



# Artattack Group Srl

Impact Report Anno 2021

ArtAttack Group S.r.l.

Vicolo della Frusta 8/9 00153 Roma

Tel: 06 87 91 10 01 | Fax: 06 87 91 10 99 | C.F. 01989890593 | P.Iva 06520011005

CCIAA di Roma n. 972770 CAPSOC 100.000,00 EURO

[arkage.it](http://arkage.it) | [w-mind.it](http://w-mind.it) | [nuborn.it](http://nuborn.it)



|                                                                                                                                                                                                                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Capitolo Zero. Arkage durante la pandemia. Terza parte                                                                                                                                                                                                               | <b>4</b>  |
| Capitolo 1: Chi siamo                                                                                                                                                                                                                                                | <b>5</b>  |
| 1.2 Manifesto                                                                                                                                                                                                                                                        | 5         |
| 1.3 Vision                                                                                                                                                                                                                                                           | 5         |
| 1.4 Mission                                                                                                                                                                                                                                                          | 6         |
| 1.5 Mission Test 2022                                                                                                                                                                                                                                                | 6         |
| Capitolo 2 – Value Chain                                                                                                                                                                                                                                             | <b>7</b>  |
| 2.1 – SDG                                                                                                                                                                                                                                                            | 8         |
| Capitolo 2: Usare il business come forza positiva                                                                                                                                                                                                                    | <b>10</b> |
| Le due caratteristiche fondamentali delle Società Benefit                                                                                                                                                                                                            | 10        |
| Il responsabile dell'impatto                                                                                                                                                                                                                                         | 11        |
| Capitolo 3: Lo statuto di Arkage                                                                                                                                                                                                                                     | <b>12</b> |
| Capitolo 4 - La prima finalità specifica di beneficio comune: comunicazione positiva                                                                                                                                                                                 | <b>13</b> |
| Obiettivi 2022:                                                                                                                                                                                                                                                      | 13        |
| Commenti                                                                                                                                                                                                                                                             | 14        |
| Capitolo 5 - La seconda finalità specifica di beneficio comune: nuovi modelli economici                                                                                                                                                                              | <b>15</b> |
| Obiettivi 2022:                                                                                                                                                                                                                                                      | 15        |
| Commenti:                                                                                                                                                                                                                                                            | 15        |
| Obiettivi 2022:                                                                                                                                                                                                                                                      | 16        |
| Review Obiettivi 2021                                                                                                                                                                                                                                                | 16        |
| Commenti                                                                                                                                                                                                                                                             | 17        |
| Capitolo 7 - La quarta finalità specifica di beneficio comune: benessere dei collaboratori                                                                                                                                                                           | 17        |
| Obiettivi 2022:                                                                                                                                                                                                                                                      | 18        |
| Commenti:                                                                                                                                                                                                                                                            | 18        |
| Capitolo 8 - La quinta finalità specifica di beneficio comune: impatto positivo sulla comunità                                                                                                                                                                       | <b>20</b> |
| Obiettivi 2022:                                                                                                                                                                                                                                                      | 20        |
| Review obiettivi 2022                                                                                                                                                                                                                                                | 20        |
| Capitolo 9 - La sesta finalità specifica di beneficio comune: sostenibilità                                                                                                                                                                                          | 22        |
| Obiettivi 2022 (replica 2021)                                                                                                                                                                                                                                        | 22        |
| Commenti sul 2021                                                                                                                                                                                                                                                    | 22        |
| Gli obiettivi ancora lontani dal raggiungimento, su questo fronte possiamo fare ancora molto di più.                                                                                                                                                                 | 22        |
| 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 | <b>23</b> |
| Report sintetico di impatto complessivo                                                                                                                                                                                                                              | 24        |
| Report completo 2021                                                                                                                                                                                                                                                 | 25        |
| GRI Analysis                                                                                                                                                                                                                                                         | 25        |
| Paygap results                                                                                                                                                                                                                                                       | 32        |
| SA8000                                                                                                                                                                                                                                                               | 33        |

## Capitolo Zero. Arkage durante la pandemia. Terza parte

Credevamo sarebbe durata molto meno, ancora una volta.

Abbiamo però tenuto fede alle promesse e alla chiosa del report dell'anno 2020 e ci siamo superati, lavorando per migliorare il nostro punteggio per la ricertificazione 2021.

**Alla luce della recente ri-certificazione B Corp che ci ha portato ad oltre 90 punti, proporremo un piano di crescita volta a toccare i 100 punti nel 2024: non possiamo fissare un piano solo anno-su-anno poiché alcuni obiettivi hanno un impatto economico e richiedono un effort che necessariamente va pianificato su step incrementali.**

# Capitolo 1: Chi siamo

Arkage (Artattack Group) è stata 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 Manifesto

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 Vision

**Creative Thinking Beyond Boundaries:** Portiamo il pensiero creativo oltre ogni confine tradizionale, per liberare il vero potenziale di tutte le aziende e le persone che lavorano con noi, migliorando il mondo in cui viviamo.

**Beyond Communication:** Creiamo prodotti di comunicazione, consulenza e formazione, digitali e fisici.

**Beyond Territory:** Coltiviamo un team internazionale diffuso per collaborare con partner e clienti in tutto il mondo.

**Beyond Profit:** Cerchiamo un impatto positivo riconosciuto su ambiente, comunità,

arte e cultura.

**Beyond Rules:** Lavoriamo in una struttura senza gerarchie né silos, che attira i talenti e valorizza naturalmente le skill di ogni persona.

## 1.4 Mission

**Create value while creating happiness:** Con una mentalità innovativa, inclusiva e internazionale, creiamo esperienze, prodotti e servizi di valore per il mondo post-digitale, cercando di rendere felici tutte le persone coinvolte nel processo.

## 1.5 Mission Test 2022

1. Trasformare il mindset per andare verso la Business Agility, in particolare far adottare Agile e Lean a livello di team.
2. Aggiornare l'organizzazione in ottica team-based, in modo che tutte le persone siano inserite in team crossfunzionali e che le funzioni Sales e Marketing siano dentro ciascun team.
3. Concentrarsi sulle attività core e limitare i contesti operativi eliminando i progetti piccoli e diminuendo i progetti in parallelo.
4. Migliorare il people caring per aumentare felicità e motivazione delle persone.

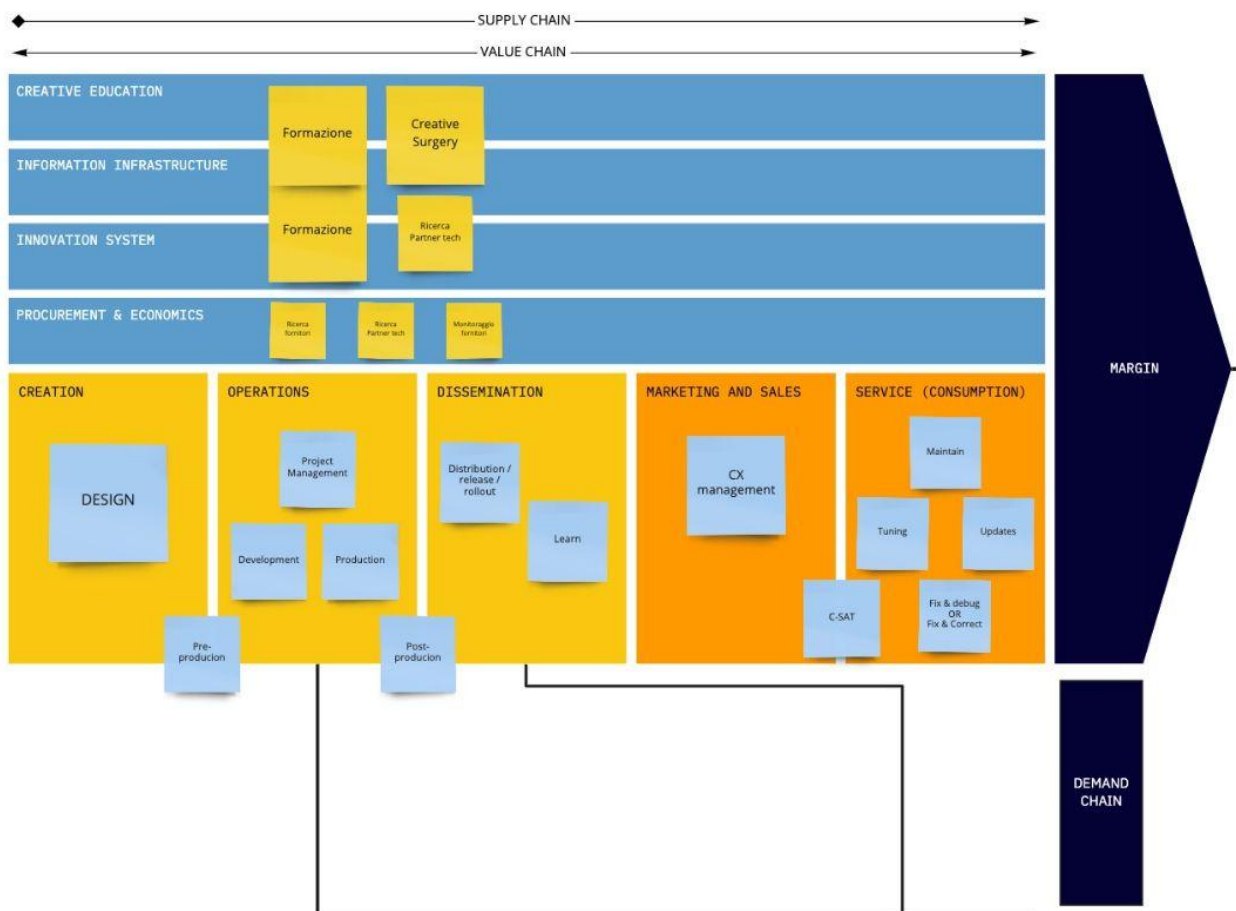
## Capitolo 2 – Value Chain

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

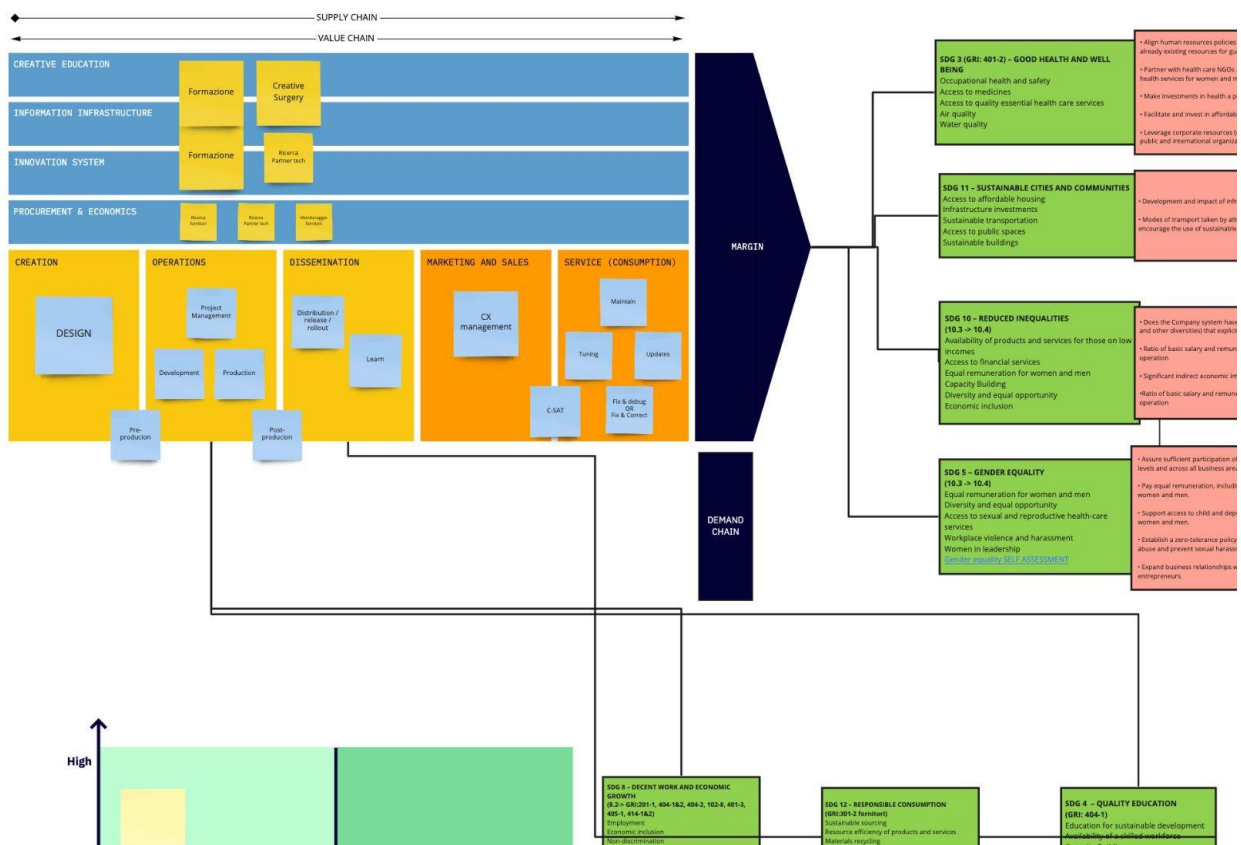
La prima è l'individuazione di tutte le fasi sia della value chain che della supply chain, arrivano fino alla fase di Marginalità.

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

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

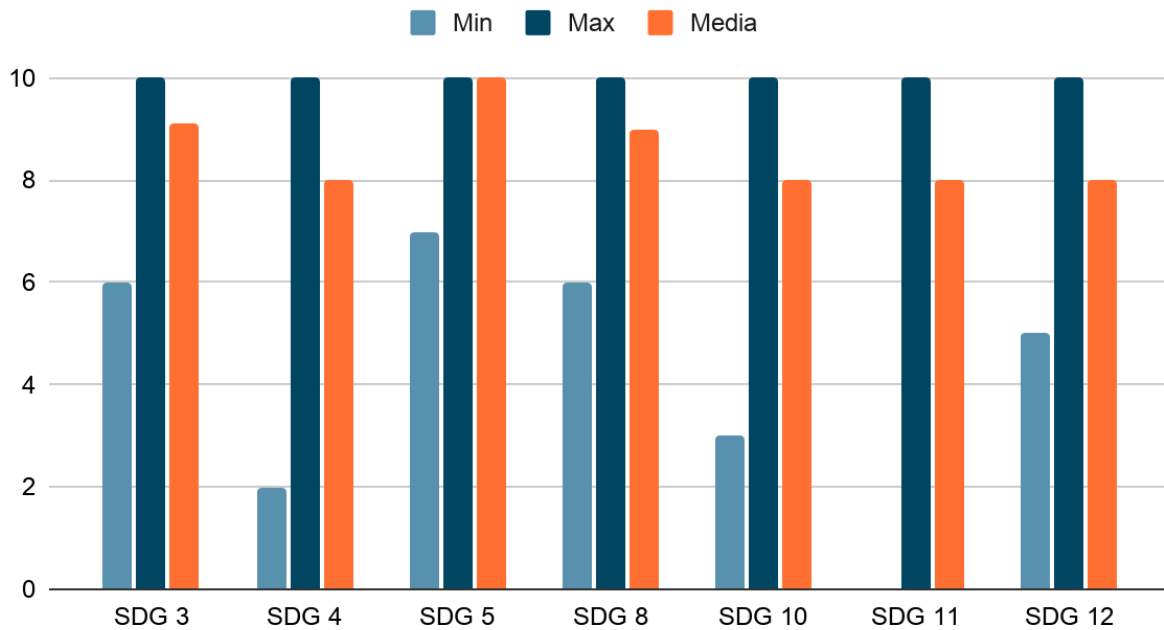
SDG 10 – Ridurre le disuguaglianze all’interno dei e fra i Paesi

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, **poi rinnovata con un incremento di punteggio, nel 2021.**

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 Ambroggi, 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.**

### **Obiettivi 2022:**

1. Effettuare una misurazione quantitativa di test degli impatti sulle direttrici ESG (environmental, social, governance) per alcuni progetti gestiti per conto di ONG o di aziende;
2. Realizzare almeno 3 campagne d'impatto per conto di ONG o di aziende o per conto proprio.
3. Definire a livello di procedure e di presentazione e direzione creativa che almeno una proposta sia sempre orientata alla DE&I e alla sostenibilità, al fine di sensibilizzare il Cliente finale (a prescindere che poi la proposta venga accolta o meno)

## Commenti

- Abbiamo **rifiutato la collaborazione** con clienti lontani dalla nostra vision e chiuso definitivamente la relazione professionale con un (ultimo) cliente che per modello di business, non poteva rientrare nel nostro portfolio di attività - seppure il nostro contributo si fosse ridotto alla sola gestione e supporto di uno strumento tecnico di caricamento documento per i soli clienti registrati alla loro area riservata (e quindi ad accesso molto limitato).

**Raggiungimento degli obiettivi: 100%**

## 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.

### Obiettivi 2022:

1. Condividere e supportare altre società che condividano i nostri stessi principi e valori con conoscenza, lezioni, formazione anche ai loro contatti, così da creare un network che condivida ed amplifichi i temi della sostenibilità, della comunicazione values-based e i valori di DE&I;
2. Studiare e divulgare nuove strategie di adozione delle nuove tecnologie nascenti (vd. NFT) come forma di scambio e generazione di valore nell’ambito delle direttrici ESG (environmental, social, governance).

### Commenti:

- Contribuire a 2 progetti di comunicazione condivisi con altre aziende: **abbiamo sviluppato e realizzato, a partire dal 2021, poi protratto fino al 2022**, il sito UnlockTheChange nella sua nuova versione e preparato ex-novo il sito UnlockEducation

**Raggiungimento degli obiettivi: 100%**

# 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.

## Obiettivi 2022:

1. Standardizzare la logica di creazione di un piano di crescita economica e individuale per ciascuna Arkager, nel momento in cui firma il proprio contratto di assunzione: ognuna deve poter sapere quale sarà il proprio percorso di crescita (con la consapevolezza che nulla è statico tutto cambia e quindi, ci sarà sempre la facoltà/libertà/necessità di adeguare il percorso alle contingenze) e costruire un Piano di Sviluppo Personale così da avere, anno su anno, chiaro il percorso di formazione - un progetto pilota nel 2021 ha previsto l'adozione di una mission individuale con tutte queste informazioni;
2. Organizzare con cadenza almeno annuale un workshop di formazione sui temi di Diversity, Equity, Inclusion e Sostenibilità, volti a sensibilizzare il team su concetti di cui deve diventare cassa di risonanza e ambassador anche all'esterno;
3. Fare uno studio di fattibilità su una logica di correzione dello stipendio garantita e automatica per tutti i contratti a tempo indeterminato in base all'aumento del costo della vita e dell'inflazione gestita tramite un comitato che possa certificare, anno su anno, il calcolo e l'aumento garantito.

## Review Obiettivi 2021

### ATTIVITÀ PROPOSTE

- Nuovi KPI di misurazione dell'impegno di Arkage verso i collaboratori per erogare in

modo più efficace la formazione: **fatto**

- Estensione dei pilastri di Arkage con un quinto elemento: Learn, il pilastro fondamentale per tutti noi, la formazione: **fatto**
- Aumento del numero di corsi e relativa formazione a massima efficacia erogati: **fatto**
- Rafforzamento dell'identity B Corp e della sensibilità verso i temi di sostenibilità: **fatto**
- 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: **avviato**

**raggiungimento degli obiettivi: 70%**

### **Commenti**

Il lavoro è lungo e contribuire al mindshift è molto complesso, scardinare (pre)concetti, abitudini è un lavoro molto lungo, per questo, nonostante l'onboarding costante sui valori B Corp, siamo ancora all'inizio. Il "comitato" non è stato fondato e capiremo come e se procedere in modo efficace per il futuro. Il lavoro NETZERO2030 è complesso poiché anche fortemente collegato al tema della locationi di ufficio che non è di proprietà e quindi vincolata a decisioni anche esterne.



## 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 2021:

- Abbiamo monitorato la soddisfazione dei collaboratori durante il periodo di lock down cercando di tracciare costantemente il grado di salute psicofisica di ciascuna di noi
- Abbiamo curato gli spazi comuni perché fossero COVID-safe, in ossessiva osservanza delle normative di legge, in modo da consentire a tutte coloro che avessero avuto voglia e /o bisogno di lavorare in ufficio, potessero farlo in assoluta libertà e sicurezza
- Abbiamo lavorato e cercato di tenere unito il team anche in remote working forzato per garantire il benessere psico-fisico e l'identità di team: non siamo mai stati soli, anche se eravamo lontani e separati

### Obiettivi 2022:

1. Introdurre delle regole paritarie per tutte le collaboratore Arkage relativamente ai benefit aziendali e alle regole del welfare che nei prossimi tre anni possano uniformare alcuni trattamenti integrativi:
  - standardizzare ogica di erogazione dei benefit per tutte;
  - allargare a tutte le forme contrattuali gli stessi benefit delle collaboratore a tempo indeterminato;

- introdurre una o più forme di copertura sanitaria integrativa;
  - valutare nuovi piani di investimento pensionistico che abbiano specifiche purpose di Sostenibilità/ESG;
2. Attivare delle convenzioni con Palestre/Centri sportivi per incentivare attività sportive e uno stile di vita sano;
  3. Introdurre un monitor per misurare la qualità dell'aria negli uffici;
  4. Introdurre e definire nel Code of Conduct un sistema di gestione Reclami/Torti;
  5. Studiare forme di supporto ufficiali alla genitorialità oltre gli obblighi di legge, anche per il secondo Genitore;
  6. Pianificare due momenti l'anno di team building e self empowerment atti a migliorare la propria consapevolezza di sé;

### **Commenti:**

Il piano è molto ambizioso e richiede un grande sforzo da parte del Board e del Finance team di Arkage: per questo motivo sarà realizzata una roadmap di implementazione che ci aiuti a inquadrare gli obiettivi in un periodo di tempo almeno triennale.

## 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;

### Obiettivi 2022:

- Avvicinare l'arte al cittadino ancora una volta e cercare di ampliare le attività portate avanti con grande successo in Eurban con il progetto ABC (arte, benessere, comunicazione)

### Review obiettivi 2022

Abbiamo implementato e standardizzato al 100% il form di registrazione fornitori in cui monitoriamo il loro grado di sostenibilità rispetto a diversi parametri.

Abbiamo inoltre inserito e standardizzato nel form di job recruiting alcuni temi di sostenibilità sui potenziale Team Member che, inviando il CV e scegliendo di lavorare con noi, accettano anche i nostri valori

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.

Nel 2021 è partito un progetto di “verdificazione” nel cantiere “Eurban” a Roma, in cui Arkage ha gestito l’intero progetto di piantumazione di 400 alberi “in vaso” per creare il primo Bosco Transitorio al mondo grazie al quale garantire verde, riduzione di CO<sub>2</sub> e una riqualificazione di un’area di cantiere prima definita “molto pericolosa” per via dello stato di degrado

**Raggiungimento degli obiettivi: 100%**

## 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 2022 (replica 2021)

- Migliorare la Raccolta differenziata: **da migliorare**
- Adozione di prodotti di pulizia degli ambienti con aromaterapia a zero impatto: **da fare**
- 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: **da fare**
- Avviare studio verso l'obiettivo NETZERO2030: **da fare**

### Commenti sul 2021

Gli obiettivi ancora lontani dal raggiungimento, su questo fronte possiamo fare ancora molto di più.

### Obiettivi raggiunti al 10%

## **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.*

## Report sintetico di impatto complessivo

# Overall B Impact Score

Based on the B Impact assessment, Artattack Group S.r.l. earned an overall score of 90.7. The median score for ordinary businesses who complete the assessment is currently 50.9.



- 90.7 Overall B Impact Score
- 80 Qualifies for B Corp Certification
- 50.9 Median Score for Ordinary Businesses

Governance

Workers

Community

Environment

Customers

## Governance 21.0

Governance evaluates a company's overall mission, engagement around its social/environmental impact, ethics, and transparency. This section also evaluates the ability of a company to protect their mission and formally consider stakeholders in decision making through their corporate structure (e.g. benefit corporation) or corporate governing documents.

Mission & Engagement **3.8**

Ethics & Transparency **7.2**

+ Mission Locked **10**

**What is this?** A company with an Impact Business Model is intentionally designed to create a specific positive outcome for one of its stakeholders - such as workers, community, environment, or customers.

## Previous Overall B Impact Scores

2017 Overall B Impact Score **81.2**

## Report completo 2021

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

|                              |                  |
|------------------------------|------------------|
| DATA DI PRIMA CERTIFICAZIONE | 10 Novembre 2017 |
| DATA DI RI-CERTIFICAZIONE    | 9 Dicembre 2021  |

## 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 lavor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 3.5        | 403-6-b        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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)</li> <li>- I lavoratori hanno accesso a servizi di consulenza, risorse web e programmi di assistenza ai lavoratori legati alla salute comportamentale</li> <li>- L'azienda possiede politiche e programmi per prevenire lesioni in relazione all'ergonomia del posto di lavoro</li> <li>- Più del 25% dei lavoratori ha completato la valutazione dei rischi per la salute negli ultimi dodici mesi</li> </ul> |



|                   |         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4.3<br>4.4<br>4.5 | 404-1-a | Il KPI interno è erogare almeno 50 ore all'anno di formazione per:<br>- Refresh competenze verticali<br>- Integrazione competenze verticali<br>- Estensione competenze verticali                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 5.1               | 202-1   | I lavoratori part-time godono degli stessi diritti e benefici dei full-time                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                   | 401-1   | Nuove assunzioni (al momento del presente report): 9<br>Percentuale di turnover: 10%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                   | 404-1-a | Per ciascun dipendente è prevista una formazione minima di 50h/anno suddivisa tra:<br>- Refresh competenze verticali<br>- Integrazione competenze verticali<br>- Estensione competenze verticali<br>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.           |
|                   | 401-3   | N/A → non ci serviamo di lavoratori ad ore                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                   | 401-3-a | 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.<br><br>Include feedback di pari e di subordinati.<br><br>Include indicazioni scritte sullo sviluppo della carriera.<br><br>Non include obiettivi sociali e ambientali<br><br>Include obiettivi chiaramente identificati e raggiungibili<br><br>Si tratta di un processo di feedback a 360 gradi |

|  |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |       | Tutti i lavoratori di ruolo ricevono un feedback                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|  | 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"> <li>- Dichiarazione anti discriminazione</li> <li>- Una politica anti-abuso con meccanismi di segnalazione, processi e procedure disciplinari</li> <li>- Una dichiarazione sull'orario di lavoro</li> <li>- Politiche su questioni di pagamenti e performance</li> <li>- Politiche in materia di benefit, formazione, permessi e congedi</li> <li>- Una dichiarazione di neutralità riguardante il diritto dei lavoratori di negoziare in modo collettivo e la libertà di associazione</li> </ul>                                                                                                                                      |

|     |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Divieto di lavoro minorile e lavoro forzato/coatto</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 5.2 | 414-1-a<br>414-2              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'agenzia monitora l'impatto sociale e ambientale dei propri fornitori tramite modulo di autodichiarazione del rispetto di pratiche relative a:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- assenza di lavoro minorile</li> <li>- attività atte a ridurre o compensare il proprio impatto ambientale</li> <li>- diversità tra i proprietari</li> <li>- lotta alla discriminazione e applicazione di misure correttive</li> <li>- assenza di multe, richiami o cause (civili o penali) in materia di lavoro (sicurezza o discriminazione)</li> <li>- monitoraggio e compliancy se parte dei lavoratori, appaltatori, subappaltatori o lavoratori giornalieri viene pagata al di sotto del salario minimo</li> </ul> </li> </ul> |
| 5.4 | 401-2<br>401-3                | <p>Ultimi 12 mesi dalla data di compilazione attuale:<br/>         &amp; di lavoratori che hanno lasciato Arkage: &lt; 20%</p> <p>Elenco benefit forniti a maggioranza sui collaboratori non manager:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bonus e partecipazione agli utili</li> <li>- affiliazione con Sanimpresa</li> <li>- buoni pasto</li> </ul> <p>Giorni garantiti al primo genitore: fino a 6 mesi di congedo</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 5.5 | 102-22-a<br>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"> <li>- Si tengono riunioni almeno 2 volte all'anno</li> <li>- Si tengono riunioni almeno una volta ogni tre mesi</li> </ul> <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>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|     |                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                                                               | Percentuale dei membri del board, che si identificano come Donne: 50%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 8.2 |                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 8.3 | 204-1-a                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 8.4 | <del>301-1 a n/a</del><br><del>301-2 a n/a</del><br><del>301-3 n/a</del><br>302-1<br>302-2-a<br>302-3-a<br>302-4-a<br>302-5-a | - Arkage usa il 100% di energie rinnovabili per la produzione di energia elettrica<br>- Consumo di energia elettrica ultimo anno: 60GJ                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 8.5 | 102-8-b                                                                                                                       | - Numero totale di lavoratori a tempo pieno: 42<br>- Numero totale di lavoratori part-time: 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|     | 202-1<br>202-2-a<br>401-1<br>401-2-a<br>401-3                                                                                 | Già mappato e descritto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|     | 404-3-a                                                                                                                       | Le seguenti opzioni sono comprese nel processo formale di feedback per i dipendenti:<br>- Il processo segue un'agenda regolare e si realizza almeno una volta all'anno<br>- Include feedback di pari e di subordinati<br>- Include indicazioni scritte sullo sviluppo della carriera<br>- Include obiettivi chiaramente identificati e raggiungibili<br>- Tutti i lavoratori di ruolo ricevono un feedback |
|     | 405-1<br>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<br>403-1-b<br>403-2-a<br>403-2-b<br>403-2-c<br>403-2-d<br>403-3-a<br>403-4-a<br>403-4-b<br>403-5-a<br>403-7-a<br>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.<br>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<br>102-8-c<br>401-1<br>404-1-a<br>404-3-a<br>405-2-a                                                                   | Già descritti e mappati in precedenza                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 10.4 | 207-1<br>207-2<br>207-3<br>207-4                                                                                               | Fatturato anno precedente: 4.772.260<br><br>L'agenzia si avvale del seguente consulente esterno per preparare, verificare, validare e il bilancio di esercizio:<br>Commercialista: Beniamino Pisano<br>Revisore Contabile: Alessandro Annessa<br><br>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<br>306-2-a<br>306-2-b<br>306-2-c<br>306-3-a<br>306-4-a<br>306-4-b<br>306-4-c<br>306-4-d<br>306-5-a<br>306-5-b<br>306-5-c<br>306-5-d | I servizi di agenzia non producono né hanno impatto diretto sulla produzione di materiali di scarto pericolosi per l'ambiente.                                                              |
| 12.2 | 301-1-a<br>301-2-a<br>301-3-a                                                                                                             | Queste aree non sono applicabili alla nostra tipologia di business                                                                                                                          |
|      | 302-1<br>302-2-a<br>302-3-a<br>302-4-a<br>302-5-a                                                                                         | Già mappati ai punti precedenti                                                                                                                                                             |
|      | 303-1-a<br>303-1-c<br>305-1                                                                                                               | Queste aree non sono applicabili alla nostra tipologia di business                                                                                                                          |
|      | 305-2<br>305-3<br>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<br>306-2-a<br>306-2-b<br>306-2-c<br>306-3-a<br>306-4-a<br>306-4-b<br>306-4-c<br>306-4-d<br>306-5-a                                  | Già mappati ai punti precedenti                                                                                                                                                             |

|      |                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | 306-5-b<br>306-5-c<br>306-5-d                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 12.5 | 301-2-a<br>301-3-a                                                                                                                        | Queste aree non sono applicabili alla nostra tipologia di business                                                                                                                                                                                                      |
|      | 306-1<br>306-2-a<br>306-2-b<br>306-2-c<br>306-3-a<br>306-4-a<br>306-4-b<br>306-4-c<br>306-4-d<br>306-5-a<br>306-5-b<br>306-5-c<br>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

Percentuale di donne rispetto agli uomini: 53%

Percentuale di donne tra quelle assunte in posizioni di responsabilità: 30%

Percentuale di donne tra i soci: 50%

Percentuale di donne nel board: 40%

Retribuzione media delle donne rispetto a quella degli uomini: 94,52%

## SA8000

Abbiamo ottenuto la certificazione CERTIFICAZIONE ETICA SA 8000® – Responsabilità Sociale d'Impresa in data 5/06/2022.