consulting4business

Report di Sostenibilità

2020

INDICE

Sommario

LETTERA AGLI STAKEHOLDER 3
CORPORATE IDENTITY 4
REPORT HIGHLIGHTS 5
PEOPLE 7
DIGNITÀ ED UGUAGLIANZA 8
DIRITTI UMANI 9
SALUTE E BENESSERE 10
COMPETENZE PER IL FUTURO 11
BENESSERE DEI DIPENDENTI 12
PLANET 14
UTILIZZO RISORSE IDRICHE ED ENERGETICHE 15
ECONOMIA CIRCOLARE 16
UTILIZZO DELLA PLASTICA 17
PROSPERITY 19
LAVORO 20
INNOVAZIONE DI PRODOTTI E SERVIZI MIGLIORI 21
PRINCIPLE OF GOVERNANCE 23
GOVERNANCE 24
COMPORTAMENTO ETICO 25

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Cari stakeholder,
nel corso dell'ultimo anno l'azienda ha rafforzato la propria posizione di leadership nel mercato del Direct Marketing.
Questo è stato possibile grazie all'ingresso di nuovi Clienti ed allo sviluppo di prodotti innovativi che integrano il già ampio portafoglio prodotti.
Tutto questo ha permesso di aumentare il nostro organico che ha registrato l'immissione di nuove professionalità, forte di una politica del lavoro che premia competenza, impegno e passione.

Lo scenario nel quale oggi ci ritroviamo pone al centro sfide impegnative. Nel 2020 ne sono state affrontate diverse, tra cui il superamento della crisi economica e sociale derivante dalla diffusione del Covid-19 e la ricerca di nuovi prodotti capaci di supportare i Clienti nella "new normality".
Il nuovo anno ci impone quindi di porre la nostra attenzione e impegno sui temi quali la completa ripresa delle attività economiche ed il rafforzamento degli strumenti interni di governance.

Per il prossimo futuro, infatti, intendiamo sviluppare questo settore, ampliando la nostra offerta di servizi/prodotti grazie allo studio delle nuove tecnologie applicate ai prodotti.

Non dobbiamo tuttavia mai trascurare le relazioni che l'azienda instaura con i propri stakeholder, che ricoprono un'importanza decisiva senza i quali non sarebbe possibile definire una strategia di sviluppo sostenibile che tenga conto dei bisogni, delle esigenze di ciascun di loro e degli impatti che le azioni realizzate, generano. Gli stakeholder esterni e interni sono una forza portante e siamo davvero onorati che il legame con loro si rafforzi anno dopo anno, sintomo di una fiducia reciproca che poggia su solide basi: il sostegno che C4B assicura al territorio, l'impegno nel rispondere sempre al meglio alle esigenze dei propri Clienti ed il rispetto nei confronti delle terze parti, ivi inclusi i fornitori, con cui si cerca di instaurare partnership di lungo periodo.

CORPORATE IDENTITY

C4B nasce nel 2012 come un progetto di due giovani imprenditori con competenza e passione per il BIG DATA e le campagne di DIRECT MARKETING.
Nei 10 anni si sviluppa e cresce non solo in termini di numeri, siamo oggi 40 dipendenti più una rete di consulenti stabili ed oltre 5 milioni di fatturato, ma soprattutto si consolida come un'azienda sana e strutturata.
Un cammino tracciato dalla visione strategica di lungo periodo dei soci e da alcuni fondamentali milestones, quali l'organizzazione in 4 Business Unit, la certificazione ISO di qualità, l'adozione del Modello 231, la rigida osservanza della normativa privacy, un percorso avviato verso la sostenibilità ambientale e sociale.
Un punto fermo è la territorialità periferica con la sede operativa che resta a Treviso.
Tali risultati sono frutto, non solo di una strategia di lungo periodo ben definita, ma soprattutto dell'impegno di ciascun dipendente e attore coinvolto nella nostra catena del valore. I nostri principi, Passione, Know How, Ambizione, Squadra e Innovazione, hanno da sempre guidato ogni nostra singola scelta.
Nel corso del tempo li abbiamo declinati all'interno del nostro Codice Etico e Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. n. 231/2001 e questo ci ha permesso di mantenere solide e durature relazioni con i nostri stakeholder.

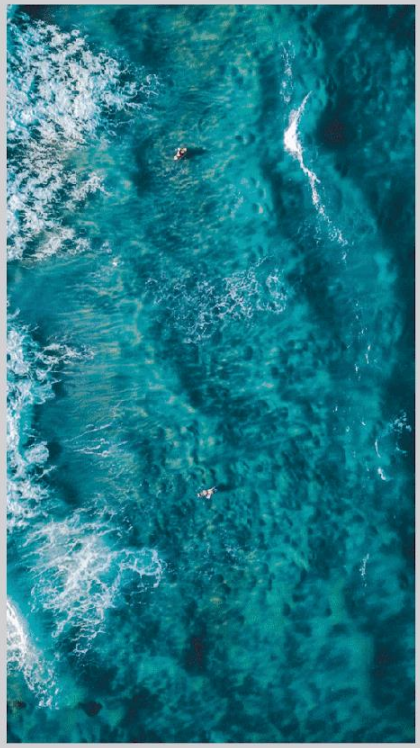
La nostra vision ha da sempre uno sguardo verso il futuro, evolvendo nel tempo, e questo ci permette di recepire ogni cambiamento che il mercato e l'ecosistema ci trasmette e di tramutarlo in opportunità di crescita.

La nostra immagine si è evoluta con noi nel tempo, grazie ad una comunicazione mirata e basata su sani principi. I canali utilizzati per la comunicazione sono il sito web, la pagina Linkedin, oltre a specifiche iniziative, quali la partecipazione, nel 2021, alla trasmissione Pole Position di Business 24 (la TV del lavoro) e la pubblicazione di articoli su testate giornalistiche locali.

REPORT HIGHLIGHTS

Più valore alle persone

Impatto sull' ambiente controllato



Utilizzo consapevole delle risorse idriche ed energetiche

Azzeramento utilizzo plastica

ENHANCE

PEOPLE

PEOPLE

Le persone sono, senza dubbio, cruciali per la nostra organizzazione: rappresentano i dipendenti, i lavoratori, i clienti, i fornitori, gli editori, gli agenti, i consulenti ed i professionisti e la loro crescita – in conoscenza, prosperità e benessere – è centrale per il successo di tutti.

Come azienda ne siamo consapevoli ed abbiamo quindi scelto di investire sul loro valore, sia lato capitale umano (per esempio la conoscenza individuale, la formazione, le capacità, le competenze, ...) che lato capitale sociale (per esempio la condivisione di norme, valori, momenti di aggregazione e di team building...).

Concentrandoci sui dipendenti, pilastro fondamentale su cui l'azienda fonda le proprie attività, si offre loro un ambiente sicuro, con condizioni di lavoro stimolanti, meritocratiche, rispettose dei diritti e non discriminanti. Inoltre, l'azienda favorisce, stimola e incentiva la loro crescita professionale e ne promuove il benessere.

DIGNITÀ ED UGUAGLIANZA

L'azienda ha un impegno e una strategia chiara per quanto riguarda le politiche e le regole di gestione delle tematiche della diversità, dell'inclusione, e di pari opportunità per tutte le categorie di lavoratori. Questa strategia è anche comunicata pubblicamente verso l'esterno a tutti gli stakeholder principali attraverso il Codice Etico ed il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo pubblicati nel sito www.consulting4business.it.

Infatti, garantire pari opportunità a tutti i dipendenti a livello di assunzioni, formazione, crescita e promozioni, indipendentemente dal genere, razza, età è un punto fondamentale su cui vogliamo impegnarci per migliorare l'integrazione di tutti all'interno del mercato del lavoro.

I seguenti dati mostrano come le policy aziendali promuovano un'equa remunerazione che permetta di contribuire al benessere economico dei nostri dipendenti.

PE-T1	2020
Rapporto per lo stipendio medio tra donne e uomini	Tra 1,11 e 1,3
Rapporto tra stipendio d'ingresso e stipendio minimo locale	1,18

I seguenti dati relativi all'organico aziendale mostrano la distribuzione dei dipendenti per genere (compresa la percentuale di manager in azienda di sesso femminile rispetto al totale delle figure manageriali).

PE-T2	Uomini	Donne
Dipendenti per genere	43,00%	57,00%
% di manager di sesso femminile rispetto al totale delle figure manageriali	33,33%	

DIRITTI UMANI

L'azienda ha un impegno e una strategia chiara per quanto riguarda le politiche e le regole di gestione dei diritti umani. Questa strategia è anche comunicata pubblicamente verso l'esterno a tutti gli stakeholder principali attraverso il Codice Etico ed il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo pubblicati nel sito www.consulting4business.it.

Infatti, siamo consapevoli come azienda che un meccanismo con il quale identificare e riportare le violazioni dei diritti umani è indispensabile per poter monitorare ed eventualmente l'insorgere di tali problematiche.

A tal proposito l'azienda ha implementato dal 2019 una procedura di whistleblowing per la segnalazione, anche anonima, di qualsiasi violazione ai diritti umani ed ai principi inclusi nel Codice Etico. La totalità delle attività aziendali è sottoposta a verifica e, ad oggi, nessuna segnalazione è mai pervenuta all'Organismo di Vigilanza.

SALUTE E BENESSERE

L'azienda ha un impegno e una strategia chiara per quanto riguarda il sistema di politiche e le regole di gestione in materia di salute e sicurezza sul lavoro, sia per i dipendenti che per i lavoratori non dipendenti, ma il cui lavoro e luogo di lavoro è controllato dall'organizzazione. Questa strategia è anche comunicata pubblicamente verso l'esterno a tutti gli stakeholder principali.

Assicurare salute, sicurezza e benessere (sia fisico che mentale e sociale) a tutte le persone coinvolte nelle diverse attività dell'azienda è una delle nostre priorità principali.

PE-T7	Media ultimi 3 anni
Numero di Infortuni sul lavoro registrabili	0.0
Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0.0
Numero infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	0.0
Ore lavorate	97041.0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili**	0.0%
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	0.0%
Tasso di infortuni gravi sul lavoro	0.0%

*** Per il calcolo del tasso di infortuni totali registrabili è stata utilizzata la seguente formula:*

*[infortuni sul lavoro / ore lavorate * 1.000.000]*

COMPETENZE PER IL FUTURO

L'azienda ha un impegno e una strategia chiara per quanto riguarda le politiche di formazione dei dipendenti. Questa strategia viene comunicata pubblicamente verso l'esterno a tutti gli stakeholder principali

Per quanto riguarda le tematiche di sostenibilità, l'azienda ha definito delle politiche per una formazione specifica verso i propri dipendenti.

A dimostrazione dell'impegno dell'azienda nell'investire nella formazione e educazione dei dipendenti, si riportano le seguenti metriche di valore medio di ore di formazione effettuato da ogni dipendente, 25 ore all'anno, e di valore medio delle spese in formazione e sviluppo sostenute dall'azienda per i propri dipendenti nel 2020, € 5.000,00. Tale importo è previsto incrementare nei prossimi anni grazie anche alla possibilità di ristabilire corsi in presenza, la cui fruizione è stata abolita a causa della pandemia da Covid-19.

L'azienda investe in formazione per i propri dipendenti e lavoratori in diversi ambiti, sia relativamente al rafforzamento delle hard skills, tra cui le competenze informatiche, l'utilizzo di programmi software e la lingua inglese, sia relativamente allo sviluppo delle soft skills, tra cui il project management, la capacità di lavorare in gruppo e per obiettivi, grazie a percorsi, collettivi ed individuali, di mental coaching e mental training.

BENESSERE DEI DIPENDENTI

L'azienda ha un impegno e una strategia chiara per quanto riguarda le politiche relative al benessere dei lavoratori. Questa strategia viene comunicata pubblicamente verso l'esterno a tutti gli stakeholder principali.

Promuovere un ambiente di lavoro sicuro e salutare, nel quale i dipendenti possano crescere professionalmente e personalmente, adottando strategie che coniugano la crescita e la redditività d'impresa con la tutela e lo sviluppo dell'occupazione, è infatti tra gli obiettivi aziendali.

Annualmente l'azienda organizza e promuove almeno tre momenti di incontro e socialità anche al di fuori dell'ambiente di lavoro per stimolare la collaborazione e lo spirito di squadra. La comunicazione interna viene curata con molta attenzione affinché diventi uno strumento di condivisione, coinvolgimento e motivazione verso gli obiettivi comuni aziendali.

A dimostrazione del fatto che l'azienda attribuisce massima rilevanza al benessere dei dipendenti, si riportano i seguenti parametri monitorati a riguardo.

PE-T11	2020
Numero di decessi derivanti da malattie professionali	0,00
Numero di casi di malattie professionali registrabili	0,00
Percentuale di dipendenti partecipanti a programmi relativi alla salute e al benessere	100,00%
Tasso di assenteismo dei dipendenti*	0,00%

** Per il calcolo del tasso di assenteismo è stata utilizzata la seguente formula:*

(numero di ore perse ingiustificate/numero totale di ore lavorate)x100

RESPECT

PLANET

PLANET

La nostra azienda, come tutte le imprese, genera degli impatti sull'ambiente nel quale si trova ad operare, sia per la natura del business sia per le attività collegate alla nostra supply chain.

L'impatto sull'ambiente deve essere quindi gestito efficacemente per assicurare la continuità del business evitando di procurare danni significativi all'ecosistema e alle persone che lo popolano. La responsabilità aziendale si estende lungo tutta la catena del valore, attraversando le tre macroaree della sostenibilità, la responsabilità ambientale (E), la responsabilità sociale (S) e la governance (G), con il fine di mostrare l'impegno nel trovare risposta agli impatti ambientali e sociali.

Come azienda ci impegniamo per stimolare la consapevolezza in tutte le risorse, interne ed esterne con le quali collaboriamo, rispetto agli aspetti ambientali che C4B stessa ha identificato come rilevanti e prioritari.

Abbiamo dunque deciso di introdurre delle linee guida rivolte sia ai nostri dipendenti sia ai nostri stakeholder esterni che si pongono come obiettivo la sensibilizzazione verso le tematiche e le metriche di sostenibilità, per noi, maggiormente rilevanti. Tali linee guida sono comunicate all'interno attraverso gli strumenti di comunicazione istituzionali (newsletter interna e bacheca) e sono continuamente promosse nella loro implementazione attraverso stimoli applicativi (ad esempio suggerimenti per limitare l'impatto ambientale delle proprie azioni).

Agire secondo un modello di business sostenibile che crei valore nel lungo periodo significa infatti, impegnarsi nella salvaguardia dell'ambiente, ponendo particolare attenzione alle risorse utilizzate e alla gestione delle proprie infrastrutture, cercando di ideare nuove soluzioni per ridurre al minimo gli impatti generati sia direttamente (nell'ambito dell'attività aziendale) sia indirettamente (nell'agire quotidiano delle persone che operano nell'intera value chain).

Partendo dall'attività aziendale, sono stati introdotti alcuni accorgimenti atti a ridurne l'impatto sull'ambiente, già comunque limitato per la natura stessa dell'attività svolta. Ad esempio, l'utilizzo della plastica è stato sostanzialmente azzerato, avendo sostituito le bottigliette di plastica con i boccioni d'acqua (ricaricabili), i bicchieri con borracce personali (gadget aziendale) e le posate/bicchieri con oggetti in carta; il parco auto risulta in via di progressiva sostituzione con auto ibride; i rifiuti sono raccolti in contenitori differenziati; le stampe cartacee sono monitorate e limitate alle effettive necessità.

Abbiamo poi un programma che ci permetterà di coinvolgere la nostra value chain su tematiche di sostenibilità e responsabilità aziendale, attraverso la sottoscrizione del Codice di condotta ai fornitori e, a tendere, anche ai livelli successivi della supply chain, così da trasmettere ad ampio raggio gli obiettivi interni di sostenibilità.

UTILIZZO RISORSE IDRICHE ED ENERGETICHE

L'acqua è un bene primario da preservare e in tal senso è necessario impegnarsi a contenere i consumi e ridurre gli impatti ambientali sul territorio.

L'azienda si è impegnata a mantenere e comunicare un uso responsabile e parsimonioso della risorsa idrica. L'obiettivo è stato definito e comunicato chiaramente in ogni area interna all'azienda.

La nostra cultura abbraccia un uso razionale dell'energia sfruttata per fornire i nostri prodotti e servizi ai clienti.
Ci siamo costantemente impegnati nel ridurre il consumo di energia e minimizzare l'impatto ambientale, adottando soluzioni innovative e utilizzando fonti di energia rinnovabile per la sua produzione.

ECONOMIA CIRCOLARE

Dobbiamo ripensare la produzione in un'ottica di eco-design, volta ad allungare la vita del prodotto, a facilitarne il riciclo e ad allontanare il più possibile nel tempo il momento dello smaltimento definitivo, ma oggi questo tema necessita di ulteriori sforzi di policy per essere indirizzato in modo efficace.

Bisogna riconoscere che l'uso razionale delle materie prime, insieme ad un'attenta gestione dei rifiuti, aiuta a ridurre l'impatto ambientale del processo di produzione. Inoltre, soluzioni innovative e processi tecnici avanzati minimizzano i rifiuti e l'impatto ambientale.

Nel corso del 2020 l'azienda si è impegnata a definire una strategia al fine di introdurre e rafforzare il concetto di Economia Circolare all'interno del processo produttivo.

Per fare questo abbiamo stretto delle collaborazioni con i nostri partner e fornitori principali, così da creare la circolarità nell'intera catena del valore.

UTILIZZO DELLA PLASTICA

Come sappiamo da anni a questa parte, la plastica e tutte le sue declinazioni rappresentano uno dei materiali più inquinanti per il nostro pianeta. L'esempio più recente riguarda le mascherine chirurgiche contro il Covid-19 che spesso non sono state smaltite correttamente, a causa di un sistema di riutilizzo circolare del materiale non definito.

Nel corso del 2020, l'azienda si è impegnata a definire una strategia volta a monitorare e ridurre l'utilizzo delle plastiche 'single use'.

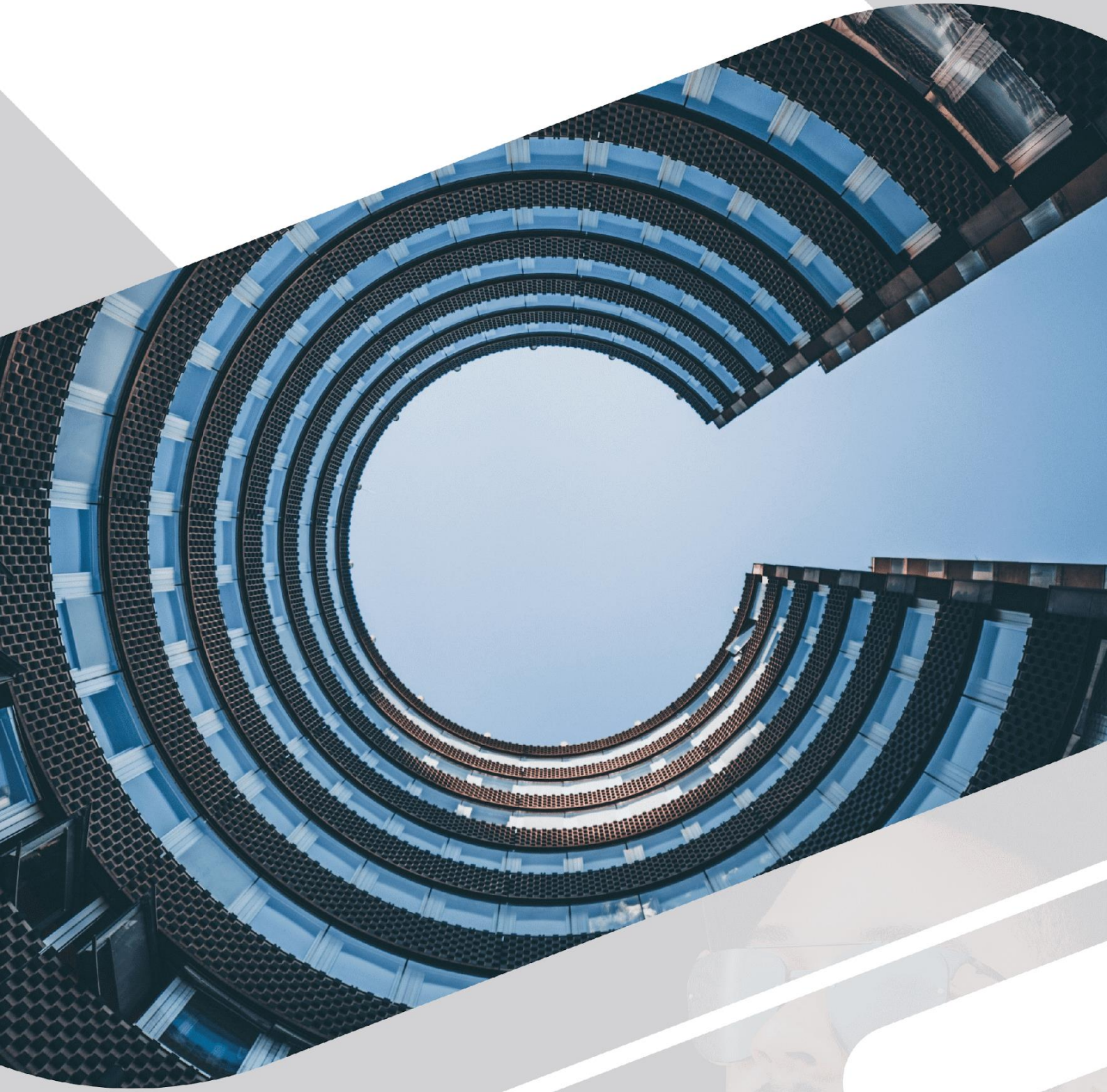
Inoltre, la strategia, che è stata definita chiaramente in ogni funzione aziendale, mira ad implementare ove possibile l'utilizzo di materie plastiche derivanti da operazioni di riutilizzo e/o riciclo.

Per raggiungere tali obiettivi l'azienda ha usufruito di diversi strumenti e metodologie, tra cui ad esempio l'introduzione dei boccioni ricaricabili per l'acqua, delle borracce personali e dei piatti / posate di carta.

L'azienda punta anche a verificare l'utilizzo di plastiche e materiali riciclati lungo la propria supply chain, stimolando l'uso di materie prime derivanti da operazioni interne o esterne di riutilizzo e/o riciclo.

SUSTAIN

PROSPERITY



Report di Sostenibilità

PROSPERITY

La nostra azienda, come tutte le imprese, si impegna a garantire che tutti gli esseri umani possano godere di una vita prospera e soddisfacente e che il progresso economico, sociale e tecnologico avvenga in armonia con la natura.

La prosperità si traduce nella lotta per porre fine alla povertà e alla disuguaglianza, descrivendola in termini di:

- Crescita economica - costruita su un'occupazione dignitosa, mezzi di sussistenza sostenibili, aumento del reddito, protezione sociale e accesso ai servizi finanziari per tutte le persone
- Innovazione e trasformazione dei modelli di business - per creare valore condiviso, tra cui gli investimenti in infrastrutture sostenibili, insediamenti, industrializzazione, PMI, energia e tecnologia
- Prosperità condivisa e crescita - basata su produzione e consumo sostenibili nel breve e lungo periodo.

L'occupazione e la creazione di posti di lavoro sono fattori chiave della crescita economica e della prosperità e forniscono un'indicazione di base della capacità di un'azienda di attrarre talenti diversi, che sono la chiave per innovare e creare nuovi prodotti e servizi.

LAVORO

Come già evidenziato nel capitolo People, le persone sono il cuore della nostra azienda. Per tale ragione monitoriamo e miglioriamo costantemente le condizioni in cui lavorano e favorendo le opportunità di crescita. Visti i cambiamenti portati dalla pandemia da Covid-19, l'azienda ha deciso di rinnovare il contesto lavorativo per accrescere la soddisfazione dei nostri dipendenti, assicurando pari opportunità ed integrazione sociale, offrendo il miglior match possibile tra lavoro richiesto ed offerto e garantendo la giusta attribuzione delle attività e spazi per quanto riguarda il lavoro retribuito, il tempo libero, il lavoro sociale, ecc.

Per questo ci impegniamo a monitorare l'andamento delle assunzioni, del turnover e delle retribuzioni dei nostri dipendenti.

Ogni anno vengono calcolate ed analizzate periodicamente queste metriche tramite una suddivisione per caratteristiche rilevanti come genere, fasce d'età, area geografica, background, etc.

Annualmente sono organizzati incontri *one to one* tra i singoli lavoratori, il responsabile diretto e la funzione HR, atti a fornire uno strumento di dialogo e confronto tra lavoratore ed azienda. In tale occasione sono discusse le schede di valutazione formalizzate secondo uno standard interno differenziato per BU e funzione, sono definiti gli obiettivi per l'anno successivo e discussi i piani di carriera.

INNOVAZIONE DI PRODOTTI E SERVIZI MIGLIORI

Lo sforzo di ogni azienda dovrebbe essere quello di fornire prodotti o servizi che riescano non solo a far progredire la propria organizzazione ma che, allo stesso tempo, contribuiscano alla protezione della salute delle persone e dell'ambiente. Innovare i prodotti o servizi significa fare sforzi per modificare, aggiornare e monitorare costantemente la propria supply chain in chiave sostenibile.

Nel corso del 2020 l'azienda si è impegnata a monitorare gli impatti dei Propri Prodotti e servizi sugli stakeholder e sull'economia, ponendo particolare attenzione alle sfide di sostenibilità.

Inoltre, l'azienda ha definito delle politiche per gli investimenti dedicati a tali attività sostenibili, seguendo le linee guida del CECP (Chief Executives for Corporate Purpose).

PR-T2	2020
% ricavi derivanti da prodotti e servizi progettati per fornire specifici benefici sociali o per affrontare sfide di sostenibilità	5,00%
Costi totali relativi ad attività di ricerca e sviluppo	21.235,00

PRINCIPLES OF
GOVERNANCE

Report di Sostenibilità

PRINCIPLE OF GOVERNANCE

Oltre che sui principi di una Governance responsabile, vitali al fine di garantire un agire consapevole e rispettoso degli stessi, diventa sempre più importante, per le aziende, concentrarsi sulla creazione di valore a lungo-termine e sulla definizione di obiettivi che integrino gli impatti economici, ambientali e sociali generati o subiti indirettamente, nel proprio business.

Come azienda abbiamo quindi compreso l'importanza che riveste la Governance al fine di raggiungere tal risultati, una guida verso scelte responsabili sia sul piano economico-finanziario che sociale e ambientale, costruendo legittimità nei confronti dei nostri stakeholder.

In tal senso, intendiamo indirizzare le nostre aspirazioni aziendali verso una presa di coscienza e rispetto degli impatti economici, ambientali e sociali, verificando i rischi e proteggendo gli interessi degli stakeholder.

Dal 2019 l'azienda ha acquisito la Certificazione ISO 9001 : 2015 ed ha adottato il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex. D. lgs 231/2001, introducendo al proprio interno un Organismo di Vigilanza.
C4B, sempre più interessata a raggiungere e a dimostrare un corretto comportamento nei confronti dell'ambiente, anche attraverso un processo di monitoraggio dell'impatto della propria attività operativa e sensibilizzando i propri lavoratori nonché gli attori della propria value chain, per il 2021 si pone l'obiettivo di sviluppare un Sistema di Gestione Ambientale ISO 14001, integrato all'attuale Sistema di Gestione per la Qualità.

GOVERNANCE

Lo scopo del buon governo considera il grado con cui la governance guida le imprese a stabilire e perseguire un fine chiaro e positivo e a rilevare la misura con cui tale fine guida la strategia dell'impresa.

A tal proposito, l'azienda ha definito internamente degli obiettivi di sostenibilità, affiancati a quelli relativi alla crescita del business.

Tali obiettivi sono chiaramente integrati nelle strategie e nelle politiche aziendali. Inoltre, per quanto riguarda le misurazioni della performance del Management dell'azienda, e quindi nei meccanismi retributivi, viene incluso il raggiungimento di tali obiettivi di sostenibilità.

Per quanto riguarda la qualità dell'organo di governo, è sempre più necessario andare a monitorare il grado con cui l'intera organizzazione, compresi i più alti organi di gestione, siano allineati nel creare valore a lungo termine.

In tale ambito, l'azienda ha implementato un sistema di raccolta dati, misurazione e reporting degli obiettivi aziendali, recentemente arricchito con alcuni indici in ambito sostenibilità.

Le azioni di coinvolgimento degli stakeholder sono fondamentali per guidare e responsabilizzare gli organi di gestione aziendale a dare priorità alle tematiche di sostenibilità nel lungo periodo.

Per ottenere un coinvolgimento efficace di tutti gli interlocutori, l'azienda ha individuato i principali gruppi di stakeholder relativi alla compagine sociale di relazioni instaurate.

La gestione dei rischi è un aspetto critico per la nostra azienda, per cui riconosciamo una supervisione dell'efficacia del sistema di gestione dei rischi e delle opportunità. Come azienda abbiamo infatti compreso che incorporare i rischi e le opportunità associati a fattori economici, ambientali e sociali a livello di governance è essenziale per affrontare tali problemi nel tempo riuscendo a creare valore nel lungo periodo. Per questo motivo l'analisi SWOT costituisce elemento di analisi rilevante ai fini della definizione della strategia aziendale di breve e lungo periodo.

In particolare, Abbiamo effettuato e stiamo effettuando un monitoraggio di come i rischi specifici legati a tematiche di sostenibilità stiano variando nel tempo con riferimento alle nostre attività.

COMPORTAMENTO ETICO

Il comportamento etico, in linea con le leggi applicabili e le norme condivise per il comportamento aziendale, è una componente critica per la creazione di valore a lungo termine.

L'azienda si è quindi dotata di procedure anticorruzione attraverso un codice etico e un processo strutturato di gestione.

Per monitorare e misurare il rischio di corruzione e le iniziative di anticorruzione svolte, nonché altri rischi rilevanti ai fini del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, l'azienda si è dotata di strumenti e processi dedicati, tra cui una specifica analisi del rischio condotta dall'Organismo di Vigilanza, il quale si assume altresì l'onere della supervisione degli esiti delle attività di audit annuale svolte sui processi per monitorarne l'effettiva operatività rispetto alle procedure definite.

Come azienda siamo da sempre consapevoli dell'importanza dell'interconnessione virtuosa attraverso l'intera value chain, e questo soprattutto per i temi di sostenibilità e responsabilità aziendale. Per quanto riguarda le tematiche di sostenibilità, l'azienda:

- Sottopone e richiede l'accettazione del proprio Codice Etico ai propri clienti, fornitori, lavoratori e stakeholders in generale;
- Richiede che i propri lavoratori siano a conoscenza e consapevoli in merito alle normative applicabili al proprio ambito lavorativo (ad esempio normativa sulla Data Protection GDPR 679/2016, D.lgs. 231/01, D.lgs. 81/08...) e per questo eroga formazione continua e costante su ciascuno di questi temi;
- Stimola la conoscenza e la condivisione in merito alle tematiche di sostenibilità attraverso l'intera value chain, sfruttando ogni canale ed occasione di scambio.