



Report di Sostenibilità

Anno 2022

Realizzato da

esg·view
THE SUSTAINABILITY AWARENESS JOURNEY



Report di Sostenibilità

Anno 2022





Profilo dell'organizzazione

GRI 2-1 • GRI 2-2 • GRI 2-6

Customer Experience Italia offre ai propri clienti un approccio multidisciplinare per la progettazione e l'implementazione della customer experience: esperienza diretta sul campo e pragmatismo al servizio dei più innovativi modelli di riferimento. Supporta lo sviluppo commerciale dei clienti e l'efficienza dei loro modelli attraverso progetti di consulenza su processi, sistemi e organizzazione.

Rende autonomi i clienti con percorsi di customer experience, tecniche di vendita, soft skills e competenze manageriali, PNL e coaching, grazie all'integrazione delle diverse modalità di apprendimento e sviluppo personale. È presente in Italia con 7 sedi, cui si affianca quella di Londra.

La presente rendicontazione prende in oggetto la sede principale di Customer Experience Italia S.p.A., via Ottavio Revel, 16 a Torino e le sedi presenti in Italia.



Report di Sostenibilità 2022



Realizzato da





Sommario

Profilo dell'organizzazione	p. 3
Informazione di rendicontazione	p. 7
Customer Experience Italia e gli SDGs	p. 9
Comunicazione multicanale	p. 10
Stakeholder Engagement e Next Steps	p. 14
Ambiente	p. 21
People	p. 27
Network e Territorio	p. 33
Modello di Business e Innovazione	p. 37
Leadership e Governance	p. 41
Indice dei GRI	p. 44

A blue-tinted photograph of two men in business suits leaning over a table, looking at documents. The man on the left is bald and has a beard, while the man on the right has short hair and is wearing glasses. They appear to be in a collaborative work environment.

“

Esperienza sul campo e pragmatismo, per affiancare le aziende nel loro percorso di innovazione.

Alessandro Caprioglio

Cofounder & Managing Director di Customer Experience Italia

Informazioni di rendicontazione

GRI 2-3 • GRI 2-4 • GRI 2-5

La società pubblica i propri risultati relativamente alla **sostenibilità ambientale e sociale all'interno di un apposito report**, a partire dal 2022 e con cadenza annuale. Nel periodo di rendicontazione non si è reso necessario procedere a riformulazione delle informazioni contenute nel report dell'anno precedente.




La Dichiarazione Non Finanziaria è stata redatta in conformità ai **GRI Sustainability Reporting Standards**, definiti nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI Standards) e aggiornati al 2021, in associazione con il **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)** per la definizione dei temi materiali. La rendicontazione in oggetto è stata sottoposta a revisione dal revisore designato CRIF/CRIBIS in base ai principi ed alle indicazioni contenuti nell'**ISAE3000** (International Standard on Assurance Engagement 3000 - Revised) dell'**International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)**.

Il presente report di sostenibilità è redatto con riferimento ai GRI da ESG-VIEW (www.esg-view.com)

La presente dichiarazione è pubblicata sul sito di **Customer Experience Italia**, all'indirizzo www.customerexperienceitalia.it.

È possibile richiedere informazioni alla mail info@customerexperienceitalia.it.

La **rendicontazione** è stata effettuata sulla base del questionario somministrato a **Customer Experience Italia** in data 13/01/2023 da Synesgy e visibile all'indirizzo URL www.synesgy.com/it.

-  **GRI Sustainability Reporting Standards**
-  **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)**
-  **ISAE3000 International Auditing and Assurance Standard Board**

SDGs: obiettivi ONU di sviluppo sostenibile



Il **25 settembre del 2015** i governi di **193 Paesi membri dell'ONU** hanno firmato l'**Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile**.

Un programma d'azione approvato dall'Assemblea Generale dell'ONU, che include 17 specifici Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile, inquadrati all'interno di un programma d'azione più vasto che prevede un totale di 169 target o traguardi.

I 17 Goals impegnano governi e nazioni ma anche ogni singola impresa. I principi ESG sono la declinazione di quanto le imprese devono fare.

Environmental

- ✓ Dipendenza da combustibili fossili
- ✓ Impronta idrica elevata
- ✓ Complicità nella deforestazione
- ✓ Smaltimento dei rifiuti

Social

- ✓ Conflitti con le comunità locali
- ✓ Attenzione alla sicurezza e alla salute dei dipendenti
- ✓ Tutela delle diversità
- ✓ Corretti rapporti interpersonali tra i dipendenti

Governance

- ✓ Bonus sproporzionati rispetto agli stipendi dei dipendenti
- ✓ Coinvolgimento in scandali legati alla corruzione
- ✓ Apertura di filiali offshore allo scopo di eludere il fisco

Customer Experience Italia e gli SDGs

Il questionario Synesgy ha permesso a Customer Experience Italia di mappare le materialità ed i temi nell'ambito della sostenibilità, ponendo così in evidenza i fatti più rilevanti realizzati nell'anno di rendicontazione considerato e fornire ai propri stakeholder un quadro immediato, ma soprattutto certificato – poiché risponde a parametri internazionalmente riconosciuti – della propria attività.

Il percorso di consapevolezza avviato ha portato all'evidenziazione di un percorso virtuoso da parte di Customer Experience Italia e testimoniato dalla concordanza delle sue azioni con 6 dei 17 parametri SDGs (Sustainable Development Goals) riconosciuti dalle Nazioni Unite.



4 – QUALITY EDUCATION

Garantire un'istruzione di qualità inclusiva ed equa e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti.



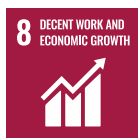
5 – GENDER EQUALITY

Raggiungere l'uguaglianza di genere e responsabilizzare tutte le donne e le ragazze.



7 - AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY

Integrare nel proprio ciclo produttivo soluzioni a basso impatto grazie all'utilizzo di fonti energetiche sostenibili.



8 - DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

Promuovere un'occupazione piena e produttiva, condizioni di lavoro dignitose ed incentivare una crescita economica duratura.



9 – INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

Infrastrutture resistenti, industrializzazione sostenibile e innovazione.



10 – REDUCED INEQUALITIES

Ridurre le disuguaglianze.



13 - CLIMATE ACTION

Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere i cambiamenti climatici.

La tracciatura delle tematiche grazie a Synesgy e alle 26 materialità, riconducibili agli ambiti ESG, sulla base di questa emersione, ha avviato un vero e proprio percorso di consapevolezza che coinvolge, attraverso più canali di comunicazione, tutti gli stakeholder.



Comunicazione Multicanale

Comunicazione multicanale

L'attività di **comunicazione multicanale basata sull'emersione** effettuata attraverso il questionario Synesgy ha permesso la realizzazione di un piano di comunicazione e condivisione dei seguenti contenuti:

Post LinkedIn suddivisi per ambiti

AMBIENTE



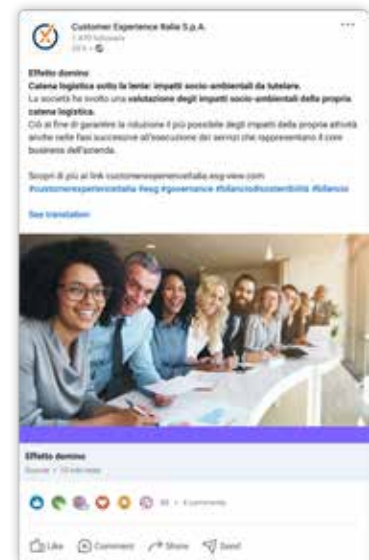
PEOPLE



NETWORK E TERRITORIO

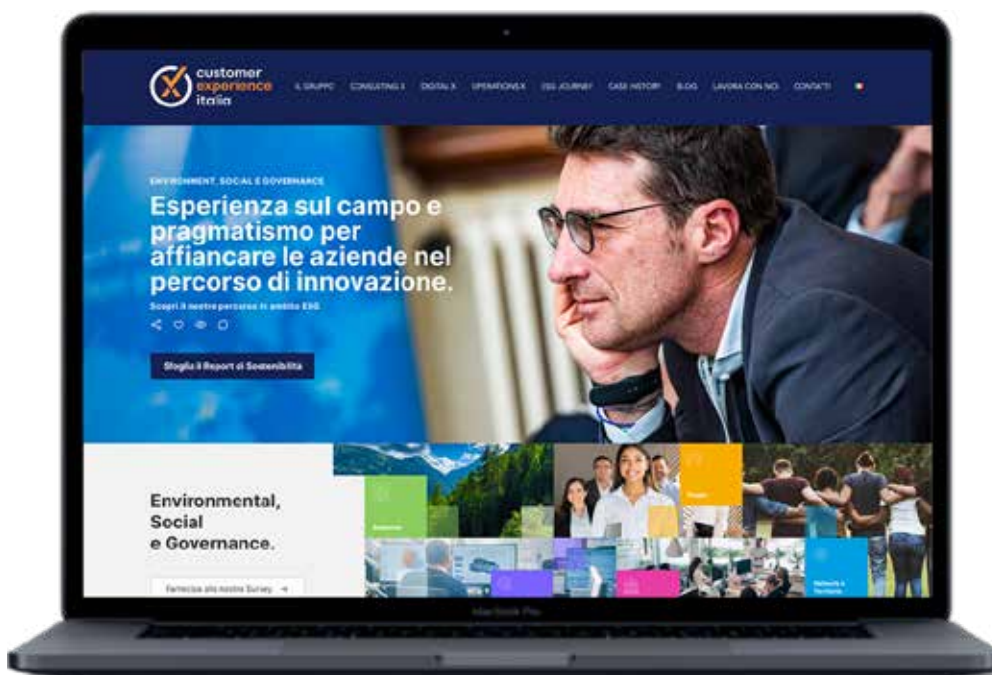


MODELLO DI BUSINESS E INNOVAZIONE





Landing page



Scan QRCode

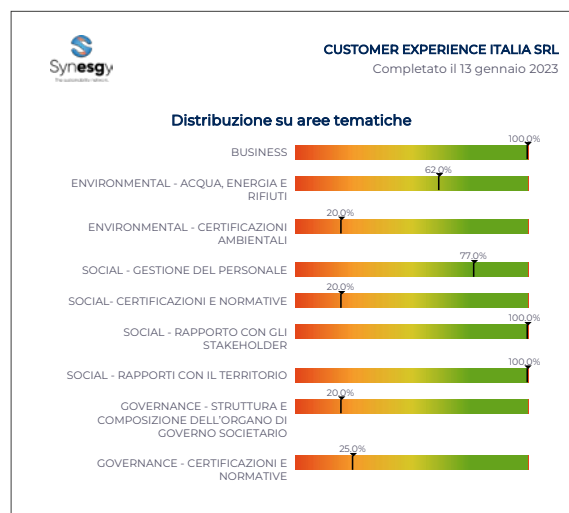
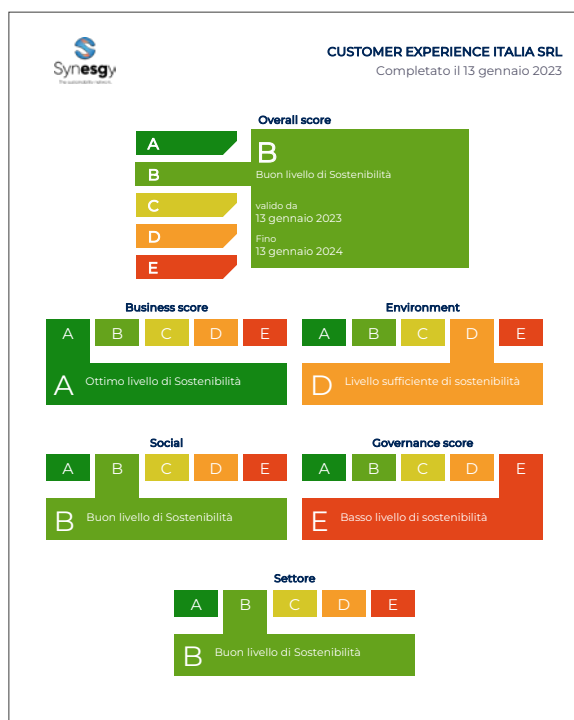




Stakeholder Engagement e next steps

GRI 2-29

Lo score Synesgy di Customer Experience Italia



Perché è stato importante per Customer Experience Italia compilare il questionario Synesgy?

- ✓ Ha permesso all'azienda di creare un circolo virtuoso con i propri clienti, fornitori e tutti gli stakeholder
- ✓ Si appoggia su di una piattaforma che permette la raccolta dei dati in pochi istanti
- ✓ È un questionario utilizzabile in tutti i circuiti bancari riconosciuti, poiché basato su criteri di misurazione internazionali (GRI)
- ✓ Viene realizzato da CRIF, player riconosciuto a livello internazionale
- ✓ I dati vengono condivisi in tempo reale

L'obiettivo dello Stakeholder Engagement

L'obiettivo di rafforzare un **modello di business sostenibile** comporta, oltre al presidio e miglioramento degli impatti ambientali e sociali, anche l'esigenza di **dialogo e confronto con gli stakeholder**.

La capacità di comprensione e valutazione dei bisogni e delle aspettative degli stakeholder assume particolare rilievo nell'ottica della **condivisione di un valore comune** orientato al miglioramento dell'impatto, della **qualità e dell'efficienza dei servizi aziendali** e, contestualmente, del **benessere degli stakeholder** che direttamente o indirettamente si rapportano alla società.

Grazie all'attività di ascolto/confronto nei confronti di diversi portatori di interesse ed attori locali, è possibile creare le condizioni per orientare le **strategie di sostenibilità della società** stessa, definendo obiettivi nell'interesse comune.

Next Steps: workshop e survey

Al fine di **migliorare il proprio score**, portandolo da "B" ad "A" **entro un anno**, sarà fondamentale per Customer Experience Italia muoversi in due direzioni: da un lato, grazie al questionario Synesgy, attivare una serie di azioni per il miglioramento del proprio asset organizzativo e, dall'altro, attivare un vero e proprio percorso di stakeholder engagement.

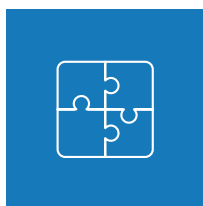
Sotto quest'ultimo punto di vista, infatti, sarà fondamentale per Customer Experience Italia individuare i propri stakeholder, nonché il livello di coinvolgimento in considerazione delle funzioni e degli strumenti di confronto e dialogo ed attivare insieme a loro un percorso di ascolto/confronto mediante survey, prevedendo, a tal scopo, l'avvio di un'attività di pianificazione delle azioni di engagement.

A partire da quanto rilevato attraverso il questionario, infatti, l'azienda ha avviato la propria fase di **"emersione"**. A seguire da tale fase, mediante un **workshop che coinvolge l'ESG manager, CFO, COO, Marketing e Comunicazione**, ha ora la possibilità di definire:



Mappatura

Mappatura stakeholder, target dell'attività di awareness e individuazione/integrazione dei target SDGs selezionati dall'azienda.



Valutazione

Valutazione dell'importanza degli stakeholder da parte del Board e assegnazione del livello di rischio.



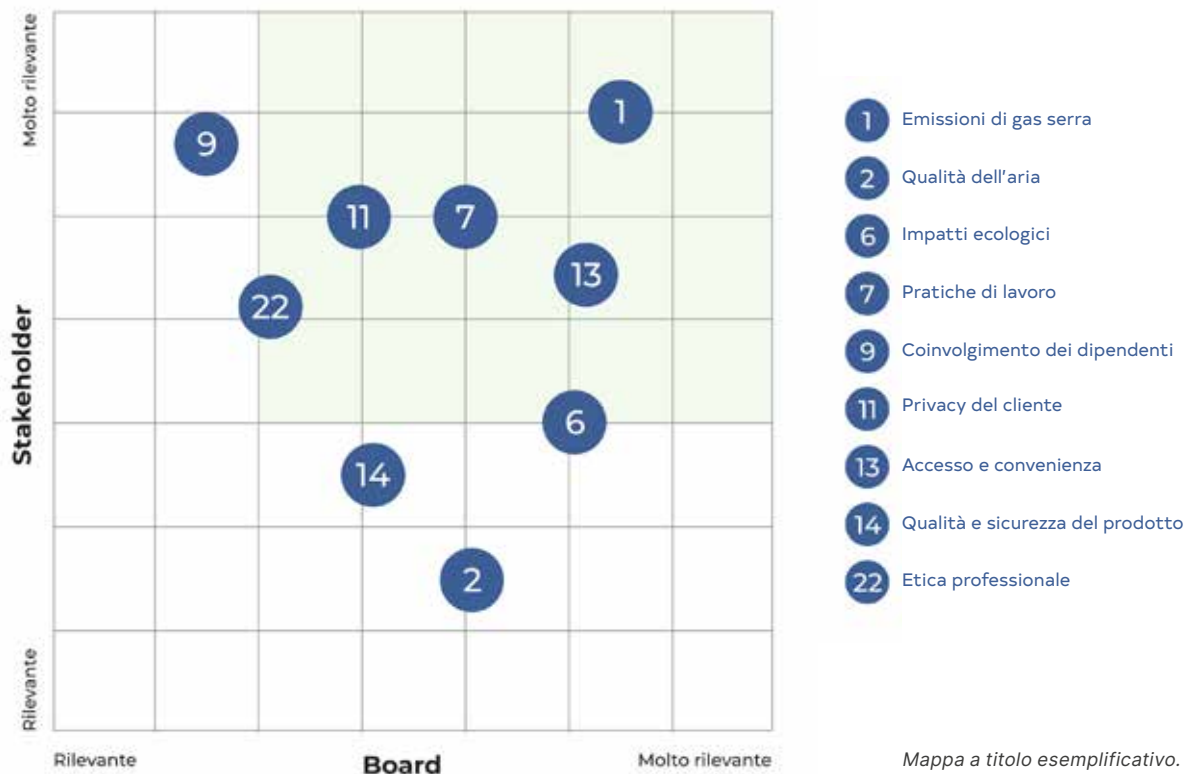
Tracciatura

Tracciatura delle tematiche e delle 26 materialità, riconducibili agli ambiti ESG su cui l'azienda ha già attivato la comunicazione ed azioni prioritarie.

Dalla prima selezione degli stakeholder e dall'individuazione delle tematiche ritenute prioritarie da Customer Experience Italia, sarà possibile realizzare una prima **survey** al fine di confrontare la percezione di importanza del Board sulle suddette tematiche con quella degli stakeholder individuati.

La compilazione delle survey da parte degli stakeholder, permetterà la generazione di **mappe di materialità**, la cui analisi, sia come dato aggregato, quanto come dato differenziato per singolo cluster di stakeholder, consentirà di guidare l'attività di stakeholder engagement e, di conseguenza, la comunicazione dell'azienda nei prossimi anni, al fine di creare valore condiviso tra tutto l'ecosistema aziendale in tema di sostenibilità ambientale, sociale ed economica e migliorare di conseguenza il proprio score.

I dati di scollamento tra le priorità del Board e quelle degli stakeholder forniranno infatti le direttrici per i temi materiali sui quali l'Azienda dovrà indirizzare le proprie attività di comunicazione nel futuro e che le permetteranno di migliorare il proprio score.



Le azioni consigliate da Synesgy



Business e governance aziendale

- Applicare un sistema per la gestione dell'energia.
- Implementare una Funzione di Risk Management per i controlli interni dell'azienda.
- Applicare un sistema per la gestione ambientale.



Acqua, energia e rifiuti

- Prediligere fornitori di energia elettrica che producano prevalentemente da fonti rinnovabili.
- Svolgere interventi di efficientamento energetico (es. installazione di pannelli solari o di impianti che permettono di produrre o consumare fonti rinnovabili; sostituzione degli impianti di riscaldamento e/o climatizzazione; sostituzione delle classiche lampadine con fonti di illuminazione a basso consumo come i LED).
- Valutare di dotarsi di impianti per la produzione di energia da fonti rinnovabili.
- Calcolare l'impronta di carbonio di un prodotto/servizio centrale al fine di comprenderne l'impatto ambientale e individuare le opportune azioni di miglioramento.

Certificazioni Ambientali

- Adottare la certificazione ISO 14001 sulla gestione ambientale.
- Adottare la certificazione ISO 50001 sui sistemi di gestione dell'energia.
- Adottare strumenti di valutazione dell'impatto ambientale, quali Life Cycle Assessment, Carbon Footprint, Water Footprint, Environmental Product Declaration, EcoLabel, Registrazione EMAS.



Gestione del personale, Certificazioni e Normative

- Adottare le certificazioni OHSAS 18001 o la norma UNI EN ISO 45001 relativamente alla gestione sicurezza e salute lavoratori.
- Pubblicare sul proprio sito web la propria politica aziendale riguardante i temi dell'Equality, Diversity e Inclusion.
- Adottare la certificazione ISO 26000 sulla responsabilità sociale delle imprese.



Certificazioni normative

- Adottare la certificazione certificazione ISO 9001 sul sistema di gestione della qualità.
- Dotarsi di un codice etico che includa riferimenti a tematiche di sostenibilità.
- Adottare la certificazione certificazione ISO 37001 sull'anti-bribery management (prevenzione della corruzione).



Rapporto con gli Stakeholder e con il Territorio

- Comunicare il proprio impegno in merito a tematiche socioambientali tramite il sito internet istituzionale.





Ambiente



Gestione degli impatti ambientali

GRI 2-25 • GRI 3-3 • GRI 302-1

Le organizzazioni possono essere coinvolte negli impatti o tramite le proprie attività o a causa dei loro rapporti commerciali con altre entità. Fondamentale è, quindi, per l'azienda individuare gli impatti che provoca, ma anche quelli che contribuisce a provocare e che sono direttamente correlati alle sue attività, ai suoi prodotti o servizi attraverso un rapporto commerciale. In tale contesto, l'azienda virtuosa è quella che evidenzia tali impatti e ne identifica le strategie per evitare, mitigare, porre rimedio agli effetti negativi o migliorare ulteriormente quelli positivi.

La società monitora con appositi indicatori quantitativi, le proprie performance di sostenibilità a tema ambientale.

La società utilizza applicazioni e tecnologie che consentono data analytics (es. analisi dei dati relativi ai consumi energetici e di materiale).

La società effettua una rendicontazione dei propri consumi.

La rendicontazione dei consumi ha come fine la valutazione delle performance rispetto a specifici obiettivi ambientali che la società si è posta di raggiungere nell'arco di 5 anni.



L'azienda offre incentivi ai dipendenti che utilizzano i mezzi pubblici o veicoli ecologici per raggiungere il luogo di lavoro.

Energia

GRI 3-3 • GRI 302-1

Il consumo energetico per l'azienda, associato alle forme di razionalizzazione, rappresenta un parametro fondamentale per descrivere l'impatto che questa ha non solo in termini di efficienza, ma anche di ricadute sull'ambiente. Il sistema di monitoraggio in termini di energia utilizzata/distribuita/ risparmiata consente all'azienda di identificare le aree nelle quali è maggiormente necessario intervenire per una migliore razionalizzazione delle risorse, nell'ottica di una sempre miglior strategia per il suo efficientamento.

La società ha un consumo di energia elettrica pari a 200 MWh.

La società dispone di impianti di produzione d'energia.

Gli impianti di produzione d'energia di cui dispone l'azienda sono di tipo fotovoltaico.

L'azienda adotta delle misure per l'ottimizzazione e/o la riduzione dell'impronta ambientale delle proprie attività, ad esempio, dal punto di vista energetico (es. illuminazione LED).

Le misure per l'ottimizzazione/riduzione dell'impronta ambientale delle proprie attività avviene mediante illuminazione al led, distacco dell'elettricità per postazioni non attive.

L'azienda dispone di accordi per fornitura di energia che prevedono un mix energetico a minor impatto ambientale (es. energia proveniente da fonti rinnovabili).

Le sedi principali dell'azienda hanno ottenuto certificazioni da terze parti legate alla classe energetica degli edifici.

Acqua e scarichi idrici

GRI 303-5

La gestione in maniera **sostenibile delle risorse idriche** è di fondamentale importanza per l'impatto dell'organizzazione a tema ambientale, considerate come bene condiviso e da preservare.

Operare con gli stakeholder in questo contesto è essenziale per l'organizzazione, affinché le risorse idriche siano **gestite in modo sostenibile come bene condiviso** e per tenere conto delle necessità degli altri utenti del bacino idrografico. Insieme agli stakeholder, l'organizzazione può definire gli **obiettivi collettivi per l'utilizzo dell'acqua**, maggiori investimenti in infrastrutture, promozione di politiche, sviluppo di capacità e sensibilizzazione. È importante quindi, in tale contesto, coinvolgere i propri stakeholder, a partire da quelli interni e più vicini all'azienda – dipendenti, lavoratori non dipendenti, consulenti, fornitori, in primis – per la **condivisione delle best practices** in termini di razionalizzazione delle risorse idriche e di miglior utilizzo e sfruttamento di esse.

L'acqua consumata in un anno da tutte le sedi aziendali è pari a 1000 m³.

Emissioni

GRI 305-1 • GRI 305-5

Le emissioni di GHG dirette o indirette, le emissioni di altri gas tossici per l'ozono ed il loro monitoraggio, nonché le azioni volte alla loro riduzione, confermano l'atteggiamento dell'organizzazione verso la **riduzione del proprio impatto produttivo nei confronti dell'ecosistema.**

Ad influenzare il livello delle emissioni dirette sono anche le **fonti energetiche di proprietà o controllate dall'organizzazione**, come la generazione di elettricità, il riscaldamento, il raffreddamento ed il vapore, poiché risultato della combustione di fonti energetiche. Da ciò discende l'importanza del **monitoraggio delle emissioni da parte dell'azienda**, ma anche e soprattutto il suo concorrere ad un sempre maggior efficientamento delle risorse energetiche condizionanti dei livelli di emissioni nell'aria.

L'azienda misura le emissioni aziendali relative all'inquinamento atmosferico.

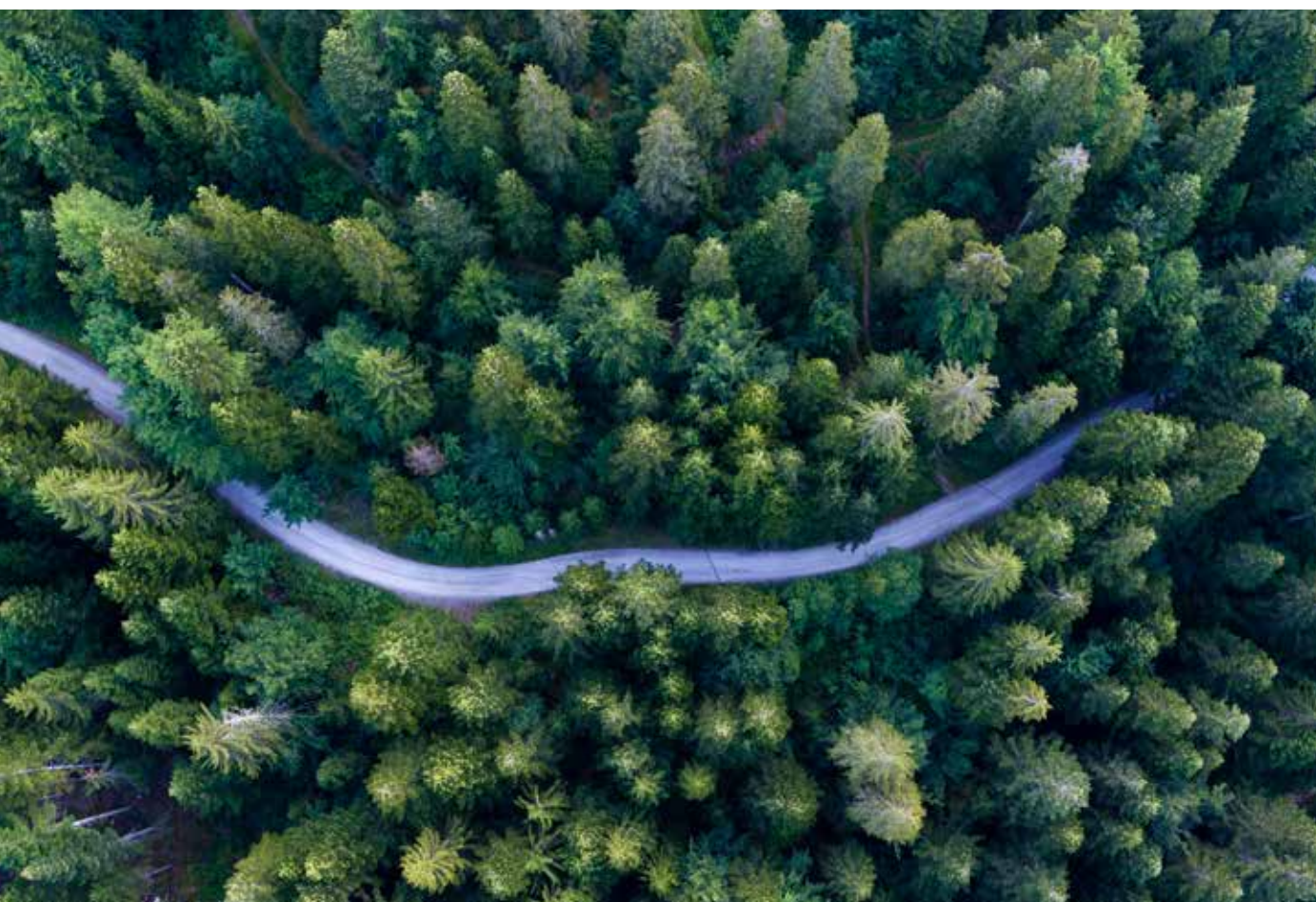
Il totale delle emissioni di gas serra SCOPE 1 (emissioni dirette) è pari a 100 t CO2 eq.

La percentuale di riduzione di GHG rispetto all'anno precedente è del 3%.

L'azienda è dotata nel proprio parco auto di 2 mezzi Diesel.

Il parco mezzi che possiede la società è composto da Diesel/ Benzina.

La società possiede un parco mezzi per le proprie attività.



Rifiuti

306-2

Nel contesto dei GRI Standards, la dimensione ambientale della sostenibilità riguarda gli **impatti di un'organizzazione sui sistemi naturali viventi e non viventi**, compresi il terreno, l'aria, l'acqua e gli ecosistemi. In questo contesto si innesta il **tema dei rifiuti** che possono essere generati dalle attività proprie dell'organizzazione, ma possono essere anche generati da soggetti a monte e a valle nella catena del valore dell'organizzazione.

I rifiuti, quindi, possono avere **impatti negativi significativi sull'ambiente e sulla salute umana** se gestiti in maniera inadeguata.

Il totale dei rifiuti prodotto nel corso dell'ultimo anno dall'azienda è pari a 10 ton.

La società nelle sue sedi effettua la raccolta differenziata.

L'azienda conferisce in differenziata plastica.



10
Tonnellate

L'azienda ha implementato progetti/azioni per la riduzione del consumo di plastica e/o carta nelle proprie sedi principali: infatti ha previsto azioni che riguardano la riduzione sia di carta che di plastica.

L'azienda in particolare, in tema di progetti/azioni per la riduzione del consumo di plastica e/o carta nelle proprie sedi principali, ha adottato l'utilizzo di solo materiale riciclabile, dato a ciascun dipendente una borraccia per ricarica acqua e azzerato la stampa adottando sistemi digitali di firma e condivisione.





People



Occupazione

**GRI 2-7 • GRI 2-24 • GRI 2-30 • GRI 3-3 • GRI 401-2 • GRI 403-1 • GRI 403-2
GRI 403-9 • GRI 405-1 • GRI 405-2 • GRI 406-1**

Fondamentale è comprendere l'**approccio dell'organizzazione** all'impiego e alla creazione di posti di lavoro, nonché all'assunzione, selezione e retention del personale, nonché a pratiche connesse, ivi comprese le condizioni di lavoro che essa offre.

La **stabilità del proprio organico** dal punto di vista contrattuale, collegata a politiche di welfare interne, costituiscono elemento fondante affinché l'organizzazione possa **garantire performance elevate** in tema di produttività.

Un ambiente di lavoro adeguato, che favorisca l'inclusione sociale e l'equilibrio tra vita professionale e privata dei dipendenti, valorizzi la diversità e offra pari opportunità, accompagnato da strumenti di welfa-re, migliora le performance dell'impresa e rafforza la capacità di adattamento dell'organizzazione a eventi di carattere straordinario.

La società svolge la propria attività, applicando un sistema per la gestione della sicurezza e salute dei propri dipendenti.

DIPENDENTI	Numero Donne	Numero Uomini
Quadri	2	1
Impiegati	6	2
Retribuzione media	40.000€	40.000€

La differenza percentuale di salario base annuale per categoria professionale più rappresentata tra uomini e donne è pari allo 0%.

L'età media dei dipendenti è tra i 30 ed i 50 anni.

La percentuale sul totale dei dipendenti con contratto a tempo determinato è pari al 5%.

L'azienda ha assunto, sul totale del personale, un 10% di dipendenti appartenenti alle categorie protette ex 68/99 o soggetti svantaggiati ex L.381/91.

Gli infortuni occorsi nell'anno corrente sono minori o uguali a 3.

Gli infortuni occorsi nell'anno precedente - 2022 - sono minori o uguali a 3.

Gli infortuni occorsi due anni fa - 2021 - sono minori o uguali a 3.

I giorni persi in totale, nell'anno corrente, per casi di infortunio che hanno comportato un'inabilità temporanea al lavoro sono stati meno o pari a 10.

I giorni persi in totale, l'anno scorso, per casi di infortunio che hanno comportato un'inabilità temporanea al lavoro sono stati meno o pari a 10.

I giorni persi in totale, due anni fa, per casi di infortunio che hanno comportato un'inabilità temporanea al lavoro sono stati meno o uguali a 10.

Il numero medio complessivo di ore lavorate nel corso dell'ultimo anno sono state pari a 1600.

Nell'arco dell'ultimo anno, l'azienda ha creato 3 nuovi posti di lavoro.

L'azienda applica il CCNL Telecomunicazioni.



3

Nuovi posti di lavoro creati

L'azienda, in tema di welfare, mette a disposizione del proprio personale:

- ✔ Flessibilità oraria/smart working,
- ✔ Convenzioni con realtà del territorio (*buoni carburante/buoni spesa/sconti*),
- ✔ Portafoglio welfare (*spesa istruzione/assistenza familiari/sanitarie*),
- ✔ Agevolazioni per famiglie (asilo e summer camp, borse di studio),
- ✔ Premio produttività,
- ✔ Persona preposta al welfare in azienda.

L'azienda misura con un sondaggio periodico e regolare il grado di soddisfazione dei propri dipendenti. L'azienda applica delle policy interne aggiuntive a garanzia della salute e la sicurezza sul lavoro dei propri dipendenti.

L'azienda dispone di policy specifiche relative alla parità di genere nell'organico aziendale. L'azienda dispone di policy volte all'integrazione di personale straniero e/o disabile.

Formazione

GRI 403-5 • GRI 404-1 • GRI 404-2

Lo sviluppo e il **mantenimento delle professionalità e delle competenze** sono condizioni che permettono alle imprese di poter perseguire i propri **obiettivi strategici** di creazione di valore all'organizzazione.

Il numero di ore dedicate a corsi di formazione nel corso dell'ultimo anno è pari a 400.

Le principali tematiche trattate sono;

- ✔ Salute e sicurezza sul lavoro,
- ✔ Lotta alla corruzione.

L'azienda ha attivato corsi di formazione in merito alla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro aggiuntivi rispetto a quanto previsto per legge. L'azienda prevede attività di formazione con focus specifico sulla sostenibilità.









Network e Territorio



Comunità locali

GRI 203-1 • GRI 404-2 • GRI 408-1 • GRI 409-1 • GRI 413-1

L'integrazione della società con la comunità locale, mediante la realizzazione di interventi che aprono letteralmente le porte della realtà produttiva ai residenti, è certamente un punto forte ed in progressivo sviluppo per limitare/migliorare gli impatti che l'azienda ha sul territorio circostante. Diventa fondamentale, infatti, in un'ottica di creazione di valore condiviso, il rapporto che l'azienda instaura con il territorio nel quale si iscrive la propria sede ed il proprio ambito di operatività, al fine di implementare quello scambio di aspettative, esperienze, suggerimenti che immancabilmente influenzano le strategie di crescita dell'impresa stessa e riducono/migliorano il proprio impatto sulla collettività.

Importante è quindi il rapporto che l'azienda instaura con le comunità locali, tale per cui la collettività non debba subire l'operatività di questa, ma ne diventi un attore vero e proprio con una forte capacità di condizionamento delle scelte operative e di sviluppo.

La società rende pubblica la propria policy in tema di gestione dei diritti umani sul proprio sito web.

Sono stati svolti progetti nelle scuole o nella comunità su tematiche inerenti alla sostenibilità.



Sono state effettuate donazioni/sponsorizzazioni/liberalità a vantaggio della comunità della zona in cui opera.

Le donazioni/investimenti attuate in favore della comunità nell'ultimo anno ammontano a € 2.500.

L'azienda mette in atto iniziative e/o progetti di formazione/educazione dedicati alla collettività sulle tematiche di business. (es. webinar, eventi, ecc.).

L'azienda mette in atto iniziative e/o progetti di formazione/educazione dedicati alla collettività sulle tematiche di sostenibilità. (es. webinar, eventi, ecc.)

L'azienda applica convenzioni relative al proprio business per i giovani. (Es. sconti, agevolazioni, promozioni, ecc.).

Rapporti con la clientela

GRI 418

In tema di rapporti con la clientela, è di grande importanza come l'**azienda consideri gli impatti sulla salute e sicurezza** dei propri clienti, a partire dai prodotti e servizi che essa realizza e come questi impatti vengano valutati nelle diverse fasi del **ciclo di vita della propria attività**, dallo sviluppo del concept del prodotto, alla fase di ricerca e sviluppo ed eventuale successiva certificazione.

Lo stesso impatto va ricercato nelle **fasi di realizzazione**, quindi di fabbricazione e produzione, ma anche nel marketing, fino alla fornitura, all'utilizzo e all'**attenzione che l'azienda pone** successivamente, comprendendo una fase di supporto post vendita fino al ciclo di fine vita del prodotto o servizio.

In questa logica, diventano quindi **rilevanti le iniziative intraprese** dall'organizzazione per affrontare il tema della salute e della sicurezza durante l'intero ciclo di vita di un prodotto o di un servizio e le **valutazioni che attengono** a questa tematica, ivi compresa la sempre più importante privacy e sicurezza dei dati.

L'azienda è dotata di una politica sulla privacy e sicurezza dei dati.

L'azienda ha implementato progetti o azioni volti all'integrazione delle tecnologie cloud in fase di archiviazione al fine di massimizzare la capacità di raccolta e di utilizzo dei dati. (es. sostituzione di archivi cartacei con database digitali, dematerializzazione).

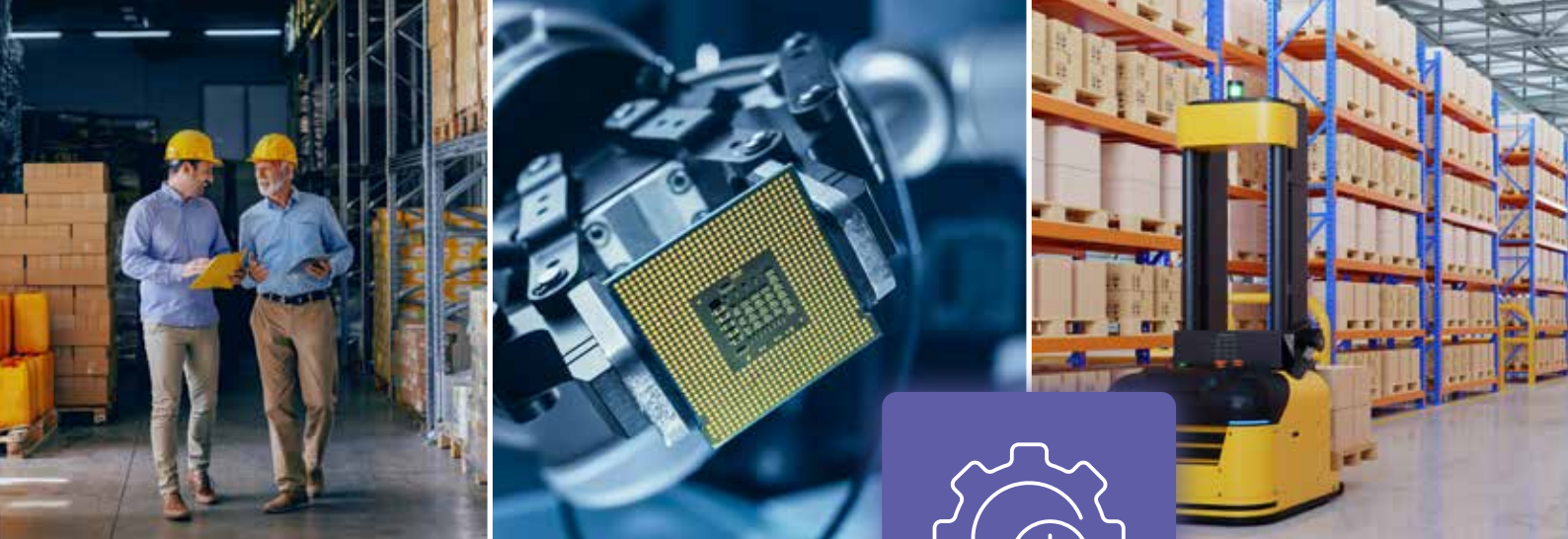
La società ha attuato azioni/iniziative volontarie volte alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali e della privacy, oltre alle richieste normative (es. GDPR).







Modello di Business e Innovazione



Fornitori e pratiche di approvvigionamento

GRI 2-22 • GRI 2-27 • GRI 204-1 • GRI 308-1 • GRI 414-1 • GRI 419-1

Nell'ambito dei rapporti che l'organizzazione intrattiene con i propri fornitori, un capitolo estremamente importante riguarda la loro **valutazione sociale**, con ciò intesi gli impegni che **i fornitori assumono in termini di sostenibilità e comportamenti coerenti** con tali tematiche.

Nell'ottica di un **miglioramento costante** degli impatti e della mitigazione di quelli negativi, l'organizzazione è portata sempre più a valutare i comportamenti compliant dei fornitori in termini di **impatti sociali, economici ed ambientali** poiché tali impatti si riflettono direttamente ed indirettamente sulla catena del valore della società stessa.

Da un lato, quindi, l'organizzazione è portata al **monitoraggio del comportamento dei fornitori** e, dall'altro, alla definizione di **strategie ed azioni per limitare** la portata di quelli che hanno impatti negativi.

La società attesta il proprio sistema di gestione della qualità, avendo ottenuto la certificazione ISO 9001.

La società adotta un sistema per la valutazione dei fornitori.

Sistema di valutazione	Percentuale sul totale
Fornitori valutati per possesso certificazioni ambientali	50%
Fornitori valutati per possesso certificazioni sociali (salute e sicurezza)	70%
Fornitori valutati per vicinanza geografica	80%

Nella ricerca e selezione dei fornitori viene valutato e premiato il loro impegno per l'economia circolare.







Leadership e Governance



Governance

GRI 2-9

La **struttura di governo** dell'organizzazione, la composizione, le conoscenze ed i ruoli sono importanti per comprendere come la gestione degli impatti dell'organizzazione sull'economia, l'ambiente e le persone, compreso l'impatto sui loro diritti umani, sia **integrata nella strategia e nelle operazioni dell'organizzazione**, sottolineando altresì quanto la società stessa sia "attrezzata" per supervisionare la gestione degli impatti.

L'organo di governo societario è rappresentato da un Consiglio di Amministrazione.

L'organo di governo è formato da meno di 3 persone.

La presenza di donne all'interno dell'organo di governo è tra il 33% ed il 50%.

Etica professionale

GRI 2-22 • GRI 2-23 • GRI 2-24 • GRI 2-25 • GRI 307 • GRI 419

Gli impegni dell'organizzazione devono essere rivolti ad una **condotta aziendale responsabile**, incluso l'impegno a **rispettare i diritti umani**. Questi impegni costituiscono i valori, i principi e le norme di comportamento dell'azienda e la mission integrata all'interno degli obiettivi economici.

I diritti umani sanciti dalle norme nazionali ed internazionali, associati alle azioni dell'**organizzazione per prevenire o mitigare potenziali impatti negativi** per ogni tema materiale sono il reticolo attraverso il quale le attività dell'azienda devono transitare, ritenendo l'impegno politico come parte integrante della strategia aziendale. È quindi opportuno per l'azienda **individuare i propri fattori di rischio** e dotarsi di strumenti strategici per affrontarli.

La società ha un sistema di gestione dei rischi aziendali (Enterprise Risk Management), tra cui quelli ambientali e sociali.

L'azienda attua iniziative di sostenibilità e/o possiede una missione e/o una strategia formalizzata di sostenibilità per gestire gli impatti economici, sociali ed ambientali derivanti dalle proprie attività.

In particolare, la mission dell'azienda tiene conto dei fattori ambientali e sociali che vengono considerati anche nella strategia di lungo periodo.

L'azienda ha incaricato una persona dedicata alla sostenibilità.

L'azienda dispone di un sito internet istituzionale.

La società ha svolto una valutazione degli impatti socio-ambientali della propria catena logistica.



Compliance normativa

GRI 2-22 • GRI 2-25 • GRI 3-2

La compliance di un'organizzazione indica la capacità degli organi direttivi di garantire che le operazioni siano conformi a determinati parametri di performance o a standard universalmente riconosciuti. In questo contesto, l'ottenimento di certificazioni che attestino l'elevato grado di conformità dell'attività, settore o procedura aziendale, diventano garanzia agli occhi degli stakeholder e dei soggetti direttamente od indirettamente coinvolti dalla catena di valore dell'azienda, nell'ottica della riduzione o mitigazione degli impatti negativi su particolari tematiche legate alla sostenibilità, così in ambito sociale, ambientale ed economico.

La società pubblica i propri risultati relativamente alla sostenibilità ambientale e sociale all'interno di un apposito report.

La società pubblica i risultati relativi alla propria sostenibilità a partire dal 2022.

La società dispone di controlli interni, in particolare di una funzione di conformità.

Indice dei GRI

Dichiarazione d'uso

Customer Experience Italia ha rendicontato in riferimento ai GRI Standard per il periodo 1/1/2022 al 31/12/2022.

GRI Standard		Titolo del Gri	Capitolo/ paragrafo	Pagina
GRI 1		Foundation		
GRI 2		General disclosures 2021		3
	2-1	Dettagli organizzativi	Profilo dell'organizzazione	3
	2-2	Entità incluse nel reporting di sostenibilità dell'organizzazione	Profilo dell'organizzazione	3
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e contatti	Informazioni di rendicontazione	7
	2-4	Riformulazione delle informazioni	Informazioni di rendicontazione	7
	2-5	Assurance esterna	Informazioni di rendicontazione	7
	2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	Profilo dell'organizzazione	3
	2-7	Dipendenti	Occupazione	28
	2-9	Struttura e composizione della governance	Governance	42
	2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Fornitori e pratiche di approvvigionamento Etica professionale Compliance normativa	38 42 43
	2-23	Impegni politici	Etica professionale	42

	2-24	Incorporamento degli impegni politici	Occupazione Etica professionale	28 42
	2-25	Processi per rimediare a impatti negativi	Gestione degli impatti ambientali Etica professionale Compliance normativa	22 42 43
	2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	38
	2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Stakeholder engagement e next steps	14
	2-30	Accordi di contrattazione collettiva	Occupazione	28
GRI 3		Material Topics		
	3-2	Elenco di argomenti materiali	Compliance normativa	43
	3-3	Gestione dei temi materiali	Gestione degli impatti ambientali Energia Occupazione	22 23 28
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	Comunità locali	34
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	38
GRI 302: Energia 2016	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Gestione degli impatti ambientali Energia	22 23
	302-4	Riduzione del consumo di energia	Energia	23
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-5	Consumo di acqua	Acqua e scarichi idrici	23
GRI 305: Emissioni 2016	305-1	Emissioni dirette GHG	Emissioni	24

	305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	Emissioni	24
GRI 306: Rifiuti 2020	306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Rifiuti	25
GRI 307: Compliance ambientale 2016		Compliance ambientale	Etica professionale	42
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1	Nuovi fornitori valutati utilizzando criteri ambientali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	38
GRI 401: Occupazione 2016	401-2	Nuove assunzioni e turnover	Occupazione	28
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Occupazione	28
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Occupazione	28
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Formazione	30
	403-9	Infortuni sul lavoro	Occupazione	28
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	Formazione	30
	404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Formazione Comunità locali	30 34
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Occupazione	28
	405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Occupazione	28
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Occupazione	28
GRI 408: Lavoro minorile 2016	408-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	Comunità locali	34

GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio 2016	409-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	Comunità locali	34
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Comunità locali	34
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	38
GRI 418: Privacy dei clienti 2016		Privacy dei clienti	Rapporti con la clientela	35
GRI 419: Compliance socioeconomica 2016	419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Fornitori e pratiche di approvvigionamento Etica professionale	38 42

CONTATTI

Nicoletta Brina

La figura di riferimento per la **redazione del Report è stata Nicoletta Brina, Responsabile ESG del team ESG•VIEW**, la quale ha compilato il report in conformità agli Standard internazionali sulla base delle risultanti del questionario somministrato da **CRIF/CRIBIS** alle proprie aziende clienti nel mese di gennaio 2023.

info@esg-view.com





Customer Experience Italia SpA

Via Ottavio Revel 16

10121 Torino (TO)

Tel. +39 011 089 8131

info@customerexperienceitalia.it

www.customerexperienceitalia.it