



Traduzioni inclusive per un **mondo di BENEFIT**

Report di Sostenibilità 2022



Il Creato è un dono meraviglioso che Dio ci ha dato perché ne abbiamo cura e lo utilizziamo a beneficio di tutti, sempre con grande rispetto e gratitudine.

Papa Francesco

Il **linguaggio inclusivo** che informa questo documento utilizza varie convenzioni di neutralizzazione di genere tra cui l'uso di perifrasi con sostantivi e pronomi neutri, collettivi o astratti, la duplicazione dei sostantivi, e il maschile sovraesteso laddove non aggirabile in maniera efficace, ma con accezione scientemente inclusiva.

Un ringraziamento a tutte/i le/i Way2Glober che hanno contribuito alla realizzazione di questo Report, alla community delle Benefit Corporation che ci consente di adempiere al nostro Purpose, e a tutti gli stakeholder che interagendo con noi ci consentono di creare valore inclusivo e condiviso. Un grazie in particolare alla nostra Graphic Designer Valeria Lombardi per la creatività del progetto.

Indice

Traduzioni inclusive per un mondo di BENEFIT	pag. 6
Lettera agli stakeholder	pag. 8
Nota metodologica	pag. 10
Capitolo 01 L'azienda	pag. 12
Capitolo 02 La materialità	pag. 26
Un business model che crea valore	pag. 48
Capitolo 03 La valutazione d'impatto	pag. 54
Rischi & opportunità	pag. 84
Prospettive	pag. 90
Sintesi dei dati di bilancio	pag. 94
Appendice	pag. 100

Traduzioni inclusive per un mondo di BENEFIT

Way2Global è una startup femminile che con le sue traduzioni aiuta le aziende a internazionalizzare.

Siamo (ri)nati sostenibili nel 2017, quando abbiamo scelto di rifondarci come Società Benefit abbracciando questo innovativo paradigma di business responsabile, di cui ci siamo fatti paladini in tutto il mondo.

La nostra Mission - **esportare con orgoglio l'eccellenza del Made in Italy oltre confine** - ci ha trasformato in entusiasti ambassador del modello virtuoso delle Società Benefit, paradigma innovativo che conferisce alle imprese un inedito scopo duale (profitto e impatto sociale) e che merita di fare scuola nel mondo.

Nel bel mezzo di un cambiamento epocale che vede anche il nostro settore rivoluzionato dall'instabilità geopolitica ed economica globale, dall'acuirsi dei sovranismi e della de-globalizzazione, dalla crisi climatica e dalle incognite dell'AI generativa, in Way2Global ci sentiamo oggi più che mai chiamati a mettere le nostre "traduzioni che uniscono" al servizio del dialogo, del bene comune, della pace e della tutela dei diritti umani.

Come facilitatori di comunicazione multi-lingue e fattori abilitanti di comprensione, riteniamo che il senso più nobile del nostro fare impresa si compia proprio laddove riusciamo a dispiegare la nostra attività di mediazione linguistica e culturale per valorizzare le diversità, abbracciarle e costruire dialogo, inclusione, rispetto e conciliazione.

Il significato nobile del Purpose che ci anima è proprio questo: diffondere con le nostre traduzioni e col nostro modello di business Benefit una **nuova cultura della Sostenibilità**, contribuire a sanare conflittualità, estremismi e grandi crisi umanitarie, per generare nuove condizioni di prosperità condivisa, inclusione e pluralismo pacifico e armonioso.

La nostra attività, che ci vede mediare ogni giorno tra lingue e culture diverse, ci insegna che le parole creano mondi. Lungi dal rivestire una mera funzione estetica di specchio della realtà, le parole racchiudono la capacità plastica di abbattere barriere, condizionamenti mentali, stereotipi e blocchi. Sprigionando tutto il loro potere rigenerativo, le parole possono creare nuovi orizzonti mentali, costruire l'architettura dei nostri pensieri, dare corpo a sogni, progettualità, e intenzioni, e concretizzare con ciò il processo di creazione di un futuro migliore e di una nuova società basata su valori di equilibrio, condivisione, armonia e benessere.



In Way2Global siamo piccoli per dimensioni, ma guidati da una grande Visione: BEYOND BORDERS FOR A BETTER WORLD.

HIGHLIGHT 2022

CAPITALE UMANO



CAPITALE RELAZIONALE



CAPITALE NATURALE



CAPITALE INTELLETTUALE



CAPITALE PRODUTTIVO



CAPITALE FINANZIARIO



Lettera agli stakeholder



L'anno 2022 passerà alla storia per il genocidio ai danni dell'Ucraina che ancora sta devastando il cuore dell'Europa. È una guerra che, dopo la pandemia, ha cambiato per sempre il nostro continente e il mondo tutto, regalandoci un nuovo stato di instabilità persistente sempre più fluido e incerto, con tutto il suo carico di **nuovi rischi e sfide**: insicurezza, allerta climatica ed energetica, violazione dei diritti umani, diseguaglianze sociali, minaccia nucleare, ...

Con ciò se ne sono andati in frantumi modelli di sviluppo, paradigmi economici e sociali, le vecchie geografie e i fondamenti stessi della globalizzazione, che per decenni ha alimentato la crescita a due cifre del nostro settore, la Language Industry, e della nostra stessa azienda.

A fronte di questa *permacrisi*, la nostra analisi di contesto si arricchisce di un corredo di inediti rischi, che tuttavia la rinascita sostenibile come Società Benefit del 2017 e la decisione di porre la **Sostenibilità al centro del nostro business model** ci consentono di presidiare con lungimiranza ed efficacia.

Oggi che le grandi transizioni sostenibili diventano emergenze critiche per sviluppare resilienza e costruire nuove vie di crescita futura, nella nostra anima di Benefit Corporation siamo orgogliosi di avere percorso la necessità di collocare la responsabilità di sanare queste distorsioni in capo alle aziende e di avere invocato sin da tempi non sospetti l'asservimento del business al sociale.

Come Società Benefit nativa e B Corp certificata siamo impegnati in solido con la community delle Benefit Corporation a lavorare con accresciuto zelo alla costruzione e diffusione di un nuovo modello di sviluppo economico sostenibile, incentrato sul ruolo di responsabilità civile delle aziende e su una visione di futuro più equa e inclusiva.

È alla luce di questa Vision che nel 2022 in Way2Global abbiamo continuato a costruire innovazione, a cambiare con salti quantici in direzione di un **modello organizzativo più agile, snello e sostenibile**, incentrato sull'impatto sociale, sul capitale relazionale e sul benessere e la crescita delle persone, costruendo frontiera con il nuovo *Anywhere Office*.

Mentre fuori dal perimetro aziendale abbiamo continuato a navigare attraverso difficoltà e travagli con la barra dritta e l'ispirazione forte della nostra Mission: **promuovere comunicazione e comprensione oltre i confini**, costruire ponti, dialogo, coesione e, in una parola, Sostenibilità.

Abbiamo continuato a sviluppare con determinazione il nostro piano industriale costruito sugli SDG dell'Agenda 2030, e abbiamo messo la nostra attività al servizio del bene comune per creare senso, prosperità e valore condiviso, virando il nostro modello di business in direzione di un'accresciuta pro-socialità.

Per Way2Global il 2022 è stato l'anno della missione istituzionale a EXPO Dubai, dove l'8 marzo abbiamo portato la Carta di Dubai, a includere la capitale emiratina nella rete Le Città delle Donne di cui siamo Ambassador, assieme al nostro libro "Made in B Italy – la via italiana all'impresa sostenibile".



Ed è stato l'anno di **rinnovo della Certificazione B Corp**, con un rating balzato da 86,6 a 115,1 proprio in riconoscimento dell'impatto sociale e ambientale generato col nostro business, oltre che l'anno della pubblicazione della nostra COP (Communication on Progress) nella versione Advanced a rinsaldare l'adesione ai principi UNGC e il nostro ruolo di Partecipanti al Global Compact delle Nazioni Unite.

Gli altri aspetti salienti del nostro 2022 riguardano l'adesione alle maggiori iniziative varate dalla community delle Benefit Corporation per cambiare il mondo in senso rigenerativo: la campagna "Unlock The Change" e i relativi tavoli di lavoro Unlock Gender Equality e Unlock NetZero, l'iniziativa europea Interdependence Coalition a supporto della nuova normativa di governance sostenibile dell'UE, il summit internazionale Be 4 Good Leaders, la campagna CO2alizione Italia per recepire in Statuto l'impegno della decarbonizzazione entro il 2030, e **l'ingresso della CEO nel Board di Assobenefit**, l'Associazione Nazionale per le Società Benefit.

Numerose sono anche le azioni che abbiamo varato in autonomia, ad esempio i workshop a tema rendicontazione non finanziaria presso varie facoltà universitarie per diffondere la cultura della Sostenibilità anche a livello

accademico, e la richiesta della **Certificazione UNI PdR125 Parità di genere** tra le prime aziende sul territorio nazionale per fare da apripista a questo prezioso viatico di gender equality.

Infine, ma non meno importante, generare valore e prosperità condivisa con tutti gli stakeholder ha significato per noi sul 2022 riuscire a creare occupazione e **assumere 8 giovani donne under 30**, che contribuiscono a dare forma a quella che sarà la nuova leadership femminile cui siamo vocati.

Mettere le nostre "traduzioni che uniscono" al servizio di cause nobili di cittadinanza attiva e diritti civili è il nostro modo Benefit di contribuire a neutralizzare la zavorra della Storia, nel momento in cui la discontinuità e l'accelerazione esponenziale dei nostri tempi impongono alle aziende l'adozione di una prospettiva nuova, capace di coltivare il «futuro» con strategie trasformative e sostenibili, e non più soltanto cercando di adattarsi ai cambiamenti in corso.

Se ciò che non poté la pandemia poté la guerra, con lo stravolgimento dell'assetto economico mondiale, e, nel nostro piccolo, la contrazione della crescita di Way2Global a un modesto +5% rispetto al ben più lusinghiero +25% del 2021, troviamo conforto nel constatare che finalmente il cambio di paradigma tanto invocato sta diventando realtà, anche per impulso del nuovo corso normativo dell'Unione Europea.

Laura Gori
CEO e CVO Way2Global

Massimo Maffei
COO Way2Global

Nota metodologica

Il presente documento rendiconta l'esercizio 2022 di Way2Global, che coincide con l'anno solare, e costituisce la terza edizione della nostra reportistica di sostenibilità, dopo le due edizioni del nostro Bilancio Integrato 2020 e 2021.

Come azienda di piccole dimensioni, Way2Global ha scelto di redigere la sua rendicontazione di sostenibilità a titolo volontaristico, ben oltre gli obblighi di legge, al fine di contribuire come Società Benefit a diffondere la cultura della sostenibilità anche per il tramite della DNF.

In continuità con le due edizioni di rendicontazione precedenti, il Report di Sostenibilità 2022 è conforme ai criteri dell'<IR> **Framework** Edizione 2021 di **IIRC** (International Integrated Reporting Council)¹ ed è stato redatto con riferimento agli Standard GRI pubblicati da **Global Reporting Initiative**² nell'Edizione 2021, riconciliata con le Edizioni precedenti (2016, 2018, 2019). Ved. Indice dei contenuti GRI.

Il lavoro sulla materialità prende le mosse dalla mappatura degli stakeholder per definire i temi materiali e finalizzare la matrice di materialità attraverso 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 si attua in Way2Global per il tramite di tutti gli strumenti e i canali di comunicazione che abbiamo a disposizione: 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, attività convegnistica, progetti condivisi, partnership, iniziative multi-stakeholder, sviluppo di piattaforme collaborative.

In continuità con gli ultimi 5 esercizi, la valutazione d'impatto che come Società Benefit redigiamo annualmente e abbiamo scelto di integrare per il terzo anno nel presente documento, si basa sui KPI del piano di sviluppo aziendale e sulla metrica del **B Impact Assessment (BIA)**³ dell'ente non-profit B Lab.

In aggiunta, a titolo d'integrazione e comparazione, abbiamo fatto riferimento per alcuni aspetti anche alle seguenti metriche:

- **SDG Action Manager**⁴ 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**⁵ di **NeXt (Nuova Economia per Tutti)**⁶ - che riconcilia i comportamenti aziendali con gli SDG dell'ONU e i 12 domini del **BES** (Indice del Benessere Equo e Sostenibile)⁷;
- il Framework **La Buona Impresa**⁸ di Fondazione Buon Lavoro, PwC e Goodpoint, e lo strumento di autovalutazione **SABI**⁹ basato sui GRI;
- 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;
- La piattaforma digitale di profilazione delle aziende per una supply chain sostenibile **Open-Es**¹²;
- la piattaforma collaborativa di monitoraggio delle performance di Sostenibilità delle catene logistiche globali **Ecovadis**¹³;



- **GHG Protocol**¹⁴ per l'inventario delle emissioni climalteranti secondo metodologia LCA (Life Cycle Assessment) a opera dell'ente terzo **ReteClima**.
- il **WEP Gender Gap Analysis Tool**¹⁵ di UN Women;
- il **Self-Assessment D&I di Fondazione Sodalitas**¹⁶ precondizionale alla riconferma di sottoscrizione della Carta per le Pari Opportunità.

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 dell'Organismo Italiano di Contabilità.

Il presente Report di Sostenibilità è approvato dal Consiglio di Amministrazione di Way2Global, e può essere scaricato pubblicamente dal nostro sito corporate¹⁷.

Per informazioni sul Report di Sostenibilità e il processo di reporting adottato:

D.ssa Laura Gori, Chief Value Officer certificata Cepas/Bureau Veritas, N. Reg. 0102 21/07/2021 (laura.gori@way2global.com)



Capitolo 01
L'azienda

Chi siamo

Way2Global è una Società Benefit nata nel 2017 come spin-off di Trans-Edit Group, che con le sue traduzioni in tutte le lingue aiuta le aziende a internazionalizzare valorizzandone comunicazione e contenuti sui mercati di riferimento.

Il nostro settore è quello dei **servizi linguistici** (Language Industry), industria matura valorizzata 60 mld USD che si è dimostrata resiliente agli impetuosi venti contrari dell'ultimo triennio grazie a una domanda di servizi di traduzioni, localizzazione e interpretariato senza segni di rallentamento nonostante l'incipiente de-globalizzazione.

È un mondo a digitalizzazione spinta, precursore di NLP (Natural Language Processing) e LM (Language Modeling) oggi rivoluzionato come pochi altri dall'ennesima tecnologia di frontiera: l'AI generativa, che sembra destinata a soppiantare l'NMT (Neural Machine Translation) nei flussi di lavoro.

In questo contesto la nostra prospettiva originaria di scalare e innovare con la dinamicità, la grinta e l'innovatività di una startup affamata di crescita si è scontrata con tre anni di pandemia e una guerra nel cuore dell'Europa.

Tuttavia, il nostro business model unico che attinge da una parte alla legacy pregressa di tre decenni di solidità, esperienza e leadership di settore, e dall'altra alla nostra Mission Benefit di rifondazione sociale, è riuscito ad alimentare l'energia ispirazionale e coesiva che ha abilitato la nostra rinascita sostenibile e la nostra parabola di **crescita**.

Con 5 soli anni di vita, 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 e regolamentati: Finanziario & Legale, Medico-Scientifico, Moda & Lusso, Tecnologico-Industriale, Marketing.

La nostra clientela è costituita da multinazionali tra le TOP Fortune 500¹⁸, che si affidano a noi in forza di tender di gara internazionali, ma anche da PMI italiane o estere che intendono esportare.

Come appassionati paladini di Benefit Corporation, siamo impegnati a diffondere un nuovo modo di fare impresa che sappia prendersi cura delle persone e del pianeta, e riparare il nostro mondo ferito.

Nel nostro impegno a creare più valore per il mondo rispetto alle risorse che dreniamo dal sistema, consideriamo prioritaria l'attenzione al capitale umano e relazionale, ossia le nostre **Persone** (dipendenti, traduttori, linguisti) che co-definiscono con noi la qualità del servizio al cliente, e la costruzione di partnership, reti e alleanze strategiche con tutti gli stakeholder al fine di riformare in chiave sostenibile un modello economico ormai giunto al capolinea.

Completano la profilazione **l'impronta globale** con Headquarters a Milano e una rete di correspondent offices a copertura di tre continenti, un business model agile, snello e sostenibile di startup Benefit a governance femminile, 3 Certificazioni ISO, una UNI e 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.

Società Benefit l'avanguardia diventa legge

La **Società Benefit** è una realtà orgogliosamente italiana, che il nostro Paese ha regolamentato come primo stato sovrano al mondo nel 2016, attingendo all'unicità della nostra cultura del lavoro, all'economia civile di stampo olivettiano, e alla ricca tradizione di responsabilità sociale delle pmi padronali, del mondo cooperativistico e del terzo settore che da sempre si prendono cura di società e territori.

Alla Società Benefit, che definisce una vera e propria forma giuridica, nel termine collettivo benefit corporation si affianca la **B Corp**, che è invece una Certificazione di origine statunitense riconosciuta alle aziende che generano 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 una o più finalità di beneficio comune per la collettività.

È un fenomeno planetario, protagonista di una vera e propria *rivoluzione gentile*, che conta oggi quasi 3.000 Società Benefit sul territorio italiano, con una progressione inarrestabile che ne ha viste nascere in media due al giorno negli anni tregenda della pandemia e del conflitto in Ucraina.

E se il fascino e l'efficacia di questa **governance duale**, di questa concezione etica di ripensare le aziende, fino a qualche tempo fa costruiva avanguardia, oggi che la Sostenibilità è diventata mainstream, spesso purtroppo a titolo strumentale e pretestuoso (green-washing, impact-washing), è la stessa Unione Europea a renderne gradualmente cogente il modello con il quadro normativo di recente introduzione (Sustainable Finance Disclosure Regulation

“SFDR”, Corporate Sustainability Reporting Directive “CSRD”).

Dalla nostra rinascita sostenibile come Società Benefit nel 2017, in Way2Global ci siamo candidati a fervente ambassador di questo modello di business virtuoso nel mondo, in coerenza con la nostra vocazione di esportare le eccellenze del Made in Italy oltre confine.

Nel quadro del nostro progetto identitario **Made in B Italy**, siamo soci costitutivi e sostenitori di Assobenefit (Associazione nazionale per le Società Benefit), attivi nel Board e impegnati a promuovere questo modello di governance sostenibile a livello internazionale tramite attività convegnistica, interviste, testimonianze e policy making.



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

Al tramonto del vecchio mondo capitalistico, in piena transizione verso un domani di nuova indistinta normalità, tracciare la rotta per nuovi paradigmi, alimentare partnership virtuose, e generare pensiero positivo sono le chiavi per costruire Visione, futuro e speranza.

Purpose, Vision e Mission

Primo LSP (Language Service Provider) al mondo nato come Società Benefit, Way2Global promuove la traduzione professionale come leva di comprensione, dialogo e Sostenibilità nello spirito della risoluzione A/RES/71/288 approvata nel 2017 dall'Assemblea Generale dell'ONU¹⁹.

Nostro **Purpose** è costruire ponti, alimentare relazioni e sviluppare coesione tra persone e culture diverse al di là di confini e barriere geolinguistiche.



È questa la principale finalità di **beneficio comune** che abbiamo codificato in Statuto come Società Benefit perché compenetrata nella natura stessa della nostra attività e afferente il nostro ruolo di facilitatori di comprensione e comunicazione interculturale.

Come recita il nostro payoff “Beyond borders for a better world”, nostro Purpose è contribuire con ciò all'avvento di un mondo più equo, inclusivo e solidale.

La nostra **Vision** ci spinge a oltrepassare e neutralizzare l'orizzonte angusto e chiuso dei confini in un afflato ecumenico, mentre la **Mission** di unire persone e culture diverse per il tramite delle traduzioni è la nostra vocazione.

Con i recenti trend della deglobalizzazione, dei sovranismi e della frammentazione di commerci ed economie, ci sentiamo chiamati a farci carico di una prosocialità ancor più radicale, oltre a dare continuità alla missione di aiutare le aziende a internazionalizzare valorizzandone contenuti e comunicazione nei mercati di riferimento.

Assumere il ruolo di entusiastico alfiere globale della funzione più responsabile che le aziende devono assumere rispetto alle grandi sfide dell'umanità è stata per noi una reazione spontanea all'acuirsi delle disparità economiche e sociali, alle violazioni dei diritti umani, ai cambiamenti climatici.

Con la nostra testimonianza di rinascita rigenerativa vogliamo promuovere il modello di business sostenibile delle Benefit in tutto il mondo perché siamo convinti che la misura del successo di ogni azienda nell'epoca della permacrisi sia definita dalla sua capacità di contribuire al raggiungimento degli SDG dell'Agenda 2030.

Per questo alla finalità d'impatto sociale primaria, che rappresenta il nostro motivo di esistere, ne abbiamo volute affiancare altre afferenti al nostro modo Benefit di promuovere il business: felicità e benessere dei dipendenti, coinvolgimento olocrativo sul luogo di lavoro, governo collettivo e partecipato di risorse e patrimonio comune, rispetto e interdipendenza con gli stakeholder e la filiera produttiva, parità di genere ed empowerment femminile, inclusione e diversità, governance trasparente e responsabile, neutralità climatica, e generazione di valore e prosperità condivisa con iniziative a favore della società civile, della comunità e del territorio.



PERCHÈ: Perché esistiamo

COME: Come intendiamo agire in base al nostro Purpose

COSA: Come sarà il mondo quando avremo realizzato la nostra Mission

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 riguarda 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

2022

- **MARZO 2022**
Missione istituzionale e consegna a Padiglione Italia di **Expo Dubai** nostro libro **Made in B Italy** e Carta delle Donne per Dubai
- **APRILE 2022**
Varo **policy** e **piani di costruzione** carriere femminili
- **GIUGNO 2022**
Ricertificazione **B Corp** con balzo rating da 86,6 (2019) a 115,1
- **LUGLIO 2022**
Ingresso della CEO nel Consiglio Direttivo di **Assobenefit**
- **AGOSTO 2022**
Avvio percorso di **Certificazione UNI PdR125 Parità di genere**
- **SETTEMBRE 2022**
Workshop all'Università di Bologna su **NFD** nelle pmi in seno a progetto **INTEGRES**
- **NOVEMBRE 2022**
Costituzione Associazione **B Women** con la CEO Way2Global nel ruolo di VP
- **DICEMBRE 2022**
Decarbonizzazione e ricertificazione come **azienda Climate Positive**



Way2Global nasce dalla legacy dell'azienda trentennale che co-fondai nel 1988 e dalla decisione di abbracciare il modello della Società Benefit per dare corpo alla mia concezione del fare impresa:

Avere un'idea e trasformarla in valore per gli altri.

Le mie passioni civili codificate in Statuto come finalità aziendali di beneficio comune sono diventate così le progettualità che accendono i cuori e le menti del mio dream team.

Laura Gori, Founder & CEO

Le nostre conferme

Con 5 anni di storico alle spalle e il momento più delicato del ciclo di vita per una startup funestato da tre anni di pandemia globale seguiti da una guerra, siamo consapevoli del potenziale di crescita e dell'unicità del nostro modello di business sostenibile, ma soprattutto siamo consci di essere solo all'inizio di un lungo tragitto.

I riconoscimenti che abbiamo avuto l'onore di ricevere fungono per noi da rinforzo positivo, ci confermano che la strada è quella giusta.

Sono le pietre miliari del nostro cammino e come uno sprone, al pari di errori e insuccessi, ci motivano a continuare a lavorare per colmare

lo scarto migliorativo di un'evoluzione sempre perfettibile.

Poiché i traguardi raggiunti attestano la validità del paradigma Benefit, amiamo mettere a fattore comune la nostra testimonianza per far capire a quante più aziende possibili le potenzialità e i benefici insiti in 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 2022.

Gennaio - **Le aziende più attente al clima 2022** – 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**



Marzo - **FT1000 Europe's Fastest Growing Companies 2022** di **Statista e Financial Times** tra le 1.000 aziende europee con maggiore crescita nel triennio



Maggio - **Leader della Sostenibilità** tra le 200 aziende italiane più sostenibili, analizzate da **Statista e Sole24Ore** in base a 40 indicatori nelle 3 dimensioni della sostenibilità (ESG)



Agosto - **Nella shortlist FAB50** del **Premio GammaDonna** – le 50 imprese femminili più innovative dell'anno



Dicembre - **Welfare INDEX PMI 2022** tra le 121 aziende definite "Welfare Champion" su oltre 6000 valutate, iniziativa di **Generali Italia**, col patrocinio della **Presidenza del Consiglio dei Ministri** e la partecipazione di **Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato, e Confprofessioni**



Governance **femminile** e leadership **gentile**

La nostra "startup di donne per le donne" esprime un innovativo paradigma d'impresa sostenibile guidato da una **governance femminile** che ha sposato il modello della Società Benefit e ha costruito il suo piano industriale sugli SDG dell'Agenda 2030, con un focus particolare sul #5 Parità di genere.

Integrando la Parità di Genere nella governance e promuovendo l'SDG5 con i fatti e con l'esempio, abbiamo voluto conseguire la **Certificazione UNI PdR 125 Parità di Genere** tra le prime aziende italiane per contribuire a diffonderla con la nostra testimonianza.

Empowerment femminile e felicità delle persone sono finalità d'impatto sociale cui come Società Benefit siamo consacrati volontariamente per Statuto.

A oggi, in Way2Global è donna l'89% dell'organico, il 70% dell'assetto proprietario e il 50% del Board.

In azienda viviamo la parità di genere come un valore costitutivo, programmatico e vocazionale del nostro piano industriale, e ci lavoriamo ogni giorno con KPI, politiche, buone prassi, un piano di sviluppo e miglioramento continuo, un sistema di welfare aziendale pionieristico, e i nostri progetti identitari – che ci hanno consentito di precorrere inconsapevolmente i criteri della Certificazione UNI PdR125.

Fuori dal perimetro aziendale siamo impegnati in azioni concrete di attivismo e sensibilizzazione per la parità di genere, l'empowerment femminile, la tutela dei diritti di donne e giovani, il role modeling.

Sia dentro sia fuori azienda siamo impegnati a valorizzare il contributo che le donne possono

apportare al mercato del lavoro, all'economia e al PIL con la costruzione di una nuova **leadership gentile** capace di prendersi cura delle persone e coltivare relazioni.

Dove questo concetto, lungi dall'esprimere un bias cognitivo di femminile improntato a remissività e debolezza, definisce piuttosto la capacità di gestire scenari VUCA (volatili, incerti, complessi e ambigui), di motivare e coinvolgere le persone, creare sintonia, coesione ed empatia, facilitare le relazioni dentro e fuori il perimetro aziendale in chiave innovativa e per costruire progresso.

È un nuovo modello di leadership vocato a operare con logiche olistiche, sistemiche, inclusive e collaborative, incentrate sul lavoro di squadra e su una talentuosa gestione dei capitali umano e relazionale per trasformare le aziende in generatori di valore.

Agli antipodi dei vecchi modelli di gestione aziendale orientati alla sola massimizzazione del profitto, all'efficienza dei fattori produttivi e alle logiche patriarcali di comando e controllo orientate a concezioni di natura verticistico-gerarchica, essere leader oggi non è più sinonimo di essere "a capo" di un'azienda o di usare toni "urlati" e modalità impositive e muscolari.

Questa nuova **leadership gentile** piuttosto punta a ispirare, **guidare con l'esempio**, motivare e coinvolgere le persone, attingendo a un bagaglio di doti e soft skill tipicamente più sviluppate nella popolazione femminile: intelligenza emotiva in primis, ma anche flessibilità, abnegazione, capacità di ascolto ed empatia, lavoro di squadra e condivisione, creatività, passione, innovatività, responsabilità e capacità di cura, visione di lungo termine.

Design-Thinking olocrativo

All'interno del perimetro aziendale è il nostro portato culturale femminile che, assieme al nostro sistema valoriale Benefit, ha generato spontaneamente un modello di **governance partecipata** e di gestione olocrativa del lavoro orientata a includere le persone nei processi decisionali dell'azienda.

L'azienda è patrimonio comune, non una proprietà. Il bene collettivo viene prima dell'interesse personale dei singoli. Fare impresa vuole dire mettersi al servizio e trasformare la propria attività in valore per gli altri.

Dal Codice etico Way2Global

Co-progettare le logiche di sviluppo strategico e organizzativo in solido con le nostre persone in base a una concezione democratica e distribuita del potere e dell'autorità significa per noi ridefinire il contratto sociale di collaborazione con i lavoratori, offrendo loro un'occupazione che contribuisca anche a dispiegare il pieno potenziale di ciascuno, e a generare senso di appartenenza a una progettualità condivisa.

Si inquadra in questa governance democratica il nuovo modello di impresa dematerializzata che abbiamo sviluppato con l'**Anywhere Office**, un'innovativa filosofia del lavoro basata sulla flessibilità e sulla responsabilizzazione delle persone, con la possibilità di lavorare in modalità full remote.

I principi, le pratiche e le policy che concretizzano e regolamentano il nostro sistema operativo aziendale che mette al centro le persone ratificando l'attenzione nei confronti del capitale umano a partire dallo **Statuto** (oggetto sociale è "la felicità dei collaboratori") trovano massima espressione nel nostro **accordo integrativo di secondo livello**, strumento principe che ci consente di continuare a sperimentare innovative formule di welfare aziendale orientate ad alzare sistematicamente l'asticella rispetto agli obblighi di legge.

Smart Working integrale, Slow Working, e South Working, sono solo alcuni esempi di pratiche ideate e realizzate a tracciare **la nuova frontiera del welfare aziendale**, così come 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.

La nostra concezione di etica del lavoro è codificata nell'impianto documentale del nostro **Sistema di gestione Integrato Qualità&Sostenibilità**, che nel 2022 è stato rimesso in nuova edizione arricchendosi di un ampio corredo di documenti: Carta dei Valori, Codice Etico, Codice di Condotta Fornitori, Employee Handbook, Politica Diversità, Equità & Inclusione (DEI), Politica dei Diritti Umani, Politica Salute e Sicurezza, Politica della comunicazione etica, Politica di gestione delle HR, Impegno della Direzione per il business sostenibile (benefit corporation).

Interdipendenza

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

Come B Corp certificata e firmataria della **Dichiarazione di Interdipendenza** delle B Corp siamo consapevoli che rispondere alle grandi sfide dell'umanità e centrare gli SDG dell'Agenda 2030 siano una responsabilità collettiva da attuarsi con un impegno multilaterale basato sull'interdipendenza di aziende, società civile, corpi intermedi e pubbliche amministrazioni.

Per questo siamo impegnati a consolidare sistematicamente il nostro capitale relazionale, che definisce la nostra capacità di collaborare per scopi comuni con una pluralità di soggetti sia interni sia esterni al perimetro aziendale, e a proseguire nella costruzione di

alleanze strategiche e reti virtuose nello spirito dell'SDG17.

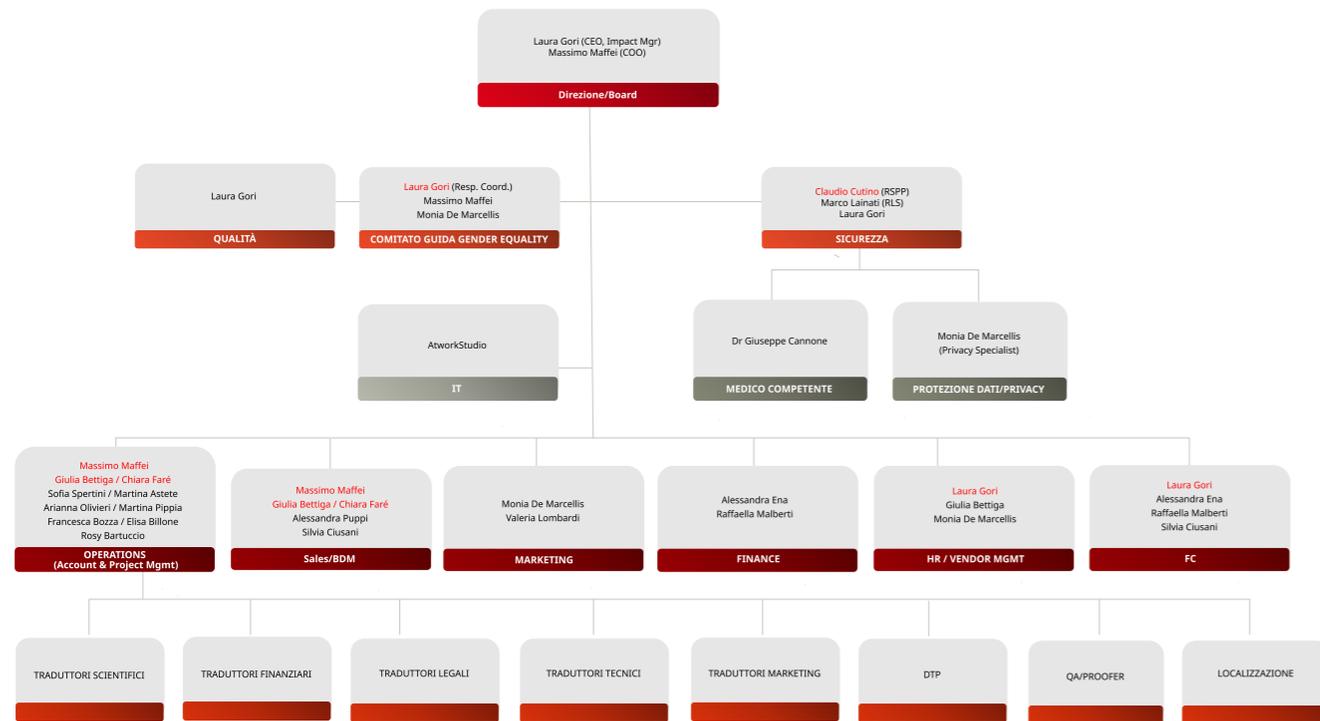
Nella stessa direzione si inquadra la nostra decisione di aderire dal 2022 alle maggiori piattaforme di profilazione sostenibile delle supply chain come Open Es o Ecovadis, che contribuiscono a costruire filiera sostenibile e a condividere conoscenze e saperi per il progresso congiunto.

Altri strumenti che avallano la nostra volontà di costruire partnership virtuose sono la riconferma del Rating di legalità presso l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato con un punteggio 2 stelle su un range da 1 a 3, e l'adesione come Partecipanti a **UNGC (United Nations Global Compact)**, iniziativa globale multistakeholder varata nel 1999 da Kofi Annan per promuovere l'integrazione dei diritti umani, della sostenibilità e degli SDG dell'Agenda 2030 nei business aziendali.

LA DICHIARAZIONE D'INTERDIPENDENZA B CORP
Un'economia orientata al beneficio comune

NOI IMMAGINIAMO UN'ECONOMIA GLOBALE CHE USI IL BUSINESS COME FORZA PER IL BENE. QUESTA ECONOMIA È COMPOSTA DA UN NUOVO TIPO DI SOCIETÀ - LE B CORP - CHE È ORIENTATA AL BENEFICIO E CREA VANTAGGI PER TUTTE LE PARTI INTERESSATE, NON SOLO PER GLI AZIONISTI. IN QUALITÀ DI B CORP E LEADER DI QUESTA ECONOMIA EMERGENTE, CREDIAMO DI DOVER ESSERE IL CAMBIAMENTO CHE CERCHIAMO NEL MONDO. CREDIAMO CHE IL BUSINESS DEBBA ESSERE CONDOTTO CONSIDERANDO IMPORTANTI LE PERSONE E I TERRITORI. ATTRAVERSO PRODOTTI, PRATICHE E PROFITTI, LE IMPRESE DOVREBBERO ASPIRARE A NON IMPATTARE NEGATIVAMENTE. PER FARE CIÒ È NECESSARIO AGIRE CON LA CONSAPEVOLEZZA DI ESSERE CIASCUNO DIPENDENTE DALL'ALTRO E QUINDI RESPONSABILE L'UNO DELL'ALTRO E PER LE GENERAZIONI FUTURE.

La nostra struttura organizzativa



La nostra struttura organizzativa (organigramma nominativo) conta a fine 2022 un totale di 18 persone, ed evidenzia alcuni importanti cambiamenti.

La prima variazione riguarda **l'onboarding di 8 giovani donne di età inferiore a 30 anni**, che ci ha permesso di creare occupazione nonostante la complessità dello scenario geopolitico ed economico internazionale, e di consolidare la nostra governance femminile.

Con il conseguimento della Certificazione UNI PdR125 Parità di genere l'organigramma si è arricchito del neo-istituto **Comitato Guida per la Gender Equality**, presieduto dalla CEO quale Responsabile Coordinatrice, e composto da Massimo Maffei, COO con delega alla gestione payroll, e Monia De Marcellis, Marketing Specialist con funzioni di Gestione HR.

Altra funzione introdotta nel 2022 è la Privacy Specialist che presiede alla gestione delle tematiche afferenti la protezione dei dati, la privacy e la compliance ai GDPR.

Nel 2022 abbiamo inoltre reso strutturale l'unità **Operations** nata con la pandemia come unità di crisi integrata PM & Sales, e consolidato l'ampliamento dell'operatività a includere un'unità PM delocalizzata ad alto tenore di tecnologia, data l'efficacia di questo modello organizzativo in termini di risultati, continuità e qualità del servizio.

Abbiamo inoltre ricollocato il socio di minoranza nella posizione di Chief Operating Officer (COO) per coltivare nella funzione Sales la **crescita di una nuova leadership femminile** alimentata dal deployment delle policy di costruzione carriere a beneficio delle donne.

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.

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

STARTUP

- Dinamicità
- Innovazione
- Change-maker
- Passione

BENEFIT CORPORATION

- Cura
- Economia civile
- Impatto
- Integrated thinking

SOSTENIBILITÀ

- CSR
- Coscienza civica
- Condivisione
- Solidarietà

INTERDIPENDENZA

- Partnership
- Cooperazione
- Circoli virtuosi

EMPOWERMENT FEMMINILE

- Inclusione
- Parità di genere
- Rispetto

COMUNICAZIONE

- Diversità
- Multiculturalità
- Dialogo





Capitolo 02
La **Materialità**

Stakeholder engagement

In linea con la Dichiarazione d'Interdipendenza delle B Corp, Way2Global concepisce l'impresa come un soggetto al 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**.



Siamo convinti che il valore di ogni impresa si misuri in rapporto alla sua capacità di rendersi funzionale alla risoluzione delle grandi sfide dell'umanità, ossia il raggiungimento degli SDG dell'Agenda 2030, che possono essere centrati solo tramite un impegno collettivo e multilaterale.

Crediamo che tutte le organizzazioni siano "case di vetro" esposte al giudizio degli stakeholder.

Per questo consideriamo gli stakeholder componenti fondamentali della creazione del valore aziendale e riteniamo che la gestione dei rapporti con loro assuma un'importanza sempre più strategica.

Analizzarne quindi per ogni categoria le relazioni con l'impresa, le aspettative rispetto all'azienda, e i rispettivi interessi diventa fattore prodromico di un processo decisionale e di sviluppo strategico capace di generare soddisfazione reciproca, sinergie di crescita e impatto positivo per tutti.

Il primo step di questo processo consiste nell'individuare e profilare gli stakeholder mediante un'attenta mappatura che identifichi i portatori d'interesse più significativi nel periodo di riferimento (in rosso nello schema), al fine di approfondirne le aspettative e promuoverne il coinvolgimento attivo nella vita dell'azienda e nello sviluppo del business model.

L'eccellenza dell'ultimo triennio, con la pandemia, il conflitto in Ucraina, le plurime crisi globali, e l'avvicinarsi dei cambiamenti esponenziali che hanno interessato la nostra azienda a livello strategico e organizzativo, hanno impattato non poco sui rapporti interessati dal patto di lavoro tra l'azienda e i suoi collaboratori.

Per questo motivo anche nel 2022 la nostra categoria di stakeholder prioritaria è quella dei **dipendenti** e dei **collaboratori** (linguisti e contractor) che Way2Global considera parte integrante del proprio capitale umano interno.

Senza trascurare tuttavia l'importanza pressoché pari grado delle categorie Clienti, Soci, benefit corporation, Altri partner istituzionali, Donne, e Ambiente.

I SOCI

I soci di minoranza entrati nell'assetto proprietario a febbraio 2020 sostanziano una strategia di governance partecipativa tesa a fidelizzare e premiare l'impegno delle persone chiave che hanno contribuito a scrivere la storia di Way2Global.



"Spero che questa "luna di miele" tra me e Laura che dura ormai da 16 anni (di cui 13 nella veste di dipendente) continui ancora a lungo. Non credo sia scontato avere una socia che reputi una sorella maggiore e a cui tieni a livello personale come un componente della tua famiglia e che stimi profondamente sia come persona sia a livello lavorativo".

Massimo Maffei

La coesione tra i soci, soprattutto in una startup Benefit ad alto tenore d'innovazione tecnologica e sociale come Way2Global, è determinante per spingere con vigore e all'unisono la crescita aziendale nel tempo.

Oltre a fondarsi su un'idea di business unica che nessun competitor ha mai intravisto prima, le startup devono inventare continuamente nuovi percorsi, processi e strategie con un coraggio e un'abnegazione che può essere alimentata solo dalla condivisione profonda della stessa Visione del mondo.

La tensione creativo-imprenditoriale non ammette incrinature, fratture o cedimenti nella concezione che i soci devono avere circa la promessa al mondo che l'azienda rinnova nel tempo agli stakeholder.

Fondare e scalare una startup non è solo questione di creatività, coesione, talento,

genialità e follia. Ci vuole anche una dose straordinaria di impegno, determinazione e pragmaticità per riuscire a improvvisare, anticipare e rilevare i segnali del mercato, cogliere al volo le opportunità, e tesaurizzare gli inevitabili errori trasformandoli in spazio di miglioramento.

La capacità di governare Way2Global attraverso la tempesta perfetta dell'ultimo triennio, con i salti quantici e i cambiamenti epocali realizzati, è riconducibile proprio a questa alchimia magica che attinge alla diversità dei soci in termini di competenze, attitudini e profilazione caratteriale, ma anche alla loro perfetta complementarità.

Senza dimenticare la rapidità decisionale, la dinamicità operativa e la capacità di trovare sempre una sintesi anche quando il confronto parte da posizioni distanti, grazie alla profonda stima reciproca.

In Way2Global le forme d'ingaggio dei soci comprendono consultazioni giornaliere, mail, messaggistica istantanea, survey, riunioni informali, assemblee formali, e i momenti strategici determinanti del Riesame della Direzione e dei colloqui di autovalutazione annuali.



I DIPENDENTI

Con le new entry 2022, l'organico Way2Global si conferma ancor più inclusivo anche dal punto di vista generazionale: il 18% del personale è costituito da Generazione Z (anno di nascita 1997-2012), il 76% da Millennial (1980-1996), e il 6% da Generazione X (1965-1980), per un'età media complessiva di 33 anni.

Grazie alle nostre policy D&I (**Diversità & Inclusione**) che conferiscono priorità a donne e giovani in sede di nuove assunzioni, nel 2022 abbiamo migliorato ulteriormente il KPI dell'organico femminile (89%).



"Grazie allo smart working riesco a essere una mamma più presente, a risparmiare tempo evitando il tragitto casa/lavoro in macchina e, grazie a un minor consumo di carburante, a ridurre i costi e l'impatto ambientale".

Valeria, Graphic Designer

Tutti i contratti in essere sono **a tempo indeterminato** (14 full-time e 2 part-time richiesti da mamme lavoratrici), con l'aggiunta di un contratto a tempo determinato formalizzato a novembre per sostituzione maternità.

In Way2Global i dipendenti sono parte attiva dei processi decisionali e di pianificazione strategica. Nella nostra visione di **governance partecipata**, il coinvolgimento dei dipendenti, che si attua praticando fiducia, responsabilizzazione, delega, autonomia organizzativa, condivisione di risorse e saperi, trasparenza, cooperazione e focus sui risultati, diventa fulcro della cultura aziendale.

Nostro obiettivo è favorire la **realizzazione**

delle **potenzialità uniche di ciascun individuo**, e rendere tutti pienamente partecipi delle dinamiche aziendali per coltivare senso di appartenenza e una crescita continua dal punto di vista culturale, umano e professionale.

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 quindi condivise internamente e accessibili in rete ai dipendenti in totale **trasparenza**.

Ciascuno è chiamato a esprimere opinioni, richieste e desiderata attraverso tutti i canali comunicativi disponibili: riunioni, comunicazione one-to-one, colloqui di autovalutazione, di clima e focus group, indagini e questionari, social network, intranet aziendale, messaggistica istantanea, piattaforme IT condivise, e, non ultimo, lo strumento di whistleblowing anonimo messo a punto per tutelare il dissenso.



"Ringrazio per l'opportunità che mi avete dato e la fiducia che avete da subito riposto in me. Incrociare Way2Global nel mio percorso di vita è stata davvero una fortuna cui ancora adesso stento a credere".

Martina, Project Manager

E sono sempre i desideri delle persone che nel 2022 hanno ispirato e il completamento del nostro **Anywhere Office**, che capitalizza e rende strutturale il lascito della pandemia e la digitalizzazione emergenziale forzata per ripensare la gestione aziendale in chiave più moderna, flessibile ed efficiente.

Le attività di co-progettazione in solido con i dipendenti hanno portato a compimento questo ecosistema di lavoro agile, flessibile e dematerializzato con possibilità di remotizzazione integrale che ci ha consentito negli anni di reclutare e formare talenti da territori svantaggiati (**South Working**), e ha permesso alle persone di trasferirsi per motivi personali nei principali hub internazionali di co-living e co-working, da Fuerteventura a Lisbona, passando per la Norvegia.



"Ciò che apprezzo di più di Way2Global è la sua flessibilità. Grazie allo smart working, ad esempio, ho potuto iniziare a lavorare senza dovermi trasferire in un'altra regione."

Arianna, Project Manager

Il nuovo modello di business ci ha evoluto in un'azienda distribuita, senza confini, aperta a ulteriori formule di sperimentazione e innovatività, con nuova mappa del lavoro che oggi consta di 18 persone insediate in altrettanti Comuni d'Italia. Caduto con la tecnologia il vincolo territoriale, abbiamo potuto creare un mercato del lavoro allargato, ampliando il bacino di reclutamento e attrazione dei talenti.

Il dialogo continuo che ci lega alle nostre persone esplicita con contorni netti quelle che oggi, dopo le Great Resignation e i Quiet Quitters, sono le nuove aspettative dei lavoratori: a livello trans-generazionale, "un lavoro che renda felice" sembra essere il desiderio condiviso. Significa un'esperienza che permetta di trovare armonia tra privato e professionale, che offra flessibilità e possibilità di operare da remoto, che sappia coinvolgere,

motivare e offrire risposte a una domanda di senso, che si svolga in un'azienda etica e lasci spazio al volontariato aziendale.

Il digitale, come nel nostro Anywhere Office, diventa dunque il fattore abilitante del futuro e della sostenibilità aziendale tanto invocata dalle persone.

È stato un percorso evolutivo complesso, facilitato da piani di formazione ad-hoc, che ci ha consentito di precorrere schemi di lavoro non convenzionali conformi alle richieste della società e del mercato del lavoro, con una dinamicità dirompente che, pur guidata democraticamente dall'intelligenza collettiva, ha portato negli anni alcuni collaboratori a fare altre scelte di vita.

È per questo motivo che le nostre attività d'ingaggio degli stakeholder restano anche per il 2023 focalizzate sui dipendenti.



"Cambiare azienda a quasi 40 anni e rimettersi in gioco è stato un grande successo sia personale che lavorativo. Grazie al part-time riesco a conciliare alla perfezione famiglia, lavoro e crescita personale, con una soddisfazione che mi permette di lavorare ancora meglio."

Raffaella, Contabile Amministrativa

I LINGUISTI E I FORNITORI

I **Linguisti** (traduttori, revisori, proofreader e interpreti), costituiscono il nostro capitale umano esterno 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 2022 la comunità dei linguisti attivata su commesse di traduzione conta 144 contractor, di cui 14 contrattualizzati come “traduttori Network” e 5 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, il coinvolgimento in attività welfare e nei progetti identitari.



“Credo molto nella collaborazione con agenzie che riconoscono il valore dei loro traduttori e dopo 25 anni di lavoro sono ancora piena di entusiasmo per questo mestiere.”

Silvia, Traduttrice

Questa categoria di stakeholder, che per lo più sono cresciuti assieme a noi entrando in azienda con stage curricolari fino a maturare oggi un profilo da autorevoli professionisti nei settori di pertinenza, riveste per noi un'importanza strategica perché sono loro in ultima analisi a definire la qualità del servizio offerto da Way2Global al cliente.

Nutrire i rapporti con la community dei linguisti è tra i principi guida dell'attività aziendale, che ci impegniamo ad attuare sia garantendo loro un adeguato flusso di lavoro sia coinvolgendoli in un dialogo fertile che consenta di co-progettare una partnership di reciproca soddisfazione per il tramite di tutti gli strumenti a disposizione: messaggistica istantanea con i Project Manager, e-mail, telefono, videocall, survey, social network, riunioni trimestrali, formazione ed eventi aziendali, e non ultimo il nostro canale di whistle-blowing coperto da

anonimato per la tutela delle voci dissenzienti.

I progetti identitari Language Industry 4.0 e Way2Academy sono importanti leve di questa filosofia di ingaggio, che si focalizza sulla necessità di riqualificazione digitale di donne e giovani, categoria prevalente 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.

Il **Codice Etico** e il **Codice di Condotta Fornitori** stabiliscono i principi che ispirano le partnership e i rapporti coi fornitori.

I KPI del piano industriale che monitorano l'impatto sui Fornitori misurano la gender procurement (percentuale di approvvigionamenti da aziende femminili) e la *local procurement* (percentuale di fornitori “a km 0”) per favorire rispettivamente l'empowerment femminile e l'economia di prossimità.

LE DONNE

Le donne costituiscono la **categoria di stakeholder privilegiata** che in Way2Global tuteliamo per impegno statutario. Dalla nostra rinascita sostenibile come Società Benefit, abbiamo costruito il nostro piano industriale sulla base degli SDG dell'Agenda 2030, a partire dal #5 Parità di genere.

Da allora, precorrendo inconsapevolmente la Certificazione UNI PdR125, lavoriamo ogni giorno alla parità di genere sia all'interno sia all'esterno del perimetro aziendale.

Internamente amiamo sperimentare nuove politiche e prassi di innovazione sociale per costruire in una sorta di cantiere permanente

il nostro **“paradigma d'impresa di donne per le donne”**, mentre all'esterno collaboriamo con una pluralità di soggetti (Benefit Corporation, istituzioni e PA, università, enti, associazioni, terzo settore, ...) a iniziative congiunte di gender equality, nella convinzione che i grandi obiettivi come l'inclusione e la parità di genere siano responsabilità collettive da attuarsi attraverso un impegno multilaterale e d'interdipendenza.

Nel quadro delle nostre **alleanze strategiche** con una vasta rete di organizzazioni e iniziative femminili (Stati Generali delle Donne²⁰, Alleanza delle Donne²¹, L'Abbraccio del Mediterraneo²², Inspiring50²³, STEAMinTheCity²⁴, STEAMiamoci²⁵, AssoDonna²⁶, ...) siamo soliti condividere le nostre best practices in sede di eventi e attività convegnistica, promuoviamo petizioni per sollecitare le PA e la politica a maggiori sforzi nel perseguimento dell'SDG5, realizziamo iniziative di formazione e supporto alle carriere femminili e per l'avvicinamento delle donne alle materie tecnico-scientifiche, e svolgiamo attività contro la violenza di genere e a sostegno dei diritti umani e civili nei Paesi che calpestano i diritti femminili (Afghanistan, Iran).



La CEO di Way2Global è co-Founder e Vice-Presidente di B Women, associazione di imprenditrici in orbita B Corp, è tra le Inspiring Fifty 2018 (le 50 role model italiane più attive nell'avvicinare le donne alle materie STEM), ed è inoltre socia costitutiva e parte del Board di

Assobenefit attiva su temi di empowerment femminile.

Come azienda siamo ambassador del **Premio Parità Virtuosa** del Consiglio Regionale delle Pari Opportunità di Regione Lombardia, firmatari dei WEP (Women Empowerment Principles) di UN Women e della Diversity Charter di Fondazione Sodalitas, e in solido con un drappello di una decina di B Corp italiane siamo co-autori delle Guidelines to Gender Equality.

Siamo convinti che l'unico modo per centrare l'obiettivo Parità di genere consista nel collaborare, sviluppare partnership e reti virtuose per condividere una progettualità comune declinata su una nuova visione di azienda ove essere donna non sia più percepito come un limite ma, al contrario, come un volano di crescita, arricchimento e nuove potenzialità.

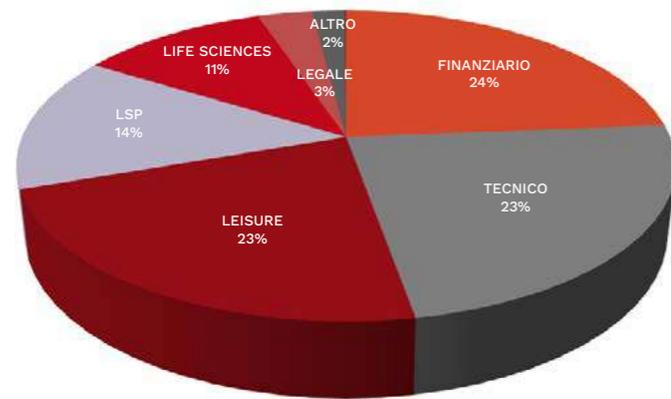
I CLIENTI

I **clienti** per 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 mappatura include anche i **maggiori Language Service Provider (LSP) globali**, ossia le grandi agenzie di traduzione che operano a livello internazionale, i grandi studi legali internazionali, e, parallelamente al nostro percorso di crescita in direzione della sostenibilità, una quota crescente di **clienti Purpose-driven** (benefit corporation, Fondazioni, onlus).

Il grafico a torta mostra la segmentazione della clientela 2022 per settore di riferimento.

Fatturato per comparto di business 2022



- **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 (Healthcare), agenzie regolatorie, enti di normazione e agenzie del farmaco, produttori di dispositivi medici, apparecchiature elettromedicali, biotecnologie.

"Grazie per la professionalità e la disponibilità sempre dimostrata."

Eleonora - Una delle maggiori banche d'investimenti globali

In Way2Global riteniamo che il dialogo continuo con i clienti e il loro prezioso feedback alimentino, 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.

"Vi ringrazio non solo dello splendido lavoro svolto, ma anche delle tempistiche record con cui me lo avete recapitato. Grazie di cuore, davvero".

Piero - Agenzia di comunicazione

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 costituita dalle B Corp certificate afferenti all'ente di certificazione B Lab, da una parte, e dalle Società Benefit che fanno capo ad AssoBenefit (Associazione Nazionale per le Società Benefit), dall'altra.

L'entourage delle **B Corp** comprende oltre 6.000 aziende in 80 Paesi del mondo (300 in Italia) e 150 settori di attività, mentre le Società Benefit sul territorio nazionale sono a oggi quasi 3.000, con una crescita esplosiva proprio negli anni difficili di pandemia e guerra in cui ne sono nate mediamente 2 nuove al giorno.

L'appartenenza a questo ecosistema di aziende a duplice scopo si esprime nel nostro caso attraverso la costituzione aziendale come Società Benefit nativa, oltre che tramite l'adesione di Way2Global ad **AssoBenefit** come socio sostenitore, e della CEO Laura Gori come socia fondatrice e ora Consigliera del Board. Quanto al movimento delle B Corp, abbiamo scelto di esserne parte attiva conseguendo la Certificazione B Corp nel 2019 e rinnovandola ogni tre anni.

Il nostro senso di appartenenza è il motivo della nostra militanza attiva e dell'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, amiamo portare la nostra testimonianza in sede di attività convegnistica nazionale e internazionale, eventi, interviste, docenze, conferenze e workshop, per 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 rigenerativo, in linea col nostro sistema valoriale con cui promuovere networking, connessioni e alleanze, partnership e circoli virtuosi.

"Buongiorno a tutte, ci tenevo a mandarvi questa mail in virtù del tempo e della passione che abbiamo condiviso non solo per un tema cruciale come l'equità di genere ma, a livello più ampio, verso il modello di business portato avanti ogni giorno con sempre più forza dalle aziende B Corp".

Giorgia - CSR Specialist di una B Corp iconica della ristorazione italiana

Per noi di Way2Global il mondo Benefit costituisce un interlocutore d'importanza strategica, un'importante guida e 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, le riunioni del Direttivo di Assobenefit, la collaborazione a progettualità e 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 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 fondamentale è quella delle **altre partnership istituzionali**: PA, università, enti e organismi, onlus, associazioni di categoria e sistemi camerali.

Aderiamo ai circuiti delle Camere di Commercio (Unioncamere)²⁷ sul territorio italiano, ma anche ad Assocamerestero²⁸ e al sistema camerale cui fanno capo i nostri correspondent offices USA. Partecipiamo ad iniziative umanitarie come UNGC (United Nations Global Compact)²⁹, e siamo associati

ad enti formativi quali Ebiter³⁰ e Afol³¹, enti per il commercio estero come AICE (Associazione Italiana Commercio Estero)³², AssoLombarda³³ e le confederazioni nazionali dell'industria e del commercio Confindustria³⁴ e Confcommercio³⁵ cui aderiamo per il tramite delle associazioni di categoria Unilingue³⁶ e Federlingue³⁷.

"Gent.ma Laura, desidero ringraziarla nuovamente per la partecipazione al ns. workshop. I colleghi hanno apprezzato tantissimo (e due di loro non conoscevano le benefit corporation!)".

Prof. Selena Aureli, Department of Management, Alma Mater Studiorum -Università di Bologna

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 prassi, creare valore condiviso in chiave di sussidiarietà, partecipare a iniziative, indagini e bandi e consolidare il nostro ritorno reputazionale.

Tra gli strumenti di comunicazione con questa categoria di stakeholder citiamo la partecipazione alle iniziative sul territorio (es. rassegne culturali locali come STEMinthecity, il Salone della CSR, etc.), indagini e survey, award e bandi di finanza agevolata, la comunicazione diretta tramite telefonate, mail, riunioni, workshop, sito web e social network.



Alcuni post della nostra campagna #TiVoglioBenefit

| 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

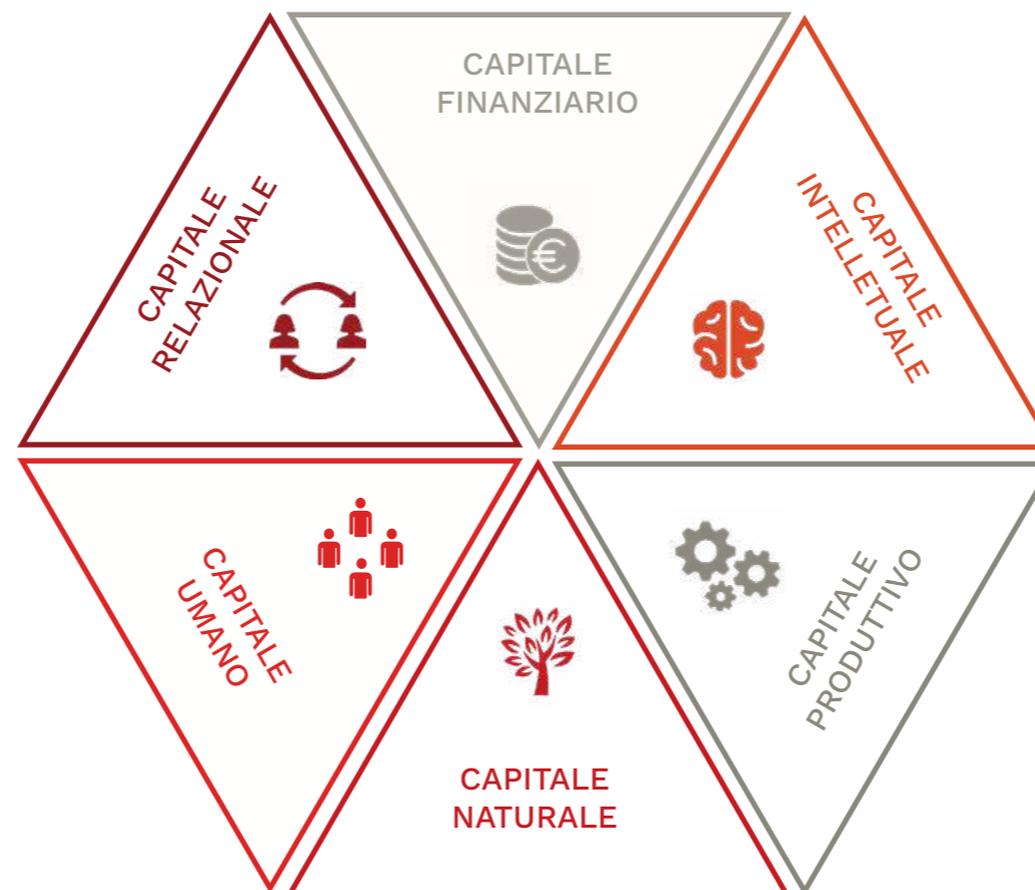
Relazioni con soggetti esterni (clienti, fornitori, istituzioni, comunità, gruppi di stakeholder, network), ivi inclusi fiducia, valori e comportamenti condivisi, impegno e impatto sociale, brand awareness, soddisfazione dei clienti.

CAPITALE UMANO

Patrimonio di competenze, valori, capacità e conoscenze delle persone che prestano la propria opera in azienda così come degli organismi di governance. Ricomprende l'allineamento, la lealtà e il supporto alla governance aziendale, la capacità di comprendere e sviluppare la strategia dell'organizzazione, e la motivazione a innovare e migliorare processi e servizi.

CAPITALE NATURALE

Risorse ambientali e ambiente naturale, inteso come aria, acqua, terra, foreste e minerali, biodiversità e salute dell'ecosistema, che l'azienda utilizza e su cui genera un impatto positivo o negativo attraverso la gestione degli altri cinque capitali.



CAPITALE FINANZIARIO

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

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 risorse intangibili associate al brand e alla reputazione aziendale, oltre che alla qualità e sicurezza del servizio.

CAPITALE PRODUTTIVO

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

IL CAPITALE RELAZIONALE

Il capitale relazionale afferisce alla 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, cooperazione, fraternità, reciprocità, sussidiarietà, e generatività) fa di questo capitale uno di quelli per noi prioritari.

In Way2Global il capitale relazionale si declina in primis nel movimento delle benefit corporation, con il fine condiviso di lavorare all'avvento di una nuova economia sostenibile. Altri focus sono la supply chain, che puntiamo a coinvolgere attraverso i nostri progetti identitari come Green Translations e Way2Academy, i clienti, con i quali alimentiamo partnership virtuose anche profilando la nostra impronta sostenibile sulle piattaforme finalizzate a creare filiere sostenibili (Ecovadis, Open Es), tutti i partner istituzionali con i quali nutriamo un dialogo fertile, e non ultimo, donne e giovani, stakeholder tutelati ai sensi delle nostre finalità di beneficio comune statutarie.

Tra le **principali attività d'impatto** sul capitale relazionale dell'esercizio 2022 citiamo l'ingresso della CEO Laura Gori nel Board di Assobenefit, la profilazione sul portale di supply chain sostenibile Open Es, le donazioni effettuate a fine anno a sostegno di iniziative di cause civili e protezione dei diritti umani per lo 0,76% dei ricavi, la missione istituzionale di consegna della Carta per le Donne di Dubai e del nostro libro Made in B Italy a EXPO Dubai, l'avvio dell'iter di Certificazione sulla Parità di genere, l'adesione al gruppo di lavoro Gender Equality in seno alla campagna di comunicazione Unlock the Change delle B Corp italiane che ha portato alla redazione delle Guidelines to Gender Equality, la partnership con il Comitato

Pari Opportunità di Regione Lombardia con la promozione dell'iniziativa Parità Virtuosa, la partecipazione alle iniziative del Protocollo di Sviluppo Sostenibile di Regione Lombardia, i workshop tenuti presso le Università di Bologna e di Pavia a tema "Rendicontazione di sostenibilità, B Corp e pmi", e il contributo al Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale.

L'analisi dettagliata degli impatti sul capitale relazionale nell'esercizio 2022 e degli obiettivi 2023 è riportata nella sezione Valutazione d'impatto.



IL CAPITALE UMANO

Quello umano è l'altro capitale fondamentale per Way2Global, così come esplicitato dalla nostra primaria finalità di beneficio comune statutario (la felicità delle persone).

Per cultura aziendale consideriamo parte del nostro capitale umano non solo i **dipendenti** ma anche i **collaboratori** (linguisti, traduttori, interpreti e contractor), che coinvolgiamo nei processi decisionali e nei tavoli di co-progettazione nel segno della trasparenza e della condivisione di informazioni e risorse.

Con la nostra **governance partecipativa e olocratica** crediamo nell'appiattimento degli organigrammi e nei concetti chiave di fiducia, inclusione, responsabilizzazione e delega. Abbiamo definito un laboratorio di sperimentazione in stato beta permanente che con intento sociocratico mette al centro le persone, le motiva, le coinvolge nelle strategie di sviluppo, e si prende cura del loro benessere.

Il nostro modello di organizzazione del lavoro è incentrato sulla **flessibilità** oraria e logistica, per una gestione autonoma e fiduciaria dei tempi di lavoro, che si concretizza nell'Anywhere Office (ufficio diffuso), un luogo non-luogo che rappresenta la nuova frontiera dell'innovazione.

Le parole chiave della nostra cultura del lavoro, oltre alla flessibilità, sono quelle contemplate dalla nostra Politica DEI (Diversity, Equity & Inclusion): armonizzazione dei tempi di vita-lavoro, sostegno alla genitorialità, welfare aziendale, diversità, equità e inclusione.

Consideriamo la diversità un fattore di arricchimento reciproco, per questo la valorizziamo in tutti gli ambiti, sia essa di genere, di età anagrafica o dal punto di vista generazionale.

Come incubatore di talenti, siamo soliti ospitare tirocini con un tasso di stabilizzazione a fine percorso del 98%, e 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 esplicitate dalle persone ed evidenziate dal Registro delle abilità (RAB).

Per accrescere la chiarezza organizzativa nei confronti di tutto l'organico, abbiamo arricchito l'impianto documentale del Sistema Integrato Qualità & Sostenibilità con l'Employee Handbook e con il nostro accordo integrativo di 2° livello.

Per motivare il capitale umano, attuiamo politiche retributive che riconoscono a tutti i reparti e a tutti i livelli, tirocinanti inclusi, una remunerazione +18% rispetto ai livelli contrattuali previsti dal CCNL e piani personalizzati di incentivazione (bonus di produttività).

In linea con il nostro sistema certificativo UNI PdR125, a parità di responsabilità, competenze e funzioni, assicuriamo inoltre a tutte le persone assoluta **parità retributiva** al di là delle differenze di genere, e promuoviamo fattivamente politiche di **avanzamento carriera** e costruzione di leadership femminile.

Essendo il nostro servizio per sua natura dematerializzato (traduzione e interpretariato), siamo soggetti a rischi di sicurezza sul lavoro relativamente bassi, che presidiamo con la nostra Politica Salute & Sicurezza e le altre misure cogenti.

Tra le principali attività d'impatto sul capitale umano dell'esercizio 2022 citiamo 8 assunzioni di giovani donne under 30, due delle quali a distanza (South Working), il già citato varo dei piani di costruzione carriere per i ruoli chiave femminili, la parificazione dei congedi parentali gender-equal e il 29% del monte ore totale lavorato destinato alla formazione.

L'analisi dettagliata degli impatti sul capitale umano nell'esercizio 2022 e degli obiettivi 2023 è riportata nella Valutazione d'impatto.

IL CAPITALE INTELLETTUALE

Il capitale intellettuale (o organizzativo) in Way2Global identifica 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 le Operations, cui si aggiungono gli altri asset intangibili apportati dal capitale umano e relazionale dell'impresa.

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

Rispetto al capitale intellettuale, le principali attività d'impatto 2022 riguardano il compimento del modello organizzativo dell'Anywhere Office, la costruzione del sistema di gestione prodromico alla Certificazione UNI PdR125, la condivisione col mondo accademico della preziosa knowledge base della Chief Value Officer (CVO) in materia di DNF e modelli d'impresa rigenerativi nelle pmi, e gli investimenti R&S del progetto di Open Education Way2Academy per la riqualificazione digitale di donne e giovani.



L'analisi dettagliata degli impatti sul capitale intellettuale nell'esercizio 2022 e degli obiettivi 2023 è riportata nella Valutazione d'impatto.

IL CAPITALE NATURALE

Le attività di gestione del capitale naturale, ossia le risorse ambientali che come azienda utilizziamo per condurre il nostro business, si riuniscono 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 ecologico, 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 in ottica educativa e di impegno verso l'azzeramento delle emissioni entro il 2030, sono attività integrate nella nostra visione trasformativa di avanguardia sostenibile.

Come già fatto nel 2021, anche sul 2022 siamo riusciti ad attestare con certificazione di ente terzo la nostra **neutralità climatica** a seguito di un inventario (LCA) delle emissioni

climalteranti conforme a GHG Protocol, e poi a spingerci ancora oltre investendo in progetti di rimboschimento e energie green per riconfermarci azienda Climate Positive.

Rispetto al capitale naturale, le principali attività d'impatto 2022 riguardano l'adesione a **CO2alizione Italia**, iniziativa che ci ha visto assieme a 80 B Corp italiane recepire in Statuto l'impegno nei confronti della neutralità climatica, e la riconferma della partecipazione alle attività SME Climate Hub³⁸.

L'analisi dettagliata degli impatti sul capitale naturale nell'esercizio 2022 e degli obiettivi 2023 è riportata nella 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 IT pertinenti, che condividiamo con la supply chain.

Gli aspetti salienti delle nostre attività 2022 in relazione a questo capitale riguardano lo sviluppo del progetto di Open Education **Way2Academy** che vuole facilitare la transizione digitale a favore di donne e giovani, il deployment del progetto **Industria 4.0** per il consolidamento del nostro cloud e lo scale-up delle funzionalità di virtualizzazione, remotizzazione del lavoro, business continuity e cyber security, e la valorizzazione del sito web corporate sia tramite attività di content creation on-site (creazione alberatura menu DNF e repository Newsletter) sia tramite il supporto consulenziale di un'agenzia SEO esterna.

L'analisi dettagliata degli impatti sul capitale produttivo nell'esercizio 2022 e degli obiettivi 2023 è riportata nella Valutazione d'impatto.

IL CAPITALE FINANZIARIO

Il capitale finanziario definisce l'insieme dei flussi di liquidità generati e assorbiti dall'azienda, e anche nell'esercizio 2022 i risultati conseguiti in questo ambito si riconfermano di piena soddisfazione.

In continuità con gli anni precedenti, abbiamo finanziato l'attività con gli introiti e gli incassi dei clienti, senza necessità di attivare le linee di credito bancarie (portafoglio RIBA e anticipi fatture).

Abbiamo garantito la solvibilità monitorando i flussi di cassa con apposita funzionalità di cash-flow integrata nella pianificazione degli impegni di spesa, e finanziato i **progetti R&S** anche con l'aggiudicazione di un bando pubblico che prevede l'erogazione di un contributo a fondo perduto.

Tra gli eventi dell'esercizio 2022 che più hanno impattato sul capitale finanziario citiamo la poco edificante vicenda della ristrutturazione edilizia deliberata dal condominio (bonus facciate), per una quota insostenibile di spese straordinarie a carico della proprietà, una condotta poco limpida da parte dell'amministrazione, e la conversione dell'intero civico uso affitti brevi, che hanno esitato la nostra decisione di trasferire e ridimensionare la sede aziendale a fine anno.

Tra gli altri highlight degni di menzione vi sono l'impennata dei costi per approvvigionamento energetico connessa alla crisi energetica e al conflitto in Ucraina nonostante la riduzione dei nostri consumi, e le relative misure di sostegno al reddito erogate a favore di dipendenti e contractor (bonus bollette, bonus caro vita), l'incremento apprezzabile del ROI, la riduzione della posizione debitoria, e la patrimonializzazione dell'azienda.

L'analisi dettagliata degli impatti sul capitale finanziario nell'esercizio 2022 e degli obiettivi 2023 è riportata nella Valutazione d'impatto.

Temi materiali

Individuare i temi materiali è un concetto chiave del nostro reporting di sostenibilità. Definiamo la selezione degli aspetti considerati rilevanti per gli stakeholder e al contempo capaci di influire sulla nostra capacità d'impresa di creare valore per il mondo attraverso un processo strutturato di mappatura, valutazione e classificazione.

Consideriamo rilevanti le tematiche che possono influenzare il processo decisionale delle parti interessate, pertanto conduciamo il processo col **coinvolgimento dei principali gruppi di stakeholder interni ed esterni**, di norma per il tramite di survey.

La matrice di materialità è risultato dell'interpolazione del grado di rilevanza di ciascun tema, così come dichiarato dagli stakeholder, col livello d'importanza conferitogli da Way2Global, ed esprime la sintesi delle tematiche più impattanti nel breve termine.

In previsione dell'entrata in vigore dal 2024 della nuova Direttiva UE sulla rendicontazione di sostenibilità (CSRD, Corporate Sustainability Reporting Directive), che diventerà cogente dapprima per le grandi imprese, abbiamo voluto cominciare a sperimentare volontariamente in questa edizione del Report di sostenibilità il concetto di **doppia materialità**.

Nonostante la nostra fisionomia di piccola impresa, il fine è quello di allinearci ai più attuali modelli di business e di gestione dei rischi, attingere al valore aggiunto insito in questa innovativa forma di rendicontazione e beneficiare del vantaggio competitivo insito in questa evoluzione, che ci consente di integrarci meglio nelle catene di fornitura delle grandi aziende nostre clienti.

La doppia materialità tiene conto della relazione tra impatti finanziari e non finanziari per rendicontare sulle dimensioni *outside-in* (fattori ESG che incidono sul business e sulla creazione di valore economico) e *inside-out* (impatto degli aspetti business in termini ESG su economia, ambiente e persone).

Secondo la nuova metodologia, abbiamo quindi condotto l'analisi di materialità atta a determinare l'importanza e la rilevanza dei temi di sostenibilità (ESG) per Way2Global adottando una duplice prospettiva: **l'impatto dei temi esterni sulla nostra azienda e/o sui nostri risultati finanziari**, ad es. cambiamenti climatici, prezzi delle materie prime, etc. (*outside-in*); e dall'altra parte **il nostro impatto di organizzazione sui temi ESG**, ad es. emissioni climalteranti, consumo di energia, etc. (*inside-out*).

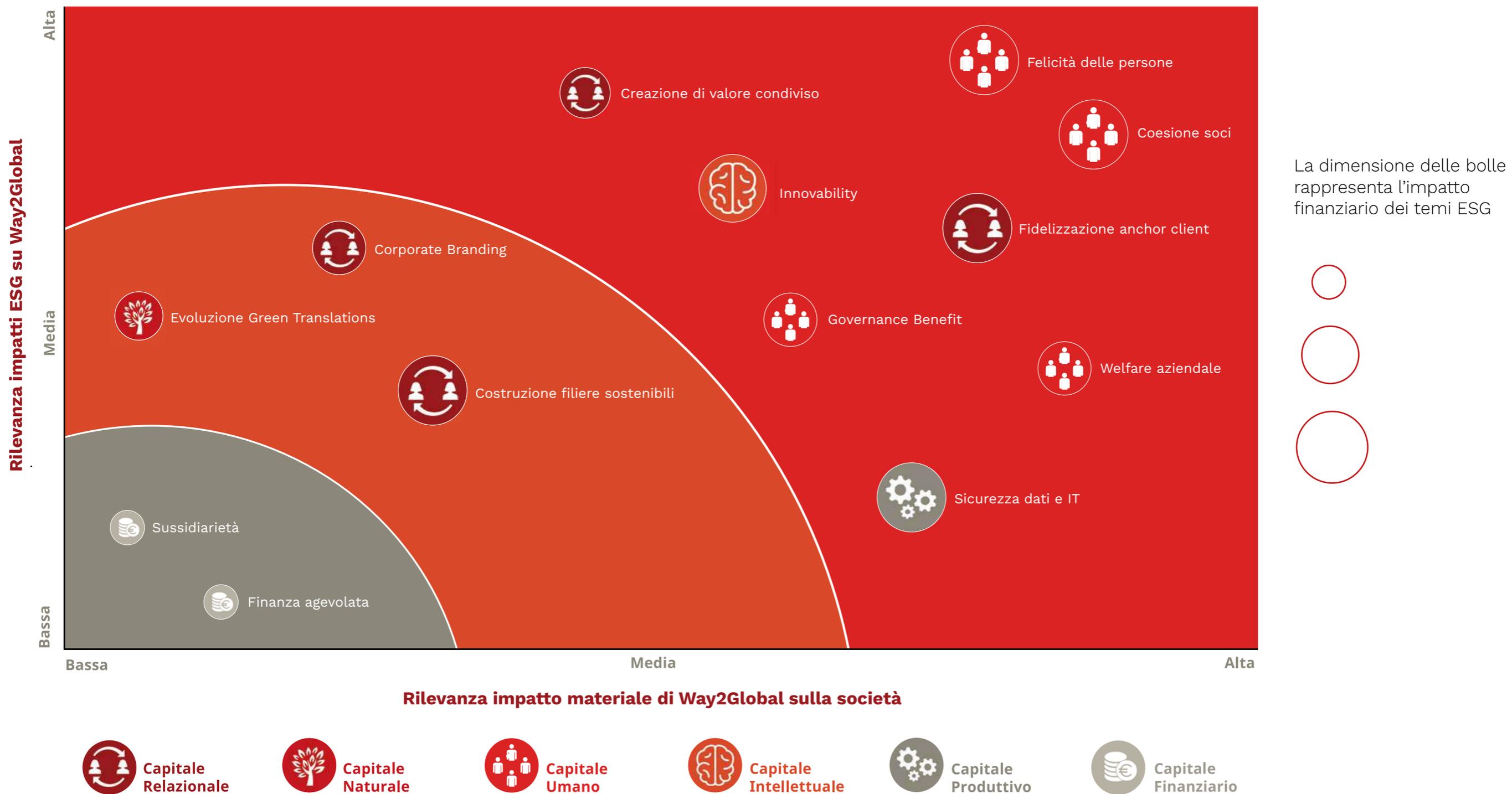
Si tratta dunque di due punti di vista correlati, oltre che strettamente connessi alla mappatura dei rischi e delle opportunità (vedere pagina 86), dove i temi e i rischi di sostenibilità sociale e ambientale diventano elementi sempre più rilevanti, anche alla luce del sistematico rafforzamento degli obblighi normativi a livello europeo.

Complessivamente, per l'esercizio di riferimento abbiamo individuato 13 temi materiali rappresentativi in misura piuttosto disomogenea dei 6 capitali: relazionale (5x), naturale (1x), umano (4x), intellettuale (1x), produttivo (1x) e finanziario (1x).

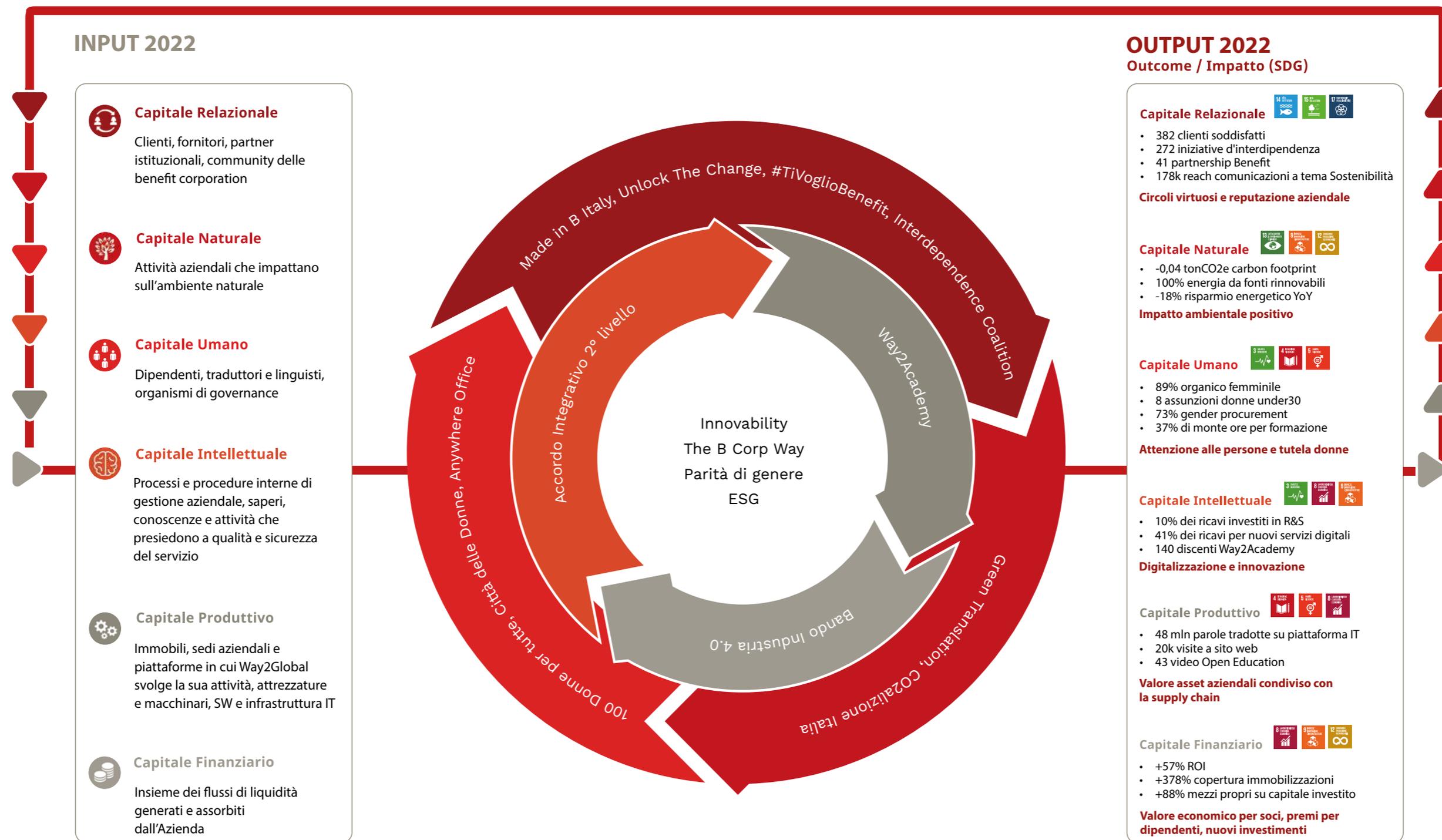
La netta prevalenza di temi relativi al capitale umano e al capitale relazionale è ancora una volta indice dell'attenzione che riserviamo a questi due asset.

Capitale	Tema materiale	Descrizione
RELAZIONALE	Creazione di valore condiviso	Definisce la nostra identità di benefit corporation e il nostro modo di fare impresa generando valore per la nostra crescita e al contempo per la collettività.
	Fidelizzazione anchor client	Alla luce delle Grandi Dimissioni degli anni precedenti, anche in posizioni apicali e strategiche, consideriamo la fidelizzazione degli anchor client tra i temi da presidiare con priorità.
	Costruzione di filiere sostenibili	Coinvolgere attivamente la nostra supply chain nelle nostre prassi di sostenibilità e aderire alle catene del valore dei clienti si inquadra nella nostra cultura di interdipendenza.
	Corporate branding	Consolidare la brand awareness sui mercati di riferimento è un tema strategico per una startup come Way2Global, che ha l'ambizione di affermare una proposition e un business model unico e dirompente.
NATURALE	Sussidiarietà	Rilevare dalle PA il presidio delle aree di beneficio comune su cui possiamo impattare positivamente (welfare, tutela ambientale, diritti civili, ...) è tra le prerogative della nostra mission di benefit corporation.
	Evoluzione Green Translations	Dare seguito al nostro progetto identitario Green Translations, che riunisce tutte le nostre azioni d'impatto ambientale, significa trarre nuovi milestone evolutivi per consolidare lo status di impresa Climate Positive, oltre la decarbonizzazione.
UMANO	Felicità delle persone	È tra le principali finalità di beneficio comune che abbiamo voluto codificare in Statuto, e continuerà quindi a rivestire per la nostra azienda la massima priorità.
	Coesione soci	Governare una startup che vive di cambiamento e innovazione presuppone una forte coesione dei soci per garantire comunanza d'intenti, convergenza e allineamento della visione strategica.
	Governance Benefit	È il nostro tratto fondativo, vocazionale e programmatico, che abbiamo voluto codificare nel nostro DNA costituendoci come Società Benefit.
INTELLETTUALE	Welfare aziendale	Declina il tema della Sussidiarietà all'interno del perimetro aziendale, a beneficio delle nostre persone.
	Innovability	Crasi di Innovation & Sustainability, che nel nostro caso definisce l'aspirazione a presidiare con continuità questi due ambiti per noi identitari, nella convinzione che oggi l'innovazione non possa dirsi tale se non risulta funzionale alla sostenibilità.
PRODUTTIVO	Sicurezza dati e IT	Cyber Security e protezione dei dati sono aspetti imprescindibili per il valore del servizio al cliente, mai come oggi in seguito al ribaltamento del mondo sul digitale.
FINANZIARIO	Finanza agevolata	Il ricorso a strumenti di finanza agevolata ci consente di dare continuità alle politiche d'investimento in attività R&S anche nei momenti più critici.

La doppia materialità



Modello di business



Creazione del **valore**

Creare valore significa per noi di Way2Global condurre l'attività attraverso lo **sviluppo dei nostri progetti identitari** (Green Translations, Language Industry 4.0, Way2Academy, Made in B Itay e l'ultimo nato, Anywhere Office) che si innestano sugli assi delle recenti politiche industriali europee e delle grandi transizioni sostenibili per generare business model ispirazionali e modulari, oltre che perfettamente replicabili.

GREEN TRANSLATIONS



Green Translations 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 da subito ad ampliare l'orizzonte della sfida per creare filiera sostenibile attraverso il nostro innovativo business model green.

Tra le azioni cui lavoriamo sistematicamente per azzerare la nostra impronta climatica e consolidare il nostro status di **azienda Carbon Positive** che riduce e compensa più CO2 di quanta non ne produca, citiamo: la riduzione dei consumi energetici, l'approvvigionamento con fonti 100% rinnovabili, la riduzione della mobilità (pendolarismo dipendenti e trasferte business) grazie a smart working e digitalizzazione, il consolidamento del parco fornitori green e a km 0, la conversione della flotta aziendale in elettrico e ibrido, la riduzione del consumo di carta, le prassi di riciclo ed economia circolare, l'eliminazione della plastica, il sostegno a progetti di agroforestazione e piantumazione ad alto impatto sociale, e la sensibilizzazione ai temi di tutela ambientale.

Dal 2021 commissioniamo un inventario delle emissioni climalteranti a un ente terzo secondo il **GHG Protocol** (Scope1, 2 e 3) che ci consente di monitorare, ridurre e compensare interamente le nostre emissioni, ma, da due anni a questa parte, anche di spingerci oltre la neutralità climatica e, tramite progetti di carbon credit certificati su progetti d'investimenti sostenibili internazionali, diventare impresa Climate Positive.



Grazie a Green Translations aderiamo all'iniziativa SME Climate Hub, Race2Zero³⁹ dell'ONU, e, da giugno 2022, a CO2alizione Italia⁴⁰, campagna di B Corp italiane che vuole fare scuola nel mondo ancorando l'impegno di decarbonizzare nello Statuto delle imprese.

Con Green Translations vogliamo 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



Language Industry 4.0 è il nostro progetto identitario che facilita la transizione digitale e l'avvento dell'AI nel nostro settore in chiave d'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, con Language Industry 4.0 abbiamo voluto **democratizzare saperi e risorse** che da un decennio stanno rivoluzionando il nostro settore: deep learning, big data, reti neurali e oggi AI generativa.

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, digitalizzazione e tecnologie abilitanti sono concepite come driver d'impatto sociale, empowerment femminile e sperimentazione di nuovi modelli di business responsabili.

WAY2ACADEMY



Way2Academy è la continuazione logica ma in ambito Education di Language Industry 4.0. È un progetto di Open Education nato con la pandemia 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 vedeva le donne a rischio di squalifica da un

mercato rivoluzionato dal digitale.

Come il suo predecessore dedicato alla platea dei professionisti, 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 infatti 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 programmatici 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 Italy è il progetto identitario 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

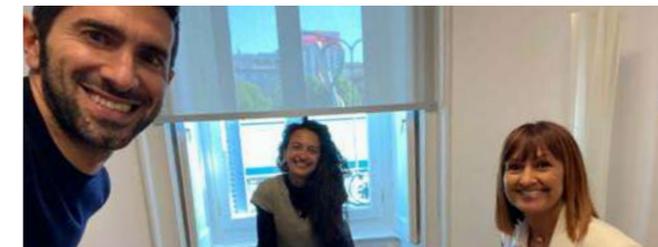
fenomeno Benefit attraverso le voci dell'On. Mauro Del Barba, primo firmatario della legge sulle Società Benefit, del Prof. Stefano Zamagni, padre nobile dell'Economia Civile, e le testimonianze di tre benefit corporation italiane della prima ora (Nativa, Treedom e Way2Global).

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.

Guidati dal nostro Purpose, così come in veste di agenzia di traduzioni portiamo nel mondo la qualità del Made in Italy, allo stesso modo come Società Benefit siamo impegnati a esportare questo modello di business unico e innovativo, espressione di eccellenza italiana, che noi stessi rappresentiamo con grande orgoglio.



ANYWHERE OFFICE



Grazie alla prospettiva visionaria, alla vocazione di change-maker e alla cultura di totale flessibilità e innovazione che ci contraddistinguono, col nostro Anywhere Office (l'ufficio diffuso) abbiamo messo a terra un **nuovo modello di organizzazione del lavoro liquido**, che offre la possibilità di utilizzare lo smart working integrale e che diventa luogo fertile per nomadi digitali e Generazione Z, desiderosi di appagare la propria *Wanderlust*.

Complice la nostra struttura flessibile e orizzontale, che rifugge dalle gerarchie verticalizzate delle aziende tradizionali, da sempre amiamo lasciare al team la libertà di gestirsi in autonomia, aggregandosi con flessibilità in base agli obiettivi dei progetti per favorire la contaminazione trasversale delle competenze, all'interno di strutture non fisse ma dinamiche e in continua riconfigurazione.

Per questo motivo alla **nuova sede aziendale**, insediata dal 2022 presso un importante snodo ferroviario per agevolare la logistica, abbiamo



affiancato la possibilità per il personale di operare in una rete di satelliti e spazi distribuiti (**co-working convenzionati**).

Oltre a precorrere nuove geografie ed economie di gestione del lavoro, l'avanguardistica formula dell'Anywhere Office offre innumerevoli vantaggi: migliore conciliazione vita-lavoro, con la possibilità di lavorare da qualsiasi luogo e secondo tempi flessibili, a tutto vantaggio del benessere e della qualità della vita; ritorno reputazionale ed effetto employer branding che attira talenti e fidelizza le persone; aumento della produttività, poiché lo smart working gratifica e motiva le persone a lavorare meglio; efficientamento dei processi grazie alle minori spese per spazi di lavoro e trasporti; maggiore resilienza, con la business continuity assicurata dal digitale anche in caso di emergenze o cause di forza maggiore; più sicurezza grazie alla riduzione della logistica e quindi dei rischi connessi a incidenti stradali o all'esposizione ad agenti infettivi.



Capitolo 03

La valutazione d'**impatto**

La valutazione d'impatto

Essere Società Benefit è una condizione privilegiata ricca di straordinarie potenzialità per contribuire a risolvere da protagonista 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 ciò che davvero conta**, e gestire i propri impatti con lo stesso rigore tradizionalmente riservato alle misurazioni di natura economico-finanziaria, perché oggi il valore di ogni azienda si misura con la sua capacità di rendersi funzionale agli obiettivi dell'Agenda 2030 e di produrre prosperità condivisa con tutti gli stakeholder.

Quantificare gli impatti generati su ambiente, comunità di riferimento, dipendenti e società è il solo modo per determinare se un'azienda crea valore oppure lo sottrae dalla biosfera, quindi se opera come organizzazione rigenerativa o estrattiva.

Noi imprese Benefit **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.

B IMPACT ASSESSMENT (BIA)

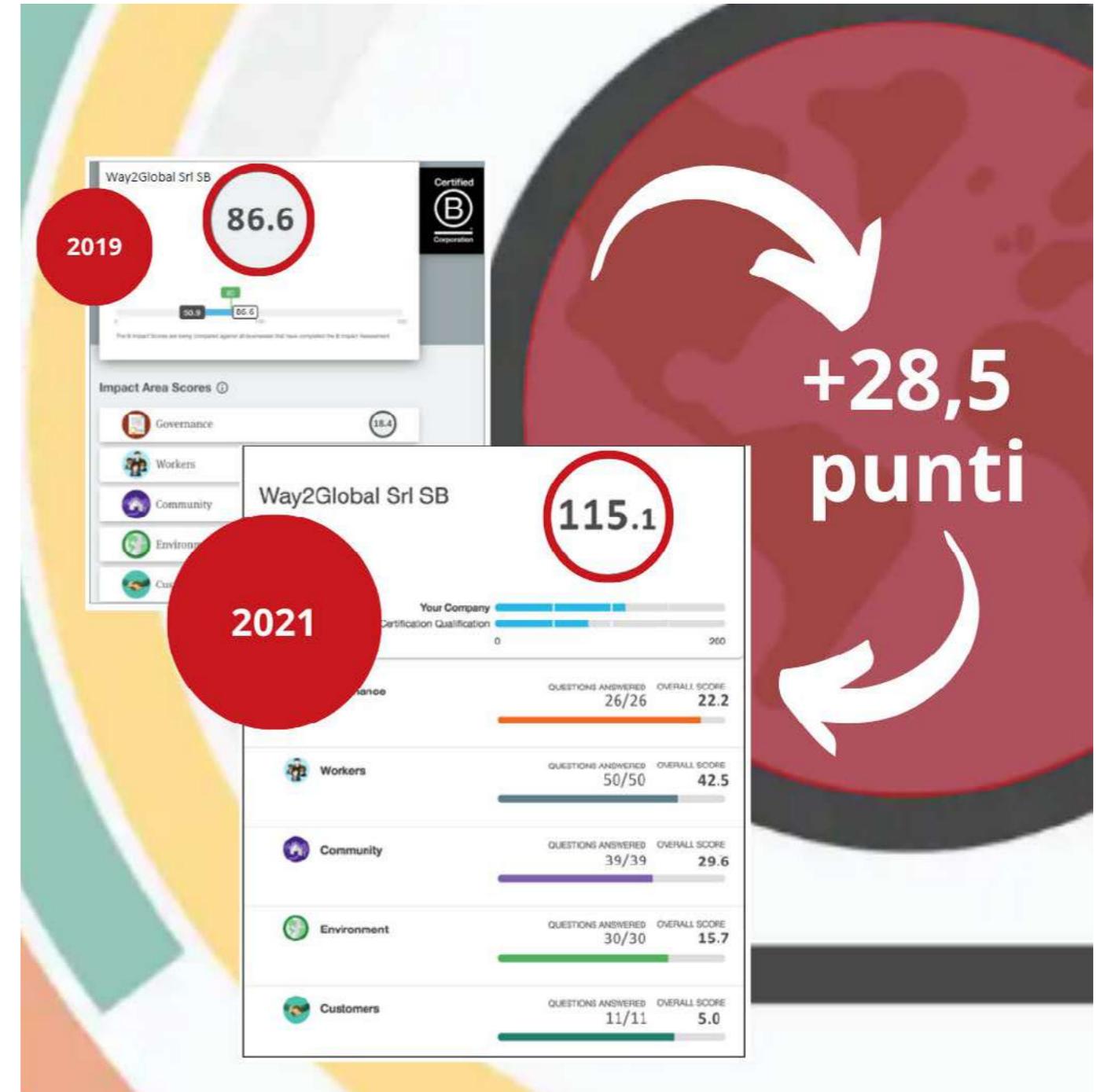
Come Società Benefit nativa e B Corp certificata, in Way2Global misuriamo e monitoriamo il nostro impatto socio-ambientale tramite una pluralità di metriche, in primis il BIA (B Impact Assessment) messo a punto da B Lab, e i KPI del nostro piano industriale.

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

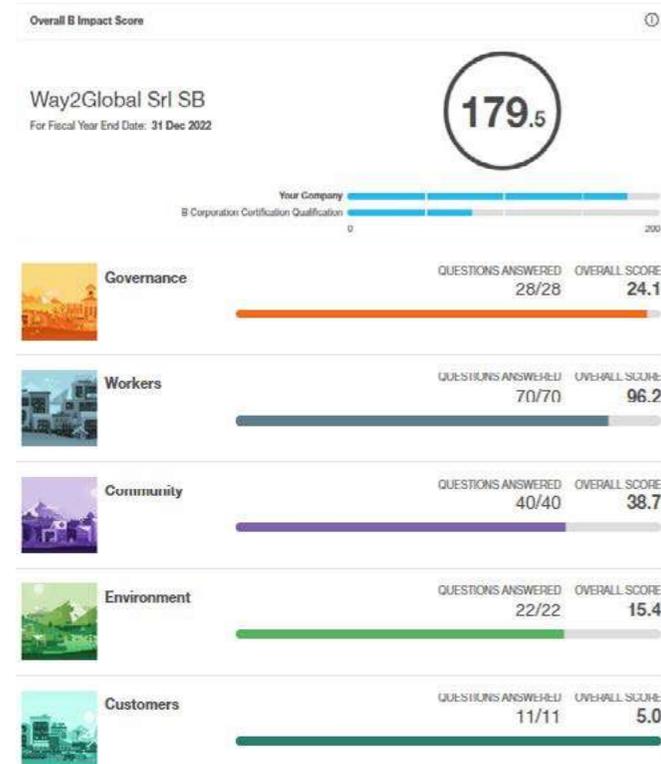
A giugno 2022, l'audit triennale di B Lab Europe ci ha riconfermato la Certificazione sull'esercizio di riferimento 2021 con un rating di 115,1, che evidenzia un miglioramento di ben 28,5 punti sul punteggio di certificazione originario del 2019 (86,6).

È un importante miglioramento che in Way2Global abbiamo vissuto come un ulteriore sprone a proseguire sulla strada della Sostenibilità. Abbiamo quindi dedicato il secondo semestre 2022 a lavorare sugli aspetti evidenziati dal Report di certificazione come migliorabili.

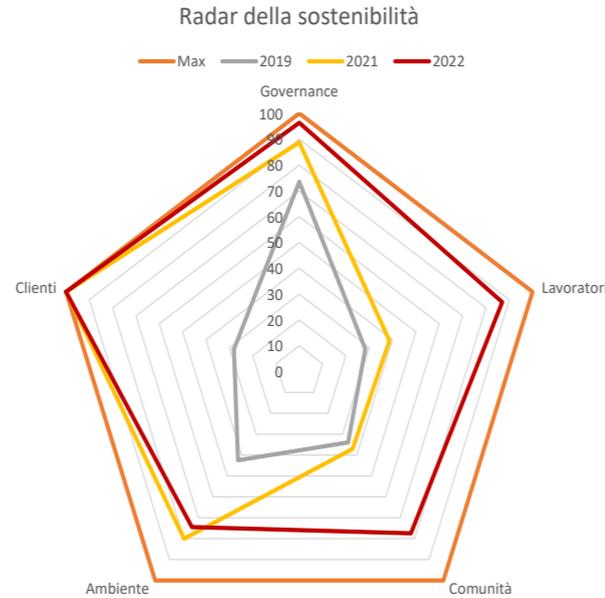
Tra questi, **1** tema di **Governance** relativo al massimo organo di controllo d'impresa, **4** temi di natura **ambientale** relativamente agli immobili di edilizia sostenibile, alla gestione e consumo di acqua, e alla produzione rifiuti; **7** temi afferenti **la Comunità** in ordine a servizi bancari sostenibili, volontariato aziendale, investimenti a beneficio della comunità, donazioni, e profilazione sostenibile dei fornitori; e ben **11** temi in area **Dipendenti** in relazione al concetto di reddito minimo e di sussistenza, in Italia non applicabile, alla percentuale di retribuzione variabile riconosciuta al personale, alla partecipazione societaria dei dipendenti, all'erogazione di servizi finanziari, pensionistici, formativi e sanitari all'organico, alla soddisfazione dei dipendenti, e alla percentuale di turnover del personale in uscita.



A fine 2022 abbiamo poi aggiornato il BIA in autovalutazione con i dati di fine esercizio, conseguendo un ulteriore miglioramento del nostro rating (179) grazie anche al conseguimento di un secondo Business Model in area Lavoratori (creazione di lavoro a beneficio delle donne come categorie di stakeholder con barriere croniche all'ingresso nel mercato del lavoro, e women empowerment come finalità di beneficio comune statutaria), che va a integrare quello sulla "missione ancorata in Statuto come Società Benefit" lato Governance.



Il percorso di evoluzione che abbiamo conseguito a partire dalla prima Certificazione B Corp del 2019 è ben rappresentato dal Radar della sostenibilità che mappa la nostra impronta sostenibile sulle 5 aree di valutazione del BIA.



Come evidenzia la configurazione del pentagono che negli anni si dilata e si normalizza in direzione di un maggiore bilanciamento delle 5 dimensioni, i maggiori progressi messi a terra nel 2022 sono quelli afferenti le aree Lavoratori e Comunità.

Soddisfatti di essere riusciti a riportare in equilibrio le 5 dimensioni profilate dal BIA ispirandoci a un ideale paradigma di sostenibilità integrale, a fine 2022 rileviamo quindi performance d'impatto per grandezza decrescente in questo ordine: Clienti (5 punti su 5), Governance (24,1 su 25), Lavoratori (96,2 su 110), Comunità (38,7 su 50) e Ambiente (14,9 su 20).

SDG ACTION MANAGER

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

Lo scopo è maturare una visione d'insieme più ampia per il nostro percorso verso la Sostenibilità, e una dashboard di spettro allargato per l'orientamento strategico futuro.

Rispetto alla prima autovalutazione del 2020 (69,2%), l'aggiornamento del questionario ha esitato a fine 2022 un punteggio Baseline (modulo che misura i fondamentali delle 3 dimensioni ESG, ossia Introduzione, diritti umani, risorse umane, ambiente, anticorruzione) in netto miglioramento (95%).

Dopodiché, a partire da questo modulo base, il tool ha evidenziato come area per noi raccomandata, ovvero con maggiore potenziale d'impatto positivo per la nostra realtà, l'**SDG8 Lavoro dignitoso e crescita economica** (89,8%), mentre gli SDG sui quali abbiamo registrato nel 2022 uno score maggiore sono in ordine decrescente: #16 Pace, giustizia e istituzioni solide (98,9%), #5 Parità di genere (97,2%), #12 Consumo e produzione responsabili (96,7%), #9 Imprese, innovazione, infrastrutture (95,8%), #3 Salute e benessere (95,2%), #4 Istruzione di qualità (95,2%), #13 Lotta contro i cambiamenti climatici (95,2%), e #17 Partnership per gli obiettivi (94%).



EYEONBUY - NEXT

Il tool di autovalutazione online di EyeOnBuy, spinoff di NeXt (Nuova Economia per Tutti), 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, vuole abilitare informazione e dialogo tra cittadini e imprese.

Lo strumento è accessibile sull'omonimo 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 messo a punto da ISTAT.

Rispetto a una valutazione originaria di 94/100, quella aggiornata al 2022 ci ha restituito un punteggio di **96/100**.



WELFARE INDEX PMI

Welfare Index PMI, iniziativa promossa da Generali con la partecipazione di Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato e Confprofessioni, è la metrica con cui abbiamo voluto misurarci per il terzo anno al fine di valutare la maturità del nostro sistema di welfare aziendale.

Giunta ormai alla sua settima edizione, l'iniziativa rappresenta la maggiore indagine italiana incentrata su questo tema, cui aderiscono oltre 6.000 imprese italiane, al fine di fotografare lo stato dell'arte del welfare nelle PMI italiane basandosi sull'ampiezza e sul contenuto delle iniziative, sull'originalità e sulle politiche attuate.

Partendo dalla concezione delle piccole e medie imprese quali attori di sviluppo sociale, e di welfare aziendale alla stregua di un ecosistema che crea valore e sostenibilità, Welfare Index PMI usa un questionario di autovalutazione per classificare le imprese

con un rating crescente da 1W (welfare in fase iniziale, "Welfare Accredited") fino a 5W (welfare molto sviluppato, "Welfare Champion") mediante mappatura su un totale di 10 aree di valutazione del sistema di 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.

Anche nell'edizione 2022 siamo orgogliosi di esserci classificati tra i 121 **Welfare Champion** sulle 6.532 aziende prese in esame, poiché, con le parole della Ministra del Lavoro Calderone: "Il welfare aziendale segna l'evoluzione delle relazioni umane ma anche industriali. Valorizzare il capitale umano, conoscere e accompagnare i bisogni dei lavoratori diventa leva di crescita e patrimonio comune per il Paese."

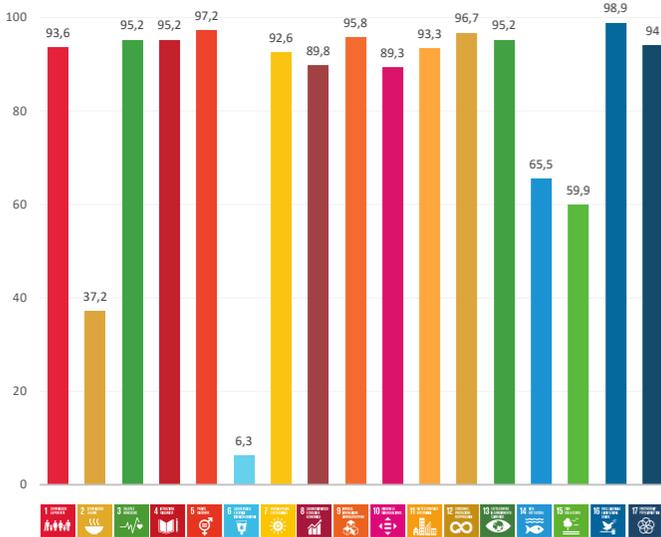


SABI

SABI è lo strumento di autovalutazione, oltre che framework di rendicontazione, della metodologia **La Buona Impresa** sviluppata da **Fondazione Buon Lavoro**, che aiuta le imprese a misurare e migliorare la propria capacità di creazione del valore sistemico e sostenibile.

Da questo framework, abbiamo mediato i format dei questionari di stakeholder engagement, la tabella di raccordo con i GRI, e, interpolato con i punteggi dell'SDG AM, il diagramma che misura **l'impatto Way2Global sui singoli SDGs dell'Agenda 2030**.

Come mostra il diagramma che segue, gli SDG sui quali abbiamo performato meglio nel 2022 sono in ordine decrescente: #16 Pace, giustizia e istituzioni solide (98,9%), #5 Parità di genere (97,2%), #12 Consumo e produzione responsabili (96,7%), #9 Imprese, innovazione, infrastrutture (95,8%), #3 Salute e benessere (95,2%), #4 Istruzione di qualità (95,2%), #13 Lotta contro i cambiamenti climatici (95,2%), e #17 Partnership per gli obiettivi (94%).

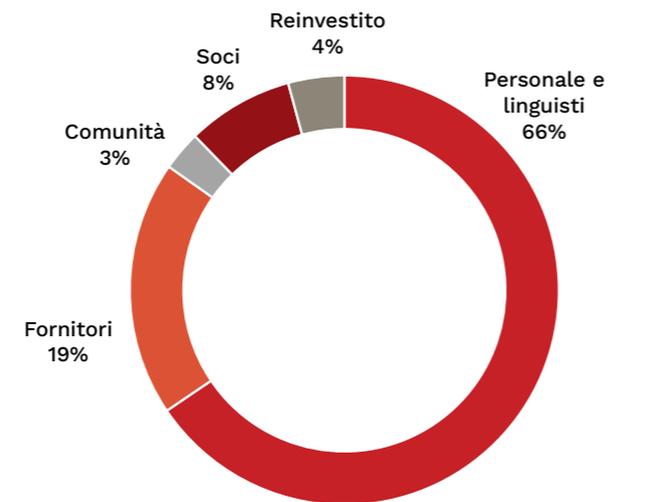


Impatto 2022 sui singoli SDG dell'Agenda 2030

Oltre ai modelli di survey per l'ingaggio delle singole categorie di stakeholder, dal framework SABI abbiamo mediato anche l'infografica dell'anello di **distribuzione 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 2022 è di gran lunga quella delle nostre persone (**dipendenti e collaboratori**), cui viene allocato il 66% del valore economico generato.

Dopodiché seguono in ordine decrescente i nostri fornitori e consulenti (19%), i soci (8%), il capitale reinvestito (4%) e la comunità (3%).



Anello di distribuzione del valore economico generato

OPEN-ES

Open-es è un'iniziativa di ENI che riunisce il mondo industriale, finanziario e istituzionale per coinvolgere e supportare, attraverso una piattaforma digitale, tutte le imprese nel percorso di misurazione e crescita sulle dimensioni della sostenibilità.

L'alleanza avviata da Eni in partnership con Boston Consulting Group e Google Cloud a inizio 2021 ha visto salire a bordo in qualità di Partner importanti realtà italiane e internazionali come WeBuild, Snam, Accenture, Saipem, KPMG, Baker Hughes, Rina, illimity Bank, ESG European Institute.

Lo score **98/100** conseguito con la nostra profilazione di giugno 2022 ci ha meritato a settembre un invito a portare la nostra testimonianza in rappresentanza delle pmi alla tavola rotonda "Assolombarda e Open-es assieme per lo sviluppo sostenibile delle imprese".



Livello Open-es raggiunto



- Il mio livello
- Media del tuo benchmark
- Top del tuo benchmark

Scoring sostenibilità
98/100

PERSONE: 100 su 100 | PIANETA: 89 su 100 | PROSPERITÀ: 98 su 100 | PRINCIPI: 100 su 100

Livello di completamento
100/100 non validat

Scoring collaborazione: **51/100**

Scoring condivisione esperienze: **0/100**

Livello	Descrizione	Progresso
1	livello 1 - Le Basi	100%
2	livello 2 - La Consapevolezza	100%
3	livello 3 - La Maturità	100%
4	livello 4 - Il Profilo Completo	20%
5	livello 5 - Il Profilo Avanzato	20%

ECOVADIS

Ecovadis è una delle maggiori piattaforme internazionali di rating della eco-sostenibilità. Attraverso un modello di valutazione basato su standard riconosciuti a livello globale come GRI (Global Reporting Initiative), UNGC, ISO 26000 e presidiato da un comitato scientifico internazionale, previa compilazione di un questionario attribuisce un punteggio (score) che conferisce visibilità della propria azienda nei confronti di una platea di potenziali clienti, sempre più interessati ai livelli di sostenibilità delle proprie supply chain.

Il questionario è costituito da una quarantina di domande che mappa le performance di ciascuna impresa in relazione a 5 macro-aree, ciascuna valutata con un punteggio da 0 a 100: Impegno dell'azienda nei confronti della Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI);

Ambiente; Lavoro e Diritti Umani; Etica; Acquisti sostenibili.

In base ai dati dell'esercizio 2022, abbiamo ottenuto un **punteggio di 75/100** che ci ha collocato in corrispondenza del 98° percentile, oltre che nel 5 percento delle aziende valutate da EcoVadis con i punteggi migliori, quindi aggiudicatari di una **Medaglia d'oro Ecovadis**.

Grazie all'apertura dell'iniziativa a tutte le aziende, e in particolare all'azione di coinvolgimento da parte dei Partner delle proprie value chain, Open-es conta oggi oltre 3.500 imprese presenti sulla piattaforma, una vera e propria community che attraverso il confronto, la collaborazione e l'individuazione di azioni prioritarie sta contribuendo al percorso di sviluppo sostenibile dell'intero ecosistema.



SODALITAS D&I SELF-ASSESSMENT

Il tool di autovalutazione D&I messo a punto da Fondazione Sodalitas consente alle organizzazioni firmatarie della Carta per le Pari Opportunità italiana di valutare di anno in anno le proprie **attività D&I** in corso, riconoscere i propri progressi e definire le priorità delle azioni interne di miglioramento.

Lo strumento consente di confrontare i propri risultati con il dato aggregato di organizzazioni firmatarie simili, così da favorire il benchmarking del livello di maturità raggiunta rispetto al mercato di riferimento.

Il contributo di oltre 1.000 organizzazioni a questa iniziativa permette a Fondazione Sodalitas di redigere il Rapporto sullo stato dell'arte delle politiche di D&I tra i firmatari della Carta, documento che viene condiviso a livello europeo per valutare l'andamento complessivo delle iniziative ne e tra i vari paesi.

Il nostro processo di valutazione 2022 esita un punteggio generale di **98,7 su 100**.



Punteggio generale 99.4%			
Punto - 1 100% Definire e attuare politiche aziendali che, a partire dal vertice, coinvolgono tutti i livelli dell'organizzazione nel rispetto del principio della pari dignità e trattamento sul lavoro	Punto - 2 100% Individuare funzioni aziendali alle quali attribuire chiare responsabilità in materia di pari opportunità,	Punto - 3 100% Superare gli stereotipi di genere, attraverso adeguate politiche aziendali, formazione e sensibilizzazione, anche promuovendo i percorsi di carriera	Punto - 4 100% Integrare il principio di parità di trattamento nei processi che regolano tutte le fasi della vita professionale e della valorizzazione delle risorse umane, affinché le decisioni relative ad assunzione, formazione e sviluppo di carriera vengano prese unicamente in base alle competenze, all'esperienza, al potenziale professionale delle persone
Punto - 5 100% Sensibilizzare e formare adeguatamente tutti i livelli dell'organizzazione sul valore della diversità e sulle modalità di gestione delle stesse;	Punto - 6 100% Monitorare periodicamente l'andamento delle pari opportunità e valutare l'impatto delle buone pratiche	Punto - 7 100% Individuare e fornire al personale strumenti interni a garanzia della effettiva tutela della parità di trattamento	Punto - 8 94% Individuare strumenti concreti per favorire la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro favorendo l'incontro tra domanda e offerta di flessibilità aziendale e delle persone, anche con adeguate politiche aziendali e contrattuali, in collaborazione con il territorio e la convenzione con i servizi pubblici e privati integrati, assicurando una formazione adeguata al rientro dei congedi parentali
Punto - 9 100% Comunicare al personale, con le modalità più opportune, l'impegno assunto a favore di una cultura aziendale della pari opportunità, informandolo sui progetti intrapresi in tali ambiti e sui risultati pratici conseguiti	Punto - 10 100% Promuovere la visibilità esterna dell'impegno aziendale, dando testimonianza delle politiche adottate e dei progressi ottenuti in un'ottica di comunità realmente solidale e responsabile		

WEP GENDER GAP ANALYSIS TOOL

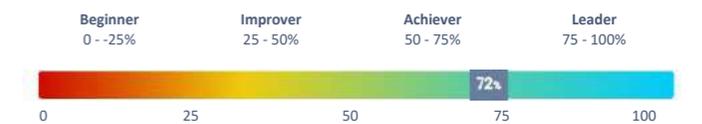
Il Gender Gap Analysis Tool di Women's Empowerment Principles (WEPs Tool) è uno strumento sviluppato da UN Women per consentire alle aziende di tutti i Paesi del mondo di valutare il proprio impatto in termini di **parità di genere sul posto di lavoro**, sul mercato e nella comunità di riferimento.

Il nostro esito 2022 è pari a **72 su 100**, livello Achiever.

Your Score Is
72%

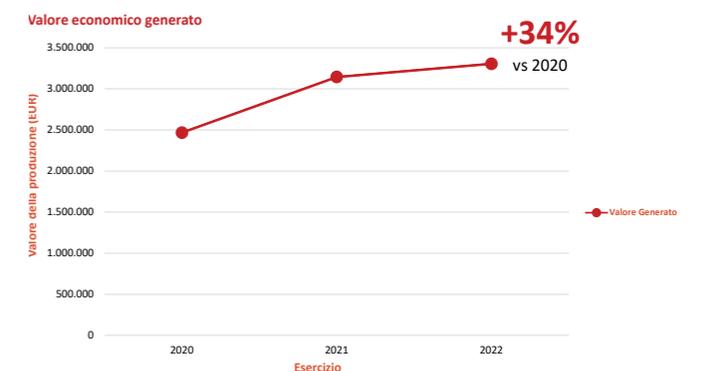
Achiever

Well Done! Your company has developed and implemented several policies and practices across business functions of your organization. Your company recognizes that while formalizing policies is important, in order to create change you need to support those policies with practice, measurement and reporting. The next steps are to address the remaining gaps in your implementation, fully integrate gender equality into your corporate sustainability strategy, and increase your transparency to your stakeholders, and you will become true leader on gender equality!



VALORE ECONOMICO GENERATO

Il grafico mostra il trend di crescita **(+34%)** del valore economico che siamo riusciti a generare senza soluzione di continuità nell'ultimo triennio, nonostante la complessità dello scenario globale.



Il nostro piano di miglioramento

In questa sezione analizziamo nel dettaglio il nostro impatto 2022 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 2021, gli obiettivi e gli outcome rispetto ai target degli SDG.

1. GOVERNANCE

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2021	Obiettivo 2022	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2022	Obiettivo 2023	Target	SDG
INTELLETTUALE	Impronta sostenibile	Rating BIA	86,60	126	91	115,1	120	12,6	
INTELLETTUALE	Rating Qualità servizio erogato	Media rating collaboratori attivi/anno	114	115	101	116	118	8.3	
UMANO	Parità di genere	% donne in organico (solo dipendenti anno su anno, teste vs. FTE)	78	80	112	89	89	5.5, 10.2	 
UMANO	Parità di genere	% donne su totale C-Level	50	50	100	50	50	5.5, 10.2	 
UMANO	Parità di genere	% donne in organico (solo dipendenti media biennio 2019-2020 cfr. 2021-2022)	74	76	110	84	85	5.5, 10.2	 
UMANO	Parità di genere	% donne (dipendenti+Network+Proofer) anno su anno	89	89	107	95	92	5.5, 10.2	 
UMANO	Parità di genere	% donne (dip.+Network+Proofer) media biennio 2019-2020 cfr. 2021-2022	86	88	105	92	93	5.5, 10.2	 
UMANO	Parità di genere	differenza % donne in organico cfr. Language Industry (ATECO 41%) - solo dipendenti	37	40	121	48	49	5.5, 10.2	 
UMANO	Parità di genere	differenza % donne cfr. Language Industry (ATECO 41%) - dip.+Network+Proofer	48	49	110	54	54	5.5, 10.2	 
UMANO	Women empowerment	% promozioni donne su TOT donne	71,43	71,43	99	70,59	71,00	5.5, 10.2	 
UMANO	Women empowerment	% promozioni uomini su TOT uomini	25	25	200	50	50	5.5, 10.2	 
UMANO	Women empowerment	% h formazione su TOT h lavorate DONNE	n/a	n/a	n/a	43	34	5.5, 10.2	 
UMANO	Women empowerment	% h formazione su TOT h lavorate UOMINI	n/a	n/a	n/a	2	10	5.5, 10.2	 
UMANO	Parità di genere	% formazione Management a tema parità di genere	n/a	n/a	n/a	66	68	5.5, 10.2	 
RELAZIONALE / UMANO	Digital Female Empowerment	N. discenti iscritti in Academy	62	80	175	140	150	5.B, 10.2	 
RELAZIONALE / UMANO	Digital Female Empowerment	N. video-lezioni pubblicate	20	30	143	43	50	5.B, 10.2	 
RELAZIONALE / UMANO	Digital Female Empowerment	Formazione digitale TOT erogata in piattaforma Way2Academy (min)	n/a	n/a	n/a	320	400	5.B, 10.2	 
INTELLETTUALE	Innovatività/Digitalizzazione	% TOT spending PEMT Network su TOT spending Network	36,22	50,00	83	41,44	50	8.2, 9.5	 
UMANO	Innovatività/Digitalizzazione	% TOT spending PEMT su volume TOT traduzioni	36,42	50,00	81	40,61	50	8.2, 9.5	 
RELAZIONALE	Costruzione filiera sostenibile	% ricavi Benefit su TOT ricavi	3,82	6	78	5	6	12.6, 17.17	 
INTELLETTUALE	Brand awareness	N. visualizzazioni post su social	224.237	250.000	71	177.748	230.000	12.6	
INTELLETTUALE	Brand awareness	N. follower sui social network	4.045	4.200	115	4.828	5.000	12.6	

Risultati 2022

Nell'area Governance gli Highlight 2022 riguardano la ricertificazione B Corp allo scadere dei nostri primi 3 anni, il rafforzamento dell'impegno in Assobenefit con l'ingresso della CEO nel Consiglio Direttivo, il rilancio dell'associazione B Women, la missione istituzionale a EXPO Dubai con la consegna della Carta delle Donne per Dubai e del nostro libro Made in B Italy, e l'avvio dell'iter per il conseguimento della **Certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla Parità di Genere**.



Gli obiettivi misurabili (KPI) afferenti alla Governance compendiate nel sinottico sono stati ampliati quest'anno in misura consistente anche in forza della sopra menzionata Certificazione PdR125 (+10 KPI di nuova introduzione che misurano i parametri di gender equality e women empowerment).

Pilastro della nostra Governance è il **rating BIA**, che misura la nostra impronta sostenibile e che B Lab Europe ci ha ufficialmente aggiornato a fine audit in ragione di un rating 115,1, con un balzo migliorativo (+28,5) rispetto al punteggio originario conseguito con la prima

Certificazione del 2019 (86,6). Pur registrando un'apprezzabile progressione, il risultato 2022 manca l'obiettivo sfidante che ci eravamo posti, causa mancata valorizzazione di 2 business model.

Sull'esercizio 2022 gli **indicatori di Governance** afferenti al nostro impatto sui temi di parità di genere e women empowerment sono quasi tutti pressoché **centrati**. Ai fini della Certificazione UNI PdR125, abbiamo integrato i parametri pregressi relativi alla percentuale di collaboratori donne sul totale collaboratori e alla percentuale di donne in posizioni C-level, con tutti quelli richiesti dalla Norma, che richiedono di tracciare i **dati disaggregati per genere** e/o riferiti alle medie di settore. In questo ambito, l'unico KPI mancato per qualche decimale riguarda la percentuale di promozioni conferite a donne, solo per via del valore effettivo di partenza già elevato del 2021. Mentre i 3 KPI di nuova introduzione che misurano la % di ore dedicate alla formazione sul monte ore lavorato, anche in maniera disaggregata per genere, non prevedendo alcun riferimento precedente non consentono ancora di evidenziare alcun trend. Per tener fede alla nostra concezione di "comunità dei Way2Glober", abbiamo voluto monitorare gli **indicatori di genere** sia con riferimento ai soli dipendenti, sia con riferimento alla platea allargata costituita da organico, **traduttori Network e Proofreader** (contractor). All'indicatore che misura l'empowerment digitale femminile in termini di N. discenti iscritti alla piattaforma Way2Global ne abbiamo voluti aggiungere due che tracciano rispettivamente il numero di video pubblicati e la durata totale di formazione erogata.

Lato capitale intellettuale, mentre il KPI cardine che misura la qualità del nostro servizio al cliente (media rating linguisti attivi/anno) centra e supera l'obiettivo prefissato, non

performa altrettanto bene il doppio indicatore che traccia l'innovatività e la digitalizzazione del nostro servizio al cliente sia in riferimento ai soli traduttori Network sia alla totalità dei traduttori, a evidenziare uno spazio di miglioramento che si intende perseguire con l'adozione di ulteriori sforzi formativi sulle persone.

Manca di poco l'obiettivo anche il KPI che misura la costruzione di filiera sostenibile in termini di acquisizione clienti Benefit, e anche in questo caso si apre uno spazio di miglioramento da colmare con un rinnovato impegno in chiave di networking.

Sempre in relazione al capitale intellettuale meritano una menzione a parte i 3 KPI che misurano la brand awareness. Mentre quello afferente al numero di follower acquisiti sui social è l'unico a surclassare l'obiettivo, gli altri due che misurano le impression dei post sui social e le visite al sito corporate non centrano il target per via dei problemi tecnici riscontrati nell'utilizzo dei tool SEO e web che esulano dal nostro controllo.

Lato obiettivi non misurabili, gli eventi salienti del nostro 2022 in ambito Governance sono stati:

- la **ricertificazione B Corp** a giugno 2022;
- l'ingresso della CEO nel **Board di Assobenefit** con delega alle partnership istituzionali;
- il rilancio dell'**Associazione B Women** (donne in orbita B Corp) con la CEO nel ruolo di socia costitutiva e Vice Presidente;
- la partecipazione ai gruppi di lavoro **Gender Equality** e **Unlock Education** in seno alla seconda edizione della campagna delle B Corp italiane **Unlock The Change**;

- la **missione istituzionale a EXPO Dubai** per la consegna della Carta delle Donne per Dubai e del nostro libro Made in B Italy in occasione della Giornata internazionale della Donna;



- il primo audit in agosto di avvio dell'iter di **Certificazione UNI/PdR 125:2022** sulla Parità di Genere, che abbiamo voluto testare in prima persona tra le prime aziende sul territorio italiano, e poi diffondere con testimonianze in sede di attività convegnistica di varia matrice;
- la partecipazione al **B for Good Leaders Summit** di giugno a Roma e l'adesione al **B for Good Leaders Network**, che punta a creare una rete globale di oltre 30.000 leader del cambiamento per guidare l'evoluzione verso modelli d'impresa sostenibili ("business for good");



- l'adesione all'iniziativa **Interdependence Coalition** assieme ad altre 100 B Corp europee coordinate da B Lab Europe in risposta alla consultazione della Commissione Europea sull'introduzione della Direttiva CSDD (*Corporate Sustainability Due Diligence*) che definisce i requisiti cogenti di due diligence a carico delle aziende affinché si assumano la responsabilità del proprio impatto sociale e ambientale (*duty of care* e *due diligence* sull'intera catena del valore);
- l'adesione all'iniziativa **Certification Performance Standard Review** lanciata da B Lab in forma di consultazione plenaria sulla platea delle B Corp globali al fine di rivedere i criteri di certificazione B Corp;
- la pubblicazione sul sito **UNGC** della nostra prima **COP (Communication On Progress)**, ossia forma di rendicontazione di sostenibilità;
- l'inclusione nel primo **report di sostenibilità delle B Corp italiane**;

Cambiare il mondo è un'impresa. Possibile.

Il primo report delle B Corp italiane.

- la partecipazione all'indagine della Facoltà di Economia dell'Università di Pavia sulla **Consapevolezza delle aziende rispetto alle tematiche di Sostenibilità**, finalizzata a comprendere se e come la Responsabilità Sociale d'Impresa sia divenuta parte integrante del sistema aziendale, da attuarsi tramite prassi di *sustainability management* e *sustainability reporting*;

- l'adesione alle attività del **Protocollo Sviluppo Sostenibile di Regione Lombardia⁴¹**, con il contributo al panel sulle Società Benefit al Forum autunnale e alla rendicontazione di sostenibilità confluita a livello nazionale (**Voluntary National Review**) e quindi nella DNF nazionale italiana all'ONU;



- la partecipazione al **Salone della CSR** presso l'Università Bocconi con un intervento nel panel su "Donne e mondo del lavoro, tra conciliazione e innovazione";
- i due **workshop** a tema "Benefit Corporations - How to grow into a regenerative business" e "DNF e pmi - Il modello Benefit" tenuti rispettivamente presso la **Facoltà di Economia dell'Università di Pavia**/MIBE (Master in International Business and Entrepreneurship) e il **Department of Management dell'Università di Bologna** nel quadro del progetto di ricerca europeo INTEGRES;
- Le attività di promozione del libro **100 Donne per tutte** di Arianna Pignini, Presidente de L'Abbraccio del Mediterraneo, con il contributo all'evento presso il Consiglio Regionale del Lazio;

- La partecipazione ai laboratori di **Women2027 - Donne si fa storia** a tema imprenditoria femminile e strumenti di finanza agevolata UE;
- La testimonianza alla tavola rotonda su **Diversity & Inclusion in azienda** presso la Facoltà di Economia dell'Università di Pavia;
- L'adesione al Diversity Month della Piattaforma Europea delle **Diversity Charter** che include Fondazione Sodalitas con la pubblicazione di post a tema D&I;
- la partecipazione come Ambassador de Le Città delle Donne alle iniziative **Il Futuro dell'Europa** e **Laudato Sii - Donne generatrici di pace** a cura de Gli Stati Generali dell'Europa;



- La partnership con **Consiglio Pari Opportunità di Regione Lombardia** per la promozione in veste di ambassador del **Premio Parità Virtuosa**;
- la partecipazione al **Festival per lo**

Sviluppo Sostenibile di **AsVis** come partner dell'evento "Holonomics e buona impresa: buona formazione per l'economia e il business più sostenibili" ideato da Bottega Filosofica, Green Planner e GoodPoint;

- il contributo a **5 tesi di laurea** a tema Benefit Corporation e DNF.
- La conduzione della gestione aziendale 2022 in assenza di casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti e relative sanzioni.

Complessivamente, la valutazione dei risultati 2022 nell'area Governance si ritiene di totale soddisfazione e addirittura superiore alle aspettative.

Impegni/Obiettivi 2023

Gli impegni e gli obiettivi 2023 nell'area Governance riguardano in primo luogo la volontà di riconfermare l'impegno nelle attività di **AssoBenefit** e del movimento **B Corp**, e l'intenzione di proseguire col miglioramento sistematico della nostra impronta sostenibile attraverso la misurazione col BIA e l'SDG AM.

Allo stesso modo intendiamo consolidare le **attività di associazionismo femminile** con Stati Generali delle Donne, Alleanza delle Donne, L'Abbraccio del Mediterraneo, B Women, Inspiring 50, STEMInTheCity, STEAMiamoci, AssoDonna, etc.

Per affinare ulteriormente le nostre competenze in materia di audit interni ai sensi della **Certificazione UNI/PdR 125:2022 Parità di Genere**, abbiamo calendarizzato per il 2023 una formazione ad hoc con l'ente RINA.

Non ultimo, analogamente allo scorso anno, intendiamo studiare nuove modalità per rendere lungo il presente documento e diffonderlo quale strumento di sensibilizzazione alla sostenibilità.

2. COLLABORATORI

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2021	Obiettivo 2022	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2022	Obiettivo 2023	Target	SDG
UMANO	CRESCITA E FORMAZIONE CONTINUA	% h dedicate a formazione su tot lavorate	25	25	149	37	30	4.4	
UMANO	SOSTEGNO AL REDDITO/MERITORIETA'	% Retribuz variabile (premi) vs. fissa	13	13	91	12	13	1.4	
UMANO	FIDELIZZAZIONE DEL PERSONALE	% turnover del personale in uscita (rapporti cessati/FTE)	0,32	0,30	23	0,07	0,26	8.5	
UMANO	FIDELIZZAZIONE DEL PERSONALE	Employee tenure (% tot anni lavorati/FTE in forze)	n/a	n/a	n/a	3	4	8.5	
UMANO	ASSENTEISMO DEL PERSONALE	Tasso di assenteismo sull'esercizio di riferimento	3,30	2,00	34	0,68	0,50	8.8	
RELAZIONALE	TREND MODELLO NETWORK	% volumi Network su TOT traduzioni target ITA	35	36	79	28	30	8.5	
FINANZIARIO	PRODUTTIVITA' COLLABORATORI	Media fatturato per collaboratore	128.831	150.000	90	135.665	140.000	8.8	

Risultati 2022

Nell'area Collaboratori l'esercizio 2022 ha riguardato solo parte degli obiettivi quantitativi (KPI), nonostante l'entità di impegno e risorse allocata primariamente al capitale umano.

Relativamente al capitale umano, la **formazione continua**, con una percentuale monstre (37%) del monte ore lavorato dedicata alla formazione, surclassa l'obiettivo già ambizioso del 25%, grazie soprattutto alla massiva opera di training sul numero importante di risorse junior.

Centrano l'obiettivo anche due dei tre KPI afferenti la **fidelizzazione del personale**, ossia la percentuale di turnover in uscita, con un solo rapporto cessato nell'esercizio di riferimento (0,07%), e la percentuale di assenteismo globale (0,68%), mentre il terzo indicatore della tripletta, che misura l'anzianità media di servizio dei dipendenti, non evidenzia trend poiché di nuova introduzione.

L'ultimo KPI afferente al capitale umano che misura il sostegno al reddito (**meritorietà**) in

termini di percentuale di retribuzione variabile (premi) su quella fissa manca di poco l'obiettivo per via di una duplice motivazione: da una parte il cambio di ruolo del socio di minoranza, scalato nella governance e uscito dal piano d'incentivazione Sales anche per lasciare il testimone alla nuova schiera femminile in crescita, e dall'altra l'ampliamento della platea dei beneficiari dei premi con le 8 assunzioni perfezionate nell'anno a fronte di una contrazione della crescita del fatturato 2022.

In termini di capitale relazionale, il KPI che monitora la quota di traduzioni verso italiano affidata ai traduttori/contractor storici (Network), considerati in Way2Global parte del capitale umano al pari dei dipendenti, manca l'obiettivo di 8 punti percentuali e si giustifica con la scarsa propensione dei traduttori storici ad abbracciare le nuove tecnologie oggi preponderanti.

L'ultimo indicatore quantitativo afferente al capitale finanziario, che misura la produttività del personale in termini di media fatturato per collaboratore, manca l'obiettivo, fissato forse a

livelli troppo ambiziosi, evidenziando tuttavia un apprezzabile miglioramento rispetto al 2021.

Al di là dei KPI misurabili, anche sull'esercizio 2022 l'ambito Collaboratori è stato quello che più di tutti gli altri ha visto la Direzione impegnata ad attuare un ricco programma di misure per coinvolgere, motivare e fidelizzare le persone.

Ispirati dal nostro scopo di beneficio comune statutario ("la felicità delle persone"), nel 2022 abbiamo portato a compimento il progetto **Anywhere Office**, una nuova architettura del lavoro che vuole innovare il contesto organizzativo, ma anche il vissuto stesso del lavoro in rapporto alla vita e alla realizzazione delle singole persone.

Con una buona dose di coraggio e per scelta collettiva di tutti gli stakeholder abbiamo deciso di offrire alle nostre persone la possibilità di scegliere la remotizzazione integrale per godere degli innegabili vantaggi che questa modalità offre in termini di armonizzazione vita-lavoro e impatto ambientale.

Implementare questo innovativo paradigma di organizzazione del lavoro ha significato per noi sviluppare una **profonda trasformazione tecnologico-organizzativa**, coniugando un'accresciuta pianificazione del lavoro con una maggiore autonomia di ciascun collaboratore e un importante rafforzamento delle competenze distribuite, che ben si concilia con la nostra cultura di leadership diffusa e antitetica al tradizionale concetto di potere gerarchico.

Sebbene sia stata una sfida graduale, lunga e complessa, i benefici che ne abbiamo tratto per il capitale umano sono inestimabili, a partire dall'arricchimento del ruolo delle persone, che si alimenta di fiducia, libertà, responsabilità e

delega, e si sostanzia di formazione, crescita, e di una forte spinta motivazionale.

L'Anywhere Office ha trasformato il lavoro agile in una leva di sviluppo dei singoli e della collettività, consentendoci di beneficiare dei vantaggi afferenti la qualità della vita senza perdere di vista la dimensione sociale e relazionale del lavoro in presenza.

Per coltivare un clima di collaborazione e condivisione abbiamo infatti scelto di integrare la sede aziendale con una costellazione di nuovi spazi fisici e sociali (co-working, punti di ristorazione, hub di aggregazione) in cui le persone possono scegliere di incontrarsi e lavorare assieme.

Preservare e riprodurre nelle nuove geografie distribuite e diffuse dell'Anywhere Office tutto il valore insito nella costruzione di relazioni, collaborazione e condivisione è stata la chiave per umanizzare la remotizzazione e tracciare i contorni di una nuova organizzazione agile che offre alle persone libertà di scelta in ordine a tempi e luoghi di lavoro.

È proprio questa la concezione alla base del nostro Ufficio Diffuso: **un atto di fiducia e un dono di libertà**.



In linea con questa nostra cultura del lavoro, segue un compendio delle altre misure che abbiamo messo in campo nel 2022 per

accrescere fiducia, coesione, dialogo e ingaggio di dipendenti e collaboratori:

- Calendarizzazione di plenarie quindicinali, **riunioni** di reparto (AMA, Ask Me Anything uso PM), e inter-reparti (es. Marketing-Sales), per coinvolgere tutti nelle politiche e strategie aziendali, ribadendo i fondamenti alla base della nostra cultura Benefit;
- Alternanza delle plenarie con La **“mail del venerdì”**, inviata dalla Direzione per allineare tutti con puntualità, discrezione e trasparenza circa l'andamento e gli highlight della settimana;
- **Colloqui di autovalutazione/di clima** a tutti i livelli e in tutti i reparti (almeno 1/cad. all'anno);
- Formazione uso interno sui sistemi di gestione aziendali ISO e PdR125 in vista dei rispettivi audit certificativi, e in questo contesto aggiornamento e diffusione dell'Employee Handbook allo scopo di rendere tutte le persone più consapevoli e partecipi della vita d'impresa e del patto etico alla base della convivenza in azienda;



- In aprile abbiamo riconosciuto al personale i **bonus di produttività** sull'esercizio 2021;
- In corso d'anno abbiamo riconosciuto **promozioni** al 71% del personale femminile contro il 50% del personale maschile, varando la politica aziendale di costruzione carriere femminili;
- Abbiamo condotto 6 **survey** uso dipendenti che nel rispetto dell'anonimato (**whistleblowing**) hanno voluto nutrire il dialogo bidirezionale sondando la percezione della parità di genere in azienda, le preferenze rispetto all'ordine dei temi da trattare nelle plenarie, i desiderata in termini di piani di formazione, le priorità e le richieste rispetto alle misure da introdurre nel rinnovo dell'accordo integrativo di 2° livello, le esigenze e aspettative in ordine alla gestione del tempo, e la percezione del sistema valoriale Benefit;
- Tra gennaio e novembre abbiamo formalizzato **8 assunzioni femminili**, di cui una contabile con inquadramento part-time per conciliare gli impegni parentali, **6 giovani donne under30** nel ruolo di Project Manager, e una giovane commerciale in sostituzione maternità;
- Per la crescita professionale di questa schiera di new entry abbiamo messo in campo uno sforzo formativo colossale, per un totale di 744 ore di formazione media pro capite, ossia il 37% del monte ore lavorato;
- Abbiamo rivitalizzato il dialogo con le traduttrici storiche (Network) e con le Proofreader istituzionalizzando riunioni trimestrali e includendole, benché contractor esterne, nel perimetro di erogazione di alcuni benefit uso dipendenti (co-finanziamento SW, beni strumentali e formazione, contributo Aiuti/bonus caro vita);

- Abbiamo sviluppato con nuove video sessioni la nostra **piattaforma di Open Education Way2Academy**, in cui confluiscono anche le attività di formazione uso dipendenti e traduttori;



- Abbiamo ritirato a Roma il **Premio Welfare Index PMI** che in virtù del nostro sistema avanzato di welfare aziendale ci ha conferito la qualifica di "Welfare Champion";
- Abbiamo condotto la seconda edizione del nostro **Quizzone**, esperimento di gamification atto a promuovere con modalità lievi e divertenti la conoscenza del nostro Bilancio Integrato 2021 all'interno del perimetro aziendale premiando la vincitrice con una fornitura di beni di propria scelta all'interno della supply chain sostenibile delle Benefit Corporation;
- Abbiamo rinnovato il nostro **accordo integrativo di 2° livello** co-progettando con le persone, 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 e dei beneficiari della Legge 104, l'abbonamento alla palestra online SJ The Space con tutte le sue sale corsi e discipline fitness, l'erogazione del bonus psicologo e una serie di misure di sostegno al reddito in risposta al caro energia e all'inflazione (indennità di smart working e di co-working, bonus caro bollette, buoni spesa);

- Siamo riusciti a garantire alle nostre persone livelli retributivi mediamente del 18% superiori a quelli del CCNL del nostro settore.

Impegni/Obiettivi 2023

Per il 2023 intendiamo consolidare il nostro **Anywhere Office** continuando a svilupparne il concept in chiave di avanguardia e costruzione della nuova frontiera del welfare aziendale.

Tra gli altri assi portanti delle strategie di sviluppo 2023 lato Collaboratori vi sono inoltre il consolidamento dei percorsi di crescita delle risorse junior e dei percorsi di **avanzamento carriera a beneficio dei ruoli femminili** per la costruzione di una nuova leadership femminile, anche in ruoli tradizionalmente appannaggio di uomini (Sales, CFO).

Gli obiettivi 2023 contemplano anche quello di formare e far crescere all'interno nuove figure nel ruolo di Sustainability Manager che integrino la CEO nell'espletamento degli scopi di beneficio comune e dell'impatto positivo dell'azienda.

Ultimo ma non per importanza, le misure previsionali 2023 ricomprendono la cura dei **rapporti con le traduttrici Network**, con le Proofreader e con gli operatori DTP esterni, che concorrono a definire il perimetro della nostra community di collaboratori.

3. COMUNITÀ

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2021	Obiettivo 2022	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2022	Obiettivo 2023	Target	SDG
RELAZIONALE	Volontariato aziendale	% h volontariato aziendale su tot h lavorate	13	15	107	16	16	1.4, 4.3	1.4, 4.3
RELAZIONALE	Volontariato aziendale	N. iniziative promosse/ partecipate	278	280	101	282	285	1.4, 4.3	1.4, 4.3
RELAZIONALE	Donazioni	% donazioni su ricavi	0,17	0,50	152	0,76	0,76	1.4, 4.3	1.4, 4.3
INTELLETTUALE	Educazione sulla filiera a tema Sostenibilità	N. impression comunicazioni omnichannel	172.693	180.000	64	114.331	120.000	4.7	4.7
UMANO	Proprietà locale	% soci residenti <80 km da HQ su TOT soci	100	100	100	100	100	8.3	8.3
RELAZIONALE	Gender equality	% comunicazione (post) a tema GE su tot post	20	20	95	19	20	5.1, 5.5, 8.5	5.1, 5.5, 8.5
RELAZIONALE	Gender Procurement	% N. fornitori (linguisti) donne su tot N. fornitori/anno	n/a	n/a	n/a	73	74	5.1	5.1
RELAZIONALE	Gender Procurement	% spending fornitori (linguisti) donne su tot spending fornitori/anno	83	84	67	56	60	5.1	5.1
RELAZIONALE	Ethic Procurement	% Sustainable Spending su TOT spending (escl Produz e Affitti)	28	30	84	25	28	12.6, 17.17	12.6, 17.17
RELAZIONALE	Ethic Procurement	% Sustainable Spending su TOT ricavi	6	10	83	8	10	12.6, 17.17	12.6, 17.17
RELAZIONALE	Ethic Procurement	% fornitori sostenibili su N. TOT fornitori	10	12	219	26	28	12.6, 17.17	12.6, 17.17

Risultati 2022

Il nostro impegno nei confronti 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.

Poiché il loro scopo coincide con le nostre finalità di beneficio comune, ossia, rispettivamente, quello di promuovere la diffusione del modello Benefit, promuovere l'empowerment femminile anche con lo

sviluppo di competenze digitali, e favorire la transizione digitale a beneficio di donne e giovani con percorsi di Open Education, molti dei relativi KPI sono commentati nella sezione Governance.

Essere riusciti nell'intento di contribuire alla **crescita dell'occupazione** con l'onboarding di 8 new entry in un esercizio complesso come il 2022 è l'impatto positivo sulla Comunità di cui andiamo più orgogliosi, a maggior ragione grazie anche alla possibilità di valorizzare territori svantaggiati con la remotizzazione del lavoro (South Working).

Gli obiettivi numerabili di questo ambito non centrati sul 2022 riguardano il numero di impression multicanale generate dalle attività di educazione alla sostenibilità (numeriche inaffidabili per via di un bug tecnico a livello di tracciamento statistiche SEO), la percentuale di comunicazioni a tema gender equality sul totale post pubblicati nei social (mancata di un solo punto percentuale), 2 indicatori di gender procurement, ossia la percentuale del numero di fornitori (linguisti) donna sul totale e la relativa percentuale in termini di volume di spesa, e 2 indicatori di approvvigionamenti etici, ossia la percentuale di spesa verso fornitori sostenibili rispettivamente sul totale spese (affitti e produzione esclusi) e sul totale ricavi - cui intendiamo ovviare consolidando la nostra campagna #TiVoglioBenefit.

Centrano invece l'obiettivo tutti gli altri target: percentuale di ore dedicate al volontariato aziendale, numero di iniziative promosse o partecipate, **percentuale donazioni sui ricavi**, che con il suo 0,76% supera di gran lunga l'obiettivo prefissato grazie alla nuova politica di erogazioni liberali concordata collettivamente a fine anno, la percentuale di proprietà locale (percentuale N. soci residenti entro 80 km dalla sede aziendale), la percentuale del N. di traduttrici donna nell'approvvigionamento delle attività di traduzione, e la percentuale di fornitori sostenibili sul numero totale fornitori.

Al di là degli obiettivi numerabili, tra le principali attività d'impatto sulla Comunità cui ci siamo dedicati nel 2022, in aggiunta alle iniziative di gender equality e Benefit già commentate nella sezione Governance, citiamo:

- L'adesione alle **associazioni di categoria** nazionali e internazionali (Unilingue⁴², Federlingue⁴³, GALA⁴⁴, ELIA⁴⁵, ATA⁴⁶, ALC⁴⁷), ma anche a **onlus** come UNGC (United Nations Global Compact), e ad altre realtà in linea coi nostri valori come Fiordirisorse⁴⁸

(business community dei manager e delle imprese attiva nella promozione di una nuova cultura del lavoro) e ICC (International Chamber of Commerce)⁴⁹;

- La partecipazione a **15 survey** di CCIAA, ConfCommercio, SACE, UNGC, oltre che delle associazioni di categoria;
- Il contributo a **4 tesi** di laureandi a tema Società Benefit e B Corp, DNF e Responsabilità sociale d'impresa;
- L'adesione a iniziative e portali finalizzati a costruire supply chain sostenibile come **Open Es** ed **Ecovadis**;
- Le iniziative a favore dei giovani per colmare il digital divide e costruire ponti tra scuola e lavoro come **Games Localization School** e Unlock Education delle B Corp italiane, con l'erogazione liberale lato nostro di un servizio di sottotitolaggio atto a rendere la campagna inclusiva.



Altre iniziative che abbiamo promosso per favorire l'integrazione tra scuola e lavoro comprendono i workshop a tema "Rendicontazione Non Finanziaria (DNF) e sustainable business" presso le Facoltà

di Scienze Economiche e Sociali delle Università di Pavia e Bologna (progetto europeo INTEGRES); la partecipazione della nostra Communication Specialist in veste di giurata all'iniziativa **B Corp School** di InventoLab; il contributo alla valutazione di 20 video-presentazioni di studenti PCTO nel quadro dell'iniziativa Giovani e mondo del lavoro della CCIAA di Milano; il workshop di orientamento in uscita **“Non solo traduzioni, le mille vite del linguista post Altiero”** per la Civica Scuola Interpreti e Traduttori Altiero Spinelli di Milano; e la partecipazione coi nostri progetti identitari alla gallery online dell'iniziativa Call for Future di Fondazione Sodalitas.

di AsVis, il contributo alla rubrica di incontri “Fare e innovare” di Huky con un'intervista a tema “Società Benefit moda o necessità”.



Impegni/Obiettivi 2023

Gli impegni e gli obiettivi 2023 si concentreranno sul miglioramento dei KPI mancati quest'anno, ossia approvvigionamento etico e di genere ed educazione alla sostenibilità, da attuarsi per lo più consolidando la campagna #TiVoglioBenefit.

L'ulteriore sviluppo della piattaforma di Open Education **Way2Academy** costituisce un altro focus degli obiettivi 2023, unitamente alla prosecuzione delle iniziative di **profilazione sulle piattaforme afferenti le catene del valore sostenibili**, e alle attività di associazionismo e partenariato (B Corp e SB, Koinetica, Fondazione Sodalitas, UNGC), con l'obiettivo di ampliare il perimetro anche 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.



- Le **partnership** attuate **con altre benefit corporation**, oltre a quelle già citate nella sezione Governance, come ad esempio la partecipazione all'evento di lancio della prima valutazione d'impatto di PALM, la co-promozione con Bottega Filosofica, Goodpoint e GreenPlanner di un evento in seno al Festival dello sviluppo sostenibile

4. AMBIENTE

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2021	Obiettivo 2022	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2022	Obiettivo 2023	Target	SDG
AMBIENTALE	Efficientamento energetico	% risparmio energetico anno su anno	28	30	60	18	10	7.3, 13.3	7, 10
AMBIENTALE	Transizione energetica	% uso energie rinnovabili su TOT fabbisogno energetico	100	100	100	100	100	7.3, 13.3	7, 10
AMBIENTALE	Carbon Footprint	CO2 generata meno CO2 ridotta, rimossa e compensata (t CO2e)	-147	-150	146,96	-0,04	-10	7.3, 13.3	7, 10
AMBIENTALE	Intensità carbonica	Emissioni certificate GHG Scope 1&2 su fatturato [CO2 tons/EUR mln]	2,37	2,30	96	2,21	2,15	7.3, 13.3	7, 10
AMBIENTALE	Emissioni GHG	Emissioni certificate GHG Scope1 (t CO2e)	7,23	7	102	7,12	6	7.3, 13.3	7, 10
AMBIENTALE	Emissioni GHG	Emissioni certificate GHG Scope 2 (t CO2e)	0,08	0,07	86	0,06	0,08	7.3, 13.3	7, 10
AMBIENTALE	Emissioni GHG	Emissioni certificate GHG Scope 3 (t CO2e)	124,65	120	124	148,45	110	7.3, 13.3	7, 10
AMBIENTALE	Consumo carburante	Tot carburante autovetture az. (litri)	1.900	1.700	100	1.705	1.500	7.3, 13.3	7, 10

Risultati 2022

In area Ambiente la metà dei KPI 2022 manca l'obiettivo prefissato, seppur in 2 casi per uno scarto molto lieve, ed è proprio questo bilancio poco edificante che ha contribuito a farci maturare la decisione epocale di migrare a fine anno la sede aziendale lasciando un immobile ormai divenuto insostenibile.

In area obiettivi misurabili, il primo dei 4 indicatori mancati misura la percentuale di **risparmio energetico**, che siamo riusciti a ridurre del 18% sull'anno precedente, ma non a ottimizzare rispetto all'obiettivo del 30%.

Gli altri 3 KPI mancati, tutti strettamente interrelati, riguardano l'intensità carbonica (emissioni Scope1 e 2 sul fatturato), lo Scope1 delle nostre emissioni climalteranti (ossia

derivanti da fonti di proprietà o comunque sotto il nostro controllo), che seppur diminuito ha sfiorato l'obiettivo, e soprattutto lo Scope3 (emissioni indirette prodotte sulla catena del valore), che al posto di contrarsi ha evidenziato una crescita, e costituisce quindi la nostra principale fonte di attenzione sul 2023.

Attestano invece l'efficacia delle nostre strategie ambientali il KPI che misura l'impiego di energie da fonti rinnovabili (100%), la carbon footprint, che per il secondo anno evidenzia un valore negativo riconfermandoci **azienda Climate Positive** che rimuove dall'atmosfera più emissioni di quelle che genera, lo Scope 2 (emissioni indirette da consumo energetico), che supera addirittura l'obiettivo prefissato attenuando la negatività dell'indicatore sul risparmio energetico, probabilmente fissato

con troppa ambizione, e il consumo di carburante per alimentare la flotta aziendale, connesso all'avvio da agosto della nuova strategia di mobilità sostenibile a favore di veicoli elettrici e/o ibridi.

Oltre al “cambio di casa” già commentato, gli eventi salienti a tema ambientale del nostro 2022 riguardano il completamento del progetto identitario **Anywhere Office**, che con la possibilità di remoto integrale consente ogni anno un risparmio di oltre 600 kg di CO2 e oltre 8.500 MJ di carburante per ogni collaboratore, e l'adesione a **CO2alizione Italia**, iniziativa di 70 B Corp italiane che vogliono ispirare le aziende a guidare il cambiamento a livello internazionale recependo la finalità di neutralità climatica quale impegno solenne in Statuto.



Come primi firmatari, l'impegno che abbiamo sottoscritto con CO2alizione Italia riguarda “l'evoluzione progressiva del nostro modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica”, da attuarsi attraverso una modifica statutaria, l'obbligo di rendicontazione annuale in totale trasparenza

verso tutti gli stakeholder, e la pianificazione di azioni e obiettivi concreti anno su anno.



Tra le altre azioni varate invece in autonomia in Way2Global vi sono il convenzionamento con imprese di lavaggio auto a secco per ridurre i consumi di acqua; lo svecchiamento della flotta aziendale con la conversione in elettrico e ibrido; il **supporto pro-bono alla traduzione in inglese delle linee guida NetZero2030** redatte da un gruppo di B Corp italiane per diffondere il documento all'estero; il rinnovo dell'adesione alle iniziative Race to Zero di ONU e SME Climate Hub in cui da agosto è confluita la campagna NetZero2030 di B Corp Climate Collective (BCCC), con la pubblicazione del nostro NetZero2030 Progress Report 2022; la partecipazione al progetto di **ReteClima CO2web**, col conseguimento di una label certificativa della carbon neutrality del nostro sito web; la piantumazione di altri 10 baobab intitolati ai dipendenti neoassunti nella nostra Way2Forest keniota grazie alla partnership con Treedom; e, ultimo per cronologia ma non meno importante, l'aggiornamento dell'**inventario delle emissioni climalteranti** tramite ente terzo con metodologia LCA (Life Cycle Assessment) in conformità a GHG Protocol, che ci ha consentito di ridurre e compensare la nostra impronta climatica investendo in due progetti di carbon offset internazionali

e nel rimboschimento della **Foresta Vaia in Trentino** fino a diventare azienda Climate Positive.



Impegni/Obiettivi 2023

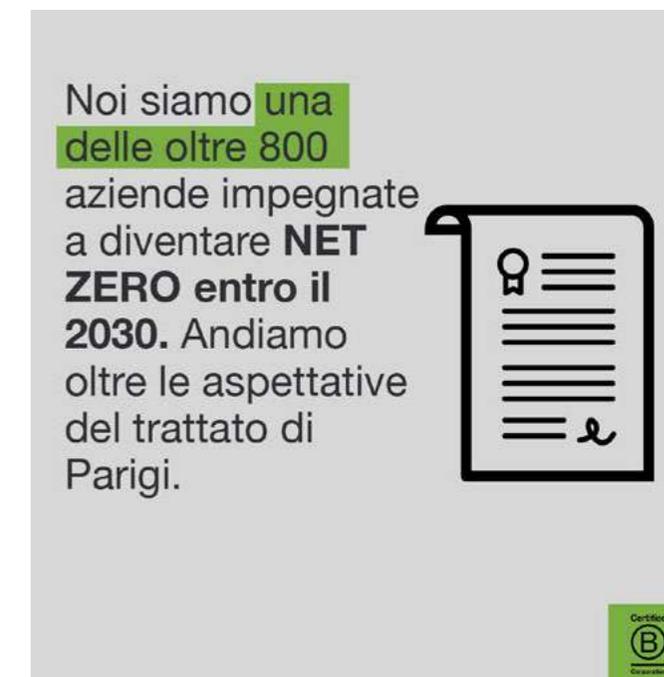
Gli obiettivi 2023 lato Ambiente contemplano in primo luogo l'intenzione di ridurre ulteriormente le nostre **emissioni climalteranti** agendo soprattutto sullo **Scope3** tramite contaminazione con strategie e buone prassi in orbita CO2alizione Italia.

Da **CO2alizione Italia** intendiamo inoltre apprendere modalità e metodiche per **affinare la nostra rendicontazione d'impatto annuale** in ordine alla contabilizzazione dell'offseting cfr. riduzione emissiva, alla formazione interna su temi specifici, alla gestione e comunicazione della neutralità climatica, e alla gestione dell'intervenuta variazione del nostro perimetro di rendicontazione a seguito del cambiamento strutturale connesso alla nuova sede.

Come ogni anno, a fine 2023 aggiorneremo l'inventario delle nostre emissioni climalteranti per dare continuità al nostro impegno di **azienda climate positive** grazie alla preziosa partnership **con ReteClima** e all'investimento anche su progetti di compensazione di matrice italiana.

Altro importante milestone riguarda il completamento della strategia di rinnovo

del parco auto all'insegna di una mobilità più sostenibile, con la **conversione della flotta aziendale in ibrido e/o elettrico** tramite formule di noleggio a lungo termine.



Tra le altre misure e policy già approvate intendiamo infine dare seguito al nostro impegno verso la **flight shame** (riduzione delle trasferte aeree, principale fonte di produzione CO2), e a seguito del cambio di sede aziendale, valutare nuove metodologie di monitoraggio e gestione della **produzione di rifiuti e del consumo idrico**.

5. CLIENTI

Capitale	Parametro	KPI	Dato di partenza 2021	Obiettivo 2022	Scostamento Rilevato (%)	Risultato 2022	Obiettivo 2023	Target	SDG
RELAZIONALE	VERIFICA FATTURATO	Andamento fatturato anno su anno	3.062.903	3.300.000	97	3.214.222	3.600.000	8.3, 17,10	
RELAZIONALE	SODDISFAZIONE CLIENTE	% reclami su TOT commesse gestite	0,61	0,30	110	0,33	0,25	8.3, 17,10	
RELAZIONALE	SODDISFAZIONE CLIENTE	% acknowledgement su TOT commesse gestite	1,43	1,50	189	2,84	2,90	8.3, 17,10	
RELAZIONALE	SODDISFAZIONE CLIENTE	% clienti soddisfatti del servizio (survey)	n/a	60	162	97	98	8.3, 17,10	
RELAZIONALE	PORTFOLIO CLIENTI	N. clienti attivi	374	380	104	395	400	8.3, 17,10	
RELAZIONALE	ACQUISIZIONE NUOVI CLIENTI	% nuovi clienti su TOT clienti	35	36	92	33	36	8.3, 17,10	
RELAZIONALE	COSTRUZIONE FILIERA SOSTENIBILE	% fatturato clienti Benefit su TOT fatturato	3,82	6	78	5	6	8.4, 12,6, 12,2	
RELAZIONALE	ANALISI FATTURATO NUOVI CLIENTI SU TOT FATTURATO	% fatturato new business su TOT fatturato	16	18	79	14	15	8.3, 17,10	
RELAZIONALE	ANALISI FATTURATO NUOVI CLIENTI SU TOT FATTURATO	Fatturato (valore assoluto) new business su TOT fatturato (EUR)	361.634	500.000	75	373.476	400.000	8.3, 17,10	
RELAZIONALE	COMPLIANCE OFFERTE	% offerte confermate su TOT offerte emesse	88	90	98	88	89	8.3, 17,10	

Risultati 2022

Dei KPI 2022 in area Clienti solo 3 sono centrati appieno, mentre 3 sfiorano l'obiettivo, e 4 lo mancano, comunque migliorando il dato effettivo dell'esercizio precedente con una sola eccezione.

Il fatturato è il primo dei nostri elefanti nella stanza, che tuttavia appare ridimensionato da una serie di analisi e considerazioni: dare continuità al clamoroso exploit +25% dell'esercizio 2021 sarebbe stato utopia; i ricavi 2022 sono comunque in crescita, per quanto più timida (+5%), e si coniugano con un insperato **incremento della marginalità**; il conflitto in Ucraina e la contrazione dei mercati hanno impattato, soprattutto nel secondo semestre, anche sul nostro comparto di business; il drastico **calo del peso specifico del primo cliente** storico compensa la sua

negatività sventando i rischi di un'eventuale egemonia monocliente.

Il numero di reclami registrati nell'esercizio 2022 (0,33% delle commesse) è il secondo KPI mancato che richiede contestualizzazione: in primo luogo mette comunque a segno un miglioramento sul dato effettivo 2020 (0,61%), in secondo luogo va letto in rapporto al totale delle commesse gestite (5.423), e infine, se considerato al netto delle segnalazioni pretestuose, surclasserebbe di fatto l'obiettivo (0,18%).

La percentuale di acknowledgement sul totale commesse gestite conferma quanto sopra, con un esito 2022 ben oltre l'obiettivo e un valore doppio rispetto al dato omologo anno precedente.

Il KPI della soddisfazione del cliente dichiarata in sede di survey (97%), essendo di nuova introduzione, non evidenzia per ora un trend, ma fissa un incoraggiante punto di partenza.

Altra coppia di KPI che sfiorano il target riguarda rispettivamente la % di nuovi clienti sul totale clienti attivi (35% sul 2021 contro 33% del 2022), e la quota di new business sul totale ricavi dell'esercizio (14%), con una contrazione -2% sullo scorso anno, ma in valore reale in crescita +3% sul 2021.

La quota di ricavi generata da clienti Benefit (5%) manca l'obiettivo, seppur triplicata nel triennio.

L'ultimo obiettivo sfiorato riguarda le **offerte accettate**, che tuttavia con un confortante 88% riconferma l'efficacia delle attività Sales e la capacità dell'azienda di erogare un servizio conforme alle aspettative dei clienti.

Al di là degli indicatori misurabili, gli altri aspetti salienti del nostro esercizio 2022 lato Clienti riguardano gli sforzi investiti nella **costruzione di catene del valore**, con l'accreditamento su portali di e-procurement di aziende private e PA, e la profilazione sostenibile per la partecipazione a tender di gara (Ecovadis, Open Es, etc.).

Un'importante considerazione in ordine ai tanti obiettivi mancati nell'esercizio 2022 nell'area Clienti e, quindi, al rallentamento dello sviluppo e della crescita prospettati, riguarda il temporaneo affievolimento della potenza di spunto del reparto commerciale connesso agli 8 mesi di assenza per maternità di una figura centrale, oltre alla distrazione importante di un'altra collega dedicata alla formazione delle nuove leve. Per l'intero anno questa figura per noi chiave ha infatti conciliato la sua attività di business development con un colossale sforzo formativo di professionalizzazione uso

6 new entry delle Operations e della nuova figura assunta a novembre per sostituzione maternità della terza commerciale.

Per il resto, anche nel 2022 abbiamo continuato a rafforzare i pillar già in essere per **ottimizzare assistenza, servizio e touchpoint tra cliente e azienda**: consolidamento dell'unità Operations con 7 PM e 2 BDM per un approccio consulenziale integrato e olistico, e il presidio delle Big Agency internazionali tramite la nostra funzione PM decentralizzata ad alto tenore tecnologico.

Impegni/Obiettivi 2023

I risultati del complicato esercizio 2022 ci inducono a proseguire lungo le direttrici già tracciate in termini di cura e servizio al cliente, riprendendo gradualmente le attività di scouting su **fiere ed eventi** per migliorare il fatturato estero, nell'ultimo triennio penalizzato dall'azzeramento di trasferte e fiere internazionali.

Proseguire nella **diluizione della concentrazione di fatturato** (primi 10 clienti) è un altro obiettivo programmatico che agendiamo sul 2023, e che riveste importanza di natura strategica, stante l'estrema volatilità e fluidità congiunturale dei mercati.

In risposta alle richieste di customizzazione del servizio dei nostri big client internazionali, intendiamo inoltre proseguire gli investimenti nella **digitalizzazione** spinta di infrastrutture, processi e servizi, alzando al contempo il livello di guardia in ordine alla sicurezza IT e dati (GDPR, cyber security, ...).

Tra gli altri impegni 2023 intendiamo infine consolidare le strategie di posizionamento del sito web e l'efficacia della nostra comunicazione per il tramite dei servizi consulenziali AI-driven della nostra web agency, investendo anche in Adv sponsorizzate.

Rischi & opportunità

La gestione dei rischi e delle opportunità è da anni **un processo fondante** del nostro Sistema di gestione integrato Qualità & Sostenibilità certificato ISO 9001 e ora anche UNI PdR125.



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

L'**Analisi di contesto** (Matrice di Analisi

dei Rischi e delle Opportunità), già parte dell'impianto documentale del SGQ ISO 9001, è finalizzata a identificare e valutare tematiche ed eventi potenziali che potrebbero influire sul raggiungimento dei principali obiettivi aziendali contemplati dal piano strategico.

La Matrice codifica gli esiti del processo di valutazione eseguito dal Board 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 sull'azienda 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 IL RISCHIO			
Gravità	1	Bassa	Probabilità
	2	Media	
	3	Alta	
Probabilità	1	Poco probabile	Gravità
	2	Probabile	
	3	Frequente	

PARAMETRI DI VALUTAZIONE PER LE OPPORTUNITÀ			
Fattibilità	1	Bassa	Probabilità
	2	Media	
	3	Alta	
Attrattività	1	Poco probabile	Gravità
	2	Probabile	
	3	Frequente	

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

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 di contesto è strettamente interrelata ai temi materiali delineati nella matrice di materialità, poiché è facilmente intuibile che i maggiori rischi da presidiare e mitigare siano proprio quelli afferenti agli aspetti ritenuti più rilevanti per l'azienda e per l'ecosistema in cui l'impresa opera.

Ne' riteniamo che richieda commenti la maggiore rappresentatività, nella mappatura dei rischi, di elementi correlati alle grandi transizioni sostenibili di natura ambientale (energia, emissioni, economia circolare, crisi climatica) e sociale (D&I, disuguaglianze), alla luce dell'inesorabile differimento nel tempo degli obiettivi dell'Agenda 2030 per via delle recenti tragedie globali.

Altro fattore di evoluzione del nostro processo di mappatura dei rischi e delle opportunità 2022 riguarda il recepimento degli **output delle piattaforme, delle metriche e degli strumenti di profilazione sostenibile della catena del valore** con le quali abbiamo voluto misurarci: oltre al B Impact Assessment e all'SDG Action Manager, vi abbiamo infatti accolto i contributi provenienti da Ecovadis e Open Es sia sotto forma di profilo di rischio (aree da presidiare e migliorare), sia in ottica di punti di forza da capitalizzare (opportunità).

Così, dal **B Impact Assessment** abbiamo recepito le indicazioni a migliorare la sicurezza finanziaria dei dipendenti non tanto in termini di reddito di sussistenza e/o reddito minimo (concetti per il contesto italiano ancora non applicabili), quanto di quote di partecipazione dei dipendenti all'assetto proprietario e quote aziendali di proprietà non C-level. A tema Diversità&Inclusione, il BIA ha evidenziato inoltre il carattere migliorabile della percentuale di Manager e Consiglieri del Board provenienti da gruppi sociali sottorappresentati; in termini di impatto economico l'opportunità di valutare una collaborazione con istituti bancari impact-driven; in chiave d'impegno civico la migliorabilità dei temi afferenti il volontariato

aziendale, gli investimenti a favore della comunità e la percentuale di ricavi donata; e infine lato ambientale la raccomandazione di ridurre ulteriormente le emissioni climalteranti Scope1 e 2, e, post-cambio di Headquarters, di individuare metodiche per il presidiare la gestione del consumo idrico e della produzione rifiuti.

Dall'**SDG Action Manager**, che ha esitato un profilo di livello di rischio Basso a fronte di tutti gli SDG misurati, abbiamo mediato invece la raccomandazione a focalizzarci sulla catena di fornitura come area di miglioramento prioritaria per il breve-medio periodo.

Dalla piattaforma **Open Es** abbiamo recepito un vero e proprio piano di miglioramento raccomandato, che enuclea un rischio medio in ordine al nostro rating di cyber security, e si articola per il resto in 6 azioni prioritarie: condividere esperienze e prassi con le altre aziende in piattaforma; consolidare il coinvolgimento degli stakeholder e proseguire nella disclosure dei dati di materialità; rinforzare il tracciamento degli eventi di corruzione; migliorare l'utilizzo delle risorse idriche e coinvolgere nell'impegno anche la catena del valore; monitorare gli effetti delle azioni di sviluppo sostenibile connesse all'innovazione del servizio erogato rispetto agli stakeholder. Non riteniamo invece di recepire la raccomandazione a dotarci di strumenti per monitorare il numero di ore lavorative erogate dai dipendenti poiché in Way2Global la flessibilità del lavoro si è sempre coniugata con la gestione autonoma di questo tema da parte di ciascuna persona in virtù di un rapporto fiduciario.

Ecovadis ha infine evidenziato tra i temi da migliorare in area Ambiente la gestione dei rifiuti e del consumo idrico, in area Lavoro il rafforzamento della rendicontazione afferente le risorse umane e i diritti umani, e in ambito etico, l'affinamento della documentazione sulla sicurezza delle informazioni e sulla prevenzione della corruzione.

ANALISI DI CONTESTO / MATRICE RISCHI & OPPORTUNITA' WAY2GLOBAL 2022

Capitale	Tematica	Importanza	Probabilità	Livello Rischio [R] / Opportunità [O]	Gestione Rischio / Opportunità
	Instabilità internazionale	3	3	R-9	Nel coacervo d'incertezza e instabilità del panorama geopolitico ed economico internazionale, recuperare il processo di scalata di una newco come Way2Global cui la pandemia e la guerra hanno tarpato le ali è una sfida complessa che richiede un ulteriore consolidamento delle direttrici di sviluppo strategico già avviate: anticipare con visionarietà il cambiamento in direzione dello sviluppo sostenibile, continuare a snellire e flessibilizzare il modello organizzativo, rafforzare coesione e senso di appartenenza delle persone con un solido sistema valoriale, proseguire nella patrimonializzazione e nelle politiche di cost saving (<i>more with less</i>).
	Cyber security	3	3	R-9	Digitalizzazione, interconnessione, virtualizzazione e oggi l'avvento dell'AI generativa fanno della sicurezza dei dati e della robustezza dell'IT (<i>data is the new black</i>) una priorità assoluta a livello strategico. Si rende pertanto necessario integrare le misure di compliance e sicurezza già in atto (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, polizza cyber security) con una serie di cautele suppletive, già in corso di studio di fattibilità: potenziamento dei piani di vulnerability assessment e penetration test, business continuity, disaster recovery, data tokenization ed encryption, allargamento del perimetro delle policy a doppio fattore di autenticazione, implementazione di nuovi tool SIEM (Security information & Event Management). Abbiamo inoltre condotto una mappatura degli asset aziendali, delle minacce informatiche e delle capacità difensive aziendali con la funzionalità di Cyber Risk Assessment integrata nella piattaforma Open ES, che ha esitato uno score pari a 47 (rischio medio). Tra le misure a presidio dei rischi in questo ambito la Direzione intende valutare anche l'eventualità di una Certificazione ISO 27002 non appena verrà emanata la nuova Norma aggiornata.
INTELLETTUALE	Presidio della Sostenibilità in azienda	3	3	O-9	<p>Come Società Benefit certificata B Corp, Way2Global è nata sul concetto di Sostenibilità d'impresa, che è ancorato nel suo Statuto, nel sistema di gestione integrato Qualità&Sostenibilità, e nello stesso piano industriale.</p> <p>La funzione trainante finora svolta in questo senso dalla Founder&CEO nella sua veste di Impact Manager va integrata con altri ruoli che assicurino maggiore efficacia nella continua diffusione e contaminazione della cultura Benefit a livello granulare e trasversale di tutti i reparti.</p> <p>L'intenzione è che la passione della fondatrice di Way2Global rispetto al modello d'impresa sostenibile delle Benefit Corporation, col loro forte ancoraggio morale, continui nel tempo a confluire nella carica, nell'energia e nel fuoco sacro capaci di contaminare l'intero team e l'organizzazione, accendendo cuori e menti dei Way2Glober con la forza potente di una progettualità collettiva.</p> <p>L'opportunità di riconfermare Way2Global come caso studio di rinascita sostenibile e appassionata ambassador di imprese Benefit che perseguendo il bene comune tutelano anche la propria crescita rischia altrimenti di perdere la sua potenza propulsiva.</p>
	Tecnologie per la Language Industry e progetti R&S	3	2	O-6	Il grande clamore suscitato dall'AI generativa è per il nostro settore (Language Industry) solo l'ultima ondata di una rivoluzione profonda alimentata da un decennio dal deep learning e dalle reti neurali applicate ai Language Model. Lavorando sul linguaggio come sua attività precipua, il nostro settore è senza dubbio tra i più maturi e avanzati nel precorrere la nuova frontiera delle tecnologie e dell'AI. Tuttavia l'evoluzione e i progressi sono oggi talmente rapidi e impattanti, anche per via dei nuovi rischi "etici" che comportano, da richiedere sforzi e risorse consolidati per consentire a una piccola startup come la nostra di continuare a cavalcare l'onda del progresso in veste di early-adopter delle nuove tecnologie abilitanti e pionieri d'innovazione con finalità etiche e sociali.
NATURALE	Decarbonizzazione (NetZero)	3	3	O-9	Già firmataria della call to action collettiva NetZero2030, varata da un drappello di B Corp europee alla COP di Madrid 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 rendendosi da fine 2021 azienda Climate Positive e offrendo ai suoi clienti il primo servizio di traduzioni decarbonizzato al mondo. In ottica di stewardship del Green Deal, da maggio 2022 con la sottoscrizione dell'iniziativa CO2alizione Italia assieme ad altre 70 B Corp italiane abbiamo riconfermato il nostro impegno a sensibilizzare tutte le aziende europee affinché recepiscano in Statuto l'impegno alla decarbonizzazione e integrino il rischio climatico nelle proprie politiche industriali. Patrocinare e diffondere buone prassi green in seno a questa campagna significa anche combattere i deleteri fenomeni di green-washing strumentali a ipocrite finalità di marketing.
UMANO	Riorganizzazione del lavoro (Anywhere Office)	3	2	R-6	Completata l'attuazione del progetto Anywhere Office come nuova organizzazione del lavoro basata su logiche di fiducia, cooperazione, coinvolgimento, delega e responsabilizzazione delle persone, in contrapposizione alle vetuste logiche gerarchiche e di accentramento decisionale delle aziende vecchio stampo, la nostra sfida prosegue allo scopo di costruire le nuove relazioni industriali 4.0.

ANALISI DI CONTESTO / MATRICE RISCHI & OPPORTUNITA' WAY2GLOBAL 2022

Capitale	Tematica	Importanza	Probabilità	Livello Rischio [R] / Opportunità [O]	Gestione Rischio / Opportunità
UMANO	Tecnostress da lavoro agile	3	3	R-9	Benché adottato come leva per una migliore armonizzazione di tempi vita-lavoro, siamo consapevoli che il lavoro agile può porre in essere anche una serie di rischi specificamente connessi alla sua natura e alla dilagante iperconnessione che tende a comportare. Tra questi in primo luogo le condizioni di (tecno)stress e burnout connessi all'intensificazione dei ritmi e all'assenza di una netta separazione tra tempi di lavoro e tempi per la vita privata, i disturbi posturali e oculo-visivi, e da ultimo, ma non meno importante, la sindrome da isolamento e mancanza di relazioni umane. Sono tutti rischi che in Way2Global presidiamo col ricorso a una pletera di misure studiate ad hoc in collaborazione con i dipendenti (diritto alla disconnessione, formazione a tema time management e sulle misure di salute e sicurezza in materia di ergonomia e controllo posturale, e iniziative a favore della socializzazione).
	Advocacy per il modello Benefit	3	3	O-9	Lavorare alla nostra rendicontazione di sostenibilità ci ha portato a riflettere su come Way2Global sia cambiata negli ultimi anni in direzione di una maggiore pro-socialità in risposta a un mondo travagliato da guerre e pandemie. L'urgenza che ne è scaturita di formalizzare meglio in Statuto il nostro Purpose e le finalità di beneficio comune che perseguiamo col lavoro di ogni giorno ci hanno consentito di declinare con maggiore chiarezza nell'Oggetto Sociale il nostro impegno a generare impatto positivo nelle 5 aree del B Impact Assessment (Governance, Persone, Comunità, Ambiente, Clienti), formalizzando anche l'impegno (già realizzato) di raggiungere la neutralità climatica come sottoscrittori dell'iniziativa CO2alizione Italia. Cambiare lo Statuto è stato per noi un momento solenne che ha voluto ufficializzare la radicalità della nostra vocazione Benefit in tutte le aree ESG, per noi ugualmente importanti.
	Empowerment femminile	3	3	O-9	In linea con le sue finalità di beneficio comune statutarie e nello spirito della neo-conseguita Certificazione PdR125, Way2Global intende consolidare l'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 nello 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.
RELAZIONALE	Transizione digitale per donne e giovani	3	2	O-6	Con Way2Academy, progetto di Open Education ideato per rispondere alle conseguenze occupazionali nefaste che la pandemia ha inflitto a donne e giovani, Way2Global ha voluto farsi facilitatore di transizione digitale a beneficio di queste due categorie di stakeholder per noi prioritarie ai sensi dei nostri impegni statutari. Consapevoli di quanto la digitalizzazione sia funzionale alle grandi transizioni sostenibili, abbiamo voluto contribuire ad avvicinare donne e giovani alle nuove tecnologie abilitanti per farne i veri protagonisti del futuro, senza tralasciare la costruzione di relazioni e community, nella consapevolezza che oggi fare business significa generare valore per l'intera collettività.
	Internazionalizzazione	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 dell'ultimo triennio, 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, match-making e B2B online).
	Concentrazione del fatturato	2	3	R-6	La contrazione importante e imprevista dei volumi 2022 di due importanti clienti in Top Ten e le indiscrezioni sull'ennesimo probabile riassetto societario che interesserebbero a breve il nostro primo cliente storico rendono necessari rinnovati sforzi di fidelizzazione degli anchor clienti e di ampliamento della platea di new business per scongiurare futuri rischi connessi a un'eccessiva concentrazione del fatturato.
	Etica e Trasparenza	1	1	R-1	Alcune delle metriche (BIA, Open Es) usate per misurare l'efficacia dei nostri processi e strumenti atti a condurre il business con criteri di etica e trasparenza hanno evidenziato performance adeguate ma suscettibili di miglioramento. Per questo motivo oltre alle leve già adottate per progredire su questo fronte (Codice Etico, Codice di condotta fornitori, Carta dei valori, la presente reportistica di sostenibilità, Rating di legalità) intendiamo formalizzarne altre a presidiare i rischi di corruzione e conflitto d'interessi.

Prospettive

Se gli obiettivi indicizzati (KPI) che guidano lo sviluppo strategico di Way2Global sono compilati nel Piano di Miglioramento del nostro Sistema integrato Qualità & Sostenibilità e nei sinottici già esposti disaggregati per le aree Governance, Collaboratori, Community, Ambiente e Clienti nella Valutazione d'impatto del presente documento, gli obiettivi non numerabili sono riepilogati in questo capitolo con riferimento a una prospettiva di breve termine (1 anno).

Stante la dinamicità della nostra azienda, da una parte, e l'attuale scenario globale di totale incertezza, continui cambiamenti esponenziali, e drammatica imponderabilità in ordine alle sorti del conflitto in Ucraina, si ritiene infatti impossibile 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 ri-certificazione B Corp conseguita a giugno, e del rating ulteriormente innalzato con i dati di autovalutazione a fine esercizio.

La riconferma della nostra anima di appassionata Benefit Corporation, espressa anche attraverso la modifica statutaria di inizio 2023 che ha integrato e meglio definito le nostre finalità di beneficio comune, implica in prospettiva l'impegno a **consolidare la militanza attiva nella community sia lato Società Benefit**, con la promozione del progetto Made in B Italy e il ruolo istituzionale della CEO in AssoBenefit, **sia lato B Corp**, con la puntuale adesione a tutte le iniziative collettive (CO2alizione Italia, B Women, Unlock The Change, Interdependence Co2alition, B for Good Leaders, etc.)

Nel percorso di sistematico miglioramento verso un modello di sviluppo ESG-driven orientato all'Agenda 2030 intendiamo affidarci come da prassi consolidata alle due dashboard integrate del BIA e dell'SDG Action Manager.

In questo contesto, viviamo l'attivismo a favore dell'**empowerment femminile** come un "di cui" della Sostenibilità a 360 gradi, oltre che uno dei nostri maggiori impegni identitari e programmatici cui intendiamo dare continuità con nuovi milestone non meno importanti della neo-conseguita Certificazione UNI PdR125 e della missione istituzionale a EXPO Dubai.



"Così come crea la vita, la donna è forza e motore di futuro, di lavoro e di imprese, di affetti e relazioni. La donna è per sua natura costruttrice di ponti, gioia di vivere, è favola e amore".

Libera rielaborazione di citazioni delle 100 Donne per tutte, di Arianna Pignatelli

Anche nel 2023 continueremo a mettere a sistema la nostra narrazione di rinascita sostenibile in sede di attività convegnistica, policy making e role modeling per testimoniare ancora una volta che fare impresa Benefit 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, è la chiave di volta per una crescita sana che fa bene alle aziende ma anche alla collettività e al mondo intero.

LE NOSTRE PERSONE

Focus del nostro sviluppo strategico 2023 resta quello di **accrescere l'ingaggio degli stakeholder interni** assicurando loro un lavoro che diventi fonte di senso esistenziale e dimensione valoriale in cui identificarsi.

Con il dialogo e la nostra governance partecipata intendiamo evolvere i dipendenti nel cuore pulsante e nel motore delle strategie di sviluppo sostenibile dell'azienda. Siamo convinti che benessere, soddisfazione, felicità e gratificazione siano le parole chiave per soddisfare i bisogni immateriali delle persone, oltre gli usuali incentivi e agevolazioni del sistema di welfare aziendale.

L'Anywhere Office è stato il primo passo concreto in direzione di questa nuova architettura del lavoro, non solo in termini di modalità organizzative e di gestione, ma anche in chiave concettuale ed esistenziale.

In linea con la nuova fase evolutiva di **Industria 5.0⁵⁰** preconizzata dalla Commissione Europea, il tema oggi è infatti quello di rimettere al centro il ruolo dei lavoratori e della transizione verso modelli di sviluppo più sostenibili dal punto di vista sociale e ambientale, laddove la quarta rivoluzione industriale è rimasta circoscritta alla digitalizzazione dei processi e all'uso di tecnologie evolute, a cominciare dall'AI, per aumentare produttività ed efficienza.

Mentre dare seguito alle nostre policy e prassi a favore dell'empowerment femminile con patti di stabilità e percorsi di avanzamento carriera inclusivi di co-progettazione dei piani d'incentivazione (bonus di produttività) atti a creare una nuova leadership femminile è l'altro obiettivo 2023 che si colloca in Way2Global sul crocevia tra le aree Collaboratori e Governance.

Non ultimo, tra le strategie di fidelizzazione dei collaboratori comprendiamo il **consolidamento**

dei rapporti con la community dei linguisti (traduttori e Proofreader), contractor che da sempre consideriamo parte integrante del team.

LA COMUNITA'

L'impatto sulla nostra Comunità di riferimento, che la sistematica dematerializzazione dei nostri asset riconduce a una geografia dai nuovi contorni sfumati e allargati, continuerà a esprimersi attraverso le nostre policy di approvvigionamento etico, di costruzione di filiere sostenibili, e di educazione alla sostenibilità.

Per un'azienda come la nostra vocata all'internazionalizzazione, il concetto di territorio locale perde di significato a favore di una nuova dimensione di cittadinanza del mondo e di un perimetro di appartenenza ben più ampio e indistinto.

La comunità che vogliamo contribuire a migliorare diventa la popolazione dei nostri linguisti, traduttori e interpreti, disseminati sul territorio mondo, e, in senso ancor più ampio, la collettività di tutti gli stakeholder globali in qualsiasi modo interconnessi al nostro business.

Emblematica in termini di impronta internazionale è stata l'attuazione della nostra politica di erogazioni liberali 2022. Ispirati dall'iconica azienda statunitense Patagonia, siamo andati oltre la delibera di portare allo 0,50% dei ricavi il target delle **donazioni** annuale, e con la partecipazione attiva di tutte le nostre persone abbiamo voluto aiutare sui fronti più caldi delle emergenze planetarie, dall'Iran all'Ucraina, senza trascurare la ricerca medica, e la tutela del patrimonio naturalistico e culturale. Non meno importante il sostegno come Bronze Sponsor all'associazione **Translators Without Borders**, che aiutando con i suoi servizi di mediazione linguistica pro-bono in tutte le situazioni di crisi umanitaria internazionale replica e amplifica a livello globale il senso della nostra Mission.

Proseguire nell'impegno verso la comunità su un orizzonte di tale portata implicherà ricorrere a tutte le leve già consolidate: la campagna **#TiVoglioBenefit**, che amplia sistematicamente nel tempo il numero di fornitori sostenibili/Benefit; **Way2Academy**, che facilita la transizione digitale a favore di donne e giovani; l'adesione alle iniziative collettive di Società Benefit e B Corp; e, non ultimo, l'integrazione nelle catene del valore delle grandi aziende con la profilazione sui sempre più numerosi **portali di approvvigionamento sostenibile**.

A chiudere il cerchio, le immancabili attività di associazionismo (AssoBenefit, B Corp, UNGC, AsVis,...) che in virtù di una profonda convergenza valoriale ci consentiranno di collaborare a progettualità congiunte rafforzando alleanze, ecosistemi inclusivi e circoli virtuosi.

L'AMBIENTE

Quanto all'impatto sull'Ambiente, anche il 2023 ci vedrà aggiornare l'inventario delle nostre emissioni GHG per preservare lo status di azienda climate positive investendo anche in progetti di forestazione sul territorio italiano.

Sotto il cappello del nostro progetto Green Translations e con la guida delle iniziative di formazione varate in seno a CO2alizione Italia intendiamo consolidare il nostro impegno nei confronti della **neutralità climatica**, ispirandoci ai modelli e alle prassi più virtuose per comprimere l'offsetting con carbon credits a meno del 10% delle emissioni, **ridurre le emissioni Scope3** in cui si concentra la gran parte del nostro impatto negativo, e, ancora, legare la remunerazione variabile del management a **KPI di sostenibilità ambientale**, e attuare nuove campagne di sensibilizzazione e stewardship ambientale rispetto a fornitori e collaboratori.

Ultimata la nostra strategia di rinnovo del parco auto con la conversione dell'intera flotta aziendale in vetture ibride ed elettriche, potremo

inoltre valutare l'effettivo impatto positivo sul consumo di carburante e sulla produzione di emissioni GHG.

I CLIENTI

Il nostro 2023 nell'area Clienti punta a migliorare ulteriormente le attività di cura e servizio consulenziale alla clientela in ottica di costruzioni di rapporti di partenariato e filiere sostenibili.

Principali leve di questo sviluppo saranno, come da prassi, il **recepimento di richieste e feedback** provenienti dalla clientela per personalizzare il servizio e ottimizzare la customer experience, anche con l'investimento in sistemi, tecnologie e piattaforme di frontiera, un ulteriore incremento del grado di digitalizzazione per snellire e automatizzare i flussi operativi, e il **potenziamento del livello di sicurezza IT e dati**.

Contribuire ad alzare sistematicamente l'asticella del digitale e dell'AI per la Language Industry e cogliere le potenzialità del progresso tecnologico significherà per noi accrescere stabilità e rapidità della nostra infrastruttura IT, aggiornare e potenziare la nostra architettura in cloud e il nostro ambiente operativo, dare nuova vita alle nostre **attività di R&S**, ad esempio per lo sviluppo di risorse terminologiche che ottimizzino l'efficacia del ciclo di lavoro, 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 con figure PM&Sales integrate e su un flessibile supporto PM esterno ad alto tenore di informatizzazione, e preservare l'eccezionale intensità di formazione sul capitale umano a tutti i livelli e in tutti i reparti, sono gli altri strumenti programmatici con cui intendiamo accrescere nel tempo il valore del nostro servizio al cliente.

DOVE VOGLIAMO ANDARE

Pandemia, conflitto ucraino e costi delle materie prime hanno gettato sabbia negli ingranaggi delle strategie congiunte di sviluppo verso la Sostenibilità. A livello globale ciò che è prevalso sono gli interessi di parte e di breve termine, per questo oggi invochiamo un'inversione di tendenza che abbandoni individualismi, sovranismi ed egoismi per sposare una visione collettiva e obiettivi comuni.

Mai come oggi occorre 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, che chiama in causa direttamente il senso ultimo del nostro Purpose aziendale.

Lato imprese, la CSR stand-alone non basta più, così come non è più sufficiente astenersi dall'arrecare danni (DNSH) al nostro pianeta ammalato. L'interdipendenza che oggi ci unisce richiede piuttosto una mobilitazione emergenziale di tutte le aziende (*corporate activism*), un approccio multi-stakeholder per costruire partnership, reti e filiere sostenibili, un'alleanza che coinvolga istituzioni, aziende e terzo settore nell'anelito congiunto della cura e della rigenerazione di un pianeta che agonizza.

Sappiamo di essere fuori tempo massimo, per questo motivo dobbiamo agire con rapidità, etica e radicalità nel **perseguire la Sostenibilità integrale**, preservando consapevolezza e rispetto nei riguardi di differenze e diversità.

È una pagina bianca tutta da scrivere l'appuntamento con la Storia che abbiamo davanti.

Dove noi Società Benefit, con le nostre finalità di beneficio comune e i principi ESG iscritti nella ragion d'essere del nostro fare impresa, ci troviamo in una posizione privilegiata per renderci

protagoniste della transizione ecologica e del raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030.

Abituate a spingerci oltre la cogenza di legge che oggi la nuova normativa europea rende più rigorosa, nel nostro ruolo di avanguardia d'impresa responsabile vogliamo continuare a guidare l'oltranzismo dello sviluppo sostenibile.

Per trainare le imprese, già motore dell'economia, verso il nuovo ruolo di attore chiave nel **ripensamento dei processi di sviluppo**, cui oggi tocca rielaborare modelli di business, prodotti e servizi, strategie e il senso stesso del concetto di lavoro.

È proprio questa la meta ambiziosa cui vogliamo puntare: costruire percorsi di senso basati sul modello economico emergente delle imprese Benefit, capace di generare **coesione, sostenibilità e benessere per la comunità**.

Perché, per usare le parole di Robert Swan, "la più grande minaccia al nostro pianeta è la convinzione che lo salverà qualcun altro".



Sintesi dei dati di bilancio

Stato Patrimoniale abbreviato riclassificato CEE	31/12/2022	31/12/2021
Attivo		
B) Immobilizzazioni		
I - Immobilizzazioni immateriali	107.028	180.731
II - Immobilizzazioni materiali	14.099	22.438
III - Immobilizzazioni finanziarie	396	396
Totale immobilizzazioni (B)	121.523	203.565
C) Attivo circolante		
II - Crediti	893.350	855.087
esigibili entro l'esercizio successivo	887.833	854.465
esigibili oltre l'esercizio successivo	5.517	622
IV - Disponibilità liquide	230.661	559.619
Totale attivo circolante (C)	1.124.011	1.414.706
D) Ratei e risconti	14.067	8.834
Totale attivo	1.259.601	1.627.105
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	2.600
VIII - Utili (perdite) portati a nuovo	1	-
IX - Utile (perdita) dell'esercizio	203.579	90.416
Totale patrimonio netto	144.527	113.163
C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	459.707	315.179
D) Debiti	79.709	79.307
esigibili entro l'esercizio successivo	720.185	1.232.619
esigibili oltre l'esercizio successivo	700.663	1.195.542
Totale passivo	19.522	37.077
	1.259.601	1.627.105

Conto Economico abbreviato riclassificato CEE	31/12/2022	31/12/2021
A) Valore della produzione		
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	3.214.222	3.062.903
5) altri ricavi e proventi	-	-
contributi in conto esercizio	61.500	56.267
altri	28.700	24.093
Totale altri ricavi e proventi	90.200	80.360
Totale valore della produzione	3.304.422	3.143.263
B) Costi della produzione		
6) per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	4.321	5.308
7) per servizi	2.074.375	2.083.813
8) per godimento di beni di terzi	362.190	236.026
9) per il personale	-	-
a) salari e stipendi	377.539	368.209
b) oneri sociali	90.593	95.881
c) trattamento di fine rapporto	33.220	31.052
e) altri costi	20.527	4.980
Totale costi per il personale	521.879	500.122
10) ammortamenti e svalutazioni	-	-
a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	73.703	75.900
b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali	10.141	23.952
Totale ammortamenti e svalutazioni	83.844	99.852
14) oneri diversi di gestione	38.379	37.858
Totale costi della produzione	3.084.988	2.962.979
Differenza tra valore e costi della produzione (A - B)	219.434	180.284
C) Proventi e oneri finanziari		
16) altri proventi finanziari	-	-
d) proventi diversi dai precedenti	-	-

Conto Economico abbreviato riclassificato CEE	31/12/2022	31/12/2021
altri	50	25
Totale proventi diversi dai precedenti	50	25
Totale altri proventi finanziari	50	25
17) interessi ed altri oneri finanziari	-	-
altri	4.853	5.896
Totale interessi e altri oneri finanziari	4.853	5.896
17-bis) utili e perdite su cambi	(15)	8
Totale proventi e oneri finanziari (15+16-17+-17-bis)	(4.818)	(5.863)
Risultato prima delle imposte (A-B+-C+-D)	214.616	174.421
20) imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate		
imposte correnti	70.089	61.258
Totale delle imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate	70.089	61.258
21) Utile (perdita) dell'esercizio	144.527	113.163

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.

#TiVoglioBenefit = campagna comunicativa Way2Global atta ad aumentare il numero di fornitori Benefit e collaborazioni Purpose-driven

AC = Azione Correttiva

Adv (Advertising) = pubblicità online

Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile = programma di azione e quadro di riferimento globale per trovare soluzioni comuni alle grandi sfide dell'umanità, redatto dall'ONU e approvato dai Paesi membri nel 2015.

AI (Artificial Intelligence) = intelligenza artificiale

AI generativa = applicazione emergente dell'intelligenza artificiale che supporta l'umano nelle attività creative.

AMA (Ask Me Anything) = tipologia di riunione interattiva atta a capitalizzare dubbi ed errori a beneficio di tutti

Anywhere Office = nuovo modello organizzativo del lavoro basato sulla dematerializzazione degli asset e su un ricorso massivo allo smart working in Way2Global deliberato collettivamente in chiave di governance partecipativa

Assobenefit = Associazione Nazionale per Le Società Benefit

B 4 Good Leaders = Network globale di imprenditori e business leader impegnati a rivoluzionare mercati, paradigmi e comportamenti per un mondo più sostenibile.

B Corp = azienda che ha conseguito la Certificazione B Corp superando la soglia minima di 80 punti nel B Impact Assessment per il tramite di un audit di parte terza (B Lab)

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

B Women = associazione di donne d'impresa in orbita B Corp impegnate a promuovere i 3 SDG #5, 13 e 17

BDM = Business Development Manager

Benefit Corporation = nome collettivo che riunisce in se' B Corp e Società Benefit

BES = Benessere Equo e Sostenibile

BIA (B Impact Assessment) = questionario di autovalutazione prodromico alla Certificazione B Corp

brick&mortar = modello di business tradizionale basato sulla presenza fisica di un'azienda che offre prodotti, servizi e assistenza tramite punti vendita, cfr. e-commerce online

Call for Future = iniziativa di Fondazione Sodalitas che diffonde buone prassi e progetti di sostenibilità delle aziende tramite pubblicazione in una gallery online

Capacity Building = processo continuo di miglioramento degli individui in ambito economico, istituzionale, o manageriale che si attua tramite rafforzamento delle potenzialità con l'utilizzo di capacità già esistenti.

Carbon Footprint = impronta carbonica, parametro utilizzato per stimare le emissioni gas serra generate da un prodotto, servizio, un'organizzazione, un evento o un individuo, espresse di norma in tonnellate di CO2 equivalente

Carta di Dubai = manifesto programmatico consegnato a EXPO Dubai in seno al progetto Le Città delle Donne dell'associazione Gli Stati Generali delle Donne finalizzato a costruire una rete internazionale di città ripensate a misura di donna

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

CCIAA = Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

CFO = Chief Financial Officer

CO2alizione Italia = Iniziativa di 70 aziende italiane per sensibilizzare all'impegno verso la neutralità climatica, recepito in Statuto per attestarne il carattere imprescindibile

COP (Communication on Progress) = rendicontazione di sostenibilità di UNGC

CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) = Direttiva europea sulla reportistica di sostenibilità delle imprese

D&I (Diversity & Inclusion) = diversità e inclusione

DEI (Diversity, Equity & Inclusion) = diversità, equità e inclusione

DEM (Direct E-mail Marketing) = strumento di comunicazione noto come mailing

DNF (Dichiarazione non finanziaria) = rendicontazione di sostenibilità che riferisce su temi ESG

DNSH (Do Not Significantly Harm) = letteralmente "non arrecare danni significativi", principio minimo applicabile alle misure previste dai PNRR nazionali per accedere ai finanziamenti

doppia materialità = concetto che considera l'impatto delle attività aziendali sui temi ESG e l'impatto delle tematiche ESG sull'azienda.

Economia Civile = teoria economica di mercato fondata sui principi di reciprocità e fraternità, alternativa a quella capitalistica

Ecovadis = piattaforma collaborativa che permette alle aziende di monitorare la performance di Sostenibilità dei fornitori in 150 settori e 110 Paesi al fine di migliorare le pratiche ESG delle aziende sfruttando l'influenza delle catene logistiche globali

ESG (Environmental, Social & Governance) = gestione finanziaria che tiene in considerazione gli aspetti di natura ambientale, sociale e di governance

EyeonBuy = portale di informazioni che consentono di scegliere per i propri acquisti aziende e quindi prodotti etici e sostenibili

FTE (Full Time Equivalent) = letteralmente "equivalente a tempo pieno" - misura utilizzata per indicare il numero di lavoratori a tempo pieno

Generazione Z = in breve "Gen Z", è la generazione dei nati tra il 1997 e il 2012

Gender procurement = approvvigionamenti da aziende a guida femminile

GHG Protocol = quadro di riferimento globale per la misurazione e la gestione delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)

Great Resignation = letteralmente "Grandi Dimissioni" - fenomeno che caratterizza il mercato del lavoro in Italia dal 2021 e riguarda principalmente i giovani lavoratori under 30 (Generazione Z)

Green Translations = progetto identitario Way2Global che catalizza in azienda tutte le azioni di tutela ambientale, esitato nel primo servizio di traduzioni decarbonizzato al mondo

Green-washing = ecologismo di facciata, strategia di comunicazione o marketing perseguita da organizzazioni che millantano come ecosostenibili le proprie attività a fini strumentali

IIRC = International Integrated Reporting Council

Impact-washing = strategia di comunicazione o marketing perseguita da organizzazioni che millantano l'impatto ESG delle proprie attività a fini strumentali

Industria 4.0 = processo scaturito dalla quarta rivoluzione industriale che porta a una produzione industriale interamente automatizzata e interconnessa

Industria 5.0 = nuova fase evolutiva dello sviluppo industriale basata sui 3 pilastri dell'umano-centrismo, della resilienza e della sostenibilità

Innovability = crasi di Innovation & Sustainability

INTEGRES (Integrated Reporting and Education for Sustainability) = Progetto nato dalla partnership tra 5 università internazionali per ampliare le competenze di contabilizzazione e rendicontazione delle informazioni non finanziarie a livello accademico

Interdependence Coalition = alleanza di oltre 100 B Corp certificate nata per promuovere in capo ai Board delle aziende europee l'obbligatorietà di considerare gli interessi di tutti gli stakeholder nel processo decisionale

IR Framework (Integrated Reporting Framework) = Framework internazionale di rendicontazione non finanziaria

KPI (Key Performance Indicator) = indicatori di prestazioni

NMT (Neural Machine Translation) = traduzione automatica neurale

Language Industry = settore dei servizi linguistici afferente alla traduzione multilingue

Language Industry 4.0 = progetto identitario Way2Global che declina il processo Industria 4.0 sul settore della traduzione

LCA (Life Cycle Assessment) = metodologia di rendicontazione ambientale basata sull'analisi del ciclo di vita dei prodotti/servizi

Leadership gentile = nuova concezione di leadership capace di gestire scenari complessi e nuovi modelli organizzativi operando con logiche sistemiche e inclusive, incentrate sul lavoro di squadra e sulla capacità di gestione relazionale per trasformare le aziende in generatori di valore

Le Città delle Donne = progetto ideato dall'Associazione Gli Stati Generali delle Donne presieduta da Isa Maggi, allo scopo di creare una rete internazionale di città ridisegnate a misura di donna

LM (Language Modeling) = ricerca sulla modellazione del linguaggio che con il ricorso a tecniche statistiche e probabilistiche determina la probabilità di occorrenza di una determinata sequenza di parole in una frase.

LSP (Language Service Provider) = agenzia di traduzioni

Made in B Italy = progetto identitario Way2Global atto a esportare nel mondo il modello di business sostenibile della Società Benefit

NC = Non Conformità

Neutralità carbonica = stato di equilibrio tra le emissioni di anidride carbonica di origine antropica e la loro rimozione dall'atmosfera da parte dell'uomo o a causa sua

Neutralità climatica = o "net-zero", equilibrio complessivo tra le emissioni di gas serra generate dall'attività umana e quelle assorbite in un determinato periodo di tempo

NeXt (Nuova Economia per Tutti) = associazione nazionale di promozione della nuova economia basata sul voto col portafoglio e lo scambio di buone pratiche

NLP (Natural Language Processing) = metodologia di elaborazione del linguaggio naturale tramite algoritmi di intelligenza artificiale in grado di analizzare, rappresentare e comprendere il linguaggio naturale

NMT (Neural Machine Translation) = traduzione automatica neurale che fa uso di reti neurali artificiali per tradurre frasi da una lingua all'altra mediante tecniche di modellazione del linguaggio

Nomadi digitali = professionisti che lavorano da remoto e che grazie alla tecnologia scelgono liberamente il posto in cui lavorare senza vincoli di spazio (città, ufficio ecc.)

Olocrazia = sistema organizzativo di governance nel quale l'autorità e i processi decisionali sono distribuiti orizzontalmente nell'ambito di una olarchia di gruppi auto-organizzati anziché fissati in una gerarchia di tipo manageriale

Open Education = percorsi, materiali e contenuti didattici aperti, realizzati prevalentemente in formato digitale, resi disponibili e liberamente fruibili con licenze che ne permettono il riutilizzo, la modifica e la distribuzione

Open Innovation = processo di innovazione diffuso basato sulla gestione dei flussi di conoscenza (idee, risorse, strumenti e soluzioni tecnologiche) in entrata o in uscita dall'impresa, in netto contrasto con la gestione tradizionale dei laboratori di ricerca delle corporation caratterizzata dalla segretezza delle scoperte

Open-Es = iniziativa di sistema promossa da ENI per coinvolgere tutte le imprese in un percorso comune di miglioramento e crescita sulle performance di sostenibilità

PA = Pubbliche Amministrazioni

Parmacrisi = situazione critica cronicizzata in cui si sovrappongono emergenze di natura diversa

PM = Project Manager

Proofreader / Proofer = linguista preposto alla correzioni di bozze

QA (Quality Assurance) = Controllo Qualità

Quiet Quitters = persone che sul lavoro si limitano a fare il minimo, sono presenti e seguono le direttive, ma lavorano in assenza totale di iniziativa e motivazione tanto da essere assimilati a "dimissionari silenziosi"

RAB = Registro delle Abilità

SABI = Strumento di autovalutazione sostenibile

SDG (Sustainable Development Goals) = obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG Action Manager = tool gratuito online che integra la valutazione del BIA di B Lab, i Dieci Principi dell'UN Global Compact e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030, consentendo alle aziende di effettuare un'autovalutazione dinamica, il benchmarking e il miglioramento.

SEC = Scuola di Economia Civile

SFDR (Sustainable Finance Disclosure Regulation) = regolamento relativo all'informativa sulla sostenibilità nel settore dei servizi finanziari che si inserisce nel Piano d'azione UE per la finanza sostenibile

Slow Working = misura di welfare aziendale che reduce obiettivi e richieste alle neomamme di rientro dai congedi di maternità per favorire una ripresa del lavoro graduale

Società Benefit = nuova forma giuridica d'impresa a duplice finalità che coniuga l'impatto sociale con il profitto

South Working = forma di organizzazione del lavoro che grazie alla digitalizzazione consente di formare e assumere a distanza valorizzando territori svantaggiati

Stakeholder Engagement = ingaggio dei portatori di interessi

Technology Transfer = attività finalizzate a trasferire le conoscenze dalla ricerca scientifica al mercato, rendendo la tecnologia accessibile ai consumatori

Term4Neural = progetto Way2Global di costruzione di un DB terminologico realizzato con logiche tassonomiche per ottimizzare i risultati dei processi traduttivi

Traduttori Network = traduttori storici Way2Global legati all'azienda da un rapporto di preferred vendors

UNGC = United Nations Global Compact

UNI PdR125 = Certificazione sulla Parità di genere

Unlock Gender Equality = tavolo di lavoro a tema parità di genere in seno alla campagna delle B Corp italiane

Unlock NetZero = tavolo di lavoro a tema neutralità climatica in seno alla campagna delle B Corp italiane Unlock the change

Unlock the Change = campagna mediatica delle B Corp italiane per favorire il cambio di paradigma a favore di uno sviluppo economico sostenibile

Valutazione d'impatto = rendicontazione di sostenibilità annuale cogente per ogni società benefit

VP = Vice Presidente

Wanderlust = desiderio di viaggiare, di esotismo, scoperta e viaggio

Way2Academy = progetto identitario Way2Global di Open Education fatto di percorsi di upskilling e reskilling digitale per facilitare la transizione digitale a favore delle donne

Welfare Index PMI = Indice di valutazione del welfare aziendale

WEP (Women Empowerment Principles) = principi di parità di genere di UN Women

WEP Gender Gap Analysis Tool = tool online di autovalutazione del gender gap

Whistle-blowing = rivelazione spontanea da parte di un individuo, detto "segnalante" (in inglese "whistleblower") di un illecito o di un'irregolarità commessa all'interno dell'organizzazione, del quale lo stesso sia stato testimone nell'esercizio delle proprie funzioni

Sitografia

- 1 <https://www.integratedreporting.org/>
- 2 www.globalreporting.org/
- 3 bimpactassessment.net/
- 4 <https://unglobalcompact.org/take-action/sdg-action-manager>
- 5 <https://www.nexteconomia.org/eyeonbuy/>
- 6 <https://www.nexteconomia.org/>
- 7 [https://www.istat.it/it/benessere-e-sostenibilit%C3%A0/la-misurazione-del-benessere-\(bes\)/gli-indicatori-del-bes](https://www.istat.it/it/benessere-e-sostenibilit%C3%A0/la-misurazione-del-benessere-(bes)/gli-indicatori-del-bes)
- 8 <https://labuonaimpresa.it/il-modello-della-buona-impresa/>
- 9 <https://labuonaimpresa.it/lautovalutazione/>
- 10 <https://www.scuoladieconomiciacivile.it/>
- 11 <https://www.welfareindexpmi.it/welfare-index-pmi/>
- 12 <https://www.openes.io/it>
- 13 <https://ecovadis.com/it/>
- 14 <https://www.scuoladieconomiciacivile.it/>
- 15 <https://ghgprotocol.org/>
- 16 <https://www.cartapariopportunita.it/wp-content/uploads/2021/10/Sodalitas-DI-Self-Assessment.pdf>
- 17 <https://www.way2global.com/reportistica/>
- 18 <https://fortune.com/ranking/global500/2022>
- 19 <https://un.mfa.gov.by/docs/n1714929.pdf>
- 20 <https://www.statigeneralidelledonne.com/>
- 21 <https://www.alleanzadelledonne.it/chi-siamo/>
- 22 <http://www.abbracciodelmediterraneo.eu/>
- 23 <https://inspiringfifty.org/>
- 24 <https://innovationinpolitics.eu/showroom/project/steminthecity/>
- 25 <https://steamiamoci.it/>
- 26 <https://www.assodonna.it/it/>
- 27 www.unioncamere.gov.it/
- 28 www.assocamerestero.it/
- 29 www.unglobalcompact.org/
- 30 www.ebitermilano.it/
- 31 www.afolmet.it/
- 32 www.aicebiz.com/it/associazioni/categoria/aice/it/
- 33 www.assolombarda.it/
- 34 www.confindustria.it/home
- 35 www.confcommercio.it/
- 36 www.unilingue.it
- 37 www.federlingue.it/
- 38 <https://smeclimatehub.org/>
- 39 <https://unfccc.int/climate-action/race-to-zero-campaign>
- 40 <https://co2alizione.eco/it/home>
- 41 <https://www.svilupposostenibile.regione.lombardia.it/it/protocollo-sviluppo-sostenibile/protocollo>
- 42 <https://www.unilingue.it/>
- 43 <https://www.federlingue.it/>
- 44 <https://www.gala-global.org/>
- 45 <https://elia-association.org/>
- 46 <https://www.atanet.org/>
- 47 <https://www.alcus.org/>
- 48 <https://www.fiordirisorse.eu/>
- 49 <https://iccwbo.org/>
- 50 https://research-and-innovation.ec.europa.eu/research-area/industrial-research-and-innovation/industry-50_en

Indice dei contenuti GRI

Dichiarazione di utilizzo - Way2Global ha redatto il presente Report con riferimento agli Standard GRI per il periodo dal 1° gennaio 2022 al 31 dicembre 2022.

GRI 1 utilizzati - GRI 1: Principi di rendicontazione (2021)

Standard GRI settoriali applicabili - N/A

GRI Standard 2021	Informativa	GRI Standard 2016 (salvo diversamente indicato tra parentesi)	Pag. Report Way2Global 2022 (O eventuale motivo omissione)		
GRI2 Informative generali	2-1	102-1	Nome dell'organizzazione	6, 14, 15, 29, 43, 110	
		102-3	Luogo della sede principale		
		102-4	Luogo delle attività		
		102-5	Proprietà e forma giuridica		
		102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato		10
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	102-50	Periodo di rendicontazione	10-11
			102-52	Periodicità della rendicontazione	
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e contatti	102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report Informazioni generali sull'ente	24, 44, 68, 73
			102-48	Revisione delle informazioni	
	2-4	Revisione delle informazioni	102-48	Revisione delle informazioni	24, 44, 68, 73
	2-5	Assurance esterna	102-56	Assurance esterna	Non applicabile (Rendicontazione volontaria)
	2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	14, 24, 30-36, 50-51, 72-77
			102-6	Mercati serviti	
102-7			Dimensione dell'organizzazione		
102-9			Catena di fornitura		
2-7	Dipendenti	102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	24, 30-31, 40-41, 72-75	
		102-7 a-i	Dimensione dell'organizzazione (N. dipendenti)		
2-8	Lavoratori non dipendenti	102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	31-33, 40, 72, 74	
		102-8 d	Lavoratori non dipendenti		
2-9	Struttura e composizione della governance	102-18	Struttura della governance	24, 29	
		102-22	Composizione del massimo organo di governo e relativi comitati		
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	102-24	Nomina e selezione del massimo organo di governo	24, 29	
2-11	Presidente del massimo organo di governo	102-23	Presidente del massimo organo di governo	24	
2-12	Ruolo del massimo organo di governo nella gestione degli impatti	102-21	Consultazione degli stakeholder su temi economici, ambientali e sociali	22, 24, 28-31, 56-58, 91	
		102-26	Ruolo del massimo organo di governo nello stabilire finalità, valori e strategie		
		102-29	Identificazione e gestione degli impatti economici, ambientali e sociali		
		102-30	Efficacia dei processi di gestione del rischio		
2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	102-31	Riesame dei temi economici, ambientali, e sociali	24, 54-83	
		102-19	Delega dell'autorità		
		102-20	Responsabilità a livello esecutivo per temi economici, ambientali e sociali		

GRI Standard 2021	Informativa	GRI Standard 2016 (salvo diversamente indicato tra parentesi)	Pag. Report Way2Global 2022 (O eventuale motivo omissione)		
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	102-32 Ruolo del massimo organo di governo nel reporting di sostenibilità	11		
	2-15 Conflitti di interessi	102-25 Conflitti di interessi	29		
	2-16 Comunicazione delle criticità	102-33 Comunicazione delle criticità	30, 32, 74, 84-89		
		102-34 Natura e numero totale delle criticità			
	2-17 Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	102-27 Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	15, 24, 29, 42		
	2-18 Valutazione delle performance del massimo organo di governo	102-28 Valutazione delle performance del massimo organo di governo	29		
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	102-35 Politiche retributive	41, 66-68		
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	102-36 Processo per determinare la retribuzione	41, 66-68, 74-75		
		102-37 Coinvolgimento degli stakeholder nella retribuzione			
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	102-38 Tasso della retribuzione totale annua	Informazioni non disponibili (N. massivo assunzioni e cambi di ruolo, disponibilità tra 1 anno ad assetto consolidato)		
		102-39 Percentuale di aumento del tasso della retribuzione totale annua			
GRI2 Informative generali	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	102-14 Dichiarazione di un alto dirigente	8-9, 15		
	2-23 Impegni in termini di policy	102-11 Principio de precauzione	6, 15-17, 21-23, 25, 28, 28-43, 50-53, 56		
		102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento			
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	N/A	N/A	6, 15-17, 21-23, 25, 28, 28-43, 50-53, 56	
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	30, 32, 74, 66-91	
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	102-17	Meccanismi per ricercare consulenza e segnalare criticità relativamente a questioni etiche	30, 32, 74	
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	71	
		307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale		
	2-28 Appartenenza ad associazioni	102-13	Adesione ad associazioni	15, 35-36, 68-71, 77	
		102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	28-37	
2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder			
	102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder			
	2-30 Contratti collettivi	102-41 Accordi di contrattazione collettiva	22, 30-31, 75		
GRI3 Temi materiali	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	28-37, 44-47, 84-89	
	3-2 Elenco di temi materiali	102-47	Elenco dei temi materiali	44-47	
		102-49	Modifiche nella rendicontazione		
		103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	48-83	
	3-3 Gestione dei temi materiali	102-11	Principio de precauzione		
		103-2-c-vi	La modalità di gestione e le sue componenti		
		103-3	Valutazione delle modalità di gestione		
		3-3 Creazione valore economico condiviso	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	15, 29, 33-35, 43, 45, 48-49, 62, 65
		Coesione soci	201-2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità derivanti dal cambiamento climatico	
		Fidelizzazione anchor client Finanza agevolata	201-4	Assistenza finanziaria ricevuta dal Governo	

GRI Standard 2021	Informativa	GRI Standard 2016 (salvo diversamente indicato tra parentesi)	Pag. Report Way2Global 2022 (O eventuale motivo omissione)	
GRI3 Temi materiali	Governance Benefit Sicurezza dati e IT	202-1	Rapporti tra il salario standard di un neoassunto per genere e il salario minimo locale	
		202-2	Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale	
		203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	15, 23, 41, 72, 75, 40-43, 48-83, 59, 85, 89
		203-2	Impatti economici indiretti significativi	
		205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	
		205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	
		Evoluzione Green Translations Corporate branding	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione
			302-2	Energia consumata al di fuori dell'organizzazione
			302-4	Riduzione del consumo di energia
			305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)
	305-2		Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	
	305-3		Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	
	305-4		Intensità delle emissioni di GHG	
	Sussidiarietà	305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	
		401-1	Nuove assunzioni e turnover	30, 41, 49, 72, 74
	Felicità delle persone Welfare aziendale	401-3	Congedo parentale	
		403-1 (2018)	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	
		403-2 (2018)	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	
		403-3 (2018)	Servizi di medicina del lavoro	
		403-4 (2018)	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	
		403-5 (2018)	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	
		403-6 (2018)	Promozione della salute dei lavoratori	22, 30-33, 36, 41, 49, 51, 53, 59, 61-62, 67-75, 87-89
		403-7 (2018)	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	
		403-8 (2018)	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	
		404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	
		404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	
		404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	
Innovability		405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	15, 21-25, 30-33, 48-53, 65, 67-71, 89
	405-2	Rapporto tra stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini		
Sussidiarietà	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	31-33, 36, 40, 45, 51, 61, 66-71, 76-78, 88	
Costruzione di filiere sostenibili	414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	23, 34, 40, 45, 50, 62, 66-71, 76-83, 85	
	414-2	Impatti sociali negativi sulla catena di fornitura e azioni intraprese		



Way2Global Srl SB

Global Headquarters:

Milano - Italy

P.le L. Cadorna 10- 20123

+39 02 66 66 13 66

info@way2global.com

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

Bruxelles – BE

Avenue Louise
65/11,
Brussels,
1050,
Belgium
bruxelles@way2global.com

Laura Gori

Founder&CEO, Impact Manager, CVO certificata

laura.gori@way2global.com

Skype: laura.gori

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