di poter trarre senza difficoltà dato che misurare, valutare e rendicontare gli impatti sociali fa già parte del nostro modo di fare impresa.

LE NOSTRE PERSONE

Lato collaboratori il focus del nostro sviluppo strategico 2022 resta **promuovere coesione ed engagement del personale** con l'intensificazione sistematica del dialogo e della comunicazione, in parallelo con l'attuazione del modello organizzativo dell'Anywhere Office e la dismissione della vecchia sede aziendale non più sostenibile.

Proseguire e rafforzare le nostre policy e prassi a favore dell'empowerment femminile con patti di stabilità e percorsi di avanzamento carriera inclusivi di revisione e co-progettazione dei piani di incentivazione (retribuzione variabile, bonus di produttività) per **creare una nuova leadership femminile** è un altro obiettivo 2022 che si colloca sul crocevia tra le aree Collaboratori e Governance.

Le strategie di fidelizzazione dei collaboratori ricomprendono infine il **consolidamento dei rapporti con la community dei traduttori**, contractor freelance che da sempre consideriamo parte integrante del team.

LA COMUNITA'

L'impatto sulla nostra Comunità di riferimento, che con la dematerializzazione dei nostri asset andrà a identificare un perimetro di appartenenza ben più ampio del territorio locale, si esprimerà attraverso un'ulteriore spinta sulle nostre policy di **approvvigionamento etico**, costruzione di **filieri sostenibili**, ed **educazione alla sostenibilità**.

In termini di erogazioni liberali, ispirandoci all'iconica azienda statunitense Patagonia, abbiamo deliberato di incrementare allo 0,50% dei ricavi il nostro target donazioni 2022.

Gli strumenti che intendiamo attivare per perseguire gli obiettivi di cui sopra sono la nostra campagna #TiVoglioBenefit per ampliare sistematicamente nel tempo il numero di fornitori sostenibili/Benefit, la nostra Way2Academy per la transizione digitale a favore di donne e giovani, e la convergenza di quest'ultima con la più grande campagna di Education a tema Sostenibilità mai concepita (Unlock Education), mentre in seno al nostro accordo integrativo di

secondo livello intendiamo formalizzare a titolo sperimentale un programma di volontariato d'impresa retribuito.

Come di consueto le attività di associazionismo (AssoBenefit, B Corp, Koinetica, Sodalitas, UNGC, ...) costituiranno un'altra leva preziosa per rafforzare le alleanze nella community di riferimento, e portare avanti in solido il nostro modello di sviluppo sistemico costruito su interrelazioni, reti, ecosistemi inclusivi e circoli virtuosi.

L'AMBIENTE

In ottica di impatto sull'Ambiente, entro il 2022 intendiamo aggiornare l'inventario delle nostre emissioni GHG e continuare a ridurre e sequestrare più CO2 rispetto ai nostri impatti climatici per mantenere lo status di azienda climate positive investendo stavolta in **progetti di forestazione e sostenibilità sul territorio italiano**. Sotto il cappello del nostro progetto Green Translations intendiamo proseguire nel consolidamento delle nostre prassi green, a partire dal rinnovo del parco auto per una mobilità più sostenibile (veicoli ibridi ed elettrici), per passare attraverso le attività di sensibilizzazione e stewardship ambientale rispetto a fornitori e collaboratori, e la prosecuzione della campagna #TiVoglioBenefit per costruire filiera sostenibile.

I CLIENTI

Il nostro 2022 verso il cliente è orientato a migliorare sistematicamente le attività di cura e servizio alla clientela.

Questo significa tra l'altro continuare a **capitalizzare richieste e feedback** ai fini della customizzazione del servizio ad esempio con l'investimento in nuovi sistemi e piattaforme per agevolare la gestione di pagamenti e incassi in valuta, con un ulteriore incremento del grado di digitalizzazione per snellire e automatizzare i flussi operativi, o ancora con il potenziamento del livello di sicurezza IT e dati a garanzia di una maggiore cyber security.

Contribuire ad alzare sistematicamente l'asticella della nuova frontiera del digitale e dell'AI per il settore della Language Industry e **cogliere le potenzialità del progresso tecnologico** significa per noi accrescere stabilità e rapidità della nostra infrastruttura IT, aggiornare e potenziare la nostra architettura in cloud e il nostro ambiente operativo, e quindi garantire ai clienti una maggiore disponibilità e continuità del servizio erogato.

Consolidare l'efficace modello di business incentrato su un forte nucleo di Operations costituito da PM&Sales con **funzioni consulenziali integrate** e su un flessibile supporto PM esterno ad alto tenore di informatizzazione, dando continuità all'eccezionale intensità di formazione sul capitale umano a tutti i livelli e in tutti i reparti, è l'altra leva programmatica con cui intendiamo

accrescere nel tempo il valore del nostro servizio al cliente.

Non ultimo, stante la ripresa degli eventi in presenza post-emergenza Covid, altro obiettivo 2022 riguarda la ripresa delle partnership di alto profilo per la sponsorizzazione value-in-kind in cambio di visibilità e attività di comunicazione che ci rendano **cassa di risonanza e sensibilizzazione su iniziative in linea con la nostra cultura aziendale** (es. ABI e Salone dei Pagamenti, Assogestioni e Salone del Risparmio, AssoBenefit e convegni di promozione Società Benefit).

DOVE VOGLIAMO ANDARE

Siamo intenzionati a proseguire nella costruzione della nostra identità di *organizzazione esponenziale*⁸⁶ che, pur piccola per dimensioni, è animata dalla volontà di recuperare l'etica nel business, generare un forte impatto sociale e contribuire fattivamente al cambio di paradigma e alla trasformazione del sistema.

Vivere il tramonto del capitalismo neoliberalista e di una globalizzazione selvaggia che, nonostante l'aumento della ricchezza, generano aberrazioni, disuguaglianze, guerre ed emergenze sanitarie, ci rende consapevoli di un imperativo indifferibile per ogni soggetto dotato di una coscienza civica: riscrivere l'agenda civile oltre il concetto di individualismo, oltre confini ed egoismi ombelico-centrici, con un nuovo sguardo sulla realtà.

Siamo convinti che **tutte le aziende debbano diventare veicoli di cultura della Sostenibilità e luoghi di educazione civica**, e che tutte le imprese debbano abbracciare una nuova logica di sviluppo sistemico, inclusivo e pluralistico.

Il fine dev'essere quello di superare i confini territoriali, ma anche e soprattutto culturali, e dare vita a un nuovo concetto olistico e integrato di meta-territorio, un nuovo senso di appartenenza e di apertura a un luogo più ampio del locale, una nuova mappa neuro-cognitiva di cittadinanza del mondo.

Forti del nostro Purpose *Beyond borders for a better world*, noi di Way2Global ci sentiamo oggi più che mai chiamati a continuare a mettere le nostre traduzioni che uniscono e la nostra attività di mediazione linguistica e culturale al servizio delle grandi crisi umanitarie e ovunque il nostro servizio possa risultare utile e funzionale alla pace e alla tutela dei diritti umani, alla coesione e all'unità d'intenti, e a una nuova condizione di equilibrio, rispetto delle diversità e pluralismo pacifico e armonioso.

Siamo convinti che, come aziende a vocazione sociale, sia nostro il compito di alimentare positività e speranza, guidare con l'esempio e ispirare con i fatti, perché, per dirla con Aristotele, la virtù è più contagiosa del vizio.

“
La virtù è più contagiosa del vizio.
Aristotele

10 SINTESI DEI DATI DI BILANCIO

Stato Patrimoniale abbreviato riclassificato CEE	31/12/2021	31/12/2020
Attivo		
B) Immobilizzazioni		
I- Immobilizzazioni immateriali	180.731	224.497
II- Immobilizzazioni materiali	22.438	42.930
III- Immobilizzazioni finanziarie	396	396
<i>Totale immobilizzazioni (B)</i>	203.565	267.823
C) Attivo circolante		
II- Crediti	855.087	695.998
esigibili entro l'esercizio successivo	854.465	695.376
esigibili oltre l'esercizio successivo	622	622
IV- Disponibilità liquide	559.619	262.687
<i>Totale attivo circolante (C)</i>	1.414.706	958.685
D) Ratei e risconti	8.834	15.687
<i>Totale attivo</i>	1.627.105	1.242.195
Passivo		
A) Patrimonio netto		
I- Capitale	13.000	13.000
II- Riserva da soprapprezzo delle azioni	96.000	96.000
IV- Riserva legale	2.600	2.000
VIII- Utili (perdite) portati a nuovo	90.416	31.440
IX- Utile (perdita) dell'esercizio	113.163	59.576
<i>Totale patrimonio netto</i>	315.179	202.016
C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	79.307	152.983
D) Debiti	1.232.619	887.196
esigibili entro l'esercizio successivo	1.195.542	822.736
esigibili oltre l'esercizio successivo	37.077	64.460
<i>Totale passivo</i>	1.627.105	1.242.195

Conto Economico abbreviato riclassificato CEE	31/12/2021	31/12/2020
A) Valore della produzione		
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	3.062.903	2.411.598
5) altri ricavi e proventi	-	-
contributi in conto esercizio	56.267	42.923
altri	24.093	11.701
<i>Totale altri ricavi e proventi</i>	80.360	54.624
<i>Totale valore della produzione</i>	3.143.263	2.466.222
B) Costi della produzione		
6) per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	5.308	7.176
7) per servizi	2.083.813	1.464.479
8) per godimento di beni di terzi	236.026	220.150
9) per il personale	-	-
a) salari e stipendi	368.209	379.270
b) oneri sociali	95.881	103.708
c) trattamento di fine rapporto	31.052	34.815
e) altri costi	4.980	10.900
<i>Totale costi per il personale</i>	500.122	528.693
10) ammortamenti e svalutazioni	-	-
a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	75.900	70.883
b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali	23.952	37.407
<i>Totale ammortamenti e svalutazioni</i>	99.852	108.290
14) oneri diversi di gestione	37.858	36.633
<i>Totale costi della produzione</i>	2.962.979	2.365.421
Differenza tra valore e costi della produzione (A - B)	180.284	100.801
C) Proventi e oneri finanziari		
16) altri proventi finanziari	-	-
d) proventi diversi dai precedenti	-	-
altri	25	32
<i>Totale proventi diversi dai precedenti</i>	25	32
<i>Totale altri proventi finanziari</i>	25	32

Conto Economico abbreviato riclassificato CEE	31/12/2021	31/12/2020
17) interessi ed altri oneri finanziari	-	-
altri	5.896	6.761
<i>Totale interessi e altri oneri finanziari</i>	5.896	6.761
17-bis) utili e perdite su cambi	8	(1.855)
<i>Totale proventi e oneri finanziari (15+16-17+-17-bis)</i>	(5.863)	(8.584)
Risultato prima delle imposte (A-B+-C+-D)	174.421	92.217
20) imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate		
imposte correnti	61.258	32.641
<i>Totale delle imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate</i>	61.258	32.641
21) Utile (perdita) dell'esercizio	113.163	59.576

GLOSSARIO

Poiché il nostro lavoro è fatto di parole, e alle parole riconosciamo il potere di creare e influenzare la realtà, riportiamo di seguito un elenco di acronimi, sigle e terminologia tecnico-specialistica per agevolare la comprensione del presente documento.

100 Donne per tutte = progetto editoriale contro la violenza di genere a cura di Arianna Pigini, Presidentessa dell'Associazione Abbraccio del Mediterraneo

Adv = Advertising, pubblicità, annunci a pagamento sul web

AI = Artificial Intelligence, intelligenza artificiale

AMA = Ask Me Anything, riunioni di condivisione dubbi

Anywhere Office = modello organizzativo del lavoro di tipo ibrido che alterna smart working e socializzazione

AssoBenefit = Associazione Nazionale italiana per le Società Benefit

B Corp = certificazione di sostenibilità rivolta alle imprese

B Lab = ente non-profit che rilascia la certificazione B Corp

BDM = Business Development Manager

BES = Benessere Equo e Sostenibile

BIA = B Impact Assessment

Caschi Rosa = progetto nato in seno a Le Città delle Donne per la tutela delle donne afgane

CCNL = Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro

CdA = Consiglio di Amministrazione

Certificazione B Corp = certificazione di sostenibilità ambientale e sociale rivolta alle imprese

Climate Positive = azienda che riduce più CO2 rispetto a quanta ne emette

Conferenza sul Futuro dell'Europa = think tank durato 1 anno e guidato dai cittadini UE per condividere idee e di contribuire a plasmare il futuro comune

COO = Chief Operating Officer

COP = Conference of the Parties, Conferenza delle Parti, convenzione ONU sui cambiamenti climatici

CVO = Chief Value Officer

D&I = Diversity&Inclusion, diversità e inclusione

DEM = Direct E-Mail Marketing

DNF = Dichiarazione Non Finanziaria

DVR = Documento di Valutazione dei Rischi

EBIT = Earnings before Interests and Taxes

ESG = Environment, Society, Governance

FC = Funzione Coordinamento, front office

G20 = forum creato nel 1999 per favorire dialogo e concertazione tra paesi industrializzati e paesi in via di sviluppo

GBS = Gruppo Bilancio Sociale

GHG = GreenHouse Gases, gas a effetto serra

GHG Protocol = madre di tutti gli Standard per la contabilizzazione dei gas serra emesse dalle organizzazioni

Green Translations = progetto identitario Way2Global che riunisce tutte le iniziative aziendali di tutela ambientale

GRI = Global Reporting Initiative – Standard internazionale di rendicontazione non finanziaria

IIRC = International Integrated Reporting Council

IR Framework = Framework Integrated Reporting – Framework internazionale di rendicontazione non finanziaria

ISO 30415:2021 Diversity and Inclusion = Norma internazionale su D&I

ISTAT = Istituto Nazionale di Statistica

IT = Information Technology

KPI = Key Performance Indicator

La Buona Impresa = approccio metodologico di gestione d'impresa che coniuga bene aziendale e bene della società, a cura di Fondazione Buon Lavoro

Language Industry 4.0 = progetto identitario Way2Global per la qualificazione digitale delle traduttrici professioniste

LCA = Life Cycle Assessment, analisi del ciclo di vita

Le Città delle Donne = progetto di Stati Generali delle Donne, Associazione nazionale presieduta da Isa Maggi, per costruire una rete di città women-compliant

LSP = Language Service Provider, fornitori di servizi linguistici

Made in B Italy = progetto identitario Way2Global per esportare nel mondo l'eccellenza delle Società Benefit

MOL = Margine Operativo Lordo

NeXt = Nuova Economia per Tutti

Next Generation EU = Fondo UE per gli Stati membri colpiti da Covid-19

PA = Pubblica Amministrazione

PEMT = Post-Editing su Machine Translation

PMI = Piccole e Medie Imprese

PNRR = Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza

R&S = Ricerca & Sviluppo

RAB = Registro delle Abilità

RLS = Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza

RSPP = Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione

SABI = tool di autovalutazione de La Buona Impresa

Scope 1, 2 e 3 = categorie di emissioni generate dalle imprese, rispettivamente dirette, indirette e sulla supply chain

SDG = Sustainable Development Goals, Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

SDG AM = SDG Action Manager

SEC = Scuola di Economia Civile

Sgr = società di gestione del risparmio

SICAV = Società di Investimento a Capitale Variabile

Società Benefit = aziende sostenibili che oltre al profitto perseguono una o più finalità di beneficio comune

Stati Generali delle Donne = coordinamento permanente interlocutore autorevole per le Istituzioni in materia di empowerment femminile

STEM = Science, Technology, Engineering & Maths, materie tecnico scientifiche

Telco = telecomunicazioni

UE = Unione Europea

UNGC = United Nations Global Compact

UNI/PdR 125:2022 = prassi di riferimento della certificazione per la parità di genere nelle imprese

Unlock The Change = campagna di comunicazione delle B Corp italiane per sbloccare il cambiamento nel segno dello sviluppo sostenibile

VUCA = Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous (volatile, incerto, complesso e ambiguo)

W20 = gruppo d'ingaggio ufficiale del G20 sulla parità di genere

Way2Academy = progetto di Open Education di Way2Global per la transizione digitale a beneficio di donne e giovani

Welfare Index PMI = Iniziativa Generali che valuta il welfare delle PMI

WEP = Women Empowerment Principles

SITOGRAFIA

- 1 www.theiirc.org
- 2 www.gruppobilanciosociale.org/pubblicazioni/standard-gbs-2013-principidi-redazione-del-bilancio-sociale/
- 3 www.globalreporting.org/
- 4 bimpactassessment.net/
- 5 bcorporation.net/welcome-sdg-action-manager
- 6 info.eyeonbuy.org/
- 7 www.nexteconomia.org/
- 8 [www.istat.it/it/benessere-e-sostenibilit%C3%A0/la-misurazione-del-benessere-\(bes\)/gli-indicatori-del-bes](http://www.istat.it/it/benessere-e-sostenibilit%C3%A0/la-misurazione-del-benessere-(bes)/gli-indicatori-del-bes)
- 9 goodpoint.it/strumento-di-autovalutazione-della-buona-impresa-sabi/
- 10 www.scuoladieconomici.civile.it/
- 11 www.welfareindexpmi.it/welfare-index-pmi/
- 12 ghgprotocol.org/
- 13 www.way2global.com/b-corp-e-societa-benefit
- 14 www.consiglio.regione.lombardia.it/wps/portal/crl/home/istituzione/altri-organismi/consiglio-per-le-pari-opportunita-della-lombardia/parita-virtuosa-buone-pratiche-di-conciliazione-vita-lavoro-in-lombardia
- 15 www.project-syndicate.org/commentary/global-challenges-require-new-governance-model-by-klaus-schwab-2022-01/italian?barrier=accesspaylog
- 16 www.agcm.it/competenze/rating-di-legalita/
- 17 www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/145178-Way2Global-Srl-SB
- 18 bcorporation.eu/become-a-b-corp/how-to-become-a-b-corp/
- 19 unlockthechange.it/app/uploads/2022/02/Manifesto-Climate-Action.pdf
- 20 decenniodelmare.it/manifesto/
- 21 www.youtube.com/watch?v=eKESuSJVNCE
- 22 www.statigeneralidelledonne.com/
- 23 unlockthechange.it/
- 24 www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/145178-Way2Global-Srl-SB
- 25 www.weps.org/company/way2global
- 26 unlockthechange.it/app/themes/sage/dist/images/manifesto_58582d58.jpg
- 27 www.cartapariopportunita.it/diversity-charter/
- 28 www.symbola.net/manifesto/
- 29 www.symbola.net/fondazione/
- 30 constructivenetwork.it/
- 31 paroleostili.it/manifesto/
- 32 paroleostili.it/chi-siamo/
- 33 www.unioncamere.gov.it/
- 34 www.assocamerestero.it/
- 35 www.unglobalcompact.org/
- 36 www.ebitermilano.it/
- 37 www.afolmet.it/
- 38 www.aicebiz.com/it/associazioni/categoria/aice/it/
- 39 www.assolombarda.it/
- 40 www.confindustria.it/home
- 41 www.confcommercio.it/
- 42 www.unilingue.it/
- 43 www.federlingue.it/
- 44 interdependencecoalition.eu/
- 45 www.sodalitas.it/sodalitas-call-for-future
- 46 www.milomb.camcom.it/selfi-4.0
- 47 www.way2global.com/b-corp-e-societa-benefit/b-corp-green-translation
- 48 www.way2global.com/b-corp-e-societa-benefit/language-industry-4-0-traduzioni-e-intelligenza-artificiale
- 49 www.way2global.com/b-corp-e-societa-benefit/way2academy-un-progetto-di-open-education-per-donne-e-giovani
- 50 www.way2global.com/b-corp-e-societa-benefit/impresa-sostenibile-in-italia
- 51 bcorporation.eu/become-a-b-corp/b-impact-assessment/
- 52 www.bcorporation.net/en-us/programs-and-tools/sdg-action-manager
- 53 info.eyeonbuy.org/
- 54 www.nexteconomia.org/
- 55 [www.istat.it/it/benessere-e-sostenibilit%C3%A0/la-misurazione-del-benessere-\(bes\)](http://www.istat.it/it/benessere-e-sostenibilit%C3%A0/la-misurazione-del-benessere-(bes))
- 56 www.nexteconomia.org/utenti/way2global/surveys/
- 57 www.svilupposostenibile.regione.lombardia.it/it/protocollo-sviluppo-sostenibile/protocollo#:~:text=Il%20Protocollo%20lombardo%20ha%20acquistato,sviluppo%20sostenibile%20a%20livello%20territoriale
- 58 locworld.com/locworldwide44-conference-program/
- 59 www.odcec.mi.it/quaderni/n-83---la-societ%C3%A0-benefit-in-sitografia
- 60 festivalsvilupposostenibile.it/2021/cal/77/dialogo-sulle-utopie-realizzabili#.Yoayl-gzaUk
- 61 www.youtube.com/watch?v=sAXWoTS9lcc
- 62 www.ferpi.it/
- 63 steamiamoci.it/
- 64 donesifastoria.it/
- 65 www.libreriaunivaria.it/100-donne-tutte-mille-diecimila/libro/9791220079297
- 66 www.abbracciodelmediterraneo.eu/
- 67 www.assodonna.it/it/video-gallery/altro/intervento-di-laura-gori-evento-assodonna-25-marzo.html
- 68 decenniodelmare.it/progetti/donna-di-mare-2022/
- 69 www.g100.in/
- 70 italy.inspiringfifty.org/nominations-2021
- 71 www.statigeneralidelledonne.com/il-gender-pay-gap-non-esiste-talk-women-of-change-italia-3-novembre-alle-ore-1830/
- 72 www.sace.it/media/eventi/dettaglio-ciclo/women-in-export
- 73 www.bforgoodleaders.org/
- 74 store.uni.com/catalogo/uni-pdr-125-2022?josso_back_to=store.uni.com/josso-security-check.php&josso_cmd=login_optional&josso_partnerapp_host=store.uni.com
- 75 www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:30415:ed-1:v1:en
- 76 news48.it/way2academy-traduttori-e-traduttrici/
- 77 www.symbola.net/approfondimento/mille-azioni-per-una-nuova-italia-il-manifesto-di-assisi-per-ripartire/
- 78 milanosmartcity.it/
- 79 www.lerosa.it/cultura/lingue-straniere/quanto-costa-una-traduzione/
- 80 www.retedeldono.it/
- 81 www.bcorpclimatecollective.org/
- 82 climatechampions.unfccc.int
- 83 iccwbo.org/
- 84 slator.com/way2global-launches-green-translations-the-first-carbon-free-l10n-service-in-the-world/
- 85 www.corriere.it/pianeta2030/22_gennaio_19/aziende-green-attente-clima-e2d6e142-7938-11ec-8a8d-61f2621d8537.shtml
- 86 www.singularityumilan.com/exos-le-organizzazioni-esponenziali-scalabilita-e-crescita-nel-futuro/

TABELLA DI RICONCILIAZIONE GRI - SABI - DNF WAY2GLOBAL

ESG	GRI Standard	Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa			Pagg. Bilancio Integrato 2021
		SEZIONE	DIMENSIONE	ELEMENTO	
GOVERNANCE	102-5, 7, 8, 12, 13, 16, 18, 20, 21, 22, 24, 25, 26, 29, 30, 35, 36, 37, 38, 39, 41, 43, 47	Governance Lavoro Valore economico	Visione e impegno Impegno contrattuale e welfare Condivisione del valore economico Processi e strumenti	Orientamento di fondo Cogenza impegno Creazione e remunerazione del lavoro Filantropia Processi gestionali Processi e strumenti di condivisione con gli stakeholder Processi etici Processi e strumenti di sostenibilità Creazione e remunerazione del lavoro Prospettive e tutela dei lavoratori	6-19, 23-24, 26-27, 48-50
	201-2, 3, 4	Lavoro Valore Economico	Impegno contrattuale e welfare Creazione di valore economico Condizioni di sostenibilità economico finanziaria	Creazione e remunerazione del lavoro Fatturato Solidità patrimoniale Prospettive e tutela dei lavoratori Indipendenza	23-25, 34, 39-41, 46-47, 49
	202-1, 2	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare Realizzazione professionale	Creazione e remunerazione del lavoro Valorizzazione delle differenze e inclusione	39-41, 42
	203-1	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Reinvestimento degli utili	7, 23-25, 28-30, 34, 42-43
	204-1	Sostenibilità sociale e ambientale Ambiente e Società Comunità Locali	Ambiente e Società	Comunità Locali	42-43
	205-1, 2	Governance Valore economico Valore economico	Processi e strumenti Condivisione del valore economico	Processi etici Remunerazione dei servizi pubblici	11-13, 15
	207-1, 2, 3, 4	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici	21, 34, 49-50
	301-1, 2, 3	Sostenibilità sociale e ambientale Prodotto	Ambiente e Società Contributo alla società	Materie prime Prodotti e servizi sostenibili	26-27, 29, 44
	302-1, 2, 3, 4, 5	Sostenibilità sociale e ambientale Prodotto	Ambiente e Società Contributo alla società	Consumi energetici Prodotti e servizi sostenibili	29, 44-45
	303-1, 2, 3, 4, 5	Sostenibilità sociale e ambientale Prodotto	Ambiente e Società Contributo alla società	Acqua e scarichi idrici Ecosistema e Biodiversità Prodotti e servizi sostenibili	29, 44-45
304-1, 2, 3, 4	Sostenibilità sociale e ambientale Prodotto	Ambiente e Società Contributo alla società	Emissioni	29, 44-45	
305-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	Sostenibilità sociale e ambientale Prodotto	Ambiente e Società Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili	19, 21, 29, 42-45	
308-1, 2	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain- valutazione ambientale		

TABELLA DI RICONCILIAZIONE GRI - SABI - DNF WAY2GLOBAL

ESG	GRI Standard	Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa			Pagg. Bilancio Integrato 2021
		SEZIONE	DIMENSIONE	ELEMENTO	
SOCIAL	401-1, 2, 3	Lavoro Valore Economico	Impegno contrattuale e welfare Sostenibilità del modello organizzativo Condivisione del valore economico	Creazione e remunerazione del lavoro Coesione con i lavoratori Prospettive e tutela dei lavoratori Welfare aziendale e benefit Condivisione con i lavoratori	39-41
	402-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori	13, 18-19, 23-24
	403-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	Lavoro Sostenibilità sociale e ambientale	Impegno contrattuale e welfare Ambiente e Società	Sicurezza sul posto di lavoro Salute e sicurezza sul lavoro	18, 23-24, 33
	404-1, 2, 3	Lavoro	Sviluppo e partecipazione Impegno contrattuale e welfare	Formazione e sviluppo professionale Prospettive e tutela dei lavoratori Chiarezza organizzativa	18, 23-24, 29-30, 39-41
	405-1, 2	Lavoro Sostenibilità sociale e ambientale	Impegno contrattuale e welfare Realizzazione professionale Ambiente e Società	Creazione e remunerazione del lavoro Valorizzazione delle differenze e inclusione Diversità e Non discriminazione	4, 11-15, 18-19, 23-24, 29-30, 35-42, 50
	406-1	Lavoro Sostenibilità sociale e ambientale	Realizzazione professionale Ambiente e Società	Valorizzazione delle differenze e inclusione Diversità e Non discriminazione	4, 11-15, 18-19, 23-24, 29-30, 35-42, 50
	407-1	Lavoro Sostenibilità sociale e ambientale	Impegno contrattuale e welfare Ambiente e Società	Qualità dei rapporti con i fornitori Diritti Umani e del lavoro	11-13, 18-19, 23-24, 26-27, 39-41
	409-1	Lavoro Sostenibilità sociale e ambientale	Impegno contrattuale e welfare Ambiente e Società	Qualità dei rapporti con i fornitori Diritti Umani e del lavoro	4, 11, 15
	410-1	Lavoro Sostenibilità sociale e ambientale	Impegno contrattuale e welfare Ambiente e Società	Prospettive e tutela dei lavoratori Diritti umani e del lavoro	18, 23-24, 33
	411-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani e del lavoro	4, 11, 15
	412-1, 2, 3	Lavoro Sostenibilità sociale e ambientale	Impegno contrattuale e welfare Ambiente e Società	Welfare aziendale e benefit Diritti umani e del lavoro Prospettive e tutela dei lavoratori	4, 11, 15
	413-1, 2	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Comunità Locali	42-43
	414-1, 2	Lavoro Sostenibilità sociale e ambientale	Impegno contrattuale e welfare Ambiente e Società	Qualità dei rapporti con i fornitori Supply Chain- valutazione sociale	19, 42-43
	416-1, 2	Prodotto Sostenibilità sociale e ambientale	Contributo alla società Qualità dell'offerta Ambiente e Società	Prodotti e servizi sostenibili Sicurezza e tutela del cliente Salute e Sicurezza dei clienti	19-20, 46-47
	417-1, 2, 3	Prodotto Sostenibilità sociale e ambientale	Qualità dell'offerta Ambiente e Società	Sicurezza e tutela del cliente Salute e sicurezza dei clienti	46-47
	418-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti	46-47
	419-1	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici	34



Global Headquarters:

Milano - Italy

Via Padre Reginaldo Giuliani 10/A- 20125

+39 02 66 66 13 66

info@way2global.com

Laura Gori

Founder & CEO

laura.gori@way2global.com

Skype: laura.gori

Correspondent Offices:

USA – Los Angeles

750 N San Vicente Blvd.
Ste. RW 800,
West Hollywood
CA 90069
+1 323 375 1181
california@way2global.com

USA - New York City

745 Fifth Avenue,
Suite 500
New York,
NY 10151
+1 646 7410113
nyc@way2global.com

UK - London

2 Tallis Street,
London, Greater London,
EC4Y 0AB
United Kingdom
+44 800 060 8702
london@way2global.com

UAE - Dubai

c/o BALANCE DUBAI FZ-LLC
PO Box 500238
Building 13, Office 209
Dubai Internet City
+971-4-3616826
dubai@way2global.com

CHINA – Shenzhen

Room 7B2,
Block 201
East Wing,
Tairan Industrial Park,
Shenzhen 518040
shenzhen@way2global.com

CONTATTI
WWW.WAY2GLOBAL.COM

Progetto grafico
a cura di
Valeria Lombardi,
Graphic Designer
Way2Global