

Artattack Group Srl

Impact Report Anno 2020

ArtAttack Group S.r.l.

Vicolo della Frusta 8/9 00153 Roma

Tel: 06 87911001 | Fax: 06 87911099 | C.F. 01989890593 | P.Iva 06520011005

CCIAA di Roma n. 972770 **CAPSOC 100.000,00 EURO**

arkage.it | netnoc.it | nuborn.it



Capitolo Zero. Arkage durante la pandemia. Seconda parte	5
Capitolo 1: Chi siamo	6
1.2 Vision	6
1.3 Mission	6
Capitolo 2 – Value Chain	7
2.1 – SDG	9
Capitolo 2: Usare il business come forza positiva	11
Le due caratteristiche fondamentali delle Società Benefit	11
Il responsabile dell’impatto	12
Capitolo 3: Lo statuto di Arkage	13
Capitolo 4 - La prima finalità specifica di beneficio comune: comunicazione positiva	14
Review Obiettivi 2020	14
Risultati ottenuti	14
Stories	14
Capitolo 5 - La seconda finalità specifica di beneficio comune: nuovi modelli economici	16
Review Obiettivi 2020	16
Review Obiettivi 2020	17
Target	18
Capitolo 7 - La quarta finalità specifica di beneficio comune: benessere dei collaboratori	19
Review Obiettivi 2020	19
Target	19
Commenti	20
Stories	20
Capitolo 8 - La quinta finalità specifica di beneficio comune: impatto positivo sulla comunità	22
STORIES	22
COMMENTI	22
Capitolo 9 - La sesta finalità specifica di beneficio comune: sostenibilità	24

Obiettivi 2020	24
Capitolo 10 - Responsabilità, sostenibilità, trasparenza: operiamo in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse	25
Report sintetico di impatto complessivo	26
Report completo 2017	26
GRI Analysis	27
PAYGAP RESULTS	34
Capitolo 11 - Obiettivi 2021	35

Capitolo Zero. Arkage durante la pandemia. Seconda parte

Credevamo sarebbe durata molto meno.

Abbiamo però tenuto fede alle promesse e alla chiosa del report dell'anno 2019.

Abbiamo lavorato per rinsaldare e migliorare il nostro profilo di sostenibilità lavorando sulla formazione, **reintroducendo i buoni pasto** per tutto il team e abbiamo introdotto numerose innovazioni in aderenza ai nuovi standard del BIA.

In particolare abbiamo:

- tracciato la nostra value Chain per definire gli SDG in cui tutti noi potremo dare il massimo contributo e ingaggiato tutti i nostri stakeholders interni
- introdotto nuove politiche di recruiting atte a migliorare il profilo globale del team
- introdotto nuove pratiche di monitoraggio fornitori per misurarne l'impatto ambientale e sociale e per monitorarne le buone prassi in materia di lavoro
- abbiamo modificato ed esteso i nostri documenti descrittivi, esplicitando chiaramente la posizione di Arkage, sia nel proprio Manifesto, sia nel Code of Conduct che ciascuno di noi è tenuto a seguire al meglio.
- **aderito agli standard di misurazione dei propri report ai principi di rendicontazione dei GRI 2016**

Capitolo 1: Chi siamo

Arkage (Artattack Group) è la prima agenzia di comunicazione a diventare in Italia Società Benefit e B Corp certificata. Siamo la prima agenzia italiana di comunicazione post-digital, specializzata nella creazione di esperienze utente coinvolgenti, che annullano il confine tra online e offline. Affrontiamo questa nuova era della comunicazione tenendo sempre presente il beneficio comune, i principi di sostenibilità e trasparenza nei confronti dei Clienti e della società, intesa come manifestazione della interculturalità intera.

1.2 Vision

Think of the bigger picture. Start from the data. Turn numbers into insights. Create for humans. Cry, laugh, be bored. It is ok not to be perfect. Code with a vision: make friends with machines. Make technology feel alive. Dream bravely. Start a journey even before you can see the whole route.

Get aboard.

Welcome the post-digital era.

1.3 Mission

Avere un impatto positivo sulla vita delle persone attraverso il miglioramento della qualità del tempo impiegato da dipendenti, collaboratori, fornitori, clienti e pubblico generalista a fruire dei contenuti di comunicazione dell'agenzia, in particolare:

- vivere e muoversi negli spazi fisici e virtuali gestiti da Artattack Group
- partecipare a incontri di business e attività di formazione
- leggere, ascoltare o visionare i contenuti creativi realizzati da Artattack Group
- fruire di esperienze fisiche o virtuali ideate e realizzate da Artattack Group

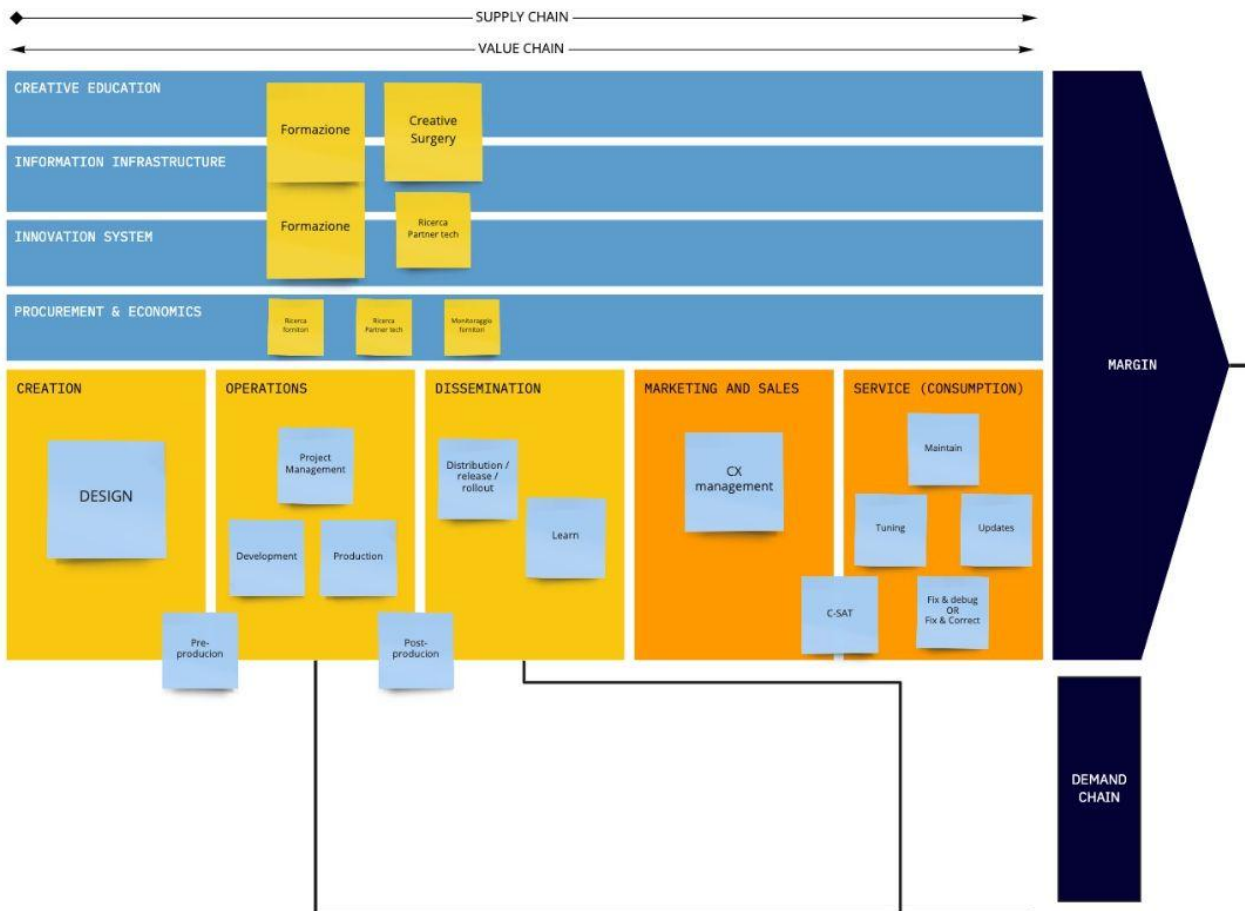
Capitolo 2 – Value Chain

Riportiamo di seguito due fasi dell'analisi della value Chain di Arkage.

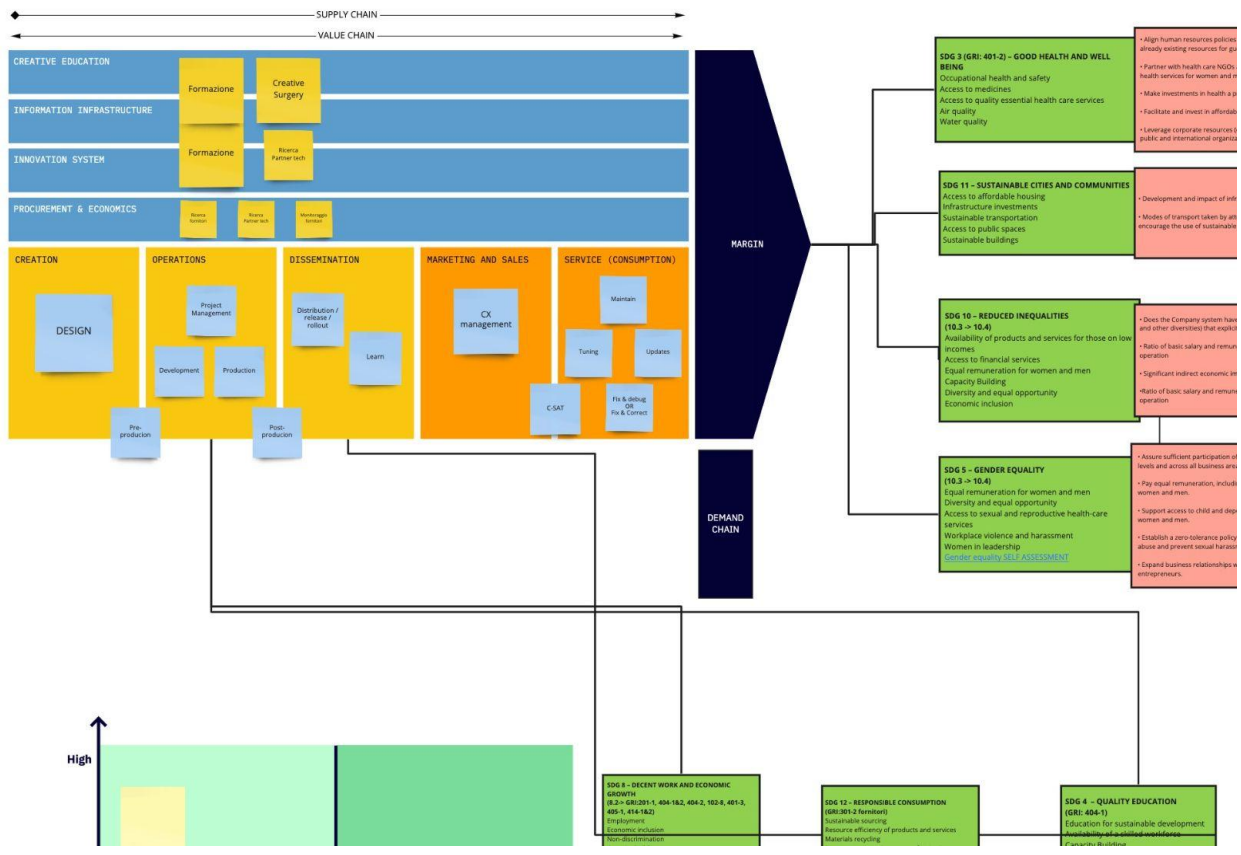
La prima è l'individuazione di tutte le fasi sia della value chain che della supply chain, arrivano fino alla fase di Marginalità.

La seconda è l'estensione della prima analisi e mostra gli SDG su cui riteniamo di poter dare il maggior contributo.

Riportiamo anche la matrice di materialità che quest'anno è trattata in maniera ancora **superficiale*** che ha consentito di individuare le aree di mappatura SDG e GRI per fornire in modo estensivo la rendicontazione.



La Value Chain a sua volta aderisce al modello presentato nel documento **Creative value chain defined by The 2009 UNESCO statistics (2009)**.



2.1 – SDG

Dall’analisi sono emersi i seguenti 7 SDG, che abbiamo poi sottoposto ai seguenti stakeholders:

- interni: 100% del team, 75% delle risposte
- interni: board + CEO
- esterni: 100% dei fornitori, X% delle risposte

SDG 3 – Garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età

SDG 4 – Garantire un’istruzione di qualità inclusiva ed equa e promuovere opportunità di apprendimento continuo per tutti

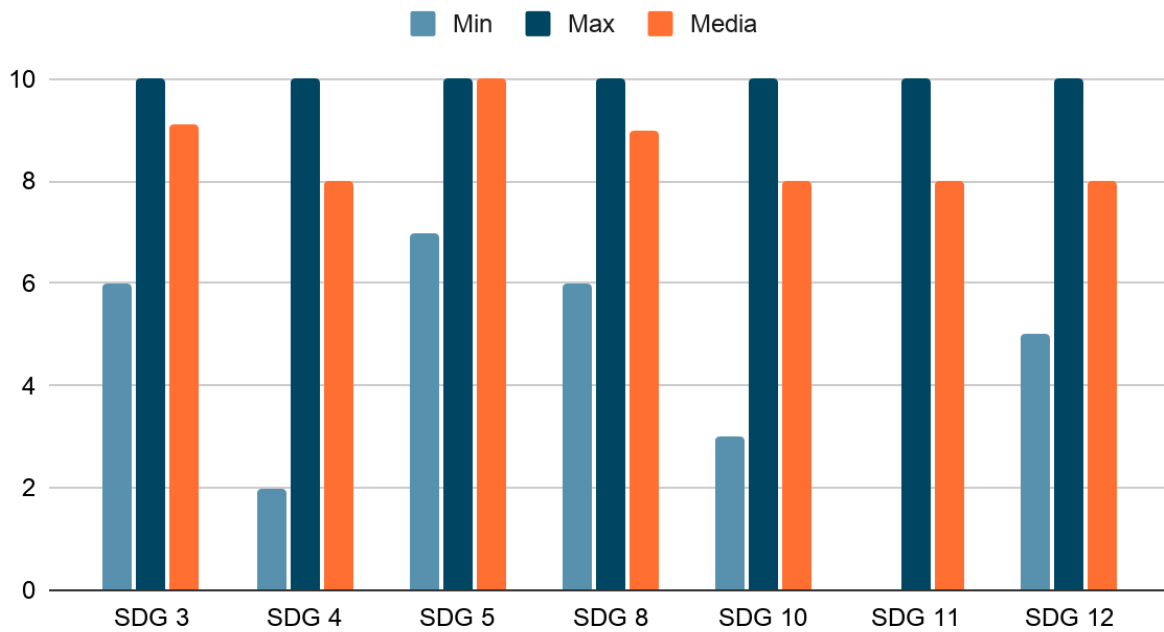
SDG 5 – Raggiungere l’uguaglianza di genere e l’autodeterminazione di tutte le donne e ragazze

SDG 8 – Promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, la piena occupazione e il lavoro dignitoso per tutti

SDG 10 – Ridurre le disuguaglianze all’interno dei e fra i Paesi
 SDG 11 – Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili
 SDG 12 – Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili

Abbiamo anche lasciato libertà di scelta sugli altri elementi della lista.

SDGs



Capitolo 2: Usare il business come forza positiva

In Arkage e ancora prima Artattack Group, crediamo che una buona comunicazione possa rendere il mondo un posto migliore e per questo il nostro scopo è di creare un nuovo modo di comunicare. Abbiamo iniziato a parlare di **native advertising** quando i banner erano ancora al disopra di ogni sospetto. Abbiamo creduto nel **content marketing**, per tornare a interessare il pubblico. **E crediamo nell'innovazione sostenibile e nella necessità di comunicarla.**

Vogliamo diffondere messaggi positivi per promuovere una cultura inclusiva e modelli economici, sociali e tecnologici a prova di futuro.

Le società benefit rappresentano un'evoluzione del concetto stesso di azienda e abbiamo scelto questo status giuridico per applicare nella pratica il messaggio di cui ci facciamo portatori.

Mentre le società tradizionali esistono con l'unico scopo di distribuire dividendi agli azionisti, le società benefit sono espressione di un paradigma più evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sulla biosfera.

Le due caratteristiche fondamentali delle Società Benefit

- 1) esplicitano l'attenzione verso tutti i portatori di interesse, sia shareholder che stakeholder, nel proprio oggetto sociale
- 2) misurano i propri risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente con la stessa completezza e con lo stesso rigore adottato per i risultati di tipo economico e finanziario.

Ci siamo riconosciuti nel modello Benefit Corporation e abbiamo trasformato il nostro

status giuridico da SRL a SRL Società Benefit (SB) nel 2017.

Abbiamo consolidato il nostro impegno B Corp con la certificazione B Corp, ricevuta a Novembre 2017.

Il protocollo di misurazione adottato da Arkage è il B Impact Assessment (<http://bimpactassessment.net/>) da quest'anno esteso nella versione rivista e completata con l'SDG Action manager, tool per coordinare ciascuna B Corp nell'adozione del/degli SDG più consoni. La misura dell'impatto si traduce in un numero su una scala di valori da 0-200 punti.

Il responsabile dell'impatto

La legge prevede che le Società Benefit nominino una persona responsabile del perseguimento delle attività di Beneficio Comune. In data 30/11/2017, gli amministratori di Arkage hanno nominato il Dott. Matteo Maria Ambrogi, Responsabile dell'Impatto, per lo svolgimento delle funzioni e dei compiti volti al perseguimento delle suddette finalità, come previsto dalla Legge 208/2015, ovvero quale soggetto preposto a coadiuvare la società nel perseguimento di tali obiettivi, valutando la coerenza e l'idoneità delle procedure aziendali rispetto al raggiungimento degli obiettivi sociali.

Capitolo 3: Lo statuto di Arkage

Nel nostro statuto sono indicate le seguenti specifiche finalità di beneficio comune, nelle pagine seguenti vi illustriamo come intendiamo perseguirle per l'anno 2019 e rivedremo insieme i risultati dell'anno precedente.

1. privilegia l'utilizzo di messaggi positivi nelle proprie attività e progetti di comunicazione promuovendone l'impatto sociale e ambientale positivo, con particolare attenzione allo sviluppo di una cultura inclusiva per il superamento di stereotipi estetici e culturali; basa la propria operatività, in linea con i valori fondanti, sul rigoroso rispetto delle persone secondo i principi di etica, trasparenza e inclusività;
2. ricerca adotta e promuove modelli e sistemi economici, sociali, tecnologici e di innovazione a prova di futuro: (i) privilegia la collaborazione con organizzazioni non profit e società benefit o B Corp certificate con formule contrattuali agevolate con la logica del "benefit credit"; (ii) promuove l'evoluzione della propria industry, dal punto di vista della conoscenza e della tecnologia, attraverso la collaborazione con università ed enti di ricerca;
3. favorisce la crescita professionale dei propri collaboratori, pratica una politica inclusiva all'interno dell'azienda e crea le condizioni favorevoli all'accoglienza, alla flessibilità e alla qualità del lavoro, anche con iniziative specifiche a sostegno della conciliabilità degli impegni di lavoro con quelli familiari;
4. persegue, anche attraverso l'uso di soluzioni tecnologiche, la massimizzazione del benessere di tutti i collaboratori con iniziative identificate ogni anno durante momenti collegiali e individuali di co-creazione, applicando framework sociologici riconosciuti;
5. promuove progetti ad impatto positivo sul territorio attraverso la collaborazione con gli stakeholder e mette a disposizione della comunità locale spazi e risorse diventando un punto di riferimento che ne catalizzi l'energia. Arkage promuove e sostiene progetti d'arte indipendenti, nella convinzione che l'arte sia un potente antidoto contro ignoranza, inerzia e bestialità umane;
6. ricerca e adotta soluzioni che mirano al miglioramento costante del proprio profilo di sostenibilità.

Capitolo 4 - La prima finalità specifica di beneficio comune: comunicazione positiva

Arkage privilegia l'utilizzo di messaggi positivi nelle proprie attività e progetti di comunicazione promuovendone l'impatto sociale e ambientale positivo, con particolare attenzione allo sviluppo di una cultura inclusiva per il superamento di stereotipi estetici e culturali; basa la propria operatività, in linea con i valori fondanti, sul rigoroso rispetto delle persone secondo i principi di etica, trasparenza e inclusività.

Arkage si distingue per l'attivismo nel cercare di orientare il cliente verso una comunicazione positiva.

Review Obiettivi 2020

ATTIVITÀ PROPOSTE

avevamo contato di: lanciare almeno 3 campagne con messaggi positivi di comunicazione legata ai temi dell'innovazione sostenibile.

Scrivere un codice di condotta approvato dal Board e dal team di agenzia per definire le regole di ingaggio di Arkage e per chiarire le posizioni etiche.

Risultati ottenuti

- Abbiamo rilasciato il MANIFESTO e il CODE OF CONDUCT di agenzia

Raggiungimento degli obiettivi: 100%

Stories

Abbiamo lavorato per tutto il 2020 nonostante le difficoltà derivate dal COVID su molti fronti e con molti partner

Siamo molto orgogliosi di aver preparato e finalmente rilasciato una serie di buone prassi e valori di agenzia nel Manifesto e nel Codice di Condotta in una prima release, è vero, ma getta le basi solide per descrivere i valori che ci uniscono e rendono ciò chi Siamo.

Capitolo 5 - La seconda finalità specifica di beneficio comune: nuovi modelli economici

Arkage ricerca, adotta e promuove modelli e sistemi economici, sociali, tecnologici e di innovazione a prova di futuro: (i) privilegia la collaborazione con organizzazioni non profit e società benefit o B Corp certificate con formule contrattuali agevolate con la logica del “benefit credit”; (ii) promuove l’evoluzione della propria industry, dal punto di vista della conoscenza e della tecnologia, attraverso la collaborazione con università ed enti di ricerca.

Review Obiettivi 2020

ATTIVITÀ PROPOSTE

- Contribuire a 2 progetti di comunicazione condivisi con altre aziende:
- Progetto d’impatto aziende B Corp italiane

raggiungimento degli obiettivi: 90%

Capitolo 6 - La terza finalità specifica di beneficio comune: crescita dei collaboratori

Arkage persegue, anche attraverso l'uso di soluzioni tecnologiche, la massimizzazione del benessere di tutti i collaboratori con iniziative identificate ogni anno durante momenti collegiali e individuali di co-creazione, applicando framework sociologici riconosciuti.

Attenzione ai training e corsi dei dipendenti.

Review Obiettivi 2020

ATTIVITÀ PROPOSTE

- Nuovi KPI di misurazione dell'impegno di Arkage verso i collaboratori per erogare in modo più efficace la formazione
- Estensione dei pilastri di Arkage con un quinto elemento: Learn, il pilastro fondamentale per tutti noi, la formazione
- Aumento del numero di corsi e relativa formazione a massima efficacia erogati
- Rafforzamento dell'identity B Corp e della sensibilità verso i temi di sostenibilità
- Creazione del B Table, il tavolo di impatto per massimizzare l'amplificazione interna dei messaggi B Corp
- Avviare ragionamenti che guidino il team verso il mindshift plasticfree e NETZERO2030

Target

Tutti i dipendenti dell'agenzia.

come 2020

Inaspettatamente e con un certo orgoglio il COVID ha unito il team ed ha rappresentato un punto di cambiamento radicale e la recettività è aumentata sensibilmente.

Abbiamo somministrato la prima survey della nostra storia per mappare l'interesse di ciascun membro del team sugli SDG: obiettivo capire da ciascun*, cosa fare per farli* sentire realmente rappresentati* da Arkage.

Capitolo 7 - La quarta finalità specifica di beneficio comune: benessere dei collaboratori

Persegue, anche attraverso l'uso di soluzioni tecnologiche, la massimizzazione del benessere di tutti i collaboratori con iniziative identificate ogni anno durante momenti collegiali e individuali di co-creazione, applicando framework sociologici riconosciuti.

Review Obiettivi 2020

- ATTIVITÀ PROPOSTE
- – implementazione di Officevibe
- – monitoraggio e implementazione percorsi di crescita individuale
- – refurbish ufficio V.lo della frusta
- – sensibilizzazione al plastic free mindshift
- – momenti di teambuilding esterni
- – estensione fornitura: kit portapranzo brandizzato riutilizzabile
- – creazione di un Tavolo d'Impatto

Target

Tutti i dipendenti dell'agenzia.

Risultati ottenuti

- ATTIVITÀ COMPLETATE
- Rilascio di Officevibe e standardizzazione dei momenti di monitoraggio del benessere dei dipendenti
- Installazione depuratore e decalcificatore di acqua depurata

- Lancio di un Kickoff meeting e un summer meeting per rivedere e pianificare insieme l'anno lavorativo
- Refurbish degli uffici e rinnovato completamente la cucina ad uso comune

Raggiungimento obiettivi 90%

Commenti

Lavoreremo per implementare l'MDM per migliorare la gestione dei device: siamo riusciti solo parzialmente a lavorare sul progetto nel 2019, avviando il training del sistema di gestione.

Così come stiamo lavorando per migliorare la qualità dell'infrastruttura di rete per garantire il massimo dell'efficienza anche ai colleghi da remoto.

Il mindshift al plasticfree è stato spostato e trattato nella sezione dedicata alla Formazione, essendo un tema molto legato alla sensibilizzazione del team, che richiede attività dedicate

(il riscontro è stato dato in quella sezione e tiene conto dello spostamento)

Stories

I nostri bagni sono genderless.

I nostri spazi sono ora, ampi e depurati per garantire un ambiente adeguato a tutti.

L'installazione di una cucina completa di ogni accessorio liberamente utilizzabile è il primo passo verso un'attività che vogliamo almeno avviare nel 2020: la formazione del team verso un'alimentazione più sana ma anche sostenibile.

Abbiamo iniziato a monitorare il grado di soddisfazione dei collaboratori per costruire uno storico e comprendere come meglio intervenire sui temi che ciascun

collaboratore ritiene importanti.

Il tool dovrà essere aperto al B Table, affinché possa contribuire attivamente e concretamente sulla base di dati e, su di essi, misurare l'efficacia delle proposte.

I kickoff meeting rispecchiano sempre di più lo spirito dell'agenzia.

Ascoltiamo con molta attenzione i feedback dei collaboratori in modo da costruire eventi sempre più vicini alle persone che compongono il nostro Equipaggio.

Capitolo 8 - La quinta finalità specifica di beneficio comune: impatto positivo sulla comunità

Arkage promuove progetti ad impatto positivo sul territorio attraverso la collaborazione con gli stakeholder e mette a disposizione della comunità locale spazi e risorse diventando un punto di riferimento che ne catalizzi l'energia. Arkage promuove e sostiene progetti d'arte indipendenti, nella convinzione che l'arte sia un potente antidoto contro ignoranza, inerzia e bestialità umane;

STORIES

Cerchiamo sempre di supportare il progetto del nostro amico Stefano Palazzi, We Work It Works, anno su anno, provando a offrire sempre tutto il nostro contributo e l'aiuto che un progetto di tale estensione richiede.

Ogni conferenza e presentazione viene ospitata presso la nostra struttura.

Abbiamo cercato di supportare anche come consulenti, l'ONG Women In Film, cercando di costruire con le nostre referenti percorso atto a conoscere i loro need reali per trovare delle soluzioni efficaci che fossero sostenibili all'interno della loro organizzazione.

COMMENTI

Riteniamo possiamo fare di più per rafforzare quel network positivo di realtà che operano a contatto con la sostenibilità.

Cercheremo partnership efficaci che ci aiutino e che aiuteremo ad amplificare relazioni, messaggi e concetti.

Cercheremo di lavorare anche nelle scuole e con le scuole, per supportare la diffusione di informazioni e concetti sugli SDG.

Continueremo a garantire la nostra presenza a tutti gli studenti universitari che richiederanno il nostro supporto e i nostri feedback per la preparazione delle loro tesi: l'informazione neutrale è fondamentale.

Capitolo 9 - La sesta finalità specifica di beneficio comune: sostenibilità

Arkage ricerca e adotta soluzioni che mirano al miglioramento costante del proprio profilo di sostenibilità.

Obiettivi 2020

- – Migliorare la Raccolta differenziata
- – Adozione di prodotti di pulizia degli ambienti con aromaterapia a zero impatto
- – Avviare una procedura strutturata per il monitoraggio della tipologia energia, dell'acqua e delle risorse utilizzate e uno studio di fattibilità per ridurre ulteriormente i rifiuti e l'impatto ambientale
- – Avviare studio verso l'obiettivo NETZERO2030

Capitolo 10 - Responsabilità, sostenibilità, trasparenza: operiamo in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse

Di seguito l'impatto complessivo di Arkage riferito all'anno 2017: valutazione di sintesi ottenuta utilizzando lo standard internazionale di B Impact Assessment e successivamente il report numerico dei principali vettori di cambiamento, mappati secondo standard GRI, rispetto agli SDG individuati, contro i dati indicati nel BIA

Arkage ha sempre avuto nel proprio DNA - nei comportamenti, nelle riunioni attorno a tavoli (volutamente) rotondi, nel modo di gestire il rapporto con i collaboratori, nella dedizione ai progetti che sviluppiamo per i nostri Clienti - tutti i valori del movimento B Corp: l'evoluzione era semplicemente naturale e spontanea, oltre che inevitabile.

Fonte: Come siamo diventati B Corp e Società Benefit

Report sintetico di impatto complessivo

What makes us a better company?

B Impact Report

Certified since: November 2017

Summary:	Company Score	Median Score*
Environment	8	7
Workers	25	18
Customers	8	N/A
Community	23	17
Governance	17	6
Overall B Score	81	55

80 out of 200 is eligible for certification
Of all businesses that have completed the **B Impact Assessment**
Median scores will not add up to overall

Report completo 2017

Il report completo è visionabile [qui](#).

ATTUALMENTE SIAMO IN ATTESA DELLA RI-CERTIFICAZIONE 2021

DATA DI PRIMA CERTIFICAZIONE	10 Novembre 2017
------------------------------	------------------

DATA DI RI-CERTIFICAZIONE	10 Maggio 2021
DATA INVIO RICHIESTA	28 Aprile 2021
STATO	In attesa di assegnazione revisore

GRI Analysis

Di seguito riportiamo, in accordo agli standard GRI, il mapping tra gli SDG di interesse, ove l'agenzia ha maggior impatto di sostenibilità anche alla luce della matrice di materialità stilata in forma provvisoria sull'anno 2021.

Per motivi di trasparenza abbiamo riportato tutti i punti indicati anche ove ripetuti, per mostrare chiaramente il mapping.

SDG.Target	GRI Disclosure	Results
3.4	403-10	0 incidenti sul lavoro
3.5	403-6-b	<ul style="list-style-type: none"> – L'azienda fa da sponsor e incoraggia a partecipare in attività legate alla salute e al benessere durante la settimana lavorativa (per esempio programmi di camminata) – I lavoratori hanno accesso a servizi di consulenza, risorse web e programmi di assistenza ai lavoratori legati alla salute comportamentale – L'azienda possiede politiche e programmi per prevenire lesioni in relazione all'ergonomia del posto di lavoro – Più del 25% dei lavoratori ha completato la valutazione dei rischi per la salute negli ultimi dodici mesi
4.3 4.4	404-1-a	Il KPI interno è erogare almeno 50 ore all'anno di formazione per:

4.5		<ul style="list-style-type: none"> - Refresh competenze verticali - Integrazione competenze verticali - Estensione competenze verticali
5.1	202-1	I lavoratori part-time godono degli stessi diritti e benefici dei full-time
	401-1	<p>Nuove assunzioni (al momento del presente report): 9</p> <p>Percentuale di turnover: 10%</p>
	404-1-a	<p>Per ciascun dipendente è prevista una formazione minima di 50h/anno suddivisa tra:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Refresh competenze verticali - Integrazione competenze verticali - Estensione competenze verticali <p>non abbiamo, volutamente, al momento uno split fissato tra le diverse aree di formazione per mantenere la flessibilità necessaria anno su anno ai bisogni sia dell'agenzia sia dei singoli collaboratori, cui viene preparato un piano formazione dedicato e personale.</p>
	401-3	N/A -> non ci serviamo di lavoratori ad ore
	401-3-a	<p>Almeno una volta all'anno viene effettuata una review capillare di ciascun collaboratore per verificarne lo stato avanzamento formazione e collezionarne desiderata e need formativi.</p> <p>Include feedback di pari e di subordinati.</p> <p>Include indicazioni scritte sullo sviluppo della carriera.</p> <p>Non include obiettivi sociali e ambientali</p> <p>Include obiettivi chiaramente identificati e raggiungibili</p> <p>Si tratta di un processo di feedback a 360 gradi</p> <p>Tutti i lavoratori di ruolo ricevono un feedback</p>

	405-1	<p>% di collaborazione auto-identificata come Donna: maggiore del 50%</p> <p>Manager dell'azienda che si identificano come donne: maggiore del 50%</p> <p>Membri appartenenti al Consiglio di Amministrazione dell'azienda si identificano come donne: 40 - 49 %</p> <p>I proprietari maggioritari o le alte cariche dell'azienda appartengono a qualcuno di questi gruppi sottorappresentati: 0%</p> <p>Quale percentuale della forza lavoro proviene da comunità a basso reddito o non possiede un diploma d'istruzione superiore? 0%</p> <p>Che percentuale del personale dell'azienda si identifica come appartenente a una minoranza razziale o etnica? 0%</p> <p>Quale percentuale della forza lavoro dell'azienda ha meno di ventiquattro anni o più di cinquanta? 50%</p>
	406-1	<p>Quali delle seguenti politiche sono scritte nel manuale del dipendente e sono di facile accesso?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dichiarazione anti discriminazione - Una politica anti-abuso con meccanismi di segnalazione, processi e procedure disciplinari - Una dichiarazione sull'orario di lavoro - Politiche su questioni di pagamenti e performance - Politiche in materia di benefit, formazione, permessi e congedi - Una dichiarazione di neutralità riguardante il diritto dei lavoratori di negoziare in modo collettivo e la libertà di associazione - Divieto di lavoro minorile e lavoro forzato/coatto

5.2	414-1-a 414-2	<p>– L'agenzia monitora l'impatto sociale e ambientale dei propri fornitori tramite modulo di autodichiarazione del rispetto di pratiche relative a:</p> <ul style="list-style-type: none"> – assenza di lavoro minorile – attività atte a ridurre o compensare il proprio impatto ambientale – diversità tra i proprietari – lotta alla discriminazione e applicazione di misure correttive – assenza di multe, richiami o cause (civili o penali) in materia di lavoro (sicurezza o discriminazione) – monitoraggio e compliancy se parte dei lavoratori, appaltatori, subappaltatori o lavoratori giornalieri viene pagata al di sotto del salario minimo
5.4	401-2 401-3	<p>Ultimi 12 mesi dalla data di compilazione attuale: & di lavoratori che hanno lasciato Arkage: < 20%</p> <p>Elenco benefit forniti a maggioranza sui collaboratori non manager:</p> <ul style="list-style-type: none"> – bonus e partecipazione agli utili – affiliazione con Sanimpresa – buoni pasto <p>Giorni garantiti al primo genitore: fino a 6 mesi di congedo</p>
5.5	102-22-a 405-1 (vd. sopra)	<p>Quale delle seguenti opzioni sono applicabili al consiglio di amministrazione o altro organo di governo dell'azienda?</p> <ul style="list-style-type: none"> – Si tengono riunioni almeno 2 volte all'anno – Si tengono riunioni almeno una volta ogni tre mesi <p>Il Consiglio di Amministrazione o organo di governo equivalente dell'azienda ha rappresentanti con diritto a voto nei seguenti gruppi di stakeholders: NO</p> <p>Percentuale dei membri del board, che si identificano come Donne: 50%</p>
8.2		

8.3	204-1-a	
8.4	301-1-a n/a 301-2-a n/a 301-3 n/a 302-1 302-2-a 302-3-a 302-4-a 302-5-a	<p>– Arkage usa il 100% di energie rinnovabili per la produzione di energia elettrica</p> <p>– Consumo di energia elettrica ultimo anno: 60GJ</p>
8.5	102-8-b	<p>– Numero totale di lavoratori a tempo pieno: 42</p> <p>– Numero totale di lavoratori part-time: 2</p>
	202-1 202-2-a 401-1 401-2-a 401-3	Già mappato e descritto
	404-3-a	<p>Le seguenti opzioni sono comprese nel processo formale di feedback per i dipendenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Il processo segue un'agenda regolare e si realizza almeno una volta all'anno – Include feedback di pari e di subordinati – Include indicazioni scritte sullo sviluppo della carriera – Include obiettivi chiaramente identificati e raggiungibili – Tutti i lavoratori di ruolo ricevono un feedback
	405-1 405-2-b	Già mappato
8.6	401-1	Già mappato
8.7	409-1	Non riteniamo il nostro ambito pertinente con l'area di interesse del GRI relativo al lavoro forzato
8.8	102-41-a	L'agenzia esplicita nel proprio manifesto la libertà di associazione e l'assoluta libertà di pensiero, nell'ambito del buon senso comune, negando

		qualsiasi forma di inibizione, censura o ritorsione contro qualsiasi forma di associazione spontanea.
	402-1	Già mappato
	403-1-a 403-1-b 403-2-a 403-2-b 403-2-c 403-2-d 403-3-a 403-4-a 403-4-b 403-5-a 403-7-a 403-8	L'agenzia, riguardo ai temi di sicurezza sul lavoro ha esplicitato nel proprio manuale di Onboarding, al " <i>Guide to the Gaalaxy</i> " alcuni suggerimenti e buone prassi da seguire per un "lavoro sostenibile" che si inserisca naturalmente nella vita personale e privata di ciascuno di noi. Parte del personale è altresì formato, seppur in assenza di una guida scritta, sulla gestione del sistema di filtraggio dell'aria nei negli spazi comuni: elemento determinante alla buona salute di ciascuno di noi.
10.3	102-8-a 102-8-c 401-1 404-1-a 404-3-a 405-2-a	Già descritti e mappati in precedenza
10.4	207-1 207-2 207-3 207-4	Fatturato anno precedente: 4.772.260 L'agenzia si avvale del seguente consulente esterno per preparare, verificare, validare e il bilancio di esercizio: Commercialista: Beniamino Pisano Revisore Contabile: Alessandro Annessa Al fine di uniformare le scelte del team e garantire pratiche etiche e trasparenti, l'agenzia ha rilasciato un codice di condotta che tutto il team è invitato a sposare e applicare al meglio delle proprie possibilità.
n	306-1 306-2-a	I servizi di agenzia non producono né hanno impatto diretto sulla produzione di materiali di

	306-2-b 306-2-c 306-3-a 306-4-a 306-4-b 306-4-c 306-4-d 306-5-a 306-5-b 306-5-c 306-5-d	scarto pericolosi per l'ambiente.
12.2	301-1-a 301-2-a 301-3-a	Queste aree non sono applicabili alla nostra tipologia di business
	302-1 302-2-a 302-3-a 302-4-a 302-5-a	Già mappati ai punti precedenti
	303-1-a 303-1-c 305-1	Queste aree non sono applicabili alla nostra tipologia di business
	305-2 305-3 305-6-a	L'agenzia non è in grado di mappare al momento le emissioni GHS2 e GHS3: non disponiamo però, di una flotta di automezzi che, effettivamente possano avere un impatto ambientale rilevante.
	306-1 306-2-a 306-2-b 306-2-c 306-3-a 306-4-a 306-4-b 306-4-c 306-4-d 306-5-a 306-5-b 306-5-c 306-5-d	Già mappati ai punti precedenti

12.5	301-2-a 301-3-a	Queste aree non sono applicabili alla nostra tipologia di business
	306-1 306-2-a 306-2-b 306-2-c 306-3-a 306-4-a 306-4-b 306-4-c 306-4-d 306-5-a 306-5-b 306-5-c 306-5-d	Già mappati ai punti precedenti
	417-1	L'agenzia ha scritto nel proprio statuto e nel proprio codice di condotta il set di linee guida condivise e da approvarsi da parte di tutto il team, per creare campagne etiche e in linea con i valori del buon senso comune ma, soprattutto, con i valori di agenzia.

PAYGAP RESULTS

- il 45% del nostro team è formato da donne
- la retribuzione media delle donne del nostro team è dell'1% più alta rispetto alla retribuzione media degli uomini nello stesso ruolo
- superiamo il 33% di componente femminile sia tra i soci sia nel board

Capitolo 11 - Obiettivi 2021

Arkage attraverso l'arte e le proprie attività di comunicazione per sensibilizzare e veicolare l'importanza di proteggere e difendere il Pianeta.

Nello specifico, le attività che vorremo portare avanti sono:

1. **Ricognizione sugli alberi monumentali di Roma**, che potrebbero diventare protagonisti a lato dei Planet Savors del progetto AL | Together for One Fragile Planet in autunno, mappati e resi pietre miliari e tappe di un viaggio culturale.
2. **Completo refurbish dell'APP "Ville di Roma"**. L'APP, realizzata alla fine del 2013 attraverso fondi europei e privati con la supervisione scientifica del Dipartimento di Scienze Ambientali della "Sapienza", è in grado di guidare gli utenti alla conoscenza del vastissimo patrimonio naturalistico e storico- artistico di 25 ville, giardini e parchi storici tra i principali di Roma, e del Museo Orto Botanico di Roma.
L'attuale versione dell'App, la cui validità culturale è stata riconosciuta e certificata dall'UNESCO, presenta oltre 400 schede descrittive e più di 1000 fotografie, e consente all'utente di visualizzare informazioni su piante, animali e monumenti presenti all'interno delle ville. Le specie botaniche sono state selezionate in modo da offrire il panorama più ampio possibile della biodiversità vegetale presente in ciascuna villa. La loro localizzazione è stata appositamente individuata lungo percorsi ben definiti, preferendo l'esemplare botanico, quando presente. Mentre, tra le specie zoologiche, è possibile scorrere una lista di specie presenti per ciascuna villa, con la possibilità di riconoscerle non solo in base al testo iconografico predisposto, ma anche attraverso un file audio che riproduce il verso dell'animale selezionato. I monumenti riportati sono stati accuratamente selezionati da esperti che ne hanno redatto anche i testi e le foto.
3. **Bosco temporaneo**. Nell'ambito di un progetto speculativo, Arkage punta a realizzare un bosco temporaneo in un'area urbana, piantando 500 alberi che arricchiscano e impreziosiscano il tessuto urbano: tali alberi poi, verranno donati a Roma Capitale e ri-impiantati nella città.

Inoltre lavoreremo per:

1. Aumentare l'engagement dei collaboratori in ottica di migliorarne la qualità della vita in ufficio

2. Rafforzare e consolidare i valori della nostra Cultura Aziendale per rinforzare i legami umani e restare tutti costantemente sulla stessa Arca, anche in termini di
3. Consolidare le competenze di ciascun membro del team, tramite un monitoraggio dedicato, al fine di portare chiunque allo stesso livello e rendere orizzontali e *human* relazioni e attività di operations.