

2024

Bilancio di sostenibilità Webranking



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Cari Amici, Collaboratori e Stakeholder, eccoci giunti alla **seconda edizione del Bilancio di Sostenibilità di Webranking** che si concentra sul 2024.

La premessa del primo bilancio è sempre valida: Webranking ha sempre avuto un forte interesse verso i temi ambientali e sociali, molto prima che venissero inseriti nell'Agenda 2030 dell'ONU e identificati come obiettivi ESG. Il bilancio che hai davanti non riguarda solo l'impegno del 2024, ma racconta quello in cui crediamo e le azioni che abbiamo intrapreso per concretizzare la nostra visione e vivere il Purpose che ci anima dal giorno in cui abbiamo fondato Webranking, nel 1998.

Anche a riprova di questo, il rinvio dell'entrata in vigore della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) che vede Webranking non rientrare tra i soggetti obbligati alla rendicontazione secondo la nuova normativa europea, non ci ha fermato. **Anteponiamo da sempre la sostanza agli adempimenti formali**, quindi abbiamo scelto di proseguire volontariamente nella pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità. Nel Purpose di Webranking abbiamo inserito un elemento per noi importante: **provare ad essere un esempio** del fatto che si possa fare impresa in un modo differente dal mainstream, generando valore per tutti: l'azienda, i clienti e i collaboratori che rendono tutto questo possibile. Per questo vogliamo rendere visibile e misurabile il nostro modello che si basa sull'innovazione - intesa anche come esplorazione di modi inaspettati di fare le cose - così come crediamo che le aziende abbiano una responsabilità sociale allargata che vogliamo prenderci.

Il nostro **punto di partenza** non è stato ricercare il successo dell'azienda (che andava costruito e che va mantenuto) o la soddisfazione dei clienti (che è una conseguenza auspicabile) ma la volontà di partire creando un **benessere organizzativo distintivo** per le nostre persone. Così abbiamo ottenuto un'altissima motivazione e consentito ai nostri tantissimi collaboratori di raggiungere soddisfazioni personali e generare effetti positivi nelle loro vite e - attraverso loro - nelle loro famiglie, comunità e territori.

Al punto che proprio nel 2024 Webranking è stata premiata fra i 50 migliori ambienti di lavoro in Europa da Great Place To Work.

E questo è quello che ha consentito di ottenere risultati eccezionali per i nostri clienti e contribuito al successo di Webranking.

Il nostro obiettivo non cambia: vogliamo offrire al mercato un partner che riesca a sorprendere, arrivando a ridefinire giorno dopo giorno quello che ci si può aspettare da un'agenzia. In questo documento ci sono tanti ingredienti della ricetta che ci consente di farlo.

Grazie per l'attenzione che ci vorrai dare anche tu ...e buona lettura!

NEREO SCIUTTO
CEO Webranking



EXECUTIVE SUMMARY

Webranking è la più grande agenzia indipendente (privately owned) italiana in ambito digital media e consulenza, con un team di più di **220 professionisti** e un gestito di più di 200 milioni di euro di pubblicità. Ha un fatturato 2024 di **51 milioni di euro** e rappresenta una importante storia imprenditoriale, arrivando a chiudere 26 bilanci in area di profitto. Siamo riusciti a dimostrare che si possono portare risultati eccezionali per tutti: per l'azienda e i suoi soci, per tutti i collaboratori e per i clienti che hanno scelto di fare parte di questa storia.

Webranking è stata inserita da **Great Place To Work** fra i migliori ambienti di lavoro in Europa per la qualità della sua cultura e la soddisfazione dei collaboratori. Oltre alla certificazione sulla parità di genere, è anche un best workplace per **Diversity, Equity & Inclusion** e ha costruito un company Well-being centrale nell'attrarre, mantenere e sviluppare un gruppo di consulenti estremamente competenti. Grazie a questa qualità talent-driven, riesce anche a portare sul mercato persone motivate e collaborative che riescono a dare ancora maggior valore ai tanti team con i quali lavoriamo, contribuendo a fare l'eccellenza in un mercato estremamente competitivo per noi e per i nostri clienti.

L'impegno verso la **sostenibilità** è presente in Webranking fin da prima che questi temi diventassero così importanti per l'opinione pubblica e fossero oggetto di analisi e di goal setting. Prima dell'Agenda 2030 dell'ONU abbiamo investito

per costruire il nostro HQ con un progetto in bioedilizia unico nella nostra regione, dove ci siamo dati come obiettivo una certificazione energetica **CasaClima A** che era la più sfidante fra tutte quelle presenti in Italia nel 2014, quando abbiamo inaugurato il nostro direzionale. Non ci siamo fermati lì e anche la sede di Reggio Emilia - all'interno del modernissimo **Parco Innovazione** - è stata interamente realizzata in bioedilizia in **Classe A+** a riprova del nostro impegno che è mantenuto nel tempo. Il nostro percorso quindi non si ferma e puntiamo a raggiungere un **impatto neutrale** per il carbon footprint per la nostra intera attività di impresa.

Sotto il **profilo sociale**, crediamo fortemente che si possa intervenire sulle famiglie, sulle comunità e sui territori non solo con iniziative esterne ma prima di tutto attraverso i nostri collaboratori che vivono questi ambienti. Generiamo benessere nei nostri collaboratori, attraverso un ambiente lavorativo eccellente ma anche favorendo il più possibile la libertà di scelta e la flessibilità con l'obiettivo di offrire un bilanciamento tra lavoro e vita che sia davvero differenziante e motivante. Così facendo, incidiamo sulle famiglie e le comunità in cui si muovono i nostri colleghi.

Abbiamo creato un ambizioso pacchetto di servizi e iniziative di **Corporate Well-being** - che si arricchisce ogni anno di nuovi contenuti - che abbiamo chiamato **We Care** perché è un modo di

rendere evidente che ci teniamo, ci prendiamo cura, ci interessa. E questo è sia per l'azienda verso le persone ma anche per le persone fra di loro e nei rapporti col lavoro.

È un **purpose** molto forte che sta al centro del nostro impegno: le aziende - anche i nostri clienti - sono fatte di persone e sono loro quelle che fanno accadere le cose e alle quali dobbiamo rivolgerci, sempre.

Posizionamento

HIGHLIGHTS ESG 2024

In Italia siamo la più

GRANDE

agenzia digital indipendente

Il tutto reso possibile da un modello organizzativo unico, che parte dall'aver costruito un **ambiente lavorativo eccellente (company well-being)**

Siamo riconosciuti e apprezzati dal mercato per competenza, affidabilità, visione e per la nostra capacità di crescere ed evolvere, pur mantenendo un carattere identitario indipendente e distintivo.

SIAMO NATI 27 ANNI FA
agli albori del web e da allora siamo sempre cresciuti grazie a **competenze e capacità di innovare**



Indicatori economici

HIGHLIGHTS ESG 2024

51
mln €
di **fatturato**



+16%

**crescita del fatturato
nell'ultimo anno**

200 mln €

di **pubblicità pianificata** per i
clienti dell'agenzia



Persone

HIGHLIGHTS ESG 2024

+8,8%

Organico in **costante crescita**

Turnover tra i più bassi del settore e in ulteriore diminuzione (da 14% a 7%) rispetto al 2023

Più di

500.000 €

pari al 20% dell'utile lordo, destinato a iniziative di Corporate Well-being per i collaboratori.

Programmi pensati ad hoc e strutturati per la crescita professionale (GrowSpace e UpSkill) e il benessere personale delle nostre persone (WeCare).



Certificazioni tra i Best Workplaces in Europa e fra i Best Workplaces in Italia per Millennials, GenZ e per la gestione di **Diversity, Equity & Inclusion.**

Parità di genere

HIGHLIGHTS ESG 2024



50%

Donne in prima linea
(director)

<10%

Gender pay gap sempre inferiore al
10%, a parità di livello e qualifica

54%

Donne

46%

Uomini



Origini e modello d'impresa

La storia ed il percorso di Webranking

Percorso di sostenibilità

Manifesto, Purpose, Vision, Mission

1.

Origini e modello d'impresa

Origini e modello d'impresa

La storia ed il percorso di Webranking

Percorso di sostenibilità

Manifesto, Purpose, Vision, Mission

La storia e il percorso di Webranking

Webranking è un'azienda italiana specializzata nei servizi di **marketing digitale**, pianificazione pubblicitaria e consulenza strategica.

Ha sviluppato una solida reputazione nel corso degli anni che il mercato le riconosce, grazie alla capacità di operare sulla frontiera di un settore in grande e costante evoluzione, unita a un ambiente organizzativo unico (premiato per due volte fra i migliori **50** in Europa da **Great Place To Work**) che riesce ad attrarre, mantenere e far crescere i migliori talenti.

Fondata nel 1998, Webranking è stata una delle primissime realtà a specializzarsi nell'allora settore emergente che riguardava i motori di ricerca che si è poi progressivamente sviluppato divenendo il più ampio marketing digitale.

All'epoca della fondazione, non esistevano ancora Google, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, OpenAI e tutte le realtà che oggi fanno il digitale mondiale.

Nel corso degli anni ha saputo abbracciare con successo tutte queste novità e ha integrato nella propria offerta la gestione dei dati, la pianificazione pubblicitaria sui social network e così via, per arrivare oggi alla AI generativa, al Cloud e più in generale al Martech, cioè la tecnologia applicata a marketing e comunicazione.

La crescita è stata su tutti i fondamentali di questo settore: più di **220 consulenti** in crescita costante ogni anno, **51 milioni di fatturato e 200 milioni di euro** di investimenti pubblicitari pianificati per i propri clienti in tutti i mercati del mondo. Dati, come quest'ultimo, che la posizionano come una delle big assolute del mercato italiano e la più grande e importante agenzia digitale indipendente nel nostro paese.

Non sono mancati riconoscimenti a conferma del buon lavoro fatto e del ruolo occupato sul mercato: da cinque anni fra le **Best Managed Companies** secondo la classifica stilata da Deloitte che analizza la capacità del management di ottenere risultati eccezionali in tutti gli ambiti di analisi e la presenza costante fra le **FT1000** - la classifica delle aziende a più alta crescita in Europa - stilata dal Financial Times.

Webranking ha quattro sedi: gli storici headquarters di **Correggio (RE), Milano, Reggio Emilia e Cagliari**.



Foto archivio 2020

Origini e modello d'impresa

La storia ed il percorso di Webranking

Percorso di sostenibilità

Manifesto, Purpose, Vision, Mission

Percorso di sostenibilità

Il nostro **percorso di sostenibilità ambientale** parte da molto lontano, a riprova dell'attenzione verso questi temi che ci contraddistinguono fin dagli inizi, quando i temi di sostenibilità non erano ancora considerati dal sistema. Come azienda di servizi siamo fra i soggetti economici meno impattanti. Ciò non ci ha impedito di intervenire in modo rilevante su quegli elementi che potessero comunque fare la differenza rispetto a questi temi. Anche alla luce del rinvio dell'obbligo normativo previsto dalla CSRD, abbiamo scelto di continuare a comunicare in modo volontario e trasparente i nostri risultati ESG.

Per Webranking, la sostenibilità è una **leva strategica e culturale**, non un adempimento formale: uno strumento per dare concretezza ai nostri valori, ispirare buone pratiche e **generare valore** per tutte le persone coinvolte.

Due iniziative molto rilevanti hanno riguardato la realizzazione di importanti investimenti immobiliari, il primo di questi con un progetto che abbiamo ideato e voluto già nel 2013:

1.

Il direzionale dove hanno sede gli **HQ** dell'azienda è stato inaugurato nel 2014 - già 10 anni fa - seguendo un progetto in bioedilizia mai realizzato prima nel territorio. Ha ottenuto la certificazione energetica **CasaClima (KlimaHaus) in Classe A**, la più ambiziosa ed esigente certificazione energetica nel nostro paese in quel momento. L'immobile non ha allacciamento alla rete gas, utilizza un impianto fotovoltaico e presenta livelli di consumo energetico minimi e una serie di soluzioni innovative come l'illuminazione degli spazi in domotica intelligente che regola le lampade sulla base della luce ambientale e la presenza di persone.

2.

L'ufficio di **Reggio Emilia**, costruito nel 2019 all'interno del **Parco Innovazione** della città, è realizzato anch'esso in **bioedilizia** con certificazione energetica A+ ed è stato oggetto di una progettazione personalizzata sui bisogni e i requisiti dell'azienda così come è accaduto per gli HQ.

Abbiamo attivato un processo di ascolto delle proposte e delle sensibilità dei collaboratori per quanto riguarda la sostenibilità e ha progressivamente guidato decisioni e investimenti sulla base di questi elementi. Da qua sono scaturite le singole iniziative come quelle che hanno portato a ridurre a **zero l'utilizzo di plastica monouso**.

Un'altra caratteristica molto impattante che ci contraddistingue è stata la decisione di posizionare i nostri uffici nelle immediate vicinanze delle **stazioni ferroviarie** e dei **mezzi pubblici** più comodi e utilizzati. La nostra sede di Milano - che impiega più di 80 collaboratori - è stata aperta di fianco alla

Stazione Centrale, in corrispondenza dell'incrocio delle due linee Verde e Gialla della metropolitana e dell'importante passante ferroviario. Questo ha consentito di facilitare enormemente gli spostamenti interni alla città ma anche di chi raggiunge l'ufficio in treno, principalmente chi vive fuori Milano o i numerosi colleghi che si spostano dalle altre sedi verso il capoluogo lombardo.

La **sede di Reggio Emilia** ha un analogo posizionamento, a pochi metri dalla stazione ferroviaria centrale della città che rende possibile raggiungere l'ufficio velocemente ed ecologicamente dalle principali località lungo la via Emilia.



Origini e modello d'impresa

La storia ed il percorso di Webranking

Percorso di sostenibilità

Manifesto, Purpose, Vision, Mission

Manifesto, Purpose, Vision, Mission

Manifesto

Crediamo che il business sia composto da persone e non da aziende. Sono le persone dentro e fuori dalla nostra organizzazione quelle che prendono decisioni, che possono portare innovazione, risolvere problemi o generare opportunità (o il contrario di tutto questo).

Il motore del successo di Webranking è di tutti i nostri clienti. Per noi qualità vuol dire portare **risultati** concreti, efficaci e misurabili grazie a un **imprescindibile fattore umano**, che rappresenta il nostro **elemento differenziante**, in grado di generare più valore per i nostri clienti.

Questo nostro impegno può fare la differenza nel condividere insieme le sfide, nel capire, collaborare a fondo e crescere in uno scenario così competitivo, in cui ci muoviamo sia noi che le persone con cui lavoriamo.

Crediamo che la chiave del successo di Webranking sia la capacità di valorizzare il fattore umano, grazie a un **ambiente** attrattivo e motivante, dove raggiungere **risultati ambiziosi** come gruppo, insieme a una maggior **realizzazione personale**.

Allo stesso modo, siamo guidati dalla consapevolezza che le aziende abbiano una **responsabilità sociale allargata** e che il lavoro in Webranking possa essere un elemento in grado di impattare positivamente **anche nella vita** delle persone.

Solo così avremo la possibilità di uscire dai confini aziendali e ambire a **generare effetti nelle famiglie e comunità** in cui ci muoviamo e viviamo.



Origini e modello d'impresa

La storia ed il percorso di Webranking

Percorso di sostenibilità

Manifesto, Purpose, Vision, Mission

PURPOSE



Purpose

Il nostro Purpose **non è mai cambiato**: è centrale in tutto quello che abbiamo fatto finora e guiderà quanto vediamo per il nostro futuro e le decisioni che dovremo prendere. Questo **Purpose** ha portato alla specifica **Mission** che abbiamo scelto per rispondere alla **Vision** di mercato in cui crediamo.

Il settore in cui operiamo - quello del marketing e della comunicazione - è tutt'altro che omogeneo.

È un'**industria dalle infinite possibilità**, grazie a un estremo dinamismo che contraddistingue sia i modelli di business che le strutture organizzative, caratterizzate dalla rilevanza che assume il fattore umano. Allo stesso tempo è un settore che ha prodotto una cultura del lavoro troppo spesso disfunzionale, con poca attenzione al bilancio fra vita e lavoro e non realmente inclusiva.

In questo contesto di possibilità, Webranking è diventata - e vogliamo rimanga - uno spazio dove il fattore umano sia centrale per il successo dell'azienda e a sua volta benefici di condizioni in grado di sviluppare le proprie competenze, opportunità e soddisfazioni.

Un ambiente che ha lo scopo di bilanciare al meglio possibile le aspettative personali **attraverso il lavoro** e non al servizio del lavoro. Fatto di **libertà** di scelta, di flessibilità, di vera inclusività e di modelli coraggiosi per provare a costruire nuove opportunità e non subire quanto accade esternamente.

Dove la parola chiave sia **fiducia** e non controllo. Non abbiamo l'ambizione di cambiare l'industria ma vogliamo essere un **esempio** - visibile e riconosciuto - del fatto che esista un modello di **grandissimo successo per tutti**: per l'azienda, per le persone in Webranking che rendono tutto questo possibile e per i clienti che vorranno farne parte.

Con questi presupposti, siamo in grado di portare sul mercato un **valore differenziante**, che ridefinisce costantemente quello che ci si può aspettare da un'agenzia.

Origini e modello d'impresa

La storia ed il percorso di Webranking
Percorso di sostenibilità

Manifesto, Purpose, Vision, Mission



Vision

Vediamo il digitale come elemento sempre più **centrale** per ogni azienda, ben al di là di marketing, comunicazione o eCommerce.

Tanti elementi della nostra quotidianità - fuori e dentro il lavoro - saranno “raggiunti” dal digitale e produrranno una **complessità crescente** nella loro comprensione e, di conseguenza, nel loro governo.

La **tecnologia** giocherà un ruolo sempre più rilevante e richiederà un nuovo tipo di **competenze** da costruire, integrare e rinnovare progressivamente.

Inoltre, la **velocità** di questi cambiamenti sarà sempre più alta e impatterà maggiormente sulle realtà più strutturate e tradizionalmente dominanti che faticeranno ad adeguare le loro organizzazioni e modelli di business.

In questo scenario di grande incertezza, vogliamo diventare **l'agenzia con la miglior reputazione sul mercato per i più grandi brand** presenti nel nostro paese.

Lo vogliamo fare con un mix unico di fattori che sono al centro della nostra Mission: l'indipendenza, un ambiente di lavoro eccezionale (che è la chiave per costruire il miglior team) e la capacità di essere - e rendere ogni cliente - **“future proof”**.

Mission

Per raggiungere la nostra Vision, in coerenza con il nostro Purpose, continueremo a **investire con coraggio** sul nostro polo di eccellenza, valorizzando questi tre elementi chiave:

- 1. L'indipendenza** che leggiamo come una reattività maggiore al cambiamento e la libertà di dare sempre la risposta migliore ai nostri clienti.
- 2. Essere future proof** cioè investire sulla formazione continua e favorire la capacità di interpretare il cambiamento per rendere “a prova di futuro” noi stessi e i manager e le organizzazioni con cui lavoriamo.
- 3. Mantenere un ambiente di lavoro eccezionale** che ci consenta di continuare a portare sul mercato il miglior team in termini di competenze, motivazione e talento.

Governance

Il sistema di Governance

Gestione dei rischi nella Governance

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

Innovazione e digitalizzazione

La catena del Valore di Webranking

2.

Governance

Governance

Il sistema di Governance

Gestione dei rischi nella Governance
Strumenti a supporto della Governance
Performance e risultati economici
Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità
Comunicazione interna ed esterna

Il sistema di Governance

Webranking S.r.l. è una società a responsabilità limitata con sede legale a Correggio (RE), fondata nel 1998, con un capitale sociale pari a 20.000 euro, interamente versato. Il capitale è detenuto dai tre soci fondatori: **Nereo Sciutto** (Presidente del Consiglio di Amministrazione) con una quota del 40%, **Andrea Storchi** (Consigliere) con il 30% e **Stefano Caffagni** (Vicepresidente) con il restante 30%.

L’assetto proprietario, interamente privately owned, ci rende una realtà completamente indipendente, non soggetta al controllo di fondi, holding o gruppi multinazionali. Questa condizione rappresenta un elemento distintivo che si traduce in due principali vantaggi competitivi:

- 1. **Rapidità decisionale e capacità di adattamento ai cambiamenti** del contesto economico e tecnologico, grazie a una struttura societaria snella.
- 2. **Libertà strategica** nella scelta di clienti, partner tecnologici e modalità operative, non vincolata da logiche di gruppo o accordi internazionali.

La governance di Webranking parte dai co-fondatori, ancora oggi attivi come membri del Consiglio di Amministrazione, a conferma della continuità di **visione strategica** e della **coerenza nella cultura** dell’agenzia. L’organo amministrativo, con durata a tempo indeterminato, esercita in forma collegiale i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione.

A riprova di una governance particolarmente competente, il presidente del CdA di Webranking si distingue per un approccio riconosciuto come **autorevole anche all’esterno**, attraverso pubblicazioni, interviste, partecipazione a programmi di divulgazione, posizionandosi come una voce esperta e ascoltata nel panorama del marketing digitale, a testimonianza della **profonda conoscenza del mercato** che guida l’azienda.

Capitale sociale
€ 20.000,00

Patrimonio netto
€ 16,2 mln



40%
Sciutto Nereo



30%
Caffagni Stefano



30%
Storchi Andrea

Governance

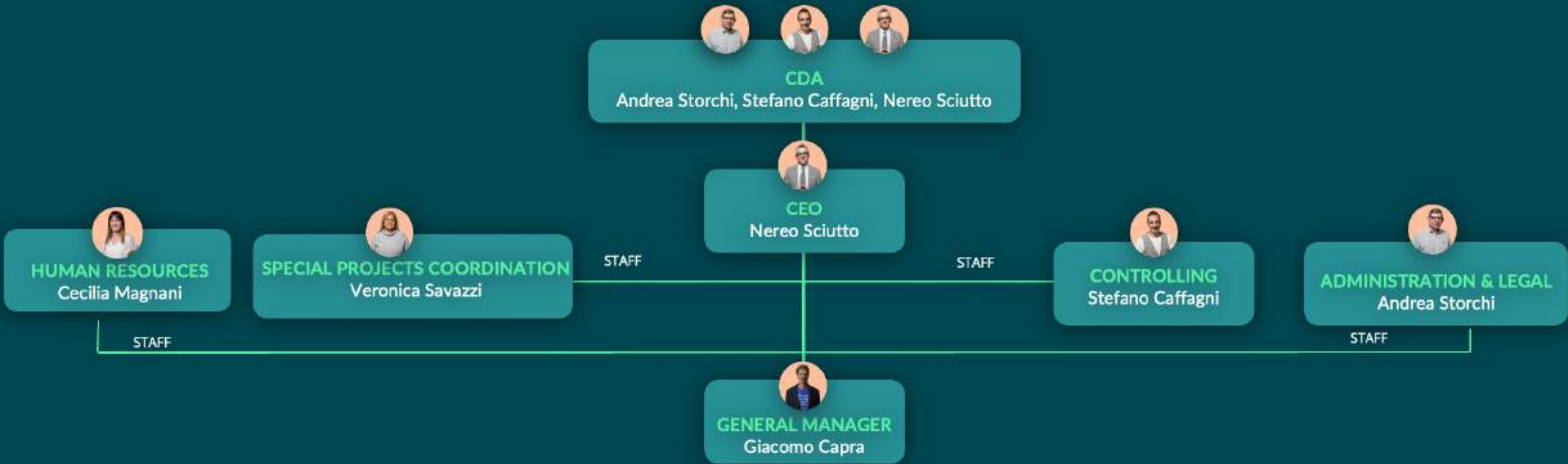
Il sistema di Governance

- Gestione dei rischi nella Governance
- Strumenti a supporto della Governance
- Performance e risultati economici
- Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità
- Comunicazione interna ed esterna
-

A conferma di una governance in continua evoluzione, in Webranking abbiamo avviato un processo di rafforzamento e formalizzazione dei presidi interni, volto a strutturare in modo sempre più efficace la gestione delle tematiche strategiche, sociali e di compliance.

Questo percorso proseguirà nel 2025 con un affinamento ulteriore dei ruoli e delle responsabilità, in coerenza con gli obiettivi di trasparenza, accountability e sostenibilità aziendale.

Corporate Governance



Governance

Il sistema di Governance

- Gestione dei rischi nella Governance
- Strumenti a supporto della Governance
- Performance e risultati economici
- Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità
- Comunicazione interna ed esterna
-

Sono già attivi comitati interfunzionali dedicati a tre aree chiave, con funzioni consultive e operative:

Comitato per la Parità di Genere

Il Comitato opera in coerenza con la certificazione **UNI/PdR 125:2022** ottenuta nel 2024 e supporta il CdA nella gestione degli aspetti sociali, con particolare attenzione all’equità di genere e al benessere organizzativo. Con una composizione interfunzionale, contribuisce alla definizione degli obiettivi, al monitoraggio degli indicatori e alla promozione di iniziative di sensibilizzazione interna, costituendo un presidio stabile e misurabile sui temi della diversità e dell’inclusione.



Comitato ESG

Il CdA ha delegato al **Comitato ESG** la responsabilità operativa nella gestione degli impatti ambientali, sociali e di governance, mantenendo su questi temi un ruolo di direzione e supervisione strategica. Il Comitato supporta l’integrazione dei criteri ESG nella strategia aziendale, coordina la raccolta e l’analisi dei dati non finanziari, contribuisce alla definizione delle priorità e monitora l’avanzamento degli obiettivi. Si occupa inoltre di coordinare e gestire la stesura del report di sostenibilità annuale, garantendo coerenza tra obiettivi, processi e risultati.



Comitato di crisi – NIS2

In risposta alla **Direttiva NIS2**, che rafforza gli obblighi di sicurezza informatica per le imprese strategiche, Webranking ha istituito un Comitato di crisi incaricato di coordinare le attività di prevenzione, gestione e risposta in caso di eventi critici. Il comitato lavora in stretta sinergia con l’area tecnica e legale per garantire conformità normativa, continuità operativa e protezione dei dati.



La struttura manageriale sottostante al CdA è stata nel tempo adattata e potenziata per rispondere in modo efficace all’evoluzione del mercato e alle esigenze dei clienti, con l’obiettivo prioritario di garantire servizi di alta qualità e livelli elevati di soddisfazione. In particolare, le funzioni consulenziali e produttive rivestono un ruolo centrale nel modello organizzativo, ispirato a benchmark internazionali delle principali agenzie indipendenti che sono diventate leader in mercati competitivi come Regno Unito e Stati Uniti.

A testimonianza della solidità del modello di governance e della qualità del management, siamo stati riconosciuti per il quinto anno consecutivo tra le **“Best Managed Companies”** in Italia nel 2024, nell’ambito dell’iniziativa promossa da Deloitte con il supporto di una giuria indipendente composta da esponenti del mondo accademico, istituzionale e imprenditoriale. Tra i criteri di valutazione: strategia, competenza, innovazione, cultura aziendale, responsabilità sociale d’impresa e governance. Il riconoscimento è stato condiviso con tutto il team manageriale, quale testimonianza del lavoro svolto per mantenere elevati standard gestionali.

Governance

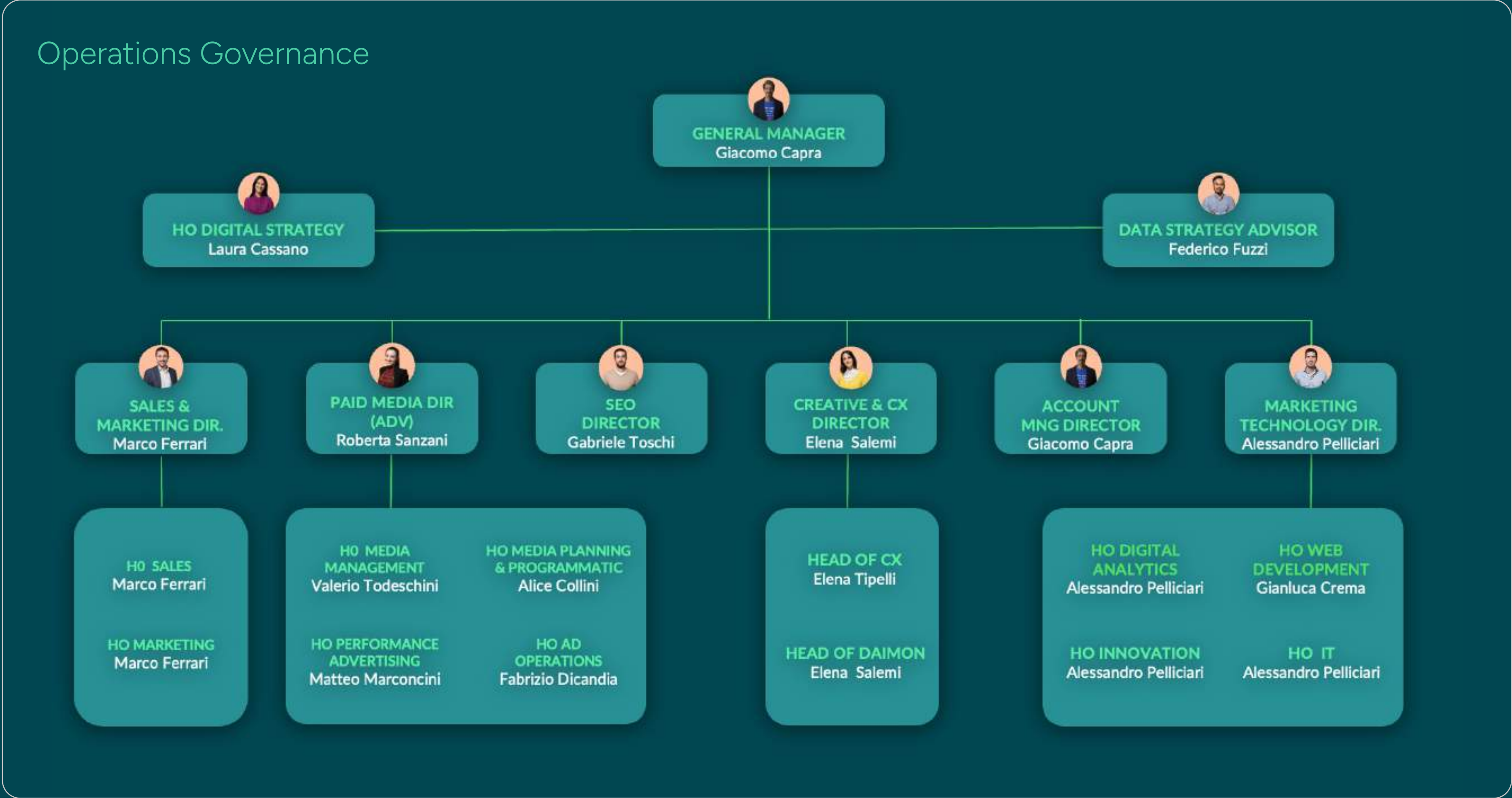
Il sistema di Governance

- Gestione dei rischi nella Governance
- Strumenti a supporto della Governance
- Performance e risultati economici
- Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità
- Comunicazione interna ed esterna
-

In Webranking ci avvaliamo di un sistema di controllo contabile esterno, affidato alla società di revisione Deloitte & Touche S.p.A., iscritta al Registro dei Revisori Legali. Nel 2024 è stato inoltre nominato l’Organismo di Vigilanza (ODV), incaricato di monitorare l’efficace attuazione e l’aggiornamento del Modello 231. Entrambi questi organismi esterni rafforzano la solidità del sistema di controllo interno e garantiscono la piena aderenza ai principi di legalità, trasparenza e responsabilità previsti dal Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo.

La piena autonomia proprietaria e strategica rappresenta per noi un presupposto fondamentale per promuovere un modello di governance orientato alla sostenibilità, libero da condizionamenti esterni e ispirato ai principi di trasparenza, innovazione e valore condiviso.

L’organigramma riportato nel grafico seguente illustra la struttura verticale dell’azienda e il posizionamento delle principali funzioni operative e di controllo.



Governance

Il sistema di Governance

Gestione dei rischi nella Governance

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

-

A supporto della governance e della strategia aziendale, siamo organizzati in diverse aree funzionali e Business Unit specializzate, ciascuna con compiti operativi ben definiti che contribuiscono all’efficienza complessiva dell’organizzazione e alla realizzazione dei progetti nel rispetto degli obiettivi di qualità, innovazione e sostenibilità.

Webranking Srl	
AREA	FUNZIONI
Consiglio di Amministrazione (CDA)	Consiglio di Amministrazione - Presidente CdA, CEO, partner e co-founder. Co - responsabile dell’approvazione e monitoraggio degli impatti ESG generati dall’azienda e della pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità.
	Partner (CFO e co-founder). Co - responsabile dell’approvazione e monitoraggio degli impatti ESG generati dall’azienda e della pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità.
	Partner, vice presidente del CdA (Controller e co-founder). Co - responsabile del monitoraggio degli impatti ESG generati dall’azienda e della pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità.
General Manager	Responsabile delle funzioni commerciali, di client management, della consulenza, martech e centro media. Riporta al CEO.
Human Resources	Responsabili della gestione e sviluppo delle risorse umane; responsabile del monitoraggio degli impatti di sostenibilità sociali. Riporta al CEO.
Special Project Coordination	In staff al CEO, responsabile dei progetti cross-funzionali guidati dal CEO.
Paid Media (ADV)	Responsabile della funzione che gestisce e pianifica gli investimenti pubblicitari per i clienti. Riporta al GM.
Sales&Marketing	Responsabile della funzione commerciale, marketing e comunicazione dell’agenzia. Riporta al GM.
Consultancy	Responsabile delle funzioni consulenziali principali: SEO, Digital Analytics, Strategy e della unit creativa interna (Daimon). Riporta al GM.
Account Management	Responsabile della gestione dei progetti di consulente per i clienti. Riporta al GM.
Marketing Technology	Responsabile del team Martech che unisce competenze di sviluppo di applicativi web e digitali, la unit di Innovation, i sistemi informativi interni, la gestione tecnica dei tracciamenti e le capability di AI e AI generativa. Riporta al GM.
CFO	Responsabile della gestione finanziaria e amministrativa. In staff al CEO.
Controlling	Responsabile della funzione di controllo di gestione e di produzione. In staff al CEO.

Governance

Il sistema di Governance

Gestione dei rischi nella Governance

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

-

Gestione dei rischi nella Governance

Abbiamo deciso di non realizzare piani industriali pluriennali o di lungo termine e **non ci basiamo su schemi accademici o predeterminati**.

Questo perché il nostro settore vive di dinamiche molto frenetiche e allo stesso tempo molto peculiari che rendono sia la programmazione a lungo termine che la modellizzazione classica, del tutto inefficaci e inefficienti. La nostra scelta è verso un modello calibrato al meglio per la nostra situazione. La chiave della nostra gestione dei rischi è la capacità di adattarci in modo costante e tempestivo, capacità che si ottiene attraverso strumenti che abbiamo messo in piedi negli anni e una cultura estremamente aperta al cambiamento. Il nostro processo, per quanto innovativo, non rinuncia agli elementi base di una corretta gestione dei rischi, che comprende:

- ✓ **la mappatura e classificazione dei rischi;**
- ✓ **una valutazione periodica attraverso processi, ruoli e responsabilità definite;**
- ✓ **il check dei processi per la gestione degli incidenti e delle non conformità;**
- ✓ **il check dei processi per la gestione degli incidenti e delle non conformità;**

Il **management** si incontra frequentemente per ragionare su mercato, concorrenza, fenomeni (largamente internazionali) e tecnologie, con lo scopo di anticipare gli effetti dei cambiamenti e definire sia strategie esterne che interne, in primis sull'organizzazione, che vediamo come un elemento "liquido" che deve costantemente adattarsi a mercato e innovazione, spesso in modi che non trovano modelli analoghi nel nostro paese ma che sono ispirati a esperienze internazionali (es. Silicon Valley o Londra).

Per meglio condividere le responsabilità e ottenere maggior coinvolgimento a tutti i livelli, negli ultimi 10 anni abbiamo realizzato una progressiva "managerializzazione" di Webranking in termini di **distribuzione di ruoli e responsabilità**. Il nostro obiettivo è stato quello di avvicinare il management il più possibile a tutti i collaboratori. Questo perché la nostra realtà è una **knowledge company**, cioè un'azienda di consulenza dove mettiamo le nostre competenze e conoscenze al servizio dei clienti. In questo tipo di organizzazione, più si sale la scala gerarchica dei ruoli e aumenta la responsabilità sul business ma soprattutto sulle persone, si perde progressivamente la conoscenza tecnica su componenti che cambiano periodicamente. Per questo, la competenza tende a stare sulle foglie del nostro albero organizzativo e più si sale nell'organigramma e più si acquisiscono competenze strategiche e manageriali (sulle persone), ma si perde la necessità di conoscere le technicalità del lavoro

di consulente operativo. Per questo, avvicinare il management ai consulenti è fondamentale perché sono questi ultimi a essere determinanti nell'erogazione dei servizi e nella soddisfazione dei clienti. Di conseguenza, nel successo che Webranking può avere.

Il risultato di questa decisione di avvicinare il management ai collaboratori è che oggi l'azienda conta **50 manager** su un'organizzazione di circa **220 persone**:

13 sono top manager (5 donne e 8 uomini) di prima e seconda linea e 37 Team Manager (12 donne e 15 uomini) che gestiscono gruppi di collaboratori con uno scopo aggiunto di curarne la crescita professionale e la motivazione. Questa struttura consente di ridurre sensibilmente i rischi interni e di affrontare quelli esterni con una condivisione estesa, misurata ogni anno dagli audit sui collaboratori realizzati da **Great Place To Work**.

Essendo un'azienda tecnologica di servizi, l'analisi dei rischi ambientali è limitata alla tipologia di business sviluppato.

Ciò nonostante, gli elementi che emergono dallo studio dei parametri ESG sono sempre più considerati, analizzati e valutati anche nell'ambito della gestione dei rischi. Il tema centrale rimane quello di mettersi sempre in discussione, imparare e mettere in pratica azioni per migliorare.



Governance

Il sistema di Governance

Gestione dei rischi nella Governance

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

-

Strumenti a supporto della Governance

Disporre di efficaci **strumenti di governance** è importante per garantire la qualità delle decisioni prese, il raggiungimento degli obiettivi sfidanti che ci diamo e allo stesso tempo mantenere l'integrità aziendale.

Il sistema di corporate governance adottato è ispirato agli standard di trasparenza e correttezza più ambiziosi che garantiscono l'affidabilità dei processi aziendali.

L'approccio, oltre ad essere rivolto in modo specifico ai temi ambientali e sociali, include **buone pratiche di comportamento** condivise e sottoscritte da ogni collaboratore.

In tal senso, in Webranking ci siamo dotati di:

Codice Etico

Illustra i valori in cui crediamo e introduce regole chiare per mantenere l'integrità commerciale e personale dell'azienda. Non si limita a richiamare gli obblighi normativi ma propone un modello comportamentale fondato su integrità, trasparenza, fiducia, rispetto reciproco e responsabilità diffusa.

Il Codice Etico definisce i principi generali cui l'azienda si ispira, tra cui le pari opportunità e l'inclusività, la tutela dell'ambiente, la correttezza nei rapporti professionali e il rifiuto di qualsiasi forma di discriminazione o illecito. È rivolto a tutti i soggetti che operano in nome e per conto di Webranking – collaboratori, partner, fornitori – e funge da guida concreta per le decisioni e i comportamenti quotidiani, contribuendo a prevenire condotte non allineate ai valori dichiarati.



Canale di segnalazione Whistleblowing

Uno strumento essenziale per promuovere legalità, integrità e trasparenza. Il sistema consente a dipendenti, collaboratori, fornitori e altri stakeholder di segnalare, anche in forma anonima e riservata, violazioni del Codice Etico, del MOG o di normative rilevanti, garantendo la protezione del segnalante contro ogni forma di ritorsione.

Le segnalazioni sono gestite tramite canali digitali protetti, secondo procedure codificate di analisi, verifica e risposta. Quando fondate, vengono adottate misure correttive e disciplinari proporzionate. Il processo si basa su principi di imparzialità, tracciabilità e trasparenza, e consente al segnalante di monitorare l'esito della comunicazione.

Il CdA riceve aggiornamenti periodici sul numero e la tipologia delle segnalazioni, a conferma dell'integrazione tra whistleblowing e supervisione strategica della governance.



Queste due iniziative concorrono a un più ampio progetto di compliance aziendale, che si è concretizzato nel 2024 con l'adozione del **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOG)** ai sensi del **D.Lgs. 231/2001**.

Il **MOG 231** rappresenta un presidio normativo e organizzativo finalizzato a prevenire la commissione di reati da parte di soggetti apicali o dipendenti, tutelando l'azienda da rischi legali, etici, operativi e reputazionali. Il modello definisce ruoli, responsabilità, procedure e controlli interni in grado di garantire che le attività aziendali siano svolte in coerenza con i principi di legalità e buona governance, rafforzando ulteriormente la cultura della trasparenza già radicata in Webranking.

Strutturato per garantire trasparenza, conformità e resilienza, il MOG contribuisce alla diffusione di una **cultura aziendale basata su integrità e responsabilità**. È integrato nel sistema di gestione dei rischi ed è oggetto di valutazione continua, attraverso aggiornamenti normativi, audit e formazione.

Oltre alla conformità normativa, il MOG supporta la gestione delle tematiche ESG, promuovendo comportamenti corretti nei rapporti commerciali, la tutela ambientale, la salute e sicurezza sul lavoro e la parità di trattamento.

Governance

Il sistema di Governance

Gestione dei rischi nella Governance

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

-

Il presidio operativo è garantito da un **Organismo di Vigilanza (OdV)** indipendente e monocratico, che monitora l’efficacia e l’applicazione del sistema, assicurando flussi informativi regolari verso il CdA e promuovendo la coerenza tra governance e sostenibilità. L’OdV svolge audit semestrali.

Le attività di attuazione del **Modello Organizzativo 231/01** includono:

- ✔ **Valutazione periodica** delle operazioni a rischio corruzione, con identificazione delle aree sensibili emerse dal risk assessment. Nel corso del 2024, abbiamo condotto un’analisi puntuale dei rischi corruttivi su tutte le attività sensibili individuate, sottoponendo a verifica 28 operazioni, pari al 100% delle attività considerate rilevanti.
- ✔ **Programmi di formazione e informazione** rivolti a dipendenti e dirigenti sui temi della corruzione e delle pratiche commerciali etiche. Nel 2024, tutti i nuovi assunti hanno ricevuto formazione specifica in fase di onboarding sui contenuti del Modello 231 e sulle politiche anticorruzione adottate dall’azienda.

- ✔ **Comunicazione sistematica** delle politiche anticorruzione ai principali stakeholder. Nel 2024, tutti i membri della governance e i partner commerciali coinvolti in attività a rischio hanno ricevuto un’informativa dedicata. Per quanto riguarda i nostri fornitori di maggiori dimensioni – in particolare le piattaforme di advertising come Google e Facebook – siamo soggetti anche alle loro procedure di Due Diligence. Questi operatori vengono considerati “sicuri”, in quanto già dotati di sistemi interni di compliance e presidi etici consolidati.
- ✔ **Meccanismi di controllo interno** e canali di segnalazione dedicati, attivi per prevenire, rilevare e gestire eventuali comportamenti non conformi.

Inoltre, nel 2024 non sono stati registrati episodi di corruzione né altri illeciti rientranti nell’ambito del D.Lgs. 24/2023 (Decreto Whistleblowing).

Questi risultati confermano **l’efficacia delle misure di prevenzione** che abbiamo adottato, il buon funzionamento del sistema di controllo interno e il radicamento di una cultura aziendale orientata alla legalità, alla trasparenza e alla responsabilità. Oltre a queste iniziative, interveniamo sul nostro business attraverso piani organizzativi e strategici che si concentrano di volta in volta sui diversi aspetti legati a prodotti e servizi, produzione, commercializzazione e gestione.

	2022	2023	2024
GRI 205-3 NUMERO DI INCIDENTI O AZIONI LEGALI PER CORRUZIONE	0	0	0
GRI 205-3 NUMERO DI DIPENDENTI LICENZIATI O SANZIONATI PER EPISODI DI CORRUZIONE	0	0	0
GRI 205-3 NUMERO DI CASI ACCERTATI DI CORRUZIONE TRA PARTNER COMMERCIALI	0	0	0
GRI 205-3 NUMERO DI CASI ACCERTATI DI CORRUZIONE TRA PARTNER COMMERCIALI	0	0	0
GRI 205-3 NUMERO DI CASI ACCERTATI DI CORRUZIONE TRA PARTNER COMMERCIALI	0	0	0
GRI 205-3 NUMERO DI CASI ACCERTATI DI CORRUZIONE TRA PARTNER COMMERCIALI	0	0	0

Governance

Il sistema di Governance

Gestione dei rischi nella Governance

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

-

Performance e risultati economici

Nel 2024 abbiamo registrato **risultati economici molto positivi**, raggiungendo i livelli di fatturato e redditività più alti nei nostri **27 anni di attività**.

Nonostante un contesto macroeconomico ancora complesso e segnato da incertezze a livello internazionale, siamo riusciti a **consolidare** la nostra posizione sul mercato grazie a un'attenta strategia di gestione dei rischi, al rafforzamento delle relazioni con i clienti storici e all'acquisizione di nuove commesse da parte di brand di rilievo nazionale e internazionale. Questo percorso di **crescita**, fondato su competenze tecniche differenzianti, ricerca della più alta qualità, capacità di innovazione e attenzione alle persone, si riflette nei risultati economici ma anche in una visione più ampia del valore che vogliamo generare.

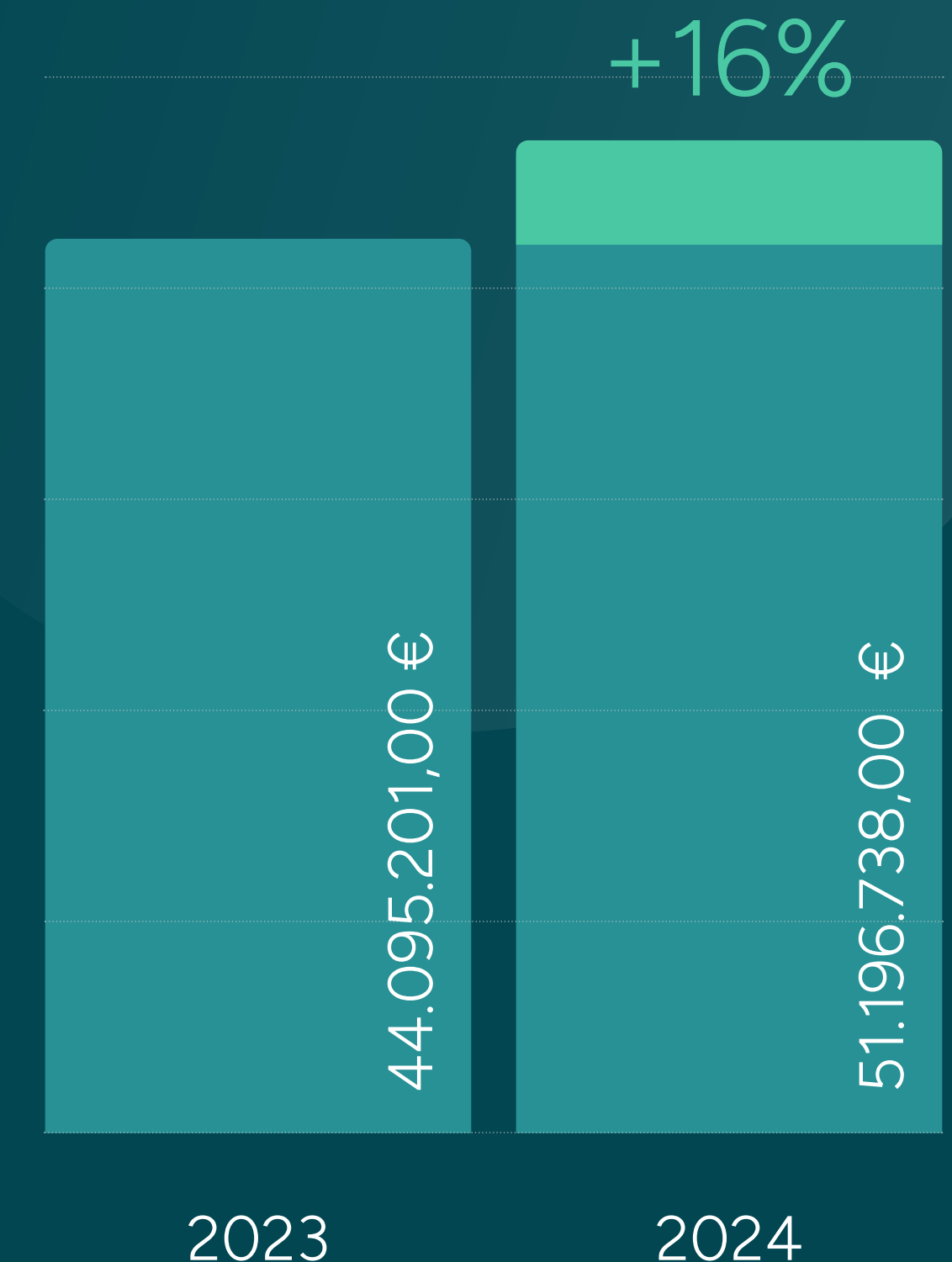
Il traguardo raggiunto, insieme alla solidità patrimoniale che da sempre ci caratterizza, ci consente oggi di affermare con convinzione che l'azienda si trova in una posizione di **grande stabilità e forza economico-finanziaria**.

In linea con quanto previsto dallo standard GRI, rendicontiamo il valore economico diretto generato e distribuito, che rappresenta uno degli indicatori chiave per valutare l'impatto economico dell'organizzazione sul proprio ecosistema di riferimento. Il valore economico diretto generato corrisponde alla ricchezza complessiva che abbiamo creato attraverso la nostra attività nell'arco dell'anno, ed è pari, per il 2024, a **51.196.738 euro**. Questo dato include i ricavi e gli altri proventi e rappresenta il punto di partenza per analizzare come questa ricchezza sia stata redistribuita.

Il valore economico distribuito, secondo la logica della teoria degli stakeholder, rappresenta invece la quota di valore che abbiamo condiviso con gli attori economici con cui interagiamo direttamente: i dipendenti, attraverso salari e benefit; i fornitori, attraverso i costi operativi sostenuti; la pubblica amministrazione, tramite imposte e tributi; i finanziatori e gli investitori, tramite oneri finanziari e distribuzione di utili; e infine la comunità, attraverso iniziative e progetti a beneficio del territorio. Nel 2024 abbiamo **distribuito 47.862.640 euro**, pari al 93,5% del valore generato, confermando un approccio fondato sulla responsabilità e sulla condivisione dei benefici con tutti i soggetti coinvolti nella nostra attività.

La parte restante, pari a 3.334.098 euro, rappresenta il valore economico trattenuto, ovvero la quota di ricchezza non immediatamente redistribuita, che utilizziamo per rafforzare la nostra struttura patrimoniale, finanziare nuovi investimenti e sostenere lo sviluppo futuro dell'azienda. Attraverso questo modello, intendiamo non solo generare risultati economici, ma contribuire in modo concreto al benessere diffuso, promuovendo una crescita sostenibile e inclusiva, capace di creare valore nel lungo periodo per tutti i nostri stakeholder.

Valore economico generato

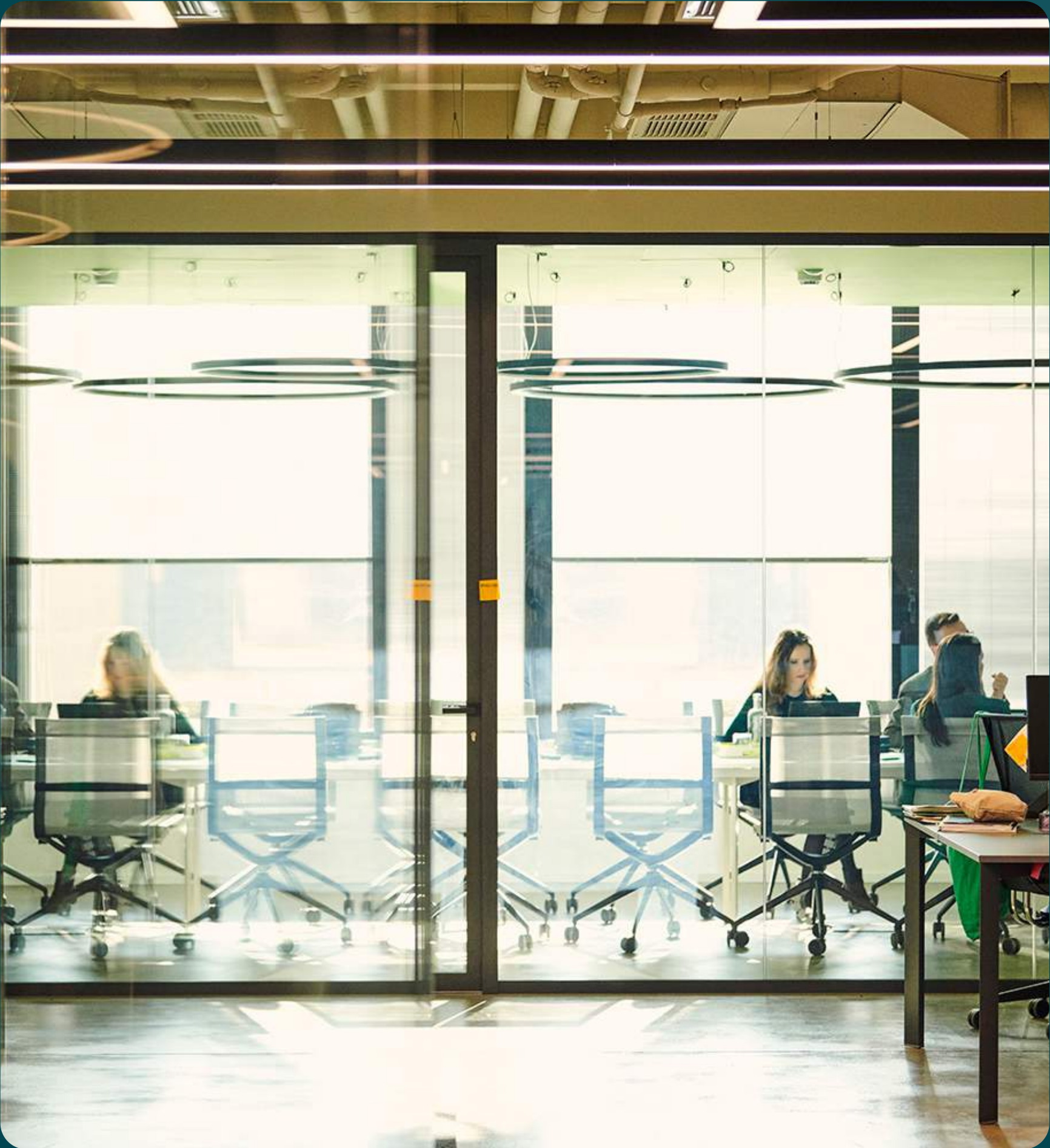


Governance
Il sistema di Governance
Gestione dei rischi nella Governance
Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici
Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità
Comunicazione interna ed esterna
-

GRI 201-1 VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO	2022	2023	2024
TOTALE VALORE ECONOMICO GENERATO	41.529.652,00 €	44.095.201,00 €	51.196.738,00 €
TOTALE VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	39.631.256,00 €	42.134.510,00 €	47.862.639,00 €
TOTALE VALORE ECONOMICO NON DISTRIBUITO	1.898.396,00 €	1.960.691,00 €	3.334.099,00 €

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	2022	2023	2024
VALORE DISTRIBUITO AI FORNITORI	41.529.652,00 €	44.095.201,00 €	51.196.738,00 €
(COSTI OPERATIVI)	29.075.976,00 €	31.514.677,00 €	35.711.256,00 €
VALORE DISTRIBUITO AI DIPENDENTI	8.463.583,00 €	9.348.465,00 €	10.319.220,00 €
VALORE DISTRIBUITO AI FINANZIATORI/INVESTITORI	956.926,00 €	519.597,00 €	513.627,00 €
VALORE DISTRIBUITO ALLA P.A.	1.062.377,00 €	700.804,00 €	1.278.947,00 €
VALORE DISTRIBUITO ALLA COMUNITÀ	72.394,00 €	50.967,00 €	39.589,00 €
TOTALE	39.631.256,00 €	42.134.510,00 €	47.862.639,00 €



Governance

Il sistema di Governance

Gestione dei rischi nella Governance

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

-

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Protezione dei dati e tutela della privacy

Nel settore della comunicazione digitale e del marketing – in cui l’elaborazione e la protezione dei dati rappresentano aspetti critici per l’efficacia e l’etica dei servizi offerti – consideriamo la sicurezza informatica un elemento strategico e trasversale.

Negli ultimi anni, abbiamo infatti avviato un percorso strutturato di rafforzamento dei nostri presidi tecnologici e normativi, confrontandoci attivamente con organi esterni e organismi di certificazione, con l’obiettivo di anticipare le evoluzioni normative e innalzare il livello di resilienza informatica.

In particolare, **l’adozione della certificazione ISO/IEC 27001:2022** ha rappresentato un passo fondamentale per costruire un sistema di gestione delle informazioni solido, coinvolgendo non solo i team IT e DevOps ma l’intera organizzazione. Nel 2025 è previsto un processo di revisione del sistema, in continuità con il percorso di miglioramento continuo richiesto dalla norma.

Questo presidio è stato ulteriormente rafforzato in vista dell’entrata in vigore della Direttiva (UE) 2022/2555 (NIS 2), che ha esteso gli obblighi di cybersicurezza anche ai fornitori di servizi digitali, ambito in cui operiamo con attività di advertising e consulenza marketing.

Tra le misure previste, l’introduzione nel 2024 di un software per simulazioni di phishing costituisce un ulteriore strumento per rafforzare la consapevolezza e la reattività dei dipendenti.

Già dal 2018, abbiamo anticipato i requisiti del **Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR)** con l’introduzione di procedure interne dedicate alla tutela dei dati personali e la nomina formale di un Data Protection Officer (DPO), confermando l’attenzione alla conformità normativa e alla protezione degli interessati.

Abbiamo integrato nei contratti clausole stringenti a tutela della privacy e della riservatezza delle informazioni, assicurando che i dati forniti o ricevuti da clienti e partner siano trattati nel rispetto della normativa vigente. Le misure tecniche e organizzative adottate – tra cui monitoraggio continuo, gestione degli accessi, formazione interna e controllo dei flussi informativi – contribuiscono a garantire una governance responsabile dei dati.

Nel 2024, il 67,5% dei dipendenti ha frequentato un corso dedicato alla prevenzione del phishing, mentre i percorsi formativi in materia di sicurezza informatica sono stati clusterizzati sulla base dei risultati dei test di intrusione.

In Webranking forniamo inoltre un servizio di ethical hacking su richiesta per i siti web dei nostri clienti con l’obiettivo di identificare vulnerabilità e

rafforzare la sicurezza digitale anche oltre i confini interni dell’organizzazione.

Nel corso del 2024, non sono stati registrati episodi di violazione della privacy, né perdite o fughe di dati, a conferma della solidità del **sistema di sicurezza** e della sua piena conformità agli **standard** di settore.

Le attività rendicontate in questo Bilancio di Sostenibilità rappresentano l’espressione concreta di una strategia in cui crediamo e investiamo da anni. L’attenzione rivolta al concetto di **“responsabilità di impresa”** nonché a quello di **“benessere dei collaboratori”** – che per noi si estende a un più generale **“company well-being”** – si manifestano attraverso gli ingenti investimenti realizzati nel corso degli anni. A questo si unisce la volontà di comunicare queste che consideriamo buone prassi a tutti gli stakeholder. Divulgare internamente ed esternamente l’impegno di Webranking mediante questa prima edizione del Bilancio di Sostenibilità volontario, per noi significa **dimostrare concretamente gli impatti positivi** che siamo stati in grado di generare, con la speranza di fornire anche un esempio concreto di come si possano raggiungere realmente questi risultati.



Governance

Il sistema di Governance

Gestione dei rischi nella Governance

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

-

Comunicazione interna ed esterna

Comunicazione interna

Fra gli aspetti che abbiamo visto avere un effetto più motivante per i collaboratori, uno dei più apprezzati è la trasparenza nella comunicazione da parte dell'azienda e del top management: apertura sulle strategie, aggiornamenti su cosa sta accadendo in azienda e uno sguardo costante su cosa succede nel resto del mercato e un accesso diretto al top management per domande, confronti e suggerimenti.

Per migliorare la qualità, la tempestività e l'interazione nella comunicazione interna, ci siamo dotati da anni di un social network aziendale privato (accessibile solo dai collaboratori): Workplace di Meta che evolverà nel 2025 sulla più moderna piattaforma Workvivo di Zoom. La piattaforma, simile a Facebook nella struttura, facilita l'apprendimento e la partecipazione grazie alla presenza di gruppi tematici dedicati a iniziative, progetti o aggiornamenti. Alcuni esempi includono:

- **Il gruppo HR che presenta i nuovi ingressi;**
- **Il gruppo Celebration, in cui si condividono successi di team, progetti ben realizzati e riconoscimenti tra colleghi;**
- **I canali di comunicazione ufficiale, visibili a tutta l'organizzazione.**

Ogni mese organizziamo il "Thank God It's Webranking" (TGIW), ispirato al modello Google, in cui il CEO o il GM racconta cosa sta succedendo in azienda, spiegando decisioni strategiche e rispondendo a domande dei collaboratori. L'incontro si svolge in streaming o in presenza in una delle sedi e viene trasmesso in diretta streaming sulle altre sedi e ai collaboratori in smart working tramite Workplace, dove resta disponibile anche per la visione successiva on demand.

I due momenti cardine della condivisione aziendale sono la Reunion di fine anno e la plenaria di inizio anno:

- **La Reunion riunisce fisicamente tutti i collaboratori da tutte le sedi per un bilancio annuale, con numeri, esperienze, valutazioni su quanto pianificato e raggiunto, e si conclude con una festa celebrativa per rafforzare i legami interpersonali;**
- **La plenaria di inizio anno, solitamente nel primo trimestre, si focalizza sulla condivisione della strategia e delle tattiche in corso, spiegando le scelte compiute e gli scenari di mercato.**



Nel 2024, secondo la survey realizzata da Great Place To Work, il 92% dei dipendenti dichiara di avere un dialogo chiaro e semplice con il proprio responsabile. Nel corso dell'ultimo anno, sono stati attivati ulteriori strumenti di comunicazione interna:

- una **newsletter interna**, a cura di HR, per rafforzare la diffusione di informazioni importanti;
- **comunicazioni mirate** per promuovere l'adozione dei pacchetti welfare WeCare, aumentando consapevolezza e utilizzo da parte dei dipendenti.

L'ascolto esterno è altrettanto centrale nella strategia di Webranking. I consulenti raccolgono regolarmente feedback, nuovi bisogni, criticità e proposte da parte dei clienti, che diventano input preziosi per la definizione di strategie e servizi. Parallelamente, il rapporto diretto e continuativo con partner tecnologici globali – come Google – ci permette di ricevere in anteprima informazioni sui cambiamenti di mercato, normative e piattaforme, con impatti anche strutturali su intere aree aziendali.

A partire dal 2023, abbiamo lanciato una newsletter esterna rivolta a **professionisti e neolaureati**, con l'obiettivo di presentare le attività dell'azienda, le opportunità di lavoro e una visione interna dell'organizzazione. Questo strumento è pensato per offrire trasparenza e attrattività verso le nuove generazioni, che danno sempre più peso alla cultura aziendale nella scelta del proprio percorso professionale.

Governance

–

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

Innovazione e digitalizzazione

La catena del Valore di Webranking

Innovazione e digitalizzazione

Webranking, per le peculiarità del proprio settore, ha sempre operato sulla frontiera dell'innovazione, confrontandosi costantemente con uno scenario in continua evoluzione, privo di soluzioni standard consolidate.

Da **oltre 25 anni**, ci poniamo come punto di riferimento nel settore integrando stabilmente nei processi la valutazione delle nuove tecnologie, così come **l'innovazione** di prodotto e di processo.

In quest'ottica, **l'evoluzione è considerata parte integrante del nostro DNA** e questa dinamicità ci ha permesso di rispondere in modo efficace a una domanda in costante trasformazione raggiungendo la posizione che occupiamo oggi sul mercato.

I servizi, le strutture organizzative, i principali fornitori e le caratteristiche del mercato sono cambiati nel tempo, richiedendo un **approccio flessibile** e orientato all'**adattamento continuo**. I servizi portati progressivamente sul mercato sono stati il frutto di un processo fondato sull'analisi dei dati e l'ascolto dei mezzi e dei vendor, che ha favorito l'evoluzione costante delle soluzioni offerte.

Alla base di questo modello c'è il **Comitato Tecnico Scientifico (CTS)**, un presidio trasversale che coinvolge rappresentanti di tutte le aree aziendali – consulenza, tecnologia, creatività e media planning – con il compito di raccogliere, analizzare e prioritizzare le innovazioni, sia interne che esterne. Il CTS testa, prototipa e valuta in tempi rapidi soluzioni che vengono messe a disposizione della direzione e delle aree operative, governando i processi di R&D che si sviluppano spesso come collaborazioni interfunzionali. Questa modalità operativa rappresenta un **elemento distintivo** rispetto ai modelli tradizionali di innovazione del settore.

A supporto dell'attività di innovazione e di Ricerca e Sviluppo, in Webranking facciamo leva su un **ecosistema tecnologico avanzato** e costantemente aggiornato, finalizzato al miglioramento continuo dei servizi offerti, in termini di efficacia, scalabilità e valore per il cliente. Utilizziamo tecnologie e piattaforme all'avanguardia per ottimizzare l'analisi, l'organizzazione e l'attivazione dei dati. Siamo certificati per la vendita e la consulenza sulle piattaforme Google Marketing e Google Cloud, che garantiscono infrastrutture sicure e facilmente scalabili. Tra le soluzioni proprietarie si distinguono:



DataKojak

Per la gestione avanzata dei tracciamenti online e della compliance in termini di privacy.

Durante il 2024, **DataKojak** è stato ulteriormente potenziato attraverso l'introduzione di innovazioni significative nel campo dell'analisi dei dati di analytics, con una maggiore capacità di gestire volumi elevati di dati e una più ampia copertura di fonti eterogenee.



Amplisite

Per la generazione automatica di pagine di categoria a supporto della SEO.

Il progetto **Amplisite** ha raggiunto risultati concreti nella gestione ottimizzata del posizionamento SEO e nella maggiore efficacia delle iniziative pubblicitarie, contribuendo al miglioramento operativo e alla visibilità digitale dei clienti.



ADAM

Advanced Data Analytics Modeling, per ottimizzare la gestione e lo storage dei dati.



Advista

Per l'analisi in tempo reale delle creatività utilizzate dai competitor nelle campagne pubblicitarie.

Governance

-

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

Innovazione e digitalizzazione

La catena del Valore di Webranking

Nel corso dell’anno, sono stati portati avanti numerosi progetti di innovazione tecnologica, tra cui:



- **WR Planner, un tool intranet proprietario per la programmazione e il monitoraggio di progetti e redditività, integrato con altri sistemi aziendali.**
- **Lo sviluppo di nuove tecnologie per la raccolta dati, finalizzate ad automatizzare e aggregare informazioni da fonti eterogenee, migliorando scalabilità, efficienza e capacità predittiva.**
- **Nuove applicazioni per automatizzare i processi produttivi nel digital advertising, basate su intelligenza artificiale generativa, con l’obiettivo di garantire accuratezza, ridurre tempi e costi di verifica.**
- **L’ideazione di servizi innovativi di Business Intelligence e Data Visualization per rispondere ai cambiamenti tecnologici e normativi del digital marketing.**
- **La creazione di programmi per ottimizzare i flussi interni e monitorare metriche di performance degli applicativi web, migliorando i servizi offerti.**
- **Lo studio e miglioramento dei processi produttivi e creativi, con l’obiettivo di rafforzare l’efficacia comunicativa e ottimizzare le campagne pubblicitarie.**

In Webranking abbiamo inoltre integrato strumenti come TTR (proprietario), Asana e il CRM Hubspot, con funzionalità ampliate e customizzate nel 2024 per migliorare l’organizzazione e la gestione operativa.

L’insieme di queste attività ha consentito l’accesso al credito d’imposta per innovazione tecnologica previsto dalla Legge di Bilancio 2020 (art. 1, comma 201, Legge 160/2019), per un importo di € 43.306,09.

Una parte rilevante del lavoro di innovazione riguarda oggi **l’intelligenza artificiale (AI)**, con un forte focus sull’impatto che essa può generare in termini di miglioramento della qualità dei servizi, crescita professionale e tutela dell’occupazione Affrontiamo l’AI in modo proattivo: non lasciando le cose come stanno, ma fornendo strumenti, formazione, guidance e opportunità.

Solo in questo modo è possibile governare il cambiamento e prevenire eventuali contrazioni dell’organico legate all’automazione.

Parallelamente, alimentiamo un’intelligenza competitiva continua grazie a osservatori tematici interni. Oltre all’**Osservatorio Fashion & Luxury**, attivo dal 2020, è stato avviato anche un **Osservatorio Finance & Banking**, entrambi focalizzati sui settori più esposti al cambiamento e strategici per i clienti dell’agenzia.

Da questi osservatori nascono report periodici come Think Fashion!, pubblicazione che analizza i principali trend e fenomeni del mercato moda e lusso a livello globale.

L’affidabilità e la qualità del modello innovativo di Webranking sono riconosciute anche a livello internazionale, come dimostrano le numerose certificazioni ottenute.

Siamo tra le agenzie più **certificate in Europa** nel nostro ambito e abbiamo accesso anticipato alle versioni beta dei prodotti digitali, offrendo così un **vantaggio competitivo** concreto ai nostri clienti.

Governance

-

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

Innovazione e digitalizzazione

La catena del Valore di Webranking

A rafforzare ulteriormente il posizionamento competitivo, abbiamo sviluppato un **ampio sistema di partnership strategiche** nei tre ambiti chiave di business, tecnologia e media:

✓ Business

UPA e Nielsen

✓ Tecnologiche

Salesforce, Adobe, Contentsquare, Onetrust, AWS, Google Cloud, Optimizely, Asphi, The Trade Desk, AB Testy

✓ Media

Google, Meta, TikTok, Teads, LinkedIn, Amazon Prime Video, Snapchat, Bing, Spotify, Netflix, Apple Search Ads, Pinterest, X, Criteo, RTB House, Ogury, Captify, Mobkoi, Blis, AskLocala, Quantcast, Cognitive, Glovo, AdKaora, Invibes, RAI, Disney, SKY, Dazn, Mediamond, RTL AdAlliance, Rakuten, Sole24Ore, Piemme, Cesana, Condé Nast, Cairo RCS, Manzoni, Hearst, Kmedia, Refine, Awin e molti altri.

Queste capacità tecnologiche e progettuali si integrano con un forte **impegno per l'inclusività e l'accessibilità digitale**.

In Webranking abbiamo avviato da tempo una partnership con la **Fondazione ASPHI**, realtà che da quasi 40 anni promuove l'uso della tecnologia a favore delle persone con disabilità.

Insieme sono stati sviluppati audit e soluzioni pienamente conformi alle linee guida WCAG del W3C e ai requisiti dell'AgID, come dimostrato dal caso del nuovo sito Crédit Agricole Italia. L'obiettivo è creare interfacce accessibili, utilizzabili e inclusive per tutti gli utenti, a conferma della nostra visione: fare dell'innovazione un motore di progresso, equità e sostenibilità.



Governance

-
Strumenti a supporto della Governance
Performance e risultati economici
Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità
Comunicazione interna ed esterna

Innovazione e digitalizzazione

La catena del Valore di Webranking



Intelligenza artificiale umanizzata, strategica, integrata: l'Intelligenza Artificiale secondo Webranking.

L'intelligenza artificiale rappresenta oggi un **ambito chiave dell'innovazione per Webranking**, sia dal punto di vista dell'evoluzione dei servizi offerti che della trasformazione interna dell'organizzazione. In Webranking abbiamo adottato un approccio proattivo e sistemico all'introduzione dell'AI, non limitandoci a integrarla in singole attività operative, ma **impiegandola come leva per ripensare e ridisegnare interi processi**. L'obiettivo non è semplicemente quello di migliorare l'efficienza su compiti già esistenti, ma di trasformare il modo in cui vengono strutturate e svolte le attività, partendo dai processi stessi.

L'adozione dell'AI ha coinvolto tutte le aree aziendali, comprese le funzioni di staff, e viene sviluppata in modo coerente con i valori di trasparenza, responsabilità e protezione dei dati. Abbiamo effettuato una valutazione attenta degli impatti legati alla privacy e alla riservatezza, optando per soluzioni enterprise che garantiscono maggiore sicurezza e controllo.

Durante il 2024 abbiamo sviluppato diversi progetti basati su tecnologie di intelligenza artificiale generativa applicate al digital advertising, alla produzione di contenuto e alla gestione dei dati, con l'obiettivo di automatizzare i processi di verifica, garantire la qualità di dati e degli output e ridurre tempi e costi operativi. In parallelo, sono in fase di test i primi agenti AI, che segnano l'avvio di un percorso di R&D mirato a esplorare quello che rappresenta il prossimo step evolutivo del lavoro a livello globale.

La nostra visione non è orientata alla sostituzione del personale con agenti software, ma all'**aumento della qualità del lavoro** dei collaboratori e alla crescita della produttività, in modo da poter servire un numero maggiore di clienti con standard sempre più elevati.

Questo approccio consente di **governare i cambiamenti tecnologici** minimizzando i rischi occupazionali, sfruttando appieno le opportunità di crescita del mercato.

Come da tradizione, in Webranking abbiamo affrontato questa fase di trasformazione seguendo una logica evolutiva e non difensiva, coerente con l'approccio ispirato al pensiero di Philip Kotler: "le aziende possono solo crescere". L'AI, in questa visione, non è un fine ma uno strumento abilitante per rafforzare competitività, impatto e valore condiviso.

Governance

-

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

Innovazione e digitalizzazione

La catena del Valore di Webranking

La catena del Valore di Webranking

La catena del valore di Webranking riflette la complessità e l'evoluzione del settore digitale, articolandosi in una rete di relazioni tecniche, consulenziali e strategiche che coinvolgono fornitori globali, tecnologie avanzate e clienti attivi in molteplici settori e mercati.

Grazie a un **mix unico di competenze** e **oltre 27 anni di esperienza**, supportiamo i più grandi brand italiani e internazionali nel crescere, comunicare, innovare e posizionarsi sul mercato domestico o su scala globale.

Webranking si rivolge ad aziende di grandi e grandissime dimensioni organizzative, con una presenza sia nel mercato B2C che B2B, prevalentemente nel settore privato (la Pubblica Amministrazione rappresenta meno del 2% del portafoglio).

I clienti si possono classificare in due macro-gruppi:

I Brand – principalmente del Made in Italy ma non solo – per i quali Webranking gestisce attività digitali su tutti i mercati mondiali con un approccio “hub”, come nel caso di Prada e Tod's;

Le subsidiary italiane di grandi marchi internazionali, per cui segue le attività sul mercato italiano, come nel caso di Ikea, Allianz e Crédit Agricole.

Il rapporto con i clienti è prevalentemente continuativo e stabile:

7

Anni

Durata media dei progetti

96%

Tasso di rinnovo in valore

50%

Crescita media delle collaborazioni nel tempo

75%

del fatturato proviene da clienti attivi da oltre

3

anni



Governance

-

Strumenti a supporto della Governance

Performance e risultati economici

Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Comunicazione interna ed esterna

Innovazione e digitalizzazione

La catena del Valore di Webranking

In Webranking adottiamo anche metriche interne per misurare il tasso di soddisfazione dei nostri clienti, tra cui report periodici e rilevazione del **Net Promoter Score (NPS)**.

Siamo attivi in **16 settori industriali**, con una forte specializzazione in Fashion & Luxury (46,3%), seguito da Finance & Banking (12,8%), Industrial (12,0%), Education & Universities (6,5%), Healthcare & Pharma (4,4%), Retail e GDO (3,8%), Design & Home (3,7%), oltre a settori emergenti come Beauty & Cosmetics, Travel & Tourism e Food & Beverage.



Geograficamente, il 74,6% del fatturato è attualmente generato in **Italia** ma Webranking spesso agisce come **hub operativo globale** per clienti italiani che operano su mercati internazionali.

I ricavi esteri sono in crescita costante: il fatturato extra-Italia è passato dal 13,0% nel 2022 al 20,5% nel 2024, con un focus strategico sul mercato nord-americano, che rappresenta da solo l'8,9% del totale. Anche il resto d'Europa ha registrato un'espansione significativa.



Governance

- Strumenti a supporto della Governance
- Performance e risultati economici
- Compliance, politiche e impegni in ambito di sostenibilità
- Comunicazione interna ed esterna
- Innovazione e digitalizzazione
- La catena del Valore di Webranking



CLASSIFICAZIONI FATTURATO	2022	2023	2024	2022	2023	2024
TOTALE ITA	€ 33.439.809	€ 34.053.475	€ 38.231.824	81,2%	78,0%	74,6%
TOTALE UE	€ 2.383.583	€ 2.214.661	€ 2.467.241	5,8%	5,1%	4,8%
TOTALE EXTRA UE	€ 5.361.333	€ 7.417.341	€ 10.517.819	13,0%	17,0%	20,5%
TOTALISSIMO	€ 41.184.725	€ 43.685.477	€ 51.216.884	100,0%	100,0%	100,0%

CLASSIFICAZIONI FATTURATO	2022	2023	2024	2022	2023	2024
UNIONE EUROPEA (+SANMARINO E SVIZZERA)	€ 36.250.906	€ 37.487.104	€ 44.951.466	88,0%	85,8%	87,8%
USA CANADA E MESSICO	€ 3.643.428	€ 4.679.422	€ 4.533.772	8,8%	10,7%	8,9%
ALTRI PAESI	€ 1.290.391	€ 1.518.951	€ 1.731.647	3,1%	3,5%	3,4%
TOTALE	€ 41.184.725	€ 43.685.477	€ 51.216.884	100,0%	100,0%	100,0%

CLASSIFICAZIONI FATTURATO	2022	2023	2024	2022	2023	2024
ITALIA	€ 33.439.809	€ 34.053.475	€ 38.231.824	81,3%	78,0%	74,6%
RESTO D'EUROPA	€ 3.650.407	€ 4.446.959	€ 7.941.610	8,9%	10,2%	15,5%
USA E CANADA	€ 3.643.428	€ 4.679.422	€ 4.533.772	8,9%	10,7%	8,9%
ASIA	€ 347.377	€ 456.917	€ 442.978	0,8%	1,0%	0,9%
OCEANIA	€ 71.539	€ 48.703	€ 66.700	0,2%	0,1%	0,1%
TOTALE	€ 41.152.559	€ 43.685.477	€ 51.216.884	100,0%	100,0%	100,0%

A monte della catena del valore
si collocano le grandi piattaforme
digitali e tecnologiche
internazionali, che fungono da
fornitori indiretti.

Si tratta di attori come Google, Meta, TikTok, Amazon, editori italiani (RCS, Il Sole 24 Ore), ma anche fornitori di tecnologia non pubblicitaria come Adobe, AWS e Google Cloud. Sebbene formalmente fornitori, questi soggetti esercitano un forte potere contrattuale e tecnologico sull'intero ecosistema e sul mercato nel suo complesso. In molti casi, le piattaforme sono direttamente acquistate e gestite dai clienti, mentre Webranking ne cura l'implementazione e la gestione tecnica.

Webranking si colloca al centro di questa filiera digitale, assumendo un **ruolo ibrido e strategico**: da un lato consulente tecnico per la configurazione, misurazione e ottimizzazione dei canali digitali; dall'altro centro media per la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari.

L'offerta è strutturata in quattro macro-categorie:

- ✓ **Servizi di consulenza;**
- ✓ **Attività di centro media** per il planning e l'acquisto pubblicitario multicanale e globale;
- ✓ **MarTech** ovvero tecnologie a supporto di marketing, comunicazione e vendite;
- ✓ **Creatività e contenuti** per i nuovi media, anche con il supporto dell'AI generativa.

Fra i servizi di consulenza spiccano la **SEO**, dove Webranking è **leader** nella gestione di progetti internazionali su siti complessi e la **Digital Analytics**, ambito in cui possediamo certificazioni su tutte le principali piattaforme enterprise. Completano l'offerta **UX/UI Design** e **CRO** (Conversion Rate Optimization) per eCommerce e siti di lead generation. I servizi sono trasversali, ma presentano abbinamenti ricorrenti per settore:

- il **Fashion** privilegia attività pubblicitarie visuali (display e video);
- il **Retail** punta su pubblicità a performance, SEO e analytics;
- il **Finance** valorizza lo sviluppo web e la gestione dei dati;
- il **B2B** richiede portali internazionali, contenuti e SEO avanzata.

Tra gli altri rapporti di business rilevanti, annoveriamo collaborazioni con piattaforme e vendor tecnologici, osservatori tematici e partnership operative in ambito AI, media planning e sviluppo software. Nel corso dell'ultimo anno non si sono verificate

modifiche sostanziali alla catena del valore, ma un rafforzamento della specializzazione settoriale, una maggiore proiezione internazionale e un ulteriore potenziamento dell'offerta consulenziale ad alto contenuto tecnologico.



Doppia Materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità

Tabella di Doppia Materialità

Temi materiali

3.

Doppia Materialità

Doppia Materialità
Coinvolgimento degli stakeholder
 La matrice di doppia materialità
 Temi rilevanti
 Analisi di Doppia Materialità
 Tabella di Doppia Materialità
 Temi materiali

Coinvolgimento degli stakeholder

L'analisi di doppia materialità si basa sulle linee guida stabilite dai nuovi standard europei ESRS, in particolare ESRS 1 e 2. Questi standard hanno introdotto un nuovo metodo di valutazione che consente alle aziende di considerare gli impatti non solo dal punto di vista esterno, ma anche da quello interno, attraverso la materialità finanziaria, che viene espressa in termini di rischi e opportunità. Questa metodologia è strettamente connessa all'approccio delineato dal GRI 3-Temi materiali, il quale si ispira ai requisiti stabiliti dal Global Reporting Initiative (GRI) per la rendicontazione della sostenibilità. Il GRI è un ente internazionale nato per definire gli standard di rendicontazione della performance sostenibile delle organizzazioni e i GRI Standard ne costituiscono il framework applicativo. Gli standard GRI si articolano in tre serie: Standard universali, Standard di settore e Standard specifici, ciascuna delle quali mira a fornire linee guida chiare e coerenti per le aziende che desiderano rendicontare le proprie pratiche di sostenibilità in modo efficace e trasparente.

Seguendo le indicazioni relative al procedimento di individuazione dei temi materiali delineate nel GRI 3, è stata condotta un'analisi approfondita che ha consentito di identificare diversi impatti, sia positivi che negativi, che l'azienda esercita o potrebbe esercitare sull'economia, sull'ambiente e sulla comunità. La rilevanza di questi impatti ha permesso di individuare una serie di aspetti particolarmente "sensibili" che saranno oggetto di rendicontazione.

Nell'esercizio delle proprie attività, ogni azienda si relaziona con un contesto complesso che include dimensioni organizzative, economiche, ambientali e sociali. Per questo motivo, risulta fondamentale integrare nella strategia aziendale la prospettiva degli stakeholder, interni ed esterni, al fine di garantire una visione completa e responsabile.

Nel caso di Webranking, il processo strutturato di stakeholder engagement è stato condotto nel corso del 2023. In quell'anno, sono state attivate diverse modalità di coinvolgimento – come interviste, questionari e incontri tecnici – con l'obiettivo di identificare gli impatti effettivi e potenziali dell'azienda sulle dimensioni ambientale, sociale e di governance (ESG), nonché di mappare le aspettative e le priorità percepite dai principali portatori di interesse.

Sulla base di questo lavoro, è stato possibile costruire una lista di temi materiali coerente con le caratteristiche e gli obiettivi dell'organizzazione. Nel 2024, al fine di garantire coerenza e continuità rispetto al piano strategico aziendale, si è deciso di mantenere i temi materiali identificati nel 2023, senza attivare un nuovo processo di coinvolgimento diretto degli stakeholder. Tale scelta ha permesso di consolidare le priorità già emerse, approfondendone l'implementazione e integrandole in modo progressivo nelle politiche e nei progetti di sostenibilità.



Questa impostazione garantisce un approccio solido e pragmatico, assicurando allo stesso tempo un allineamento con le buone pratiche di rendicontazione, pur in assenza di obblighi normativi specifici per l'esercizio in corso. Nel purpose di Webranking è presente un obiettivo molto sfidante:

Non abbiamo l'ambizione di cambiare l'industria ma **vogliamo essere un esempio** - visibile e riconosciuto - del fatto che esista un modello di grandissimo successo per tutti:

per l'azienda, per le persone in Webranking che rendono tutto questo possibile e per i clienti che vorranno farne parte. L'OCSE definisce gli stakeholder come "persone o gruppi che hanno interessi che sono o potrebbero essere influenzati dalle attività di un'impresa".

Per questo motivo, ci vogliamo rivolgere anche alla nostra industria nel suo complesso e alle imprese italiane più in generale. Di conseguenza, abbiamo deciso di **aggiungere fra gli stakeholder** anche: 1. i nostri concorrenti e il loro personale, 2. i decisori presenti nelle altre aziende del nostro settore più allargato e 3. i decisori nelle aziende italiane in tutti i settori.

Doppia Materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità

Tabella di Doppia Materialità

Temi materiali

La matrice di doppia materialità

La matrice di doppia materialità rappresenta un pilastro fondamentale nel percorso di sostenibilità intrapreso da Webranking, costituendo uno strumento strategico per l’identificazione, la gestione e la comunicazione dei temi prioritari legati alla sostenibilità.

Sebbene Webranking non sia soggetta, per l’esercizio 2024, agli obblighi di rendicontazione previsti dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), ha scelto volontariamente di adottarne i principi metodologici per la costruzione della propria matrice di doppia materialità. Questa decisione riflette la volontà di anticipare le future richieste normative, garantendo sin da ora un elevato livello di trasparenza, coerenza e allineamento con le aspettative degli stakeholder e del mercato.

La doppia materialità si articola su due dimensioni interconnesse:

Materialità d’Impatto

Valuta gli effetti delle attività aziendali sull’ambiente, sulla società e sull’economia. Gli impatti vengono classificati come:

- **Effettivi: già manifestati.**
- **Potenziali: ipotizzabili nel futuro, valutati in base al termine temporale e alla probabilità di accadimento.**

La gravità, la rimediabilità e la portata degli impatti sono i principali criteri utilizzati per determinarne la rilevanza.

Materialità finanziaria

Analizza come i fattori ESG (ambientali, sociali e di governance) possano influenzare le performance economico-finanziarie dell’azienda. I criteri fondamentali considerati sono:

- **Termine: l’orizzonte temporale dell’evento.**
- **Rilevanza: l’importanza strategica del rischio o opportunità.**
- **Probabilità: la possibilità di manifestazione.**

La gravità, la rimediabilità e la portata degli impatti sono i principali criteri utilizzati per determinarne la rilevanza.

La costruzione della matrice si basa su un processo strutturato in più fasi:

Identificazione degli impatti e del contesto aziendale

L’analisi parte da una comprensione approfondita delle attività aziendali, delle relazioni commerciali, del settore di appartenenza e degli stakeholder coinvolti. Vengono impiegate fonti qualificate, sia interne che esterne, per identificare gli impatti lungo l’intera catena del valore.(display e video);

Valutazione della significatività degli impatti

Ogni impatto viene esaminato attraverso criteri precisi:

- **Gravità;**
- **Probabilità;**
- **Rimediabilità;**

Questo consente di stabilire priorità di intervento, affrontando prima gli impatti negativi effettivi e predisponendo misure preventive per quelli potenziali. Solo gli elementi ritenuti significativi secondo tali criteri vengono inclusi nella rendicontazione.

Per Webranking la matrice di doppia materialità garantisce un approccio olistico e mirato alla sostenibilità, fungendo da strumento strategico di allineamento con gli standard internazionali e le aspettative degli stakeholder.

I temi materiali identificati sono rappresentati in una matrice grafica che evidenzia la loro rilevanza per gli stakeholder e per la gestione aziendale.

Questo approccio consente all’azienda di:

- ✓ **Focalizzarsi sui temi prioritari per una gestione sostenibile.**
- ✓ **Integrare la sostenibilità nella strategia aziendale con un approccio data-driven.**
- ✓ **Garantire una rendicontazione trasparente e mirata, in linea con le richieste normative e informative.**

L’adozione della matrice di doppia materialità rappresenta per Webranking un passo essenziale nel proprio percorso di sostenibilità e responsabilità d’impresa. Essa permette non solo di monitorare e gestire in modo strutturato gli impatti economici, ambientali e sociali, ma anche di valutare il **valore generato** e il contributo a uno **sviluppo sostenibile e duraturo**.

Doppia Materialità
Coinvolgimento degli stakeholder
La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti
Analisi di Doppia Materialità
Tabella di Doppia Materialità
Temi materiali

Temi rilevanti

In Webranking abbiamo adottato un approccio strutturato per affrontare i temi materiali prioritari emersi dall’analisi di materialità, integrando aspetti ESG e finanziari nella nostra strategia di sostenibilità.

Questa tabella sintetizza i rischi, le opportunità, le strategie e le azioni concrete che abbiamo intrapreso nel 2024 per ciascun tema rilevante, con l’obiettivo di migliorare le performance ambientali, sociali e di governance, garantendo al contempo la solidità finanziaria e la competitività di lungo periodo.

Per Webranking, integrare la **sostenibilità** nella strategia aziendale è prima di tutto una scelta identitaria.

I temi materiali individuati riflettono le priorità di un’azienda digitale indipendente, altamente specializzata e in costante evoluzione, dove innovazione, cultura organizzativa e governance responsabile sono leve fondamentali per lo sviluppo sostenibile.

In particolare:

Mobilità e trasporti

La promozione della mobilità sostenibile attraverso lo smart working esteso, le sedi strategicamente vicine ai nodi del trasporto pubblico e il programma We Move consente di ridurre le emissioni indirette (Scope 3), migliorare il benessere individuale e contenere i costi legati agli spostamenti, rafforzando il posizionamento green dell’azienda ma soprattutto interviene sulla soddisfazione e la motivazione del personale.

Salute e sicurezza

Webranking adotta una visione allargata in riguardo al concetto di salute sul lavoro, con un focus che include il benessere psicologico, la realizzazione di ambienti di lavoro funzionali, salubri e piacevoli e la sicurezza relazionale, anche grazie a progetti specifici come il programma Mental Wellbeing e la prevenzione dello stress lavoro-correlato. In generale, la cultura che permea tutta l’organizzazione è pensata per far sentire al sicuro le persone.

Condizioni di lavoro

Offrire un’organizzazione flessibile, spazi di lavoro di altissima qualità e strumenti per la conciliazione vita-lavoro contribuisce a rafforzare motivazione, retention e coesione interna, promuovendo un clima aziendale sano e produttivo.

Valorizzazione delle competenze

L’investimento continuo in formazione tecnica e manageriale, tramite piattaforme come Upskill, supportati da percorsi strutturati come GrowSpace, consentono di far crescere e mantenere in azienda talenti sempre più competenti, in grado di promuovere l’innovazione e sostenere l’evoluzione dei servizi, a beneficio dei nostri clienti.

Pari opportunità e trattamento per tutti

Un approccio inclusivo “by design”, supportato da certificazioni, comitati interni e iniziative esterne, rafforza la cultura dell’equità e posiziona Webranking come punto di riferimento nel settore per la parità di genere e l’inclusione generazionale.

Comunità locali

La condivisione del valore economico generato, la collaborazione con scuole, università e reti territoriali e l’estensione delle iniziative di welfare alle famiglie dei collaboratori consolidano il legame con il territorio e il ruolo dell’azienda come attore sociale attivo.

Doppia Materialità

Coinvolgimento degli stakeholder
La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità
Tabella di Doppia Materialità
Temi materiali



Cybersecurity

In un mercato ad alta esposizione tecnologica, la sicurezza informatica – gestita anche tramite il Comitato di Crisi NIS2 – è un fattore critico per tutelare asset intangibili, garantire la continuità operativa e rafforzare la credibilità dell’azienda verso clienti corporate e pubblici.

Performance economica e solidità finanziaria

La crescita progressiva dei ricavi, la distribuzione del 93,5% del valore economico generato e la piena indipendenza finanziaria testimoniano la solidità del modello Webranking, che consente all’azienda di investire, innovare e condividere valore con tutti gli stakeholder.

Etica e integrità aziendale

La diffusione del Codice Etico, l’adozione del Modello 231/01 e l’attivazione di un canale whistleblowing efficiente contribuiscono a consolidare una cultura organizzativa improntata a legalità, trasparenza e responsabilità diffusa.

Innovazione, digital transformation e proprietà intellettuale

L’adozione di un modello continuo di innovazione, l’impiego responsabile dell’intelligenza artificiale, lo sviluppo di soluzioni proprietarie (DataKojak, Amplisite, ADAM, Advista) e la tutela degli asset intangibili rappresentano un fattore distintivo e un vantaggio competitivo per Webranking.

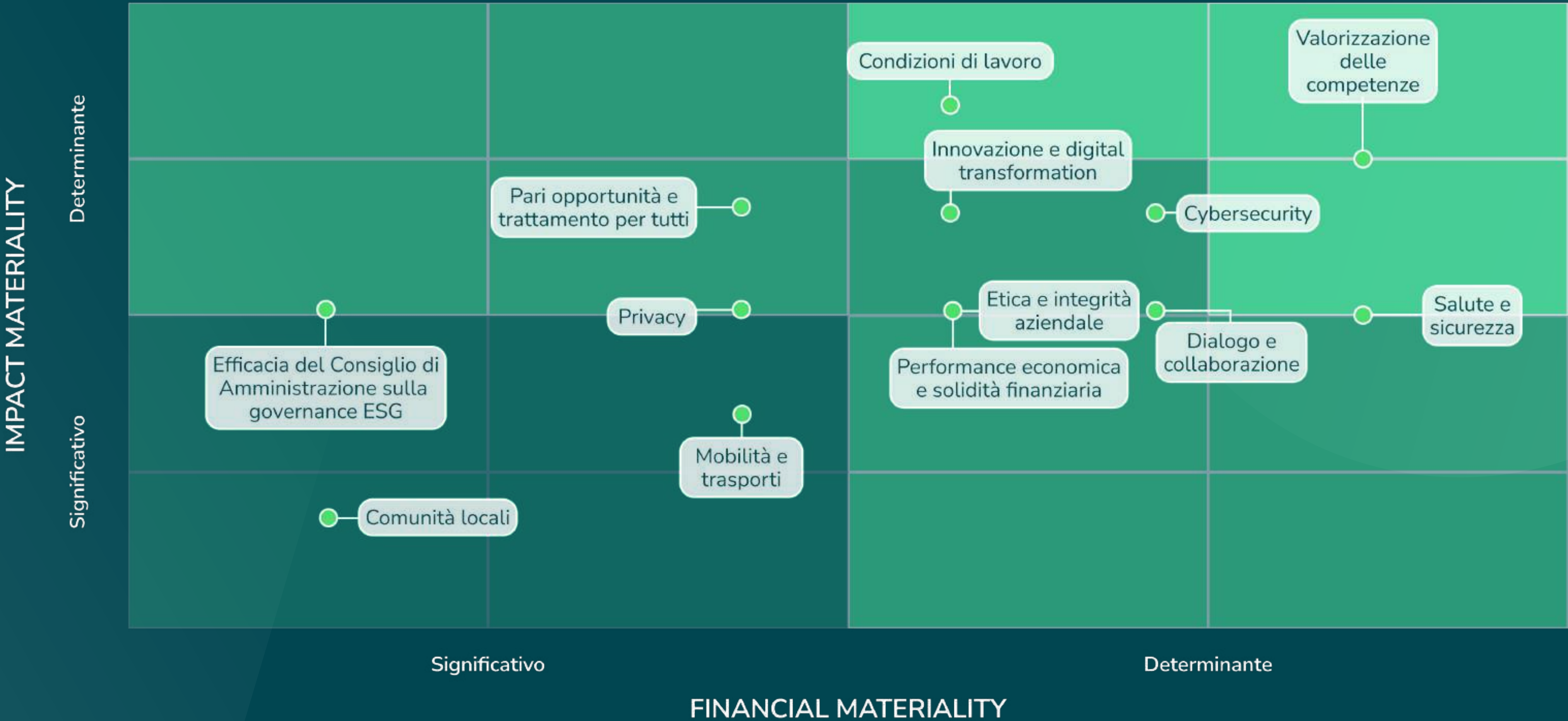
Efficacia del Consiglio di Amministrazione sulla governance ESG

L’attivismo del CdA, supportato da comitati interni (ESG, Parità di Genere) e da presidi di controllo esterni (OdV, revisore), garantisce una supervisione strategica solida e coerente con gli obiettivi di sostenibilità e di crescita responsabile dell’impresa.

Doppia Materialità
Coinvolgimento degli stakeholder
La matrice di doppia materialità
Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità
Tabella di Doppia Materialità
Temi materiali

Analisi di Doppia Materialità



Doppia Materialità
Coinvolgimento degli stakeholder
La matrice di doppia materialità
Temi rilevanti
Analisi di Doppia Materialità
Tabella di Doppia Materialità
Temi materiali

Tabella di Doppia Materialità

Significatività		IMPATTO ESTERNO POSITIVO/NEGATIVO	TEMA RILEVANTE	RISCHIO/OPPORTUNITÀ AZIENDALE		Significatività	
...	+	Parità di genere e pari retribuzione per lavoro di pari livello, formazione e sviluppo delle competenze per tutte le categorie, occupazione e inclusione delle persone con disabilità;	Pari opportunità e trattamento per tutti	Aumento della reputazione aziendale, dell'innovazione e della portata del mercato		+	...
...	-	Aumento delle disuguaglianze sociali all'interno del contesto lavorativo		Rischio di perdita di attractiveness, reputazione e competitività		-	...
..	+	Tutela dei dati personali nei confronti dei terzi tramite policy e pratiche adeguate;	Privacy	Rafforzamento dei presidi di sicurezza fisica e informatica, sviluppo di partnership per identificare le minacce, adozione di policy e soluzioni di mitigazione dei rischi;		+	.
..	-	Potenziali attacchi informatici rilevanti con eventuale conseguente perdita di fiducia, dati personali, risorse economiche da parte di terzi;		Mancanza di adeguati strumenti per la sicurezza dei dati;		-	.
..	+	Stimolazione delle economie locali e rafforzamento del benessere della comunità	Comunità locali	Aumento della brand reputation		+	.
.	-	Esacerbazione del divario digitale e delle disuguaglianze sociali derivante dall'accesso diseguale alla tecnologia.		Aumento delle spese legate al coinvolgimento delle comunità locali e allo stakeholder engagement		-	.
...	+	Miglioramento della reputazione e fiducia degli stakeholder (interni ed esterni) attraverso pratiche ESG trasparenti.	Efficacia del Consiglio di Amministrazione sulla governance ESG	Miglioramento delle performance finanziarie e della fiducia degli investitori tramite una governance ESG efficace, capace di creare valore sul lungo periodo		+	..
..	-	Danno d'immagine e perdita della fiducia degli stakeholder dovuto alla percezione di greenwashing		Aumento dei costi operativi legati all'implementazione di strutture di governance e misure di compliance		-	..

Doppia Materialità
Coinvolgimento degli stakeholder
La matrice di doppia materialità
Temi rilevanti
Analisi di Doppia Materialità
Tabella di Doppia Materialità
Temi materiali

Temi materiali

Mobilità e Trasporti

8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

13 AGIRE PER IL CLIMA

! PRINCIPALI RISCHI

ESG e Finanziari

- **Incremento dell'impronta ambientale aziendale** legato all'utilizzo frequente di trasporti tradizionali per trasferte, eventi o attività on-site, con impatti negativi in termini di emissioni e coerenza con i valori ESG dichiarati.
- **Inefficienza dei trasporti pubblici:** difficoltà logistiche per il personale in occasione di trasferte o attività on-site, in particolare in aree mal servite, con rischio di disagi operativi e riduzione della partecipazione.
- **Incremento dei costi di progetto:** aumento dei costi indiretti legati agli spostamenti (taxi, auto privata, rimborsi) in assenza di criteri strutturati per la valutazione dell'utilità e della sostenibilità economica degli spostamenti non ricorrenti.

+ PRINCIPALI OPPORTUNITÀ

ESG e Finanziarie

- **Adozione di soluzioni di mobilità sostenibile** (es. remote working strutturato, riduzione spostamenti non essenziali, policy Green Roads) che contribuiscono alla riduzione delle emissioni Scope 3 e rafforzano la coerenza del modello operativo con i valori di sostenibilità ambientale e responsabilità sociale.
- **Efficientamento dei costi operativi** legati alla mobilità del personale attraverso strumenti digitali, videoconferenze e pianificazione smart delle trasferte, con benefici diretti su marginalità, efficienza gestionale e posizionamento competitivo presso stakeholder sensibili ai temi ESG.

✓ STRATEGIA

- Adottiamo un approccio integrato e strutturale alla mobilità sostenibile**, che unisce smart working esteso, incentivi economici e progettazione logistica degli spazi aziendali. La strategia si basa su tre pilastri:
- **Lavoro da remoto** supportato dalle Foresterie che riduce la necessità di spostamenti e trasferimenti.
 - **Localizzazione strategica delle sedi** vicino a stazioni ferroviarie e metropolitane (RE e MI), per favorire il trasporto pubblico.
 - **Programma "We Move"** per incentivare economicamente l'uso di mezzi a basso impatto dei dipendenti nel commuting casa-lavoro.

★ AZIONI IN CORSO

- **29 beneficiari del programma "We Move"**, con rimborso trasporti fino al 100% a RE e media del 39% sul totale.
- **Sedi aziendali posizionate strategicamente** accanto a stazioni (RE e MI) per favorire i mezzi pubblici.
- **Attivati 14 contratti "Remote" dal 2021**, con 9 attivi nel 2024, grazie alla strategia Remote & Foresteria.
- **Estensione dei rimborsi "We Move", con focus su Milano.**

AZIONI FUTURE

- **Estensione dei rimborsi "We Move"**, con focus su Milano.
- **Analisi annuali su emissioni evitate** e risparmi da lavoro da remoto.
- **Applicazione del principio "mobility by design"** nella scelta di future sedi.
- **Monitoraggio strutturato** delle emissioni evitate grazie a smart working e trasporti sostenibili.

Doppia Materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità

Tabella di Doppia Materialità

Temi materiali

Salute e Sicurezza



! **PRINCIPALI RISCHI**
ESG e Finanziari

- **Trascurare i fattori di stress lavoro-correlato**, carichi cognitivi elevati o dinamiche relazionali poco inclusive può compromettere il benessere mentale dei collaboratori, generando impatti negativi sull’ambiente di lavoro, sulla motivazione e sulla coerenza con i valori dichiarati di centralità della persona.
- **Assenza di presìdi strutturati sul benessere organizzativo e mentale** può tradursi in un aumento di assenteismo, calo di produttività e difficoltà nella retention, con impatti economici legati a turnover, perdita di competenze e costi indiretti per la gestione delle criticità.

+ **PRINCIPALI OPPORTUNITÀ**
ESG e Finanziarie

- **Efficientamento dei costi operativi** legati alla mobilità del personale attraverso strumenti digitali, videoconferenze e pianificazione smart delle trasferte, con benefici diretti su marginalità, efficienza gestionale e posizionamento competitivo presso stakeholder sensibili ai temi ESG.
- **Diffondere un modello organizzativo** che integra salute, sicurezza e benessere mentale contribuisce a promuovere una cultura del lavoro più sostenibile e rispettosa delle persone, offrendo un esempio positivo per il settore e stimolando pratiche virtuose nella filiera e nel territorio.

✓ **STRATEGIA**

Promuoviamo una visione evoluta di salute e sicurezza, che integra benessere fisico, mentale e relazionale. L’azienda investe in ambienti di lavoro sicuri, salubri e progettati per il benessere delle persone, con spazi funzionali, comodi e gradevoli. Attraverso formazione, ascolto strutturato e prevenzione dello stress lavoro-correlato, si intende costruire un contesto professionale sano, motivante e sostenibile nel lungo periodo.

★ **AZIONI IN CORSO**

- **Promozione della cultura della prevenzione**, con valutazioni periodiche dei rischi (incluso stress lavoro-correlato) e percorsi formativi specifici.
- **Avvio del programma pilota Mental Wellbeing** in collaborazione con Serenis, con 25 pacchetti da 4 sedute individuali gratuite, accessibili in totale riservatezza e prenotati in pochi giorni.

- **Integrazione dei servizi** di supporto psicologico all’interno del sistema di welfare aziendale, con possibilità di prosecuzione del percorso a condizioni agevolate tramite credito Edenred.

AZIONI FUTURE

- **Estensione del programma Mental Wellbeing a 30 pacchetti nel 2025**, includendo anche percorsi di nutrizione e benessere psicofisico.
- **Consolidamento del supporto al benessere mentale** come componente stabile dell’offerta welfare, accessibile su base volontaria e nel pieno rispetto della privacy.
- **Valutazione dell’efficacia percepita** del programma tramite analisi qualitativa e quantitativa, per migliorarne la fruibilità e l’impatto.
- **Sviluppo di nuovi percorsi di formazione e sensibilizzazione** dedicati al benessere emotivo e alla prevenzione del burnout, rivolti a tutta la popolazione aziendale.

Doppia Materialità

- Coinvolgimento degli stakeholder
- La matrice di doppia materialità
- Temi rilevanti
- Analisi di Doppia Materialità
- Tabella di Doppia Materialità
- Temi materiali**

Condizioni di lavoro / Dialogo e collaborazione



! **PRINCIPALI RISCHI**
ESG e Finanziari

- **Squilibri percepiti nelle condizioni di lavoro** tra collaboratori onsite e full remote, con possibili impatti su benessere, senso di appartenenza e coerenza tra narrazione valoriale e pratiche organizzative.
- **Gestione non equilibrata dei carichi di lavoro** e dei tempi di risposta, in particolare nei team operativi e nei picchi di attività, con possibili ricadute su benessere psicofisico, stress lavoro-correlato e coerenza con i valori di centralità della persona e sostenibilità organizzativa.

+ **PRINCIPALI OPPORTUNITÀ**
ESG e Finanziarie

- **Promozione di condizioni di lavoro** eque, flessibili e orientate al benessere, che rafforzano il posizionamento di Webranking come employer responsabile e generano valore sociale attraverso l’esempio di un modello sostenibile, inclusivo e replicabile.
- **Cura della qualità dell’ambiente di lavoro** e bilanciamento sostenibile dei carichi favoriscono retention e stabilità organizzativa, riducendo i costi di turnover, selezione e formazione, con impatti positivi su efficienza operativa e continuità progettuale.

✓ **STRATEGIA**

Promuoviamo un modello organizzativo centrato sul benessere e sulla qualità della vita lavorativa, garantendo ambienti inclusivi, sicuri e flessibili, sia in presenza che da remoto. L’azienda investe in spazi funzionali, smart working senza limiti, percorsi di crescita strutturati e supporti concreti alla conciliazione vita-lavoro, con l’obiettivo di favorire engagement, salute organizzativa e performance sostenibile

★ **AZIONI IN CORSO**

- **Welfare aziendale** erogato tramite piattaforma Edenred, con importi variabili, a supporto del benessere economico e personale dei dipendenti.
- **Possibilità di usufruire di un congedo parentale extra** di 5 giorni retribuiti dall’azienda.

- **Programma “We Move”** per il sostegno economico all’acquisto di abbonamenti ai mezzi pubblici (ATM, treni), con percentuali di rimborso differenziate per sede.
- **100% dei collaboratori** con accordi di smart working attivi.

AZIONI FUTURE

- **Estensione e personalizzazione** delle opzioni welfare sulla piattaforma, sulla base dei bisogni emergenti.
- **Monitoraggio** dell’impatto delle misure di sostegno alla genitorialità sul benessere e sulla retention.
- **Potenziamento del programma “We Move”** per aumentare la quota rimborsata e incentivare la mobilità sostenibile.
- **Valutazione periodica** dell’equilibrio tra presenza in sede e remote working, per garantire benessere e coesione organizzativa.

Doppia Materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità

Tabella di Doppia Materialità

Temi materiali

Valorizzazione del capitale umano



! **PRINCIPALI RISCHI**
ESG e Finanziari

- **Ridotta valorizzazione** delle competenze interne e mancanza di percorsi strutturati di crescita possono generare disallineamento tra aspettative e sviluppo professionale, con effetti negativi su motivazione, engagement e coerenza con i valori dichiarati di attenzione alle persone.

+ **PRINCIPALI OPPORTUNITÀ**
ESG e Finanziarie

- **Offrire a tutti i collaboratori accesso libero e gratuito a percorsi formativi** (tecnici, soft skill, DE&I) e strumenti di crescita strutturati (Upskill, GrowSpace) contribuisce a generare un impatto positivo su occupazione qualificata, empowerment professionale e inclusione generazionale.
- **Aumento dei costi di turnover** e perdita di know-how critico in assenza di investimenti continuativi in formazione, upskilling e percorsi di carriera, con impatti su produttività, attrattività per i talenti e competitività dell’offerta consulenziale.
- **Rischio reputazionale** se l’azienda non valorizza adeguatamente il capitale umano, riducendo l’engagement dei dipendenti e l’attrattività come datore di lavoro.

✓ **STRATEGIA**

Promuoviamo una crescita professionale diffusa e accessibile, offrendo percorsi formativi liberi e illimitati (Upskill), piani di sviluppo trasparenti (GrowSpace) e un modello di team leading centrato sull’ascolto e la crescita individuale. L’obiettivo è rafforzare competenze, motivazione e coinvolgimento, valorizzando le persone come motore del successo aziendale.

★ **AZIONI IN CORSO**

- **Accesso gratuito e illimitato alla piattaforma Upskill**, con corsi su competenze tecniche, soft skill e cultura DE&I.
- **Percorso strutturato di crescita professionale** tramite GrowSpace, con feedback periodici e obiettivi di sviluppo condivisi.

- **Team leading diffuso**, con oltre 30 manager “di prossimità” formati per supportare crescita, motivazione e ascolto individuale.
- **Iniziative di formazione peer-to-peer** con contributi interni da parte di specialisti e team leader.
- **Promozione della mobilità interna** e dei percorsi orizzontali attraverso accesso libero a contenuti trasversali.

AZIONI FUTURE

- **Potenziamento** del monitoraggio sull’efficacia della formazione e sull’evoluzione dei bisogni formativi.
- **Rafforzamento dell’offerta formativa interna**, in linea con le esigenze emergenti e i cambiamenti organizzativi.
- **Integrazione progressiva di criteri ESG** nei percorsi di sviluppo e nei sistemi di valutazione delle performance.

Doppia Materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità

Tabella di Doppia Materialità

Temi materiali

Pari opportunità e trattamento per tutti



! PRINCIPALI RISCHI
ESG e Finanziari

- **Mancanza di equità percepita** in termini di accesso alle opportunità, avanzamento di carriera o riconoscimento professionale può generare sfiducia interna e indebolire il posizionamento di Webranking come ambiente realmente inclusivo e meritocratico.
- **Eventuali squilibri o discriminazioni**, anche non intenzionali, possono aumentare il rischio di contenziosi, perdita di attrattività verso talenti sensibili alla cultura DE&I e danni reputazionali presso clienti e stakeholder attenti alla responsabilità sociale d’impresa.

+ PRINCIPALI OPPORTUNITÀ
ESG e Finanziarie

- **Promuovere un ambiente di lavoro equo**, inclusivo e rispettoso delle differenze contribuisce a diffondere una cultura dell’uguaglianza e dell’inclusione, generando un impatto positivo sul territorio, sulle nuove generazioni e sull’intero ecosistema professionale.
- **Garantire pari opportunità** e valorizzare la diversità favorisce l’attrazione e la fidelizzazione di talenti, migliora il clima organizzativo e la performance dei team, con ricadute positive su produttività, innovazione e reputazione aziendale.

✓ STRATEGIA

Adottiamo un approccio inclusivo, fondato su cultura, ascolto e rispetto. L’impegno verso le pari opportunità non si traduce in politiche formali, ma in un ambiente equo e accessibile per tutte le persone. Il focus strategico, condiviso dal CEO e dal Comitato per la Parità di Genere, è oggi orientato anche verso l’esterno: Webranking intende promuovere attivamente la riduzione del gender gap nelle discipline STEM e nel settore digitale, condividendo esperienze, risultati e visione con scuole, università e community. Una strategia culturale, concreta e controcorrente, che mira a generare impatto reale nel lungo periodo.

★ AZIONI IN CORSO

- **Attivo un Comitato per la Parità di Genere**, con coinvolgimento diretto del CEO nella definizione delle priorità strategiche.
- **Partecipazione al progetto regionale “Ragazze Digitali”** con workshop in sede e testimonianze interne per avvicinare le studentesse alle discipline STEM.

- **Sponsorizzazione dell’evento Women Techmakers** (Modena, 2025), a supporto della rappresentanza femminile nel tech.
- **Mantenimento della certificazione Uni PdR 125:2022**

AZIONI FUTURE

- **Attivazione di nuove iniziative esterne** per ridurre il gender gap nel digitale e nelle STEM.
- **Estensione delle attività divulgative** verso scuole, università e community.
- **Potenziamento della formazione interna** su equità, rispetto e linguaggio inclusivo.
- **Rafforzamento delle collaborazioni** con enti pubblici e privati.
- **Monitoraggio dell’impatto** delle azioni DE&I su clima interno e attrattività aziendale.

Doppia Materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità

Tabella di Doppia Materialità

Temi materiali

Pari opportunità e trattamento per tutti



! PRINCIPALI RISCHI
ESG e Finanziari

- **Mancanza di equità percepita** in termini di accesso alle opportunità, avanzamento di carriera o riconoscimento professionale può generare sfiducia interna e indebolire il posizionamento di Webranking come ambiente realmente inclusivo e meritocratico.
- **Eventuali squilibri o discriminazioni**, anche non intenzionali, possono aumentare il rischio di contenziosi, perdita di attrattività verso talenti sensibili alla cultura DE&I e danni reputazionali presso clienti e stakeholder attenti alla responsabilità sociale d’impresa.

+ PRINCIPALI OPPORTUNITÀ
ESG e Finanziarie

- **Promuovere un ambiente di lavoro equo**, inclusivo e rispettoso delle differenze contribuisce a diffondere una cultura dell’uguaglianza e dell’inclusione, generando un impatto positivo sul territorio, sulle nuove generazioni e sull’intero ecosistema professionale.
- **Garantire pari opportunità** e valorizzare la diversità favorisce l’attrazione e la fidelizzazione di talenti, migliora il clima organizzativo e la performance dei team, con ricadute positive su produttività, innovazione e reputazione aziendale.

✓ STRATEGIA

Adottiamo un approccio inclusivo, fondato su cultura, ascolto e rispetto. L’impegno verso le pari opportunità non si traduce in politiche formali, ma in un ambiente equo e accessibile per tutte le persone. Il focus strategico, condiviso dal CEO e dal Comitato per la Parità di Genere, è oggi orientato anche verso l’esterno: Webranking intende promuovere attivamente la riduzione del gender gap nelle discipline STEM e nel settore digitale, condividendo esperienze, risultati e visione con scuole, università e community. Una strategia culturale, concreta e controcorrente, che mira a generare impatto reale nel lungo periodo.

★ AZIONI IN CORSO

- **Attivo un Comitato per la Parità di Genere**, con coinvolgimento diretto del CEO nella definizione delle priorità strategiche.
- **Partecipazione al progetto regionale “Ragazze Digitali”** con workshop in sede e testimonianze interne per avvicinare le studentesse alle discipline STEM.

- **Sponsorizzazione dell’evento Women Techmakers** (Modena, 2025), a supporto della rappresentanza femminile nel tech.
- **Mantenimento della certificazione Uni PdR 125:2022**

AZIONI FUTURE

- **Attivazione di nuove iniziative esterne** per ridurre il gender gap nel digitale e nelle STEM.
- **Estensione delle attività divulgative** verso scuole, università e community.
- **Potenziamento della formazione interna** su equità, rispetto e linguaggio inclusivo.
- **Rafforzamento delle collaborazioni** con enti pubblici e privati.
- **Monitoraggio dell’impatto** delle azioni DE&I su clima interno e attrattività aziendale.

Doppia Materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità

Tabella di Doppia Materialità

Temi materiali

Comunità locali



! PRINCIPALI RISCHI
ESG e Finanziari

- **Un coinvolgimento debole** nei contesti locali può generare isolamento dell'azienda rispetto alla comunità, con conseguente perdita di legami di fiducia, impoverimento del tessuto relazionale e mancata restituzione di valore sociale nei territori in cui opera.
- **Un basso radicamento territoriale** o l'assenza di relazioni solide con attori locali può ridurre l'accesso a reti, opportunità di partnership, talenti e progetti condivisi, con impatti sulla reputazione, sulla capacità di attrazione e sulla competitività nel lungo periodo.

+ PRINCIPALI OPPORTUNITÀ
ESG e Finanziarie

- **Attraverso un modello d'impresa orientato a benessere, inclusione e sostenibilità,** Webranking può generare un impatto positivo sulle comunità locali, fungendo da esempio virtuoso per altre realtà del territorio e contribuendo a diffondere una cultura del lavoro equa, innovativa e responsabile.
- **Investire in relazioni con la comunità** e in iniziative locali rafforza il posizionamento dell'azienda come attore di riferimento sul territorio, generando opportunità di collaborazione, accesso a talenti, visibilità positiva e reti professionali di valore, con impatti diretti sulla competitività e sulla reputazione.

✓ STRATEGIA

Generiamo un impatto positivo nei territori in cui opera, valorizzando il legame con le comunità locali e promuovendo un modello aziendale che produce benessere diffuso. Oltre a collaborazioni con scuole, università e realtà del territorio, l'azienda agisce attraverso iniziative rivolte ai propri collaboratori che si estendono anche alle loro famiglie, considerate parte integrante della comunità. L'obiettivo è rafforzare il ruolo sociale dell'impresa come attore proattivo, aperto e generativo.

★ AZIONI IN CORSO

- **Collaborazione con le principali università del territorio** (UNIMORE, BBS, Cattolica, Sole24Ore Formazione) tramite attività di orientamento, docenze e percorsi congiunti per avvicinare i giovani al mondo del lavoro.
- **Partecipazione al progetto Industriamoci Reggio Emilia,** per favorire l'incontro tra scuola e impresa e valorizzare la cultura tecnica e digitale nelle nuove generazioni.

AZIONI FUTURE

- **Estensione dei percorsi di orientamento** e testimonianza aziendale anche alle scuole secondarie, con focus su competenze digitali e inclusione.
- **Sviluppo di iniziative locali** rivolte anche alle famiglie dei collaboratori, con l'obiettivo di rafforzare il legame tra impresa e comunità territoriale attraverso momenti educativi, culturali e di welfare condiviso.

Doppia Materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità

Tabella di Doppia Materialità

Temi materiali

Privacy / Cybersecurity



 PRINCIPALI RISCHI
ESG e Finanziari

- **Una gestione non adeguata della sicurezza informatica** e della protezione dei dati può generare impatti gravi su clienti, partner e utenti finali, compromettendo fiducia, riservatezza e integrità delle informazioni trattate.
- **Eventuali violazioni di sicurezza o inadempienze** rispetto a normative come la NIS 2 o il GDPR possono comportare sanzioni, contenziosi contrattuali, perdita di clienti strategici e danni reputazionali rilevanti. Per un’azienda che opera in settori ad alta esposizione tecnologica, il rischio informatico può tradursi in perdita diretta di valore e competitività.

 PRINCIPALI OPPORTUNITÀ
ESG e Finanziarie

- **Attraverso un approccio solido e trasparente** alla protezione dei dati e alla cybersecurity, Webranking contribuisce a tutelare gli interessi di clienti, partner e utenti finali, rafforzando la sicurezza dell’intero ecosistema digitale.
- **L’adozione proattiva di presìdi normativi e tecnici (NIS 2, ISO 27001, GDPR)** posiziona Webranking come partner affidabile per clienti di grandi dimensioni, facilitando l’accesso a gare, contratti e collaborazioni ad alto valore, e rafforzando la competitività in mercati regolati.

 STRATEGIA

Adottiamoun approccio integrato e proattivo alla sicurezza delle informazioni, basato su certificazioni riconosciute (ISO 27001), formazione continua, aggiornamento normativo (GDPR, NIS 2) e diffusione della cultura della protezione dei dati. La sicurezza informatica non è demandata solo all’IT, ma coinvolge l’intera organizzazione, con l’obiettivo di garantire la massima tutela degli stakeholder e la continuità operativa in un contesto digitale ad alta esposizione.

 AZIONI IN CORSO

- **Certificazione ISO/IEC 27001:2022** attiva su tutta l’organizzazione.
- **Presìdi GDPR** già attivi dal 2018, con DPO nominato e procedure consolidate.
- **Formazione mirata** su phishing e sicurezza (67,5% copertura nel 2024).
- **Clausole privacy** nei contratti e monitoraggio continuo dei flussi informativi.
- **Servizio di ethical hacking** offerto ai clienti per testare la sicurezza dei siti.

AZIONI FUTURE

- **Revisione del sistema ISO 27001** e adeguamento alla Direttiva NIS 2 nel 2025.
- **Lancio di un software** di simulazione phishing per tutti i dipendenti.
- **Formazione obbligatoria** e aggiornata su cybersecurity per il 100% del personale.
- **Rafforzamento delle misure di data governance** in risposta alle esigenze dei clienti regolati.

Doppia Materialità
Coinvolgimento degli stakeholder
La matrice di doppia materialità
Temi rilevanti
Analisi di Doppia Materialità
Tabella di Doppia Materialità
Temi materiali

Etica e integrità aziendale



PRINCIPALI RISCHI
ESG e Finanziari

- **Il mancato rispetto dei principi etici** può generare un impatto negativo sulla qualità percepita dei servizi offerti, compromettendo trasparenza, equità e integrità nelle relazioni con gli stakeholder esterni.
- **La mancata aderenza al Codice Etico** o a quanto previsto dal Modello 231 può comportare rischi legali, reputazionali e contrattuali, con impatti economici dovuti a sanzioni, perdita di fiducia da parte di clienti e stakeholder, o esclusione da partnership e gare ad elevato contenuto etico.

PRINCIPALI OPPORTUNITÀ
ESG e Finanziarie

- **Promuovere la cultura dell’etica** e della responsabilità all’interno dell’azienda consente di generare valore per la collettività, garantendo relazioni più eque, trasparenti e inclusive con clienti, fornitori e partner progettuali.
- **Un posizionamento aziendale chiaro** e coerente sui temi dell’integrità e della governance facilita l’accesso a bandi, gare pubbliche e partnership strategiche, rafforzando la competitività e la reputazione aziendale presso clienti istituzionali e corporate.

STRATEGIA

Adottiamo un sistema di governance ispirato ai più alti standard di trasparenza, legalità e responsabilità, integrando strumenti formali (Modello 231, Codice Etico, canale whistleblowing) e pratiche organizzative condivise. L’obiettivo è garantire l’integrità delle decisioni, la correttezza nei rapporti con tutti gli stakeholder e il pieno allineamento tra cultura aziendale e sostenibilità. La governance è intesa come leva strategica per prevenire i rischi, valorizzare la fiducia e assicurare la coerenza tra crescita, compliance e impatto positivo.

AZIONI IN CORSO

- **Attuazione del Modello 231/01** con audit semestrali e presidio OdV.
- **Diffusione del Codice Etico** a collaboratori, partner e fornitori.
- **Whistleblowing attivo**, con tracciabilità e supervisione da parte del CdA.
- **Formazione onboarding** su etica e anticorruzione per tutti i nuovi assunti.
- **Verifica annuale** delle attività a rischio corruzione.

AZIONI FUTURE

- **Aggiornamento continuo** del risk assessment 231.
- **Estensione della formazione etica** a tutto il personale.
- **Potenziamento dei controlli interni** e dei flussi informativi.
- **Revisione periodica** dell’efficacia del MOG.
- **Maggiore comunicazione esterna** dei presìdi etici e di trasparenza.

Doppia Materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità

Tabella di Doppia Materialità

Temi materiali

Efficacia del Consiglio di Amministrazione sulla Governance ESG



! PRINCIPALI RISCHI
ESG e Finanziari

- **Una governance ESG non formalizzata** o poco strutturata può generare disallineamento tra strategia, valori dichiarati e pratiche operative, riducendo la credibilità dell’azienda come attore responsabile e compromettendo la fiducia di stakeholder sensibili a legalità, trasparenza e accountability.
- **La mancanza di un presidio ESG efficace** a livello di governance può limitare l’accesso a bandi, partnership e finanziamenti ESG-linked, oltre a esporre l’azienda a rischi reputazionali e di compliance in contesti regolati o con stakeholder ad alta sensibilità ambientale e sociale.

+ PRINCIPALI OPPORTUNITÀ
ESG e Finanziarie

- **Un CdA attivo e competente in ambito ESG** contribuisce a orientare l’organizzazione verso modelli di governance trasparenti, responsabili e ispirati a principi di sostenibilità. La presenza di comitati tematici rafforza il presidio su diversità, impatti ambientali, etica e compliance, generando coerenza e valore per tutti gli stakeholder.
- **Una governance ESG solida** e ben strutturata aumenta la credibilità dell’impresa, favorendo l’accesso a bandi pubblici, rating di sostenibilità, partnership strategiche e opportunità commerciali con clienti sensibili a requisiti ambientali, sociali e di trasparenza.

✓ STRATEGIA

Applichiamo un modello di governance indipendente e responsabile, che valorizza la continuità imprenditoriale dei fondatori, la rapidità decisionale e la piena autonomia strategica. Il CdA esercita un ruolo attivo nella supervisione delle tematiche ESG, supportato da comitati interni (ESG, Parità di Genere, Crisi NIS2) e da organismi di controllo esterni (OdV, revisore). La strategia punta a rafforzare nel tempo i presìdi di trasparenza, legalità e integrazione ESG nei processi aziendali, in linea con gli standard più avanzati di responsabilità d’impresa.

★ AZIONI IN CORSO

- **Supervisione diretta del CdA** sugli impatti ESG e sulla pubblicazione del bilancio di sostenibilità.
- **Attivazione di comitati interni** (Parità di Genere, ESG, Crisi NIS2) con funzioni operative e consultive.
- **Attuazione del Modello 231/01** con presidio dell’Organismo di Vigilanza e flussi regolari verso il CdA.
- **Monitoraggio delle segnalazioni Whistleblowing** e aggiornamenti periodici al CdA.

AZIONI FUTURE

- **Rafforzamento del ruolo del Comitato ESG** come organo permanente a supporto del CdA.
- **Integrazione progressiva di obiettivi ESG** nella gestione strategica e nel sistema di controllo interno.
- **Allineamento del sistema di governance** ai criteri di rendicontazione ESG europei (CSRD/ESRS).
- **Estensione della formazione ESG ai membri del CdA e ai manager con funzioni chiave.**

Doppia Materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità

Tabella di Doppia Materialità

Temi materiali

Performance economica e solidità finanziaria



! PRINCIPALI RISCHI
ESG e Finanziari

- **Una gestione economico-finanziaria non equilibrata** può compromettere la capacità dell'azienda di garantire continuità occupazionale, investimenti in innovazione e impatto positivo sul territorio, generando instabilità per i collaboratori, i fornitori e la comunità locale.
- **Eventuali flessioni della redditività**, squilibri di cassa o esposizioni finanziarie non gestite possono limitare la capacità di investimento, frenare lo sviluppo dei servizi e compromettere la competitività di Webranking in un mercato in continua evoluzione.

+ PRINCIPALI OPPORTUNITÀ
ESG e Finanziarie

- **Mantenere una performance economica solida** e sostenibile consente a Webranking di generare valore stabile per collaboratori, fornitori e comunità locali, sostenendo l'occupazione, investendo in innovazione e contribuendo allo sviluppo del tessuto economico del territorio.
- **Una gestione finanziaria prudente** e orientata alla crescita consente all'azienda di affrontare scenari complessi con resilienza, attrarre nuovi clienti e talenti, e reinvestire in progetti strategici, rafforzando la competitività nel lungo periodo.

✓ STRATEGIA

Perseguiamo una crescita solida, responsabile e orientata al lungo termine, attraverso un modello di gestione che unisce efficienza economica, stabilità patrimoniale e attenzione agli stakeholder. La strategia economico-finanziaria si fonda su tre leve chiave: gestione attiva dei rischi, indipendenza strategica e redistribuzione del valore generato. L'obiettivo non è solo garantire continuità operativa e competitività nel mercato, ma anche contribuire al benessere collettivo, sostenendo occupazione, innovazione e sviluppo territoriale in un'ottica di valore condiviso.

★ AZIONI IN CORSO

- **Rendicontazione puntuale** del valore economico generato e distribuito secondo lo standard GRI 201-1, con una quota redistribuita del 93,5% nel 2024.
- **Rafforzamento della base clienti** e dei ricavi grazie a nuove commesse e consolidamento dei rapporti con clienti storici, in un contesto economico complesso.

AZIONI FUTURE

- **Reinvestimento del valore economico trattenuto** (6,5% nel 2024) per sostenere l'innovazione, l'evoluzione tecnologica e la crescita patrimoniale.
- **Sviluppo di un approccio integrato** di pianificazione economico-finanziaria orientato alla sostenibilità di lungo periodo e alla generazione di valore per tutti gli stakeholder.

Doppia Materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

Temi rilevanti

Analisi di Doppia Materialità

Tabella di Doppia Materialità

Temi materiali

Innovazione e Digital Transformation / Proprietà Intellettuale



! **PRINCIPALI RISCHI**
ESG e Finanziari

- **Una digitalizzazione non inclusiva** o poco responsabile può generare barriere all'accesso, aumentare la complessità dei servizi e ridurre l'efficacia delle soluzioni proposte, con ricadute negative su clienti, utenti finali e comunità, in contrasto con i principi di equità, trasparenza e utilità sociale della tecnologia.
- **Il mancato investimento** in innovazione o l'obsolescenza tecnologica possono ridurre la competitività dell'offerta, compromettere l'efficienza interna e limitare la capacità di rispondere ai cambiamenti di mercato e alle aspettative dei clienti, con conseguenti perdite di quote e opportunità.

+ **PRINCIPALI OPPORTUNITÀ**
ESG e Finanziarie

- **Sviluppare soluzioni digitali innovative**, accessibili e orientate all'utilità sociale consente a Webranking di generare valore concreto per clienti, utenti e territori, promuovendo una trasformazione tecnologica sostenibile, inclusiva e al servizio delle persone.
- **L'investimento continuo** in innovazione e tecnologie digitali avanzate rafforza la competitività dell'offerta, aumenta l'efficienza operativa e favorisce l'accesso a nuovi mercati, clienti e partnership ad alto valore aggiunto

✓ **STRATEGIA**

Adottiamo un approccio evolutivo all'innovazione, considerandola parte integrante della gestione ordinaria e leva strategica per garantire competitività, impatto e sostenibilità. Grazie a una governance trasversale (Comitato Tecnico Scientifico), un ecosistema tecnologico avanzato e una cultura aziendale flessibile, l'azienda esplora costantemente nuove soluzioni digitali, anticipa i cambiamenti di mercato e integra l'intelligenza artificiale in modo responsabile, trasformando i processi e rafforzando la qualità del lavoro.

La valorizzazione e tutela della proprietà intellettuale – attraverso lo sviluppo di tecnologie, strumenti e format proprietari – è parte integrante di questo modello, contribuendo a consolidare il posizionamento competitivo e a proteggere l'innovazione generata internamente.

★ **AZIONI IN CORSO**

- **Coordinamento R&D** tramite Comitato Tecnico Scientifico e test interfunzionali.
- **Sviluppo e potenziamento di soluzioni proprietarie** (DataKojak, Amplisite, ADAM, WR Planner).
- **Applicazione di AI generativa** nei processi interni e nei servizi digitali.
- **Partnership strategiche attive** e focus su accessibilità digitale.

AZIONI FUTURE

- **Estensione dell'uso dell'AI predittiva** e generativa su larga scala.
- **Tutela legale** e valorizzazione degli asset immateriali sviluppati internamente.
- **Sviluppo di agenti AI** assistivi per consulenza e creatività.
- **Nuovi strumenti** per monitorare l'impatto dell'innovazione e diffondere know-how.

4.

Sustainable Development Goals

Sustainable Development Goals
SDGs

SDGs

Nel 2015 le Nazioni Unite hanno lanciato l’Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, un piano d’azione globale articolato in 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) e 169 target, che mira a promuovere prosperità economica, tutela dell’ambiente e benessere sociale su scala globale.

Gli SDGs rappresentano una guida strategica per governi, imprese e società civile nell’affrontare le sfide più urgenti del nostro tempo: **inclusione, cambiamento climatico, equità, innovazione, salute, lavoro dignitoso.**

In Webranking, consapevoli del ruolo cruciale che le imprese giocano nel costruire un futuro più sostenibile, integriamo i principi dell’Agenda 2030 nella nostra strategia aziendale. Il contributo dell’azienda si esprime attraverso iniziative concrete che coinvolgono le persone, i clienti, le comunità e il sistema digitale in cui opera, generando impatti positivi trasversali in ambito ambientale, sociale ed economico.

	1 POVERTÀ ZERO	2 FAME ZERO	3 SALUTE E BENESSERE	4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ	5 UGUAGLIANZA DI GENERE	6 ACQUA PULITA E IGIENE	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE	8 LAVORO E CRESCITA ECONOMICA	9 INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	10 RIDUZIONE DELLA DISUGUAGLIANZA	11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	13 AGIRE PER IL CLIMA	14 VITA SOTTACQUEA	15 VITA SULLA TERRA	16 PACE, GIUSTIZIA E ISTRUZIONI FORTE	17 PARTNERSHIP E OBIETTIVI
MOBILITÀ E TRASPORTI			■								■		■				
SALUTE E SICUREZZA			■					■									
DIALOGO SOCIALE E LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE	■		■	■	■			■		■							
CONDIZIONI DI LAVORO	■	■	■		■			■		■							
VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE				■	■			■		■							
PARI OPPORTUNITÀ E TRATTAMENTO PER TUTTI	■	■	■	■	■			■		■							
COMUNITÀ LOCALI	■	■	■	■				■	■	■	■						
PRIVACY					■			■	■								
ETICA E INTEGRITÀ AZIENDALE					■			■	■								
CYBERSECURITY								■	■								
EFFICACIA DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE SULLA GOVERNANCE ESG								■	■	■			■				
PERFORMANCE ECONOMICA								■	■								
INNOVAZIONE E DIGITAL TRANSFORMATION									■				■				

I prodotti Webranking

Il know-how distintivo di Webranking

I nostri servizi

5.

L'offerta di Webranking

Il know-how distintivo di Webranking

Siamo una delle principali agenzie di marketing digitale in Italia, la maggiore fra le indipendenti (privately owned) con una vasta esperienza e competenze consolidate.

Nati nel **1998**, siamo stati in grado di sviluppare un know-how unico e distintivo che ci consente di offrire una gamma completa di servizi digitali estremamente apprezzati, caratterizzati da un approccio concreto, efficace e misurabile.

Competenza tecnica e capacità di innovare

Webranking opera da sempre sulla **frontiera nell'uso delle tecnologie** più recenti e differenzianti. Sappiamo integrare **intelligenza artificiale algoritmica e generativa** a una serie di tool e tecnologie proprietarie nelle nostre strategie, per offrire soluzioni che offrono vantaggi competitivi concreti ai nostri clienti.

La posizione sul mercato che abbiamo costruito, ci vede come interlocutore privilegiato degli OTT (Over The Top, i grandi player del mondo digitale come Google, Meta, TikTok ecc.) e ci consente di avere accesso tempestivo a tutte le innovazioni che vengono introdotte sul mercato, garantendoci un importante vantaggio competitivo che viene reso disponibile ai nostri clienti.



Approccio Data-Inspired

Le decisioni strategiche di Webranking sono **ispirate dai dati**. Non crediamo in un approccio esclusivamente data-driven perché nel business la visione e il purpose impongono di valutare le scelte sulla base di **diversi stimoli**, non tutti squisitamente numerici. Nel nostro lavoro con i clienti, integriamo strumenti di analisi sofisticati per raccogliere, interpretare e presentare dati utili a comprendere il mercato in tempo reale, in modo da fornire supporto alle decisioni e un adattamento continuo delle strategie.



Esperienza e professionalità

Con oltre due decenni di esperienza nel settore, collaboriamo con una vasta gamma di clienti in tutti i settori. L'esperienza che abbiamo costruito e consolidato è un elemento rilevante alla base della **qualità dei servizi che proponiamo**. A questa si unisce un gruppo di consulenti che riesce a portare competenze high-end con uno stile peculiare che riesce a essere apprezzato dai tanti team con cui collabora.



I prodotti Webranking
Il know-how distintivo di Webranking
 I nostri servizi

Flessibilità e personalizzazione

Considerata la tipologia di clientela a cui ci rivolgiamo - costituita da medio-grandi aziende con complessità elevate - in Webranking ci siamo **specializzati nell'adattare le soluzioni alle esigenze e situazioni specifiche** di ogni cliente e non presentiamo quindi un'offerta di soluzioni chiuse o replicabili. Ogni strategia è personalizzata per rispondere ai bisogni unici e agli obiettivi di business di ognuno dei nostri clienti.



Formazione continua

Il nostro team è composto da professionisti che riescono ad evolvere nel tempo le loro competenze. Il processo si basa sul mantenere un **ambiente estremamente attrattivo e stimolante** dove crescere e rimanere. Per ottenere e mantenere le migliori competenze sul mercato, investiamo stabilmente in formazione e upskilling. Sono presenti soluzioni dedicate per la formazione continua e tutti i collaboratori hanno accesso gratuito e illimitato a un portale di **e-learning interno** chiamato Upskill dove vengono pubblicati costantemente video-corsi, registrazione di convegni e contributi che gli stessi collaboratori realizzano a beneficio dei colleghi.



I prodotti Webranking
Il know-how distintivo di Webranking
I nostri servizi

I nostri servizi

I principali servizi per cui Webranking è riconosciuta sono:

Innovazione continua e integrazione dell'AI

Operando sulla frontiera dell'innovazione globale, Webranking aggiorna ogni anno la propria offerta per intercettare i cambiamenti più rilevanti, in particolare quelli che emergono dal contesto USA. L'avvento della AI Generativa, insieme all'AI algoritmica già presente nelle attività dell'agenzia, ha permesso di introdurre componenti di automazione intelligente nei servizi storici. Non si tratta di un nuovo servizio, ma di un'evoluzione del modo di lavorare: l'intelligenza artificiale è ormai parte integrante dei processi, con un approccio maturo, consapevole e orientato a massimizzare valore e scalabilità per i clienti.

Media planning & buying

Il nostro team è composto da professionisti che riescono ad evolvere nel tempo le loro competenze. Il processo si basa sul mantenere un **ambiente estremamente attrattivo e stimolante** dove crescere e rimanere. Per ottenere e mantenere le migliori competenze sul mercato, investiamo stabilmente in formazione e upskilling. Sono presenti soluzioni dedicate per la formazione continua e tutti i collaboratori hanno accesso gratuito e illimitato a un portale di **e-learning interno** chiamato Upskill dove vengono pubblicati costantemente video-corsi, registrazione di convegni e contributi che gli stessi collaboratori realizzano a beneficio dei colleghi.

SEO (Search Engine Optimization)

La SEO consente una maggiore visibilità e un miglior posizionamento sui motori di ricerca. In Webranking vantiamo un posizionamento unico su questa disciplina che è stata il nostro core business per quasi 20 anni. Siamo l'agenzia più esperta e referenziata sulla consulenza di SEO in ambiente enterprise, su piattaforme complesse, collaborando con i system integrator più strutturati, in progetti multi-lingua e multi-country. Oggi, siamo sulla frontiera nell'estendere la SEO tradizionale - ancora importante - con l'ottimizzazione per la AI generativa o - più in generale - quella sugli answer engines cioè i "nuovi" motori che forniscono risposte (chatGPT, Perplexity, Gemini).

Digital Analytics

Ci posizioniamo tra le pochissime agenzie in Italia con competenze certificate sulle piattaforme enterprise (Adobe, Google e Mapp) nel settore della Digital Analytics. Webranking è in grado di implementare strategie di misurazione scalabili su più marchi e paesi, creando sistemi di analytics avanzati che supportano il successo a lungo termine dei clienti. Insieme a tutto questo, integriamo con successo la business intelligence e ci occupiamo di data visualization.

Consulenza strategica

Offriamo una consulenza di alto livello, mirata a fornire ai manager un approccio integrato per gestire in modo sinergico le attività di marketing, comunicazione e commerciali. Ci distinguiamo per la capacità di mettere a disposizione dei nostri clienti un insieme eterogeneo di competenze, conoscenze e visioni di mercato funzionali alle decisioni strategiche. I servizi includono lo sviluppo di piani strategici personalizzati che supportino gli obiettivi di business dei clienti, oltre a un affiancamento continuo per ottimizzare le strategie digitali e adattarsi alle nuove condizioni del mercato. Grazie all'esperienza consolidata e alla capacità di adattarci rapidamente ai cambiamenti, ci posizioniamo come un partner affidabile in grado di rendere "future proof" - a prova di futuro - i clienti con i quali collabora.

I prodotti Webranking
Il know-how distintivo di Webranking
I nostri servizi

UX/UI: User Experience e User Interface

Poniamo sempre l'utente al centro, riconoscendo l'importanza cruciale di progettare interfacce e strutture web che siano intuitive, facili da usare, immediate nella navigazione e soprattutto accessibili. Adottiamo un approccio integrato che unisce l'analisi della user experience con lo studio dettagliato dei dati di navigazione e delle performance di siti, app e property digitali. Questa combinazione ci consente di definire l'intero flusso di progettazione, sia dal punto di vista dell'esperienza utente che del design visuale. Con un orientamento forte verso il Design Thinking, collaboriamo attivamente con i clienti per costruire interfacce efficaci e orientate al raggiungimento degli obiettivi che ci vengono sottoposti.

Website Development

Siamo specializzati nella realizzazione di grandi piattaforme e-commerce e siti corporate utilizzando framework e applicativi fra i più aggiornati, strutturati e sicuri sul mercato. Il nostro approccio parte sempre dalla considerazione che nel digitale la tecnologia diventa un supporto fondamentale per il successo delle iniziative di marketing, comunicazioni e commerciali. Quando siti, app o piattaforme di commercio elettronico dovessero diventare un elemento bloccante per ottenere obiettivi di business, è importante poterli integrare nelle strategie e gestirli in modo sinergico agli investimenti in lead generation o per le vendite.

Marketing Technology

La Martech è la tecnologia abilitante a servizio del marketing, comunicazione e vendite. Utilizziamo la tecnologia in modo strategico e tattico, mirando a creare nuove opportunità che prima non esistevano, colleghiamo sistemi conflittuali e basi dati eterogenee, potenziando i servizi con strumenti e automatismi che ottimizzano e accelerano le operazioni. Nell'odierno panorama digitale caratterizzato da una varietà di tecnologie, vendor e applicativi, è essenziale non solo adottare tecnologie avanzate ma anche comprendere a fondo gli stack e i meccanismi di gestione per poter integrare i sistemi. La nostra suite proprietaria Power UP racchiude strumenti nativi per il supporto delle performance digitali. Tra questi spiccano Data Kojak e Amplisite, pensati per migliorare l'efficienza delle attività data-driven, marketing e di ottimizzazione contenuti.

Formazione

Nel contesto digitale in continua evoluzione, riconosciamo l'importanza cruciale della formazione, sempre più continua. Promuoviamo attivamente programmi formativi diversificati, collaborando con università e business school per moduli specifici e offrendo piani strutturati di formazione personalizzata ai nostri clienti.

Daimon, il nostro brand creativo

Questa unit è il polo creativo di Webranking ed è focalizzata su alcuni elementi che estendono le normali competenze di un'agenzia creativa: la produzione di formati per i nuovi canali social e l'utilizzo della AI generativa in un approccio molto ampio, che mira anche a governare la complessità e la proliferazione dei contenuti da generare. La peculiarità di Daimon è l'essere innestata in Webranking e la contaminazione che si viene a generare - anche fra profili molto differenti - rende possibile produrre contenuti e soluzioni che altri non riescono neanche a immaginare. Riusciamo a far lavorare insieme un art director e un data analyst, un copywriter e un innovation engineer.

DAIMON
Brand Experience Studio

Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

6.

Responsabilità Sociale

Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention
Formazione e sviluppo del personale
Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione
Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Le persone in Webranking

La prima responsabilità di un'impresa si valuta dal **rispetto per le proprie persone**.

Crediamo di essere riusciti a creare un esempio del fatto che si possa riuscire a raggiungere risultati eccezionali per l'azienda e allo stesso tempo per le persone che la compongono e la rendono in grado di raggiungere questi obiettivi. Inoltre, per il tipo di attività professionale che svolgiamo, riusciamo a portare al successo anche i tanti clienti che hanno scelto di lavorare insieme a noi.

È un risultato complessivo - per tutti gli attori coinvolti - che non pregiudica nessuna parte per far raggiungere a un'altra un risultato migliore e crediamo di poter essere visti come la dimostrazione che si possa raggiungere questo risultato, nonostante un settore che presenta situazioni anche molto differenti.

In Webranking, le **persone rappresentano il fulcro dell'organizzazione e il vero motore della sua crescita**. L'approccio all'organizzazione del lavoro è fondato su fiducia, responsabilità e flessibilità, e alimenta un'identità condivisa e inclusiva che valorizza ogni collaboratore. La **strategia One Company** consente di superare la logica della singola sede, favorendo la **collaborazione trasversale** tra i team distribuiti, uniti da una cultura aziendale forte e partecipata. Ogni scelta organizzativa è pensata per riconoscere e rispettare le differenze individuali, mantenendo al centro la persona.

Al 31 dicembre 2024 Webranking impiega **222 dipendenti** (+20 rispetto al 2022), distribuiti su quattro sedi: Milano (94), Correggio (84), Reggio Emilia (38) e Cagliari (6). **L'organico è in costante crescita** (+8,8% nell'ultimo anno) e **presenta una presenza femminile bilanciata**, con 122 donne su 227 persone, pari al 54%. L'equilibrio di genere è costante nel tempo e distribuito in modo omogeneo tra le sedi.

I **contratti a tempo indeterminato** rappresentano la forma prevalente (193 su 227 nel 2024), con un trend in aumento e una **crescita significativa dell'occupazione stabile** sia tra le donne (da 97 a 112 dal 2022 al 2024) che tra gli uomini (da 95 a 102). Il part-time, pur marginale, è presente soprattutto tra le collaboratrici, in linea con le esigenze di conciliazione personale e familiare.



La presenza di apprendisti rimane elevata, in particolare tra le donne, e testimonia la capacità dell'azienda di attrarre giovani talenti nei primi anni di carriera, coerentemente con l'età media aziendale molto giovane.

La distribuzione per sede conferma la centralità del polo milanese e il ruolo dell'HQ di Correggio come snodo organizzativo strategico. Reggio Emilia si conferma in crescita e in consolidamento, mentre la sede di Cagliari, pur numericamente contenuta, esprime una forte componente maschile e contratti prevalentemente a tempo indeterminato. Nel 2024 è presente una sola risorsa non assunta con contratto di lavoro dipendente, a conferma dell'approccio orientato alla valorizzazione e alla stabilità occupazionale.

L'elevata percentuale di full-time, sia a tempo indeterminato che in apprendistato, riflette una scelta organizzativa orientata a creare relazioni lavorative solide e continuative, capaci di sostenere lo sviluppo di competenze e il coinvolgimento attivo nella vita aziendale.

222

↑ **+44%**
di nuove assunzioni
rispetto al 2023

Dipendenti

Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

- Politiche retributive e di retention
- Formazione e sviluppo del personale
- Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione
- Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
- Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

GRI 2-7 Dipendenti per società, genere, durata contratto			
SEDE	2022	2023	2024
CA - CAGLIARI	6	5	7
Femmina	1	1	1
Apprendista	0	0	0
Stage	0	0	0
Tempo determinato	1	0	0
Tempo indeterminato	0	1	1
Maschio	5	4	6
Apprendista	1	1	2
Stage	0	0	1
Tempo determinato	0	0	0
Tempo indeterminato	4	3	3
HQ - Correggio	85	85	85
Femmina	36	36	36
Apprendista	8	7	5
Stage	1	2	1
Tempo determinato	1	0	1
Tempo indeterminato	26	27	29
Maschio	49	49	49
Apprendista	14	12	8
Stage	1	0	0
Tempo determinato	1	1	1
Tempo indeterminato	33	36	40

MI - Milano	86	85	95
Femmina	49	51	59
Apprendista	12	10	10
Stage	1	1	1
Tempo determinato	0	0	0
Tempo indeterminato	36	40	48
Maschio	37	34	36
Apprendista	7	8	8
Stage	2	1	0
Tempo determinato	1	0	0
Tempo indeterminato	27	26	28
RE - Reggio Emilia	31	33	40
Femmina	20	23	26
Apprendista	4	5	8
Stage	0	1	0
Tempo determinato	0	0	0
Tempo indeterminato	16	17	18
Maschio	11	10	14
Apprendista	1	2	2
Stage	1	0	2
Tempo determinato	0	0	0
Tempo indeterminato	9	8	10
Totale complessivo	208	209	227

La crescita strutturata dell’organico trova riscontro anche nei dati relativi a ingressi e uscite, che evidenziano una **dinamica occupazionale bilanciata e coerente con l’identità aziendale**.

Dopo il picco di nuove assunzioni del 2022, legato a una fase espansiva, gli anni successivi mostrano un rallentamento fisiologico nel 2023 (25 assunzioni) e una ripresa nel 2024 con 36 nuove risorse inserite. Le assunzioni hanno riguardato tutte le sedi aziendali, con una prevalenza per Milano (16), Correggio (9) e Reggio Emilia (9), confermando il ruolo di questi poli nell’evoluzione organizzativa di Webranking.

Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

- Politiche retributive e di retention
- Formazione e sviluppo del personale
- Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione
- Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
- Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

2-7 Dipendenti per società, genere, durata contratto			
Genere/tipologia contratto	2022	2023	2024
CA - CAGLIARI	6	5	7
Femmina			
Tempo determinato - Full-time	1		
Tempo indeterminato - Full-time		1	1
Maschio			
Apprendista - Full-time	1	1	2
Stage			1
Tempo indeterminato - Full-time	4	3	3
Tempo indeterminato - Part-time			1
HQ - Correggio	85	85	85
Femmina			
Apprendista - Full-time	8	7	5
Stage	1	2	1
Tempo determinato - Full-time	1		1
Tempo indeterminato - Full-time	19	21	23
Tempo indeterminato - Part-time	7	6	6
Maschio			
Apprendista	14	12	8
Stage	1		
Tempo determinato - Part-time	1	1	1
Tempo indeterminato - Full-time	32	35	39
Tempo indeterminato - Part-time	1	1	1

MI - Milano	86	85	95
Femmina	49	51	59
Apprendista	12	10	10
Stage	1	1	1
Tempo indeterminato - Full-time	34	37	45
Tempo indeterminato - Part-time	2	3	3
Maschio	37	34	36
Apprendista	7	8	8
Stage	2	1	
Tempo determinato - Full-time	1		
Tempo indeterminato - Full-time	27	25	28
RE - Reggio Emilia	31	33	40
Femmina	20	23	26
Apprendista	4	5	8
Stage		1	
Tempo indeterminato - Full-time	13	14	16
Tempo indeterminato - Part-time	3	3	2
Maschio	11	10	14
Apprendista	1	2	2
Stage	1		2
Tempo indeterminato - Full-time	9	8	10
Totale complessivo	208	209	227
Totale complessivo	208	209	227

I nuovi ingressi si concentrano nella fascia under 30 (24 su 36 nel 2024), coerentemente con la giovane età media dell’organico e con il modello di crescita fondato sullo sviluppo di competenze interne. Anche nel 2024, la componente femminile rappresenta la maggioranza delle nuove assunzioni (24 donne contro 12 uomini), a conferma dell’attrattività dell’azienda nei confronti del talento femminile e dell’impegno concreto sui temi dell’equità di genere.

Sul fronte delle uscite, i dati testimoniano un **turnover contenuto e in calo**: 14 cessazioni nel 2024 (erano 30 nel 2023), con un tasso di uscita stabile sotto il 10% negli ultimi tre anni (7% nel 2024). La sede di Milano, che nel 2023 aveva registrato il maggior numero di uscite, mostra nel 2024 un’inversione di tendenza con un solo caso per genere. I dati confermano un efficace sistema di retention, supportato da un ambiente inclusivo e motivante, che limita la perdita di competenze e rafforza la continuità organizzativa.

Nel complesso, l’equilibrio tra turnover in entrata (16%) e in uscita (7%) nel 2024 rafforza l’idea di **un’organizzazione capace di rinnovarsi e attrarre nuovi talenti**, mantenendo al contempo un forte radicamento delle persone nel tempo. Un risultato che è frutto della cultura organizzativa, dell’ascolto costante e della cura nel costruire relazioni professionali durature e di valore.

Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Politiche retributive e di retention

Politiche retributive

In Webranking, la politica retributiva è parte integrante di una visione più ampia di sviluppo professionale, orientata alla valorizzazione delle persone, alla trasparenza dei percorsi e alla coerenza tra responsabilità, crescita e riconoscimento. Il sistema retributivo è costruito in coerenza con il CCNL Commercio, integrato da strumenti e benefit che riflettono l'impegno dell'azienda nel garantire condizioni eque e personalizzate, in un contesto in cui ogni persona possa esprimere appieno il proprio potenziale.

Sin dal 2022 abbiamo lanciato **GrowSpace**, un progetto strutturato a **supporto dei percorsi di crescita**, pensato per accompagnare le persone nello sviluppo professionale e aiutare i manager a svolgere un ruolo attivo nella valorizzazione dei propri team. GrowSpace è anche una piattaforma digitale accessibile a tutti i collaboratori, che consente la valutazione e l'auto-valutazione delle performance, la condivisione degli obiettivi di crescita e l'attivazione di smart feedback: un sistema agile per inviare riscontri costruttivi, riconoscere contributi ricevuti o celebrare risultati condivisi.

Il confronto tra manager e collaboratori avviene almeno due volte l'anno in momenti formalizzati, durante i quali si analizzano i risultati raggiunti, si condividono feedback bilaterali e si definiscono obiettivi evolutivi da monitorare nel tempo.

Questo approccio consente di allineare le aspettative individuali con le necessità organizzative, sostenendo percorsi di crescita che tengano conto di competenze, attitudini e aspirazioni personali.

Le revisioni retributive si basano su criteri chiari e condivisi, legati non solo all'esperienza e al ruolo, ma anche al contributo dimostrato, alla qualità della partecipazione ai progetti e alla crescita nel tempo. Il processo coinvolge le funzioni HR e i manager, ed è guidato da principi di equità interna, trasparenza e meritocrazia, con un'attenzione costante alla parità di genere e alla valorizzazione delle nuove generazioni.

In questo modo in Webranking riusciamo a mantenere una struttura retributiva coerente con il mercato di riferimento, capace di motivare e fidelizzare, e allo stesso tempo orientata alla sostenibilità e all'equità nel lungo periodo.

Politiche di retention

Consideriamo il **benessere delle persone un obiettivo strategico**, strettamente connesso alla qualità dell'ambiente di lavoro e alla capacità dell'organizzazione di generare valore nel tempo. Per questo, accanto a un **sistema retributivo equo e a percorsi di crescita strutturati**, l'azienda ha sviluppato un articolato sistema di benefit, con l'obiettivo di rispondere in modo concreto e personalizzato ai bisogni individuali dei collaboratori.

Un elemento centrale della nostra cultura è quello di **favorire i bisogni e le aspirazioni individuali**, lasciando quanta più libertà di scelta possibile, che segua al meglio le esigenze differenti che ognuno di noi manifesta. Siamo contrari agli approcci one size fits all e quando possibile perseguiamo un approccio opposto.

Ci impegniamo a sostenere e promuovere il benessere dei nostri collaboratori, nella convinzione radicata che persone felici sul lavoro, siano un valore aggiunto per l'azienda e per la società nel suo complesso, attraverso le famiglie, le comunità e territori che i nostri collaboratori vivono. Per questo, nel 2022 è stato introdotto il programma articolato di iniziative non solo di welfare ma di Corporate Well-being che abbiamo raccolto sotto l'etichetta "We Care".



Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

We Care testimonia la volontà di prestare attenzione alle persone in modo ampio, anche al di là di quello che ci si può aspettare.

Ci teniamo, ci prendiamo cura, ci interessa, è importante per ognuno di noi anche nel confronto coi colleghi. We Care contiene tante iniziative che nel tempo si sono aggiunte, integrandosi positivamente fra di loro a beneficio di tutti i collaboratori.

Il primo programma We Care è stato presentato al Dipartimento per le Politiche della Famiglia della Presidenza del Consiglio dei Ministri che nel 2021 lo ha riconosciuto tra i migliori in Italia fra migliaia di proposte e ha concesso un contributo operativo dal 2022 all'interno del bando Conciliamo, promosso dallo stesso dipartimento, che mira a sostenere le politiche di welfare aziendale e well-being più innovative ed efficaci.

Nato come un progetto per il miglioramento della qualità della vita delle persone e delle loro famiglie, è cresciuto arrivando a toccare diversi ambiti come il **work-life balance**, la **salute e la prevenzione**, il **benessere psicologico**, **gli incentivi alla natalità**, **i servizi di supporto alla famiglia**, **una serie di benefit flessibili**, per arrivare al contributo per la **mobilità sostenibile casa-lavoro**.



Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Per quanto riguarda il 2024 in We Care trovano spazio:

We Care About You: un budget **welfare** annuale a disposizione di ciascun collaboratore da utilizzare per acquistare un'ampia serie di servizi e attività - per se stessi o per i propri familiari - che riguardano diversi ambiti: istruzione, formazione, sanità, trasporto pubblico, viaggi, sport, cultura e tempo libero, mutui, assistenza familiari, previdenza integrativa e buoni acquisto.

Time for Family: un'iniziativa che supporta i neo-genitori offrendo un tempo dedicato ai loro bimbi e alla famiglia. La policy mette a disposizione **5 giorni extra di congedo parentale** retribuiti dall'azienda, che si aggiungono ai congedi previsti dalla normativa, sia per i padri che per le madri, entro sei mesi dalla nascita.



Mental Wellbeing: è un servizio di supporto psicologico - sviluppato con un partner esterno specializzato - per promuovere il benessere emotivo dei collaboratori. Su base volontaria e in totale riservatezza, ha offerto 25 pacchetti da 4 sedute gratuite, con possibilità di proseguire a tariffa agevolata o tramite il budget welfare. Il progetto, rivolto ai collaboratori assunti entro il 2023, è gestito tramite piattaforma online.

Smart Like You: l'innovativo programma che consente di lavorare da qualsiasi sede, da casa o da qualunque luogo in Italia, senza nessun limite sul numero di giorni. Rientra in questo programma anche la possibilità di lavorare dall'estero - entro +/- 2 ore di fuso orario - fino a un mese ogni anno. È parte di questo piano anche la flessibilità oraria in un intervallo di due ore in ingresso e in uscita, ogni giorno.



We Move: il programma per facilitare e rendere più green la mobilità casa-lavoro che prevede l'acquisto di abbonamenti scontati ai mezzi di trasporto pubblico tramite convenzione aziendale e con rateizzazione in busta paga + un contributo di tre mesi per abbonamenti Trenord, ATM, treni regionali e Le Frecce.

Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Le politiche di **welfare** in Webranking si fondano su un principio chiave: **ascoltare le persone**, osservare l'evoluzione dei loro bisogni e adattare di conseguenza l'offerta di benefit. Per questo, accanto all'introduzione di nuovi servizi – come il programma **Mental Wellbeing** – alcuni strumenti precedenti sono stati eliminati, in un'ottica di ottimizzazione e maggiore coerenza con le reali esigenze dei collaboratori. È il caso del servizio di condivisione di biciclette elettriche attivato presso la sede di Reggio Emilia, che è stato dismesso a seguito del limitato utilizzo da parte del personale. Allo stesso modo, è stato rimosso anche il programma Health Care dedicato alla prevenzione oncologica, poiché i servizi offerti sono stati nel frattempo integrati e potenziati dal Fondo EST, l'assicurazione sanitaria prevista dal CCNL, rendendo il progetto aziendale ridondante. Queste scelte testimoniano una gestione del welfare dinamica e orientata alla qualità, capace di evolversi nel tempo per restare aderente alle aspettative e ai bisogni concreti delle persone.

Per Webranking, il benessere organizzativo si concretizza anche attraverso la qualità dei **luoghi di lavoro che sono spazi al servizio delle persone** e non viceversa. Gli spazi vengono curati, progettati e realizzati per rendere piacevole la permanenza delle persone in azienda, favorire la qualità del lavoro in team, l'incontro e il confronto coi colleghi.

Gli uffici di Webranking comprendono anche spazi inaspettati che abbiamo pensato per favorire l'aggregazione e il benessere fisico e mentale come piscina, palestra, library, sala giochi, **cucina**.

All'ingresso del nostro HQ di Correggio non c'è una reception, non ci sono porte o elementi di chiusura. C'è un grande spazio arioso, a doppia altezza e con vetrate a tutta parete che danno sul parco, dove abbiamo realizzato la nostra grande cucina che è lo spazio in cui incontrarsi, cucinare e passare del tempo insieme.

Questo approccio che mette i collaboratori al centro delle nostre attenzioni – perché Webranking sono loro – unito a una cultura inclusiva e motivante, ci ha permesso di ottenere riconoscimenti importantissimi che ci motivano a perseguire questa direzione.

Tra di loro il **Best Workplace Europe** nel 2024 che ci vede fra i migliori posti di lavoro non solo nel nostro paese ma fra quelli europei secondo **Great Place to Work**.



Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

A partire dalle prime iniziative nel 2018 su smart working e flessibilità, Webranking è progressivamente diventata una **Smart Organization**, fondata su tre pillar fondamentali: **flessibilità, fiducia e responsabilità**.

Questo approccio si è tradotto nell'introduzione della **flessibilità oraria** in ingresso e uscita e nell'adozione del progetto progetto **"Smart Like You"** che permette ai dipendenti di scegliere dove lavorare senza limiti sul numero di giorni da remoto o in ufficio, e nella possibilità di lavorare in paesi esteri per un mese. Dopo il periodo pandemico, l'azienda ha deciso di mantenere le policy che aveva introdotto e le ha estese per arrivare a una situazione nel quale ogni collaboratore può decidere liberamente dove svolgere la propria prestazione lavorativa, scegliendo di volta in volta la location che più lo aiuta a farlo al meglio. Tutto ciò concorre in modo significativo nella direzione di un **work-life balance** estremamente apprezzato e motivante e rappresenta una manifestazione concreta della **fiducia** che c'è tra tutti i manager e i loro team. Inoltre, è una delle iniziative più impattanti sulla riduzione delle emissioni scope 3 per un'azienda del nostro settore.

Abbiamo calcolato che grazie a questa iniziativa, le emissioni legate agli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti vengono **ridotte di circa il 40%**.

È importante sottolineare come Smart Like You sia stato reso possibile grazie a una **cultura abilitante** che è peculiare dell'agenzia, costruita attraverso la somma di tante scelte portate avanti negli anni. Oggi, nonostante l'assenza di limiti allo smart working, i nostri uffici sono estremamente partecipati e contribuiscono a creare le condizioni affinché le persone si vogliano incontrare per lavorare insieme, scambiarsi idee, imparare più velocemente e allenare le relazioni interpersonali. Il nostro mantra è sempre stato che **gli uffici sono al servizio delle persone e non viceversa** quindi abbiamo reso gli spazi pratici e allo stesso tempo abbiamo inserito elementi che li rendessero piacevoli, eleganti e - soprattutto - molto comodi da raggiungere grazie alla prossimità con stazioni ferroviarie e mezzi pubblici.



Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

- Formazione e sviluppo del personale
- Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione
- Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
- Sostegno allo sviluppo delle comunità locali



Il nostro approccio al lavoro per un’azienda di più di 220 collaboratori, distribuiti su 4 sedi ma anche su 220 abitazioni, è sempre stato quello **“One Company”** cioè abbiamo investito in soluzioni e processi che consentono di sentirsi parte di un’unica identità anche nel lavoro quotidiano. Un esempio fra tutti è il fatto che i membri dei team che lavorano sui progetti di un singolo cliente siano distribuiti fra le sedi.

Questa scelta ha un costo in termini di overhead organizzativo perché sarebbe molto più semplice assegnare un cliente a un team presente in una sola sede. La nostra scelta è stata opposta: favoriamo il fatto che i team su un particolare cliente siano formati da persone di diverse sedi. Questa scelta, insieme a tante altre piccole cose, va nella direzione del mantenere un senso di “one company” in ognuno di noi.

Uscendo dal periodo pandemico, ci siamo resi conto che le persone erano rimaste troppo isolate, anche all’interno dei loro team funzionali. In Webranking abbiamo da tempo scelto di **avvicinare il management alle persone** e di costruire una struttura di team manager su piccoli gruppi di persone. I team manager (TM) curano lo sviluppo e la crescita professionale delle persone, la loro formazione e il confronto. Questa organizzazione a team distribuiti è la backbone dell’azienda e ci ha consentito di raddoppiare l’organico in poco più di due anni, senza perdere in qualità e mantenendo un’altissima retention e soddisfazione del personale. Oggi abbiamo più di 30 team e questo numero è in crescita costante. Questi team sono cross-sede - cioè sono composti da persone di sedi differenti - perché seguono l’approccio one company di cui sopra.

Ci siamo anche resi conto che potevamo contribuire al senso di **coesione** dei team - che comprendono consulenti su diverse sedi - e abbiamo deciso di stanziare un budget per ognuno dei 30 team, per realizzare attività di **team building**.

Ogni team ha la possibilità di scegliere in autonomia come realizzarlo: il luogo, le attività, la data, le modalità. Lo scopo è quello di consolidare le relazioni fra persone che nei fatti vivono e lavorano distanti fra di loro la maggior parte del tempo.

Questa iniziativa ha avuto ottimi riscontri e abbiamo deciso di mantenerla nel tempo e renderla quindi un elemento della nostra gestione.

I team building che sono stati organizzati sono fra i più disparati: da una trasferta di due giorni in montagna con un mix di rafting, orienteering e grigliate, a un corso di vela al lago con al termine un match race fra imbarcazioni. In questi team building sono stati anche inseriti momenti che univano gli aspetti più ludici con esperienze di volontariato di gruppo, come è successo a seguito dell’alluvione in Romagna dove una due giorni al mare già pianificata si è trasformata: il team ha deciso di dedicare la prima giornata alla distribuzione degli aiuti verso le comunità più colpite.



Responsabilità Sociale
Le persone in Webranking
Politiche retributive e di retention
Formazione e sviluppo del personale
Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione
Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Formazione e sviluppo del personale

Lavorando in prima linea, sulla frontiera del digitale, sappiamo da sempre come le competenze abbiano bisogno di essere costantemente evolute e adattate a un settore che fa del cambiamento la propria cifra distintiva. Allo stesso tempo, il nostro posizionamento è sui clienti di grande dimensione e complessità e questo si riflette sulle skill necessarie per operare costantemente ai livelli più alti. Per questo attribuiamo molta importanza allo sviluppo delle competenze dei nostri collaboratori ed è per questo che nel 2021 è stato progettato e realizzato UpSkill, un portale interno dedicato alla formazione continua attraverso video corsi. Su UpSkill, dove vengono pubblicati periodicamente i migliori contributi per l’aggiornamento professionale, fruibili on demand da tutti i collaboratori senza limiti o costi.

Nel 2024, Webranking ha erogato complessivamente 14.828 ore di formazione, di cui 8.473 ore alle donne e 6.355 ore agli uomini. Le figure più coinvolte sono state gli impiegati (9.897 ore) e gli apprendisti (4.738 ore).

Il 97% delle ore totali ha riguardato percorsi di formazione volontaria (principalmente autoformazione), mentre la formazione obbligatoria ha rappresentato il restante 3%.



GRI 404-1 Ore di formazione per genere e qualifica			
Genere/tipologia contratto	2022	2023	2024
WEBRANKING	6	5	7
Femmina	10180	9680	8473
Apprendisti	4794	3989	3086
Dirigenti	0	0	0
Impiegati	4877	5691	5234
Quadri	0	0	0
Stagisti	509	0	153
Maschio	8314	8943	6355
Apprendisti	2797	1676	1652
Dirigenti	0	0	0
Impiegati	5423	7208	4663
Quadri	0	0	0
Stagisti	94	59	40
Totale complessivo	18494	18623	14828

Capitolo 6

Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

GRI 404-1 Ore di formazione per genere e qualifica			
Genere/tipologia contratto	2022	2023	2024
WEBRANKING	6	5	7
Apprendisti	7590	5665	4738
Formazione obbligata	80	160	68
Formazione volontaria (autoformazione)	7510	5505	4670
Dirigenti	0	0	0
Formazione obbligata	0	0	0
Formazione volontaria (autoformazione)	0	0	0
Impiegati	10301	12893	9897
Formazione obbligata	252	130	364
Formazione volontaria (autoformazione)	10049	12763	9533
Quadri	0	6	0
Formazione obbligata	0	6	0
Formazione volontaria (autoformazione)	0	0	0
Stagisti	603	59	193
Formazione obbligata	0	0	0
Formazione volontaria (autoformazione)	603	59	193
Totale complessivo	18494	18623	14828



A dimostrazione della cultura che abbiamo creato, molti dei contenuti caricati sul portale, sono stati realizzati da collaboratori a beneficio dei colleghi. Non ci sono infatti limiti nelle competenze che si possono acquisire quindi è possibile interessarsi e formarsi su contenuti che provengono da altre aree o professionalità.

Oltre agli aspetti legati alla formazione delle **hard skill**, il portale contiene molti contributi legati alle **soft skill**, come ad esempio i moduli su public speaking, su come migliorare l’organizzazione delle riunioni ecc. Infine, registriamo la quasi totalità dei nostri interventi in convegni, workshop o eventi in modo che chiunque in azienda possa tenersi informato.Da sempre Webranking spinge per far emergere le attitudini e i talenti di ciascuno, stimolando la condivisione delle idee e favorendo le opportunità di crescita professionale in un settore

che non ha molte competenze consolidate e che quindi sta costantemente formando i professionisti di oggi e di domani.

Lo sviluppo delle competenze e della professionalità delle risorse in azienda è incentivato in tanti modi. Prima fra tutti, la struttura organizzativa molto peculiare che si focalizza sull’avvicinare il più possibile management alle persone, in primis a quelle all’inizio del proprio percorso professionale, che è già stata raccontata in questo documento. La nostra struttura presenta una abbondanza di team e micro-team guidati e coordinati da Team Manager. Questi team manager riescono a curare con molta attenzione gruppi di ridotte dimensioni, potendosi così focalizzare sulla crescita professionale e sulla relazione più diretta e frequente con i tanti consulenti dell’agenzia, seguendoli nel loro percorso di crescita.

Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Parte di questo processo è anche definire insieme le aree da sviluppare in ambito competenze hard e soft. All'interno di quella che viene identificata generalmente come "formazione" consideriamo anche diversi corsi o seminari realizzati internamente o anche esternamente, in collaborazione con nostri principali partner - come Google, Meta, TikTok - che si svolgono ogni anno. Predisponiamo tempi lavorativi dedicati alla formazione, auto-formazione ed evoluzione professionale - anche attraverso attività di test o di R&D - che consentono ad ognuno di mantenersi aggiornato.

Infine, il progetto di formazione più importante è Upskill, il nostro portale interno che contiene decine di ore di video-corsi sui temi più utili, dalle technicalità alle competenze più soft come la comunicazione, il public speaking e così via. Su Upskill sono presenti anche corsi selezionati realizzati da università e business school, così come le registrazioni dei più importanti convegni dove siamo stati speaker. In questo modo, chiunque in azienda, senza alcun limite o costo, può accedere al portale e aggiornarsi sui suoi interessi, anche su competenze che non riguardano strettamente il lavoro e le mansioni che svolge quotidianamente.



A dimostrazione di come l'impegno e la condivisione pervadono la cultura dell'azienda, chi ha esplorato una nuova tecnologia, competenza o ha acquisito un learning importante, si rende spesso disponibile come docente, realizzando un video di formazione che verrà reso disponibile a tutti i colleghi sulla piattaforma.

A partire dal 2023, abbiamo rafforzato ulteriormente l'investimento su UpSkill, integrando contenuti selezionati da docenti esterni e materiali suggeriti direttamente dai collaboratori, per garantire **un'offerta sempre più mirata e di qualità**. Nel solo 2024 sono stati caricati 19 nuovi corsi, pari a 47,4 ore di formazione aggiuntiva, portando la piattaforma a un livello ancora più ricco e aggiornato. In parallelo, abbiamo deciso di aprire una selezione dei contenuti anche all'esterno attraverso l'iniziativa UpSkill for everyone, disponibile al link upskill.webranking.it.

Qui sono oggi accessibili 28 corsi – di cui 12 gratuiti previa registrazione – per un totale di circa 40 ore di formazione fruibili da chiunque voglia approfondire le competenze digitali. Di questi, 9 corsi (per un totale di 12 ore) sono stati pubblicati nel 2024 e derivano da eventi formativi (Webranking Events) pensati per un pubblico ampio e specialistico.

Webranking opera sulla frontiera di un mercato relativamente nuovo ed è primariamente un'agenzia di consulenza in ambiti che a volte sono molto complessi e su cui risulta difficile reperire competenze sul mercato. In altre parole, le conoscenze che possediamo non sono così diffuse sul mercato e il mix di competenze che abbiamo costruito è quasi unico per quanto riguarda il nostro paese. Il sistema scolastico e formativo italiano è il primo a sperimentare questa scarsità e a presentare un bisogno di collaborazione - e di orientamento - molto forte.

Per questi motivi, siamo spesso coinvolti per collaborare nella **progettazione di corsi di laurea o percorsi di master**, per partecipare a lezioni e convegni, per essere docenti di interi moduli di esame. Allo stesso tempo, interveniamo in numerose scuole secondarie superiori per contribuire all'orientamento universitario o professionale dei tanti studenti che si trovano a dover leggere un mercato che non è così conosciuto o capito.

Webranking si presta molto spesso a collaborare con università e business school per un generale desiderio di give-back alle nuove generazioni e per contribuire alla creazione di nuovi percorsi nelle professioni che il digitale ha creato.

Da qui la collaborazione più che decennale con la Bologna Business School (BBS) a cui sono seguite l'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Il Sole 24 Formazione, l'Università Cattolica di Milano e tantissimi altri. Questa cultura che permea Webranking fa sì che tantissimi nostri collaboratori si siano resi disponibili ad essere docenti di questi percorsi e a contribuire in prima persona al desiderio di give-back che anima i founder.

Webranking si pone come un **modello positivo** per la società e il territorio. L'attenzione al benessere delle persone è al centro dell'approccio di gestione d'azienda e ha l'obiettivo di generare un **impatto favorevole** verso tutto l'ecosistema.

Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Eventi

- ✓ **4 eventi corporate** (360 partecipanti tra clienti e prospect), con la partecipazione di speaker di alto profilo tra cui TikTok, Google, The Trade Desk, Disney, UPA, Spotify, Teads, Optimizely, Contentsquare, Nielsen, e clienti come BPER, Tod's e Oniverse (ex Gruppo Calzedonia);
- ✓ **13 partecipazioni** ad eventi di terzi insieme ai nostri partner;
- ✓ **4 webinar tematici**, che hanno coinvolto **240 partecipanti**.

Divulgazione e contenuti

- ✓ **8 case study** promossi attraverso i canali digitali;
- ✓ **20 comunicati stampa** pubblicati su media trade di settore;
- ✓ **7 articoli originali** pubblicati sul blog aziendale;
- ✓ **3 newsletter periodiche** (mensili e trimestrali), con oltre 3.700 destinatari e un open rate del 45%;
- ✓ **7 premi e certificazioni** ottenuti;
- ✓ **2 paper di approfondimento settoriale**, pubblicati e diffusi online.

Formazione interna

- ✓ **Oltre 200 sessioni erogate sulla piattaforma UpSkill**, che nel 2024 ha raccolto 19 nuovi corsi per un totale di 47 ore e 38 minuti di formazione.



Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Il nostro ambiente lavorativo è inclusivo “by design” cioè non abbiamo in atto nessuna iniziativa rivolta a risolvere problemi individuati in ambito DE&I (Diversity, Equity & Inclusion). Webranking è stata inserita per più anni all’interno delle **migliori 20 aziende italiane per la loro DE&I e per le donne in particolare**. La componente della generazione Z in azienda è superiore al 20% e l’età media è di 32,5 anni.

Dal 2024 siamo certificati secondo la UNI/PdR 125:2022 sulla **Parità di Genere**:

una scelta che non nasce da un obbligo, ma dalla volontà di far riconoscere da un ente terzo prassi e approcci che in azienda sono consolidati da molti anni. Ciò non toglie che il nostro impegno vada mantenuto e che sia importante prestare attenzione a questi temi per non perdere terreno. Ma questo è strategico per l’azienda fin dall’inizio e non riguarda impegni che ci prendiamo solamente perché richiesti dalla rendicontazione ESG.

Siamo consci che il nostro ambiente non risulterebbe attrattivo senza essere intrinsecamente **inclusivo**.

Va notato la recente tendenza del mercato italiano e internazionale verso un progressivo disinvestimento sulla DE&I. Proprio per questo, oggi più che mai, riteniamo importante non solo agire, ma anche testimoniare l’importanza di queste scelte. Per noi non è mai stato solo un tema sociale: nella nostra esperienza, un approccio inclusivo può impattare direttamente anche sui risultati economici. E questo accade quando le azioni non sono forzate o imposte ma quando la cultura aziendale è nativamente inclusiva, come nel nostro caso.

Un ambiente positivo si costruisce così: non perché lo impone il top management, ma perché le persone stesse ci credono, a tutti i livelli dell’organizzazione. Se escludiamo i tre co-fondatori, la prima linea dei director di funzione è formata al 50% da donne.

Questo tipo di distribuzione si riflette anche sulle seconde e terze linee e rispecchia la distribuzione della **popolazione femminile in azienda che è del 54%**. Webranking ha ricevuto sia la certificazione per la Parità di Genere che il riconoscimento come **Best Workplace for Diversity, Equity & Inclusion** per la cultura che ha creato e mantenuto negli anni che porta a un ambiente in cui non c’è un reale gender gap sia in termini di carriera che salariali o di opportunità di crescita.

GRI 405-1 tipologia dipendenti per società, genere e cittadinanza			
Genere/tipologia contratto	2022	2023	2024
WEBRANKING	6	5	7
Femmina	104	107	121
Italiana	102	105	118
Non italiana	2	2	3
Maschio	98	97	100
Italiana	97	96	98
Non italiana	1	1	2
Totale complessivo	202	204	221

GRI 405-1 n° lavoratori appartenenti a gruppi minoritari e/o vulnerabili (NO DIRIGENTI)			
Genere/tipologia contratto	2022	2023	2024
WEBRANKING	6	5	7
CA - Cagliari	1	1	2
HQ - Correggio	2	2	2
MI - Milano	2	2	2
RE - Reggio Emilia	0	0	0
Totale complessivo	5	5	6

Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Webranking promuove attivamente l’equilibrio tra vita privata e professionale, garantendo a tutte le persone pari accesso al congedo parentale.

Nel 2024, il numero complessivo di dipendenti con diritto al congedo parentale è stato pari a 39, in aumento rispetto agli anni precedenti. La platea potenziale comprendeva 18 donne e 21 uomini. Nello stesso anno, 11 persone hanno effettivamente usufruito del congedo, di cui 10 donne e un uomo.

Tutti i dipendenti che hanno usufruito del congedo sono rientrati al lavoro e sono rimasti in azienda anche nei 12 mesi successivi, registrando un tasso di rientro e di fidelizzazione pari al 100%. A rafforzare questo impegno, Webranking ha introdotto l’iniziativa Time for Family, che prevede l’erogazione di 5 giorni aggiuntivi di congedo parentale retribuito dall’azienda, a supporto concreto dei neogenitori nei primi mesi di vita del bambino. Tali dati e iniziative confermano la solidità dell’impegno aziendale nel garantire continuità lavorativa e sostegno alle esigenze familiari.

GRI 401-3 n° potenziali dipendenti che hanno diritto al congedo parentale per genere				
Genere/tipologia contratto	2022	2023	2024	
WEBRANKING	6	5	7	
CA - Cagliari	0	0	0	
Femmina	0	0	0	
Maschio	0	0	0	
HQ - Correggio	13	3	17	
Femmina	5	3	6	
Maschio	8	0	11	
MI - Milano	10	4	14	
Femmina	5	4	9	
Maschio	5	0	5	
RE - Reggio Emilia	4	3	8	
Femmina	1	2	3	
Maschio	3	1	5	
Totale complessivo	27	10	39	

GRI 401-3 n° dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale per genere				
Genere/tipologia contratto	2022	2023	2024	
WEBRANKING	6	5	7	
CA - Cagliari	0	0	0	
Femmina	0	0	0	
Maschio	0	0	0	
HQ - Correggio	3	3	3	
Femmina	2	3	3	
Maschio	1	0	0	
MI - Milano	5	4	4	
Femmina	5	4	4	
Maschio	0	0	0	
RE - Reggio Emilia	1	3	4	
Femmina	0	2	3	
Maschio	1	1	1	
Totale complessivo	9	10	11	

Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Il **gender pay gap** viene monitorato con particolare attenzione, considerando un insieme articolato di elementi che influenzano le dinamiche retributive, tra cui la mansione effettivamente svolta, l’inquadramento previsto dal CCNL, il livello di esperienza e responsabilità, nonché l’anzianità all’interno dell’azienda a parità di inquadramento.

Questo monitoraggio è condotto anche in coerenza con gli impegni assunti nell’ambito della certificazione per la Parità di Genere UNI/PdR 125:2022, che Webranking ha ottenuto e mantiene attraverso un sistema strutturato di indicatori e verifiche periodiche.

Non sono presenti dati relativi alla categoria dei dirigenti, in quanto non applicabile alla realtà aziendale. Nel 2024 si osserva una **sostanziale parità tra uomini e donne in tutte le categorie**. Tra gli impiegati si registra un **differenziale retributivo del 9,2%** a favore della componente maschile. Tale scostamento è stato oggetto di un’analisi puntuale, dalla quale è emerso che le differenze retributive sono riconducibili principalmente a fattori oggettivi, come l’attribuzione di ruoli con maggiori responsabilità – ad esempio posizioni di Team Leader – o la presenza di competenze tecniche altamente specialistiche.

GRI 405-2 Gender Pay Gap			
Genere/tipologia contratto	2022	2023	2024
WEBRANKING	6	5	7
Apprendisti	6,0%	4,5%	0,1%
Dirigenti	NA	NA	NA
Impiegati	4,8%	4,3%	9,2%
Quadri	1,1%	NA	1,4%

Nel triennio di rendicontazione non sono stati identificati incidenti di discriminazione o molestie all’interno dell’organizzazione, né si è reso necessario attivare azioni correttive in tal senso. Questo risultato riflette l’impegno dell’azienda nella promozione di un clima di fiducia, ascolto e rispetto reciproco, in cui ogni persona possa sentirsi accolta e valorizzata.

L’impegno di Webranking per la parità di genere e l’inclusione non si limita alla dimensione interna. A partire dal 2024, il CEO, insieme al comitato per la parità di genere, ha definito con chiarezza gli ambiti strategici su cui orientare le azioni future dell’azienda, con l’obiettivo di ampliare l’impatto verso l’esterno. Dopo anni dedicati alla costruzione di un ambiente realmente paritetico, inclusivo e riconosciuto tra i migliori posti di lavoro per le donne e le nuove generazioni, abbiamo scelto di mettere a disposizione la nostra esperienza condividendo

visione, risultati e buone pratiche con la comunità e il territorio, piuttosto che concentrarci esclusivamente su iniziative interne.

Sono due le direttrici principali su cui abbiamo deciso di focalizzare il nostro impegno per i prossimi anni: da un lato la riduzione del gender gap nelle discipline STEM, dall’altro la riduzione del divario di genere nel mondo del lavoro, con particolare riferimento al settore digitale e tecnologico. In questo ambito, abbiamo partecipato a diverse iniziative significative. Tra queste, il progetto “Ragazze Digitali” promosso dalla Regione Emilia-Romagna in collaborazione con UNIMORE, finalizzato ad avvicinare le studentesse delle scuole superiori al digitale, all’informatica e alle loro applicazioni pratiche attraverso esperienze coinvolgenti.

Abbiamo ospitato una giornata del summer camp nella nostra sede di Correggio, dove due colleghe esperte di digital analytics e customer experience hanno condotto un workshop sull’orientamento professionale.

Inoltre, abbiamo sostenuto l’edizione modenese 2025 del programma **Women Techmakers**, sponsorizzando un evento che coinvolge la community di sviluppatori e appassionati di tecnologia, con la partecipazione anche di grandi player del settore come Google.

Queste attività confermano la nostra volontà di contribuire attivamente, anche all’esterno dell’azienda, alla promozione di una **cultura digitale più equa, aperta e accessibile**.



Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori



Webranking garantisce il pieno rispetto di tutte le disposizioni previste dal D. Lgs. 81/2008 in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro. L'azienda ha adottato un **Sistema di Gestione della Sicurezza** conforme alla normativa vigente, che include la nomina di un Medico Competente, la presenza di un **Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS)** e la redazione e l'aggiornamento annuale del Documento di **Valutazione dei Rischi (DVR)**. All'interno del DVR è inclusa una sezione specifica dedicata alla valutazione del rischio da stress lavoro-correlato, elaborata secondo metodologie validate e integrate con strumenti di ascolto organizzativo. Nel corso del triennio di rendicontazione non si sono verificati infortuni sul lavoro, malattie professionali, né tra i lavoratori dipendenti né tra i collaboratori. Tutti gli indicatori relativi a eventi lesivi risultano pari a zero.

Oltre al rispetto degli obblighi normativi, Webranking promuove un concetto di sicurezza più ampio, che abbraccia anche il benessere psicologico e la costruzione di un ambiente di lavoro equo, trasparente e supportivo. In un'organizzazione incentrata sul capitale umano, è fondamentale che ogni persona si senta realmente "al sicuro", non solo fisicamente, ma anche da un punto di vista relazionale ed emotivo. Su questa visione estesa della sicurezza abbiamo costruito nel tempo un ambiente positivo, alimentato da attenzione, ascolto e strumenti concreti. Monitoriamo costantemente la sicurezza percepita dai collaboratori, includendo

aspetti come l'equità di trattamento e la qualità delle dinamiche interne. A tal fine, da sette anni realizziamo un culture audit indipendente, somministrato da un ente esterno e compilato in forma completamente anonima da tutto il personale. Questo strumento ci consente di intercettare con precisione eventuali criticità e orientare interventi migliorativi.

A rafforzare ulteriormente questo impegno, nel 2024 Webranking ha introdotto il **programma Mental Wellbeing**, un servizio di **supporto psicologico** offerto in collaborazione con un centro medico online specializzato nella salute mentale. Il progetto, rivolto ai collaboratori assunti entro il 31 dicembre 2023, è stato pensato per promuovere un benessere emotivo completo, attraverso percorsi strutturati, accessibili e totalmente riservati. I 25 pacchetti inizialmente disponibili (ciascuno con 4 sedute gratuite) sono stati prenotati in pochi giorni tramite il social network aziendale, segno di un forte bisogno e di un'alta sensibilità sul tema. Il servizio, attivo da giugno 2024 a maggio 2025, è stato rinnovato e potenziato nel 2025 con 30 pacchetti e l'introduzione di un percorso nutrizionale complementare.

Mental Wellbeing non è soltanto un'estensione del nostro sistema di welfare, ma rappresenta un investimento nella salute mentale dei collaboratori, coerente con l'identità culturale di Webranking e con l'idea di un ambiente di lavoro psicologicamente sicuro, umano e sostenibile nel tempo.

Responsabilità Sociale

Le persone in Webranking

Politiche retributive e di retention

Formazione e sviluppo del personale

Inclusione, diversità, pari opportunità e non discriminazione

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Sostegno allo sviluppo delle comunità locali

Molte delle attività di interazione con il territorio sono già state approfondite nei paragrafi dedicati alla formazione, dove abbiamo raccontato come Webranking metta a disposizione il proprio know-how all'esterno, e nella sezione sull'inclusione e le pari opportunità, attraverso le iniziative di comunicazione e sensibilizzazione legate alla parità di genere.

Oltre all'attenzione rivolta all'interno, **ci impegniamo attivamente anche verso l'esterno**, con particolare riguardo ai territori in cui operiamo e alla risposta concreta a situazioni di emergenza. Negli scorsi anni, ad esempio, abbiamo dato il nostro contributo in occasione della pandemia da Covid-19, della guerra in Ucraina e dell'alluvione in Romagna. Da sempre siamo vicini alle realtà che tutelano le persone più vulnerabili, combattono le nuove forme di povertà, promuovono la cultura e favoriscono lo sviluppo locale.

Nel 2024 **abbiamo sostenuto numerose associazioni e progetti**, tra cui DORA Emporio Solidale a Reggio Emilia, il Banco Alimentare di Milano e Cagliari, la Fondazione GRADE Onlus, Caritas e l'Associazione AUSER.

Abbiamo inoltre rinnovato il nostro impegno nel campo culturale diventando sponsor unico di Correggio Jazz, un festival di grande rilievo per il territorio, che ci ha offerto anche l'occasione di

ospitare un concerto-lezione di jazz nel parco della nostra sede centrale, trasformandolo in un momento aperto di incontro e contaminazione.

Il nostro impegno sociale passa anche attraverso il **coinvolgimento diretto delle persone che lavorano con noi**:

ogni collaboratore ha la possibilità di dedicare una giornata lavorativa retribuita ad attività di volontariato presso l'associazione che preferisce. Crediamo che il sostegno alle comunità sia ancora più significativo quando è condiviso e vissuto in prima persona.



Responsabilità Ambientale

Gestione degli uffici, dei consumi e dell'efficientamento energetico
Gestione dei rifiuti, acqua e scarichi idrici

7.

Responsabilità Ambientale

Responsabilità Ambientale

Gestione degli uffici, dei consumi e dell'efficientamento energetico
Gestione dei rifiuti, acqua e scarichi idrici

Parlare di ambiente, per noi di Webranking, non significa seguire un trend o rispondere a un'esigenza di compliance. È qualcosa di molto più profondo, che affonda le radici nella nostra storia e nella nostra identità.

Lavoriamo in un settore – quello della consulenza – che da tempo viene percepito come “pulito”, immateriale, distante dalle classiche fonti di impatto ambientale. Operando però nell'ambito più ampio del digitale, dobbiamo preoccuparci degli effetti e degli strumenti.

L'adozione massiccia di tecnologie digitali, il ricorso continuo a servizi in cloud, la crescita esponenziale dei dati generati, archiviati e processati – oggi anche e soprattutto grazie all'AI generativa – comportano consumi energetici rilevanti e producono impatti ambientali spesso sottovalutati o non immediatamente visibili. Non possiamo ignorarlo. E, in quanto agenzia che lavora in prima linea sull'innovazione tecnologica, sentiamo il dovere di porci delle domande critiche, di misurare questi impatti e di agire in modo responsabile.

Allo stesso tempo, riconosciamo che esistono dei vincoli oggettivi. Non possiamo fare digital marketing prescindendo da Google, che intercetta oltre il 90% delle ricerche globali. E non sempre è possibile scegliere alternative “meno impattanti” senza compromettere il valore che portiamo ai nostri clienti. Per questo, più che rincorrere soluzioni ideali, il nostro approccio è pragmatico: comprendere cosa possiamo migliorare, intervenire dove è possibile e assumere un atteggiamento critico e consapevole su tutto il resto.

Abbiamo scelto di integrare il tema ambientale nel nostro modo di lavorare, nei nostri processi interni, nelle nostre scelte tecnologiche, nelle nostre policy di welfare e organizzazione del lavoro. Crediamo che l'impatto ambientale non sia un tema a sé stante, ma qualcosa che si intreccia strettamente con le persone e con la governance: la possibilità di lavorare da remoto, ad esempio, ha un impatto concreto sulla riduzione degli spostamenti, ma anche sul benessere individuale e sulla qualità della vita ...anche se richiede l'utilizzo di videoconferenze. La tecnologia, se ben utilizzata, può generare benefici ambientali e sociali insieme – è questo l'approccio integrato che ci guida.

Il nostro impegno ambientale non è nato ieri. È qualcosa che coltiviamo da oltre quindici anni, con scelte progressive che oggi diventano più strutturate, misurate e rendicontate. Abbiamo escluso l'utilizzo del gas in quasi tutte le nostre sedi, adottiamo soluzioni digitali che consentano un lavoro fluido e accessibile ovunque, promuoviamo l'efficienza energetica, ci impegniamo in progetti di compensazione credibili e verificabili e abbiamo costruito politiche di mobilità sostenibile – come la nostra “Green Roads” – che mettono davvero al centro la riduzione degli impatti.

Ma forse l'elemento più distintivo è il nostro approccio culturale. Non rincorriamo etichette, non seguiamo le mode e rifuggiamo qualsiasi forma di greenwashing.

Ogni scelta che facciamo, anche la più piccola, è valutata rispetto al suo impatto e al suo valore etico.

La sostenibilità, per noi, deve tenere conto delle persone, delle comunità, delle conseguenze sul medio e lungo periodo.

In questo capitolo raccontiamo tutto questo: non solo le azioni che abbiamo già intrapreso, ma anche gli obiettivi che ci siamo dati e i principi che ci guidano. Perché la sostenibilità ambientale – per essere autentica – deve essere prima di tutto un esercizio di coerenza. E noi vogliamo continuare a farlo con senso critico, trasparenza e responsabilità.



Responsabilità Ambientale

Gestione degli uffici, dei consumi e dell'efficientamento energetico

Gestione dei rifiuti, acqua e scarichi idrici

Gestione degli uffici, dei consumi e dell'efficientamento energetico

Webranking organizza la propria attività fin dall'inizio con particolare attenzione all'ambiente e al territorio, integrando criteri di sostenibilità e risparmio energetico nelle scelte infrastrutturali. Le politiche ambientali adottate sono coerenti con quanto avviato negli esercizi precedenti e si traducono in un impegno continuo a diffondere tra i collaboratori la cultura della tutela ambientale e della responsabilità verso le risorse.

Gli Headquarters di Correggio comprendono una struttura direzionale interamente progettata e realizzata in bioedilizia, certificata **CasaClima "A"** per l'elevatissima efficienza energetica. L'edificio è inoltre costruito con architettura in legno antisismica al 100%, a ulteriore garanzia della sicurezza delle persone che vi lavorano.

Un investimento altrettanto significativo è stato realizzato a Reggio Emilia, dove Webranking ha scelto di insediarsi nel cuore del nuovo **Parco Innovazione con una sede in classe energetica A+**, antisismica e anch'essa costruita in bioedilizia. L'edificio è dotato di impianto fotovoltaico, solare termico e riscaldamento tramite teleriscaldamento, una soluzione efficiente e sostenibile dal punto di vista ambientale. Parte dell'energia elettrica utilizzata è acquistata dal Comune, che la produce attraverso un termovalorizzatore: un impianto che recupera energia dai rifiuti non riciclabili, riducendo l'impatto

ambientale complessivo attraverso la valorizzazione di materiali altrimenti destinati allo smaltimento.

Nel 2024, l'impegno per spazi sempre più efficienti è stato ulteriormente rafforzato con l'acquisto di un nuovo immobile adiacente alla sede di Reggio Emilia, anch'esso in classe A+, costruito secondo i più alti standard di bioedilizia e sicurezza antisismica. Con questa operazione, Webranking ha incrementato in modo significativo la quota di ambienti lavorativi ad alto e altissimo risparmio energetico tra i propri immobili, siano essi di proprietà o in affitto.

Per una società di servizi, tradizionalmente orientata a utilizzare spazi direzionali già disponibili in locazione, la decisione di investire nella costruzione e nell'acquisto di immobili altamente performanti rappresenta una scelta non scontata. Questa scelta è maturata dalla consapevolezza di non trovare nel territorio soluzioni in grado di rispondere ai requisiti cercati: non solo in termini di efficienza energetica, ma soprattutto in termini di qualità degli ambienti di lavoro. Per un'agenzia, infatti, gli spazi non sono un semplice contenitore, ma possono abilitare una cultura interna più ambiziosa, creativa e sostenibile.

Anche i tempi in cui queste scelte sono state compiute sono significativi: la decisione di progettare e costruire il direzionale oggi sede dell'azienda risale al 2013, in un momento in cui il tema della sostenibilità non aveva ancora raggiunto la centralità attuale – basti pensare che l'Agenda 2030 dell'ONU è successiva.



Responsabilità Ambientale
Gestione degli uffici, dei consumi e dell'efficientamento energetico
Gestione dei rifiuti, acqua e scarichi idrici

GRI 302-1 Consumo energetico Gas Naturale				
SEDE	UdM	2022	2023	2024
CA - Cagliari	smc	0	0	0
HQ - Correggio	smc	0	0	0
MI - Milano	smc	12.351	25.166	25.518
RE - Reggio Emilia	smc	0	0	0
Totale complessivo	smc	12.351	25.166	25.518

GRI 302-1 Consumo energetico Carburanti				
WEBRANKING	UdM	2022	2023	2024
Benzina	L	628,8	1.825,59	1.767,45
Gasolio	L	2343	4.257,91	6.084,12
Totale complessivo		2.971,80	6.083,50	7.851,57

Presentiamo un **profilo energetico complessivamente contenuto** rispetto ai consumi diretti (Scope 1), coerente con la natura di società di servizi digitali. Il consumo di gas naturale è limitato esclusivamente alla sede di Milano, unica dotata di impianto a metano per il riscaldamento. I consumi in questa sede sono aumentati da 12.351 kWh nel 2022 a 25.518 kWh nel 2024, una crescita attribuibile all’ampliamento degli spazi aziendali, che ha comportato un incremento dei volumi da riscaldare. Le altre sedi – Correggio, Reggio Emilia e Cagliari – utilizzano esclusivamente impianti elettrici o sono collegate a reti di teleriscaldamento, soluzioni più efficienti e con minore impatto ambientale.

Per quanto riguarda i carburanti, nel 2024 abbiamo registrato un consumo complessivo di 7.851,57 litri, di cui il 77% relativo a gasolio (6.084,12 litri) e il restante a benzina (1.767,45 litri). Sebbene il dato sia in crescita rispetto agli anni precedenti, rimane contenuto in valore assoluto.

L’azienda continua a promuovere una mobilità più sostenibile attraverso la policy “**Green Roads**”,

che incentiva l’utilizzo dei mezzi pubblici nei tragitti casa-lavoro, supporta il car pooling tra colleghi, e privilegia l’uso di call e videochiamate al posto di trasferte fisiche con mezzo privato, laddove possibile. A ciò si affianca un modello organizzativo che fa largo uso del lavoro da remoto, riducendo ulteriormente gli spostamenti e, di conseguenza, le emissioni legate alla mobilità.

Responsabilità Ambientale
Gestione degli uffici, dei consumi e dell'efficientamento energetico
Gestione dei rifiuti, acqua e scarichi idrici

GRI 302-1 Consumi di energia elettrica				
SEDE	UdM	2022	2023	2024
CA - Cagliari		0	0	0
Energia elettrica Green	kWh	0	0	0
Energia elettrica non rinnovabile	kWh	0	0	0
Fotovoltaico	kWh	0	0	0
HQ - Correggio		135.592,2	116.019	107.789
Energia elettrica Green	kWh	0	0	0
Energia elettrica non rinnovabile	kWh	131.521,2	106.664	102.926
Fotovoltaico	kWh	4071	9.355	4.863
MI - Milano		30.095	38.547	35.268
Energia elettrica Green	kWh	0	0	0
Energia elettrica non rinnovabile	kWh	30.095	38.547	35.268
Fotovoltaico	kWh	0	0	0
RE - Reggio Emilia		44.677,1	65.346,9	33.988
Energia elettrica Green	kWh	0	0	0
Energia elettrica non rinnovabile	kWh	44.677,1	65.346,9	33.988
Fotovoltaico	kWh	0	0	0
Totale complessivo	kWh	210.364,3	219.912,9	177.045

Per quanto riguarda i consumi indiretti di **energia elettrica** (Scope 2), Webranking ha registrato un trend in calo nel triennio 2022–2024: dai 210.364 kWh del 2022 si è passati a 177.045 kWh nel 2024, con una riduzione significativa nelle sedi di Correggio e Reggio Emilia. La sede HQ di Correggio è l’unica dotata di impianto fotovoltaico, con una produzione di energia variabile che ha parzialmente coperto il fabbisogno elettrico (4.071 kWh nel 2022, 9.355 kWh nel 2023 e 4.863 kWh nel 2024).

Sebbene tutti i consumi elettrici registrati rientrano nella categoria di energia non rinnovabile nei dati disaggregati, a partire dal 2023 Webranking si approvvigiona attraverso CVA (Compagnia Valdostana delle Acque), un fornitore che produce circa il 65% della propria energia da fonti rinnovabili, prevalentemente idroelettriche. Questa scelta, pur non tracciabile formalmente come energia “green”, rappresenta un passo concreto verso la riduzione delle emissioni indirette di CO₂ e rafforza l’impegno dell’azienda per una gestione più responsabile delle risorse.

A livello di gestione interna, abbiamo implementato diverse soluzioni volte a **migliorare l'efficienza energetica e ridurre gli sprechi**.

La sede di Correggio è dotata di un sistema domotico per l’illuminazione, che utilizza lampade a LED attivate automaticamente in base al livello di luce naturale presente e alla rilevazione di movimento negli ambienti, evitando accensioni inutili e ottimizzando i consumi senza bisogno di intervento umano.

In tutte le sedi Webranking, oltre il 98% dell’illuminazione è garantita da lampadine a LED, con un piano di progressiva sostituzione di tutte quelle ancora a incandescenza.

Tutte le sedi sono inoltre caratterizzate da ampie vetrate, che assicurano un’illuminazione naturale per gran parte della giornata, contribuendo ulteriormente alla riduzione dell’uso di luce artificiale e, di conseguenza, al contenimento dei consumi energetici. Queste scelte architettoniche e impiantistiche supportano un approccio integrato alla sostenibilità ambientale, coerente con l’identità e la missione dell’azienda.

Responsabilità Ambientale
Gestione degli uffici, dei consumi e dell'efficientamento energetico
Gestione dei rifiuti, acqua e scarichi idrici

GRI 305 EMISSIONI				
Emissioni - SCOPE 1	UdM	2022	2023	2024
consumo gasolio	l/anno	2343	4257,91	6084,12
consumo benzina	l/anno	628,8	1825,59	1767,45
tonnellate di CO2eq/anno - gasolio	tCO2 eq/anno	6,12	11,11	15,88
tonnellate di CO2eq/anno - benzina	tCO2 eq/anno	1,49	4,33	4,19
tonnellate di CO2eq/anno - carburanti	tCO2 eq/anno	7,61	15,44	20,07
consumo metano	m3	12351	25166	25518
tonnellate di CO2eq/anno - metano	tCO2 eq/anno	22,23	45,30	45,93
Totale Emissioni SCOPE 1 annuali	tCO2 eq/anno	28,35	56,41	66,00

GRI 305 EMISSIONI				
Emissioni - SCOPE 2	UdM	2022	2023	2024
consumo energia elettrica totale	Kwh	206293,3	210.557,90	172.182,00
tonnellate di CO2eq/anno - energia elettrica	tCO2 eq/anno	89,37	91,21	74,59
Totale Emissioni SCOPE 2 annuali	tCO2 eq/anno	89,37	91,21	74,59

Nel triennio 2022–2024, le emissioni dirette (Scope 1) di Webranking sono aumentate da 28,35 tCO₂eq nel 2022 a 66,00 tCO₂eq nel 2024. L’incremento è riconducibile principalmente all’ampliamento degli spazi aziendali, in particolare nella sede di Milano, e alla crescita dell’organico. Le emissioni associate al gas naturale sono passate da 22,23 a 45,93 tCO₂eq, mentre quelle legate ai carburanti da 7,61 a 20,07 tCO₂eq.

Le emissioni indirette da energia elettrica (Scope 2) si sono mantenute su livelli contenuti e in leggera flessione, passando da 89,37 tCO₂eq nel 2022 a 91,21 tCO₂eq nel 2023 e scendendo a 74,59 tCO₂eq nel 2024. Le variazioni annuali sono coerenti con l’andamento dei consumi elettrici complessivi e con l’attenzione dell’azienda all’efficienza energetica e alla selezione di fornitori con un mix produttivo orientato alle fonti rinnovabili.

Nel report 2023, molti dei dati richiesti dallo standard GRI non erano disponibili, e pertanto non erano stati conteggiati oppure erano stati stimati. Questa è la ragione per cui i valori relativi allo Scope 1 e 2 calcolati nel 2025, riferiti al triennio 2022–2024, differiscono significativamente da quelli pubblicati nel precedente report.

Nel corso del 2024, tuttavia, la raccolta dati è stata significativamente migliorata sia in termini di accuratezza delle informazioni, grazie a fonti più affidabili e metodi di stima più precisi, sia in termini di quantità, con un ampliamento del perimetro di rilevazione e una maggiore disponibilità di dati operativi e gestionali.

Nel 2024 abbiamo utilizzato **105 crediti di sostenibilità, acquistati l’anno precedente**, per compensare le emissioni dirette (Scope 1 e 2) relative all’anno 2023, sulla base delle stime riportate nel nostro bilancio ambientale.

I crediti utilizzati provengono dalla **Riserva della Biosfera MAB UNESCO** dell’Appennino tosco-emiliano e sono certificati secondo lo standard PEFC per i servizi ecosistemici, con un impatto positivo validato anche dallo standard FSC.

I crediti derivano da foreste gestite in modo sostenibile e responsabile, e rappresentano una forma di compensazione a beneficio del territorio locale. Il calcolo delle emissioni è stato realizzato internamente, secondo un metodo semplificato ma coerente con la natura di azienda di servizi; dove i dati diretti non erano disponibili, sono state adottate stime basate sul costo medio dell’energia elettrica o del teleriscaldamento nei comuni di riferimento.

Siamo consapevoli che le emissioni dirette (Scope 1 e 2) rappresentano solo una parte ridotta della nostra impronta ambientale complessiva, essendo le emissioni indirette di Scope 3 – legate all’intera catena del valore – le più rilevanti nel contesto del nostro settore. Proprio questa consapevolezza ha guidato scelte anticipatorie rispetto al mercato e un impegno crescente verso una rendicontazione più completa. L’obiettivo per i prossimi anni è monitorare e comunicare in modo sempre più trasparente anche tali emissioni, per individuare leve di intervento più ampie e incisive.

Gestione dei rifiuti

Adottiamo un **approccio responsabile e consapevole nella gestione dei rifiuti**, in linea con il nostro impegno per la **sostenibilità ambientale**.

Operando esclusivamente come società di servizi, Webranking genera una quantità limitata di rifiuti classificati come urbani e assimilati, secondo quanto previsto dal D.lgs. 152/06 e dai regolamenti comunali di Milano, Reggio Emilia e Correggio. La raccolta viene effettuata seguendo le modalità previste in ciascun Comune, con separazione obbligatoria di vetro, plastica, carta e cartone, organico e frazione indifferenziata. I rifiuti speciali o pericolosi non vengono generati nel corso delle normali attività aziendali e non vi è alcun rischio di sversamenti.

Poiché il servizio di raccolta non consente una misurazione puntuale per sede, la quantità di rifiuti viene stimata sulla base delle presenze medie negli uffici, tenendo conto dei giorni effettivi di occupazione degli spazi. I costi di smaltimento sono sostenuti tramite il pagamento della tassa rifiuti (TARI) ai Comuni competenti, calcolata in base ai metri quadrati occupati e alla destinazione d'uso. Tale tariffa comprende la raccolta, il trasporto e lo smaltimento (o recupero) dei rifiuti prodotti in sede. I dipendenti sono inoltre sensibilizzati

al corretto riciclo attraverso indicazioni chiare e condivise sul conferimento dei materiali. Per quanto riguarda i rifiuti derivanti da strumentazioni digitali (es. stampanti), ci si avvale di fornitori esterni specializzati nel ritiro e nella rigenerazione dei toner. Anche per i servizi di manutenzione elettrica e impiantistica, ci affidiamo a fornitori qualificati che provvedono al ritiro e alla gestione dei rifiuti tecnici nel rispetto della normativa vigente.

Tra le iniziative attivate per ridurre ulteriormente l'impatto ambientale, si segnalano: l'uso esclusivo di carta 100% riciclata e non sbiancata, l'installazione di distributori d'acqua microfiltrata e demineralizzata e la distribuzione di borracce riutilizzabili a tutti i collaboratori, per eliminare l'uso di bottiglie in plastica. Nelle aree break è inoltre presente un contenitore per la raccolta delle batterie esauste, facilitando il corretto smaltimento di questo rifiuto pericoloso.

Per promuovere la circolarità dei prodotti, Webranking estende l'approccio sostenibile anche agli oggetti d'uso quotidiano. Un esempio concreto è l'asta del riuso, attraverso la quale il materiale aziendale in dismissione viene offerto ai collaboratori per l'acquisto. Il ricavato viene interamente devoluto ad attività benefiche e condiviso internamente in modo trasparente, indicando importi raccolti e destinatari.

Acqua e scarichi idrici

Per quanto riguarda la risorsa idrica, Webranking si approvvigiona esclusivamente da fonte pubblica e l'acqua è destinata a usi potabili e igienico-sanitari. I consumi idrici sono contenuti e si attestano in media a circa 1478 m³ all'anno.

L'acqua prelevata viene interamente scaricata in fognatura, senza alcun impatto ambientale legato a processi produttivi, che non sono presenti nel modello operativo dell'azienda.



Nota metodologica

NOTA METODOLOGICA

Il presente documento costituisce la seconda edizione del Bilancio di Sostenibilità di Webranking. Il periodo di rendicontazione si riferisce all'anno 2024 (01/01/2024 – 31/12/2024); dove possibile è stato effettuato il confronto con gli anni precedenti (2023 e 2022). Il report è redatto con cadenza annuale e ha l'obiettivo di illustrare le strategie e gli impegni di Webranking in materia di sostenibilità, evidenziando le ricadute economiche, ambientali e sociali delle proprie attività.

Questa edizione del Bilancio di Sostenibilità 2024 di Webranking è stata redatta su base volontaria e contiene le informazioni relative ai temi economici, ambientali e sociali, ritenuti utili per assicurare la comprensione delle attività svolte dall'azienda, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto generato.

Il documento è stato elaborato in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" secondo l'opzione "with reference to the GRI Standards" e include in appendice la GRI Content Index, dove vengono riportati gli indicatori rendicontati con il relativo riferimento ai capitoli del bilancio.

I contenuti e gli indicatori oggetto della rendicontazione sono stati definiti a partire dai risultati dell'analisi di doppia materialità svolta nel corso del 2024, sulla base delle indicazioni dei nuovi standard europei ESRS (European Sustainability

Reporting Standards). Tali standard richiedono di valutare la rilevanza dei temi non solo da un punto di vista di impatto esterno, ma anche in relazione alla rilevanza finanziaria per l'azienda, considerando impatti positivi e negativi, effettivi e potenziali.

Il perimetro di rendicontazione si riferisce alla performance di Webranking nelle seguenti sedi operative:

- **Correggio (HQ)** – Via Oratorio 12/A, 42015 Correggio (RE)
- **Reggio Emilia** – Viale delle Officine Meccaniche Reggiane 1/C
- **Milano** – Piazza IV Novembre 1, 20100
- **Cagliari** – Località Sa Illetta, S.S. 195 km. 2,3, 09123

Il Bilancio presenta i risultati relativi all'anno 2024 e si inserisce nel percorso di trasparenza e miglioramento continuo intrapreso dall'azienda per comunicare in modo strutturato i propri impegni e impatti in ambito ESG.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato presentato al Consiglio di Amministrazione di Webranking e non è stato sottoposto a revisione da parte di enti terzi ("assurance"). Il documento è formalmente approvato e firmato dal CdA attraverso la lettera iniziale rivolta agli stakeholder.

Il Bilancio di Sostenibilità è pubblicato sul sito istituzionale di Webranking, alla sezione dedicata: **<https://webranking.it/chi-siamo/bilancio-sostenibilita-2024>**

GRI Content Index

La tabella seguente riporta l'elenco degli indicatori rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità 2023 di Webranking.

In corrispondenza di ogni indicatore GRI è riportato il riferimento al capitolo del bilancio.

GRI CONTENT INDEX

GRI STANDARD	ASPETTI MATERIALI GENERALI	LOCATION
GRI 2: Informativa generale 2021	2.1 Dettagli organizzativi	Cap. 2.1, Appendice
	2.2 Entità incluse nel reporting di sostenibilità dlel'organizzazione	Nota metodologica
	2.3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica
	2.5 Assurance esterna	Nota metodologica
	2.6 Attività, catena di valore e altre relazioni commerciali	Cap. 2.9
	2.7 Dipendenti	Cap. 6.1
	2.8 Lavoratori Non Dipendenti	Cap. 6.1
	2.9 Struttura e composizione della governance	Cap. 2.1, 2.2
	2.10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Cap. 2.1
	2.11 Presidente del massimo organo di governo	Cap. 2.1
	2.12 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Cap. 2.1
	2.13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	Cap. 2.1
	2.14 Ruolo del massimo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Cap. 2.1
	2.17 Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	Cap. 2.1
	2.20 Procedura di determinazione della retribuzione	Cap. 6.1.1
	2.21 Rapporto di retribuzione totale annua	Cap. 6.1.1
	2.22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Cap. 2.6, 3.3
	2.23 Impegni in termini di policy	Cap. 2.6
	2.24 Incorporamento degli impegni di policy	Cap. 2.6
	2.26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Cap. 2.3
	2.29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Cap. 3.1
	2.30 Accordi di contrattazione collettiva	Cap. 6.1

GRI STANDARD	ASPETTI MATERIALI GENERALI	LOCATION
ASPETTI ECONOMICI		
GRI 201: Performance economiche	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	Cap. 2.4
GRI 202-1: Presenza sul Mercato	202-1 Rapporti tra il salario di base standard d'ingresso e il salario minimo locale	Cap. 6.1.1
	202-2 Proporzione di dirigenti assunti dalla comunità locale	Appendice
GRI 204 Pratiche di Approvvigionamento	204-1 Proporzione di spesa per fornitori locali	Appendice
GRI 205 Anticorruzione	GRI 205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	Cap. 2.3
	GRI 205-2 Comunicazione e formazione su politiche e procedure anticorruzione	Cap. 2.3
	GRI 205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Cap. 2.3
GRI 206 Comportamento Anticoncorrenziale	GRI 206-1 Azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, pratiche antitrust e monopoli	Cap. 2.3
ASPETTI AMBIENTALI		
GRI 302: Energia	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Cap. 7.1
GRI 303: Acqua e scarichi idrici	303-5 Consumo di acqua	Cap. 7.3
GRI 305: Emissioni	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Cap. 7.1
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Cap. 7.2
GRI 306: Rifiuti	306-3 Rifiuti generati	Cap. 7.2
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori	308-1 Nuovi fornitori selezionati in base a criteri ambientali	Appendice
	308-2 Impatti ambientali negativi significativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	Appendice
ASPETTI SOCIALI		
GRI 401: Occupazione	401- 1 Assunzioni di nuovi dipendenti e turnover del personale	Cap. 6.1
	401-2 Benefici concessi ai dipendenti a tempo pieno non offerti ai dipendenti temporanei o part-time	Cap. 6.1.1
	401-3 Congedo Parentale	Cap. 6.1.3
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 6.2
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Cap. 6.2
	403-3 Servizi di salute occupazionale	Cap. 6.2
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 6.2
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Cap. 6.2
	403-9 Infortuni sul lavoro	Cap. 6.2
	403-10 Malattie professionali	Cap. 6.2
GRI 404: Formazione e istruzione	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Cap. 6.1.2
	404-2 Programmi per migliorare le competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Cap. 6.1.3
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle prestazioni e dello sviluppo della carriera	Cap. 6.1.2
GRI 405: Diversità e Pari opportunità	405-1 Diversità nell'organo di governo e nei dipendenti	Cap. 2.1
	405-2 Rapporto tra la retribuzione base e la retribuzione dei dipendenti per genere	Cap. 6.1.3
GRI 406: Non discriminazione	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Cap. 6.1.3
GRI 413: Comunità locali	413-1 Operazioni con programmi di coinvolgimento della comunità, valutazioni dell'impatto e sviluppo	Cap. 6.3
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori	414-1 – Nuovi fornitori selezionati in base a criteri sociali	Appendice
	414-2 – Impattoi sociali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	Appendice
GRI 417 Marketing ed Etichettatura	417-1 – Requisiti per informazioni e etichettatura dei prodotti e dei servizi	Appendice
	417-2 – Episodi di non conformità relativi all'informazione e all'etichettatura di prodotti e servizi	Appendice
	417-3 – Episodi di non conformità relativi al marketing	Appendice
GRI 418 Privacy dei clienti	418-1 – Reclami giustificati relativi a violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati	Cap. 2.5

TABELLE DATI E INDICATORI

GRI 302-1 CONSUMI ENERGETICI TOTALI			
	2021	2022	2023
kWh energia elettrica non rinnovabile	206293,3	210557,9	172182
kWh Energia elettrica Green	0	0	0
kWh Fotovoltaico	4071	9355	4863
m3 Gas Naturale	12351	25166	25518
Litri Benzina	628,8	1825,59	1767,45
Litri Gasolio	2343	4257,91	6084,12

GRI 302-1 CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA				
SEDE	UdM	2022	2023	2024
CA - Cagliari		0	0	0
Energia elettrica Green	kWh	0	0	0
Energia elettrica non rinnovabile	kWh	0	0	0
Fotovoltaico	kWh	0	0	0
HQ - Correggio		135.592,2	116.019	107.789
Energia elettrica Green	kWh	0	0	0
Energia elettrica non rinnovabile	kWh	131.521,2	106.664	102.926
Fotovoltaico	kWh	4071	9.355	4.863
MI - Milano		30.095	38.547	35.268
Energia elettrica Green	kWh	0	0	0
Energia elettrica non rinnovabile	kWh	30.095	38.547	35.268
Fotovoltaico	kWh	0	0	0
RE - Reggio Emilia		44.677,1	65.346,9	33.988
Energia elettrica Green	kWh	0	0	0
Energia elettrica non rinnovabile	kWh	44.677,1	65.346,9	33.988
Fotovoltaico	kWh	0	0	0
Totale complessivo	kWh	210.364,3	219.912,9	177.045

GRI 302-1 CONSUMO ENERGETICO GAS NATURALE				
SEDE	Udm	2022	2023	2024
CA - Cagliari	kwh	0	0	0
HQ - Correggio	kwh	0	0	0
MI - Milano	kwh	12351	25166	25518
RE - Reggio Emilia	kwh	0	0	0
Totale complessivo		12351	25166	25518

GRI 302-1 CONSUMO ENERGETICO CARBURANTI				
SEDE	Udm	2022	2023	2024
Benzina	L	628,8	1825,59	1767,45
Gasolio	L	2343	4257,91	6084,12
Totale complessivo		0	0	7851,57

GRI 303-3 PRELIEVO IDRICO TOTALE				
SEDE	Udm	2022	2023	2024
Acquedotto	m3	2067	1212,31	725
Pozzo	m3	3081,25	1294,9	753,13
Totale complessivo		5148,25	2507,21	1478,13

GRI 302-1 CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA				
SEDE	UdM	2022	2023	2024
CA - Cagliari		0	0	0
Carta	KG	0	0	0
Organico	KG	0	0	0
Plastica	KG	0	0	0
Secco	KG	0	0	0
HQ - Correggio		452,23	464,68	447,82
Carta	KG	29,14	29,13	27,14
Organico	KG	15,23	14,89	13,57
Plastica	KG	139,66	139,76	135,7
Secco	KG	268,2	280,9	271,41
MI - Milano		281,96	270,9	263,19
Carta	KG	16,58	16,8	15,9
Organico	KG	8,9	9,8	7,95
Plastica	KG	89,7	81,94	79,54
Secco	KG	166,78	162,36	159,8
RE - Reggio Emilia		221,79	148,67	215,02
Carta	KG	13,25	14,05	13,03
Organico	KG	7,2	6,4	6,51
Plastica	KG	69,11	0	65,16
Secco	KG	132,23	128,22	130,32
Totale complessivo		955,98	884,25	926,03

GRI 305 EMISSIONI				
Emissioni - SCOPE 1	UdM	2022	2023	2024
consumo gasolio	l/anno	2343	4257,91	6084,12
consumo benzina	l/anno	628,8	1825,59	1767,45
tonnellate di CO2eq/anno - gasolio	tCO2 eq/anno	6,12	11,11	15,88
tonnellate di CO2eq/anno - benzina	tCO2 eq/anno	1,49	4,33	4,19
tonnellate di CO2eq/anno - carburanti	tCO2 eq/anno	7,61	15,44	20,07
consumo metano	m3	12351	25166	25518
tonnellate di CO2eq/anno - metano	tCO2 eq/anno	22,23	45,30	45,93
Totale Emissioni SCOPE 1 annuali	tCO2 eq/anno	28,35	56,41	66,00

GRI 305 EMISSIONI				
Emissioni - SCOPE 2	UdM	2022	2023	2024
consumo energia elettrica totale	Kwh	206293,3	210.557,90	172.182,00
tonnellate di CO2eq/anno - energia elettrica	tCO2 eq/anno	89,37	91,21	74,59
Totale Emissioni SCOPE 2 annuali	tCO2 eq/anno	89,37	91,21	74,59

TOTALE FORNITORI				
SEDE	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	3	5	5	
Outsourcers/terzista/subappaltatore	0	0	0	
Servizi	3	5	5	
Vendors	0	0	0	
HQ - Correggio	28	31	28	
Outsourcers/terzista/subappaltatore	0	0	0	
Servizi	28	31	28	
Vendors	0	0	0	
MI - Milano	103	99	117	
Outsourcers/terzista/subappaltatore	0	0	0	
Servizi	103	99	117	
Vendors	0	0	0	
RE - Reggio Emilia	42	31	35	
Outsourcers/terzista/subappaltatore	0	0	0	
Servizi	42	31	35	
Vendors	0	0	0	
Totale complessivo	176	166	185	

GRI 414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri soci				
	2022	2023	2024	
Outsourcers/terzista/subappaltatore	0	0	0	
Servizi	0	0	0	
Vendors	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	

GRI 414-2 Totale fornitori valutati in base agli impatti sociali				
	2022	2023	2024	
Outsourcers/terzista/subappaltatore	0	0	0	
Servizi	0	0	0	
Vendors	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	

GRI 308-2 TOTALE FORNITORI VALUTATI PER IMPATTI AMBIENTALI				
SEDE		2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0	5
Outsourcers/terzista/subappaltatore	0	0	0	0
Servizi	0	0	0	5
Vendors	0	0	0	0
HQ - Correggio		0	0	28
Outsourcers/terzista/subappaltatore		0	0	0
Servizi		0	0	28
Vendors		0	0	0
MI - Milano		0	0	117
Outsourcers/terzista/subappaltatore		0	0	0
Servizi		0	0	117
Vendors		0	0	0
RE - Reggio Emilia		0	0	35
Outsourcers/terzista/subappaltatore		0	0	0
Servizi		0	0	35
Vendors		0	0	0
Totale complessivo		0	0	185

GRI 414-308 % CONTRATTI RISOLTI CON FORNITORI PER PER IMPATTI NEGATIVI IDENTIFICATI (SOCIALI E AMBIENTALI)				
SEDE		2022	2023	2024
CA - Cagliari	0%	0%	0%	5
Outsourcers/terzista/subappaltatore	0%	0%	0%	0
Servizi	0%	0%	0%	5
Vendors	0%	0%	0%	0
HQ - Correggio		0%	0%	28
Outsourcers/terzista/subappaltatore	0%	0%	0%	0
Servizi	0%	0%	0%	28
Vendors	0%	0%	0%	0
MI - Milano		0%	0%	117
Outsourcers/terzista/subappaltatore		0%	0%	0
Servizi		0%	0%	117
Vendors		0%	0%	0
RE - Reggio Emilia		0%	0%	35
Outsourcers/terzista/subappaltatore		0%	0%	0
Servizi		0%	0%	35
Vendors		0%	0%	0
Totale complessivo		0%	0%	185

GRI 2-7 Dipendenti totali per società			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	5	6	0
HQ - Correggio	83	84	0
MI - Milano	83	84	94
RE - Reggio Emilia	32	38	0
Totale Dipendenti	204	222	0

GRI 2-7 Dipendenti per società, genere, durata contratto				
SEDE	2022	2023	2024	
CA - CAGLIARI	6	5	7	
Femmina	1	1	1	
Apprendista	0	0	0	
Stage	0	0	0	
Tempo determinato	1	0	0	
Tempo indeterminato	0	1	1	
Maschio	5	4	6	
Apprendista	1	1	2	
Stage	0	0	1	
Tempo determinato	0	0	0	
Tempo indeterminato	4	3	3	
HQ - Correggio	85	85	85	
Femmina	36	36	36	
Apprendista	8	7	5	
Stage	1	2	1	
Tempo determinato	1	0	1	
Tempo indeterminato	26	27	29	
Maschio	49	49	49	
Apprendista	14	12	8	
Stage	1	0	0	
Tempo determinato	1	1	1	
Tempo indeterminato	33	36	40	
MI - Milano	86	85	95	
Femmina	49	51	59	
Apprendista	12	10	10	
Stage	1	1	1	
Tempo determinato	0	0	0	
Tempo indeterminato	36	40	48	
Maschio	37	34	36	
Apprendista	7	8	8	
Stage	2	1	0	
Tempo determinato	1	0	0	
Tempo indeterminato	27	26	28	
RE - Reggio Emilia	31	33	40	
Femmina	20	23	26	
Apprendista	4	5	8	
Stage	0	1	0	
Tempo determinato	0	0	0	
Tempo indeterminato	16	17	18	
Maschio	11	10	14	
Apprendista	1	2	2	
Stage	1	0	2	
Tempo determinato	0	0	0	
Tempo indeterminato	9	8	10	
Totale complessivo	208	209	227	

GRI 2-7 Dipendenti per società, genere, durata contratto				
SEDE	2022	2023	2024	
CA - CAGLIARI	6	5	7	
Femmina				
Tempo determinato - Full-time	1			
Tempo indeterminato - Full-time		1	1	
Maschio				
Apprendista - Full-time	1	1	2	
Stage			1	
Tempo indeterminato - Full-time	4	3	3	
Tempo indeterminato - Part-time			1	
HQ - Correggio	85	85	85	
Femmina				
Apprendista - Full-time	8	7	5	
Stage	1	2	1	
Tempo determinato - Full-time	1		1	
Tempo indeterminato - Full-time	19	21	23	
Tempo indeterminato - Part-time	7	6	6	
Maschio				
Apprendista	14	12	8	
Stage	1			
Tempo determinato - Part-time	1	1	1	
Tempo indeterminato - Full-time	32	35	39	
Tempo indeterminato - Part-time	1	1	1	
MI - Milano	86	85	95	
Femmina	49	51	59	
Apprendista	12	10	10	
Stage	1	1	1	
Tempo indeterminato - Full-time	34	37	45	
Tempo indeterminato - Part-time	2	3	3	
Maschio	37	34	36	
Apprendista	7	8	8	
Stage	2	1		
Tempo determinato - Full-time	1			
Tempo indeterminato - Full-time	27	25	28	
RE - Reggio Emilia	31	33	40	
Femmina	20	23	26	
Apprendista	4	5	8	
Stage		1		
Tempo indeterminato - Full-time	13	14	16	
Tempo indeterminato - Part-time	3	3	2	
Maschio	11	10	14	
Apprendista	1	2	2	
Stage	1		2	
Tempo indeterminato - Full-time	9	8	10	
Totale complessivo	208	209	227	

GRI 2-8 Lavoratori non dipendenti per società, genere e tipo di collaborazione				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	0	0	0	
Femmina	0	0	0	
Appalti interni	0	0	0	
P.IVA	0	0	0	
Maschio	0	0	0	
Appalti interni	0	0	0	
P.IVA	0	0	0	
HQ - Correggio	1	1	1	
Femmina	0	0	0	
Appalti interni	0	0	0	
P.IVA	0	0	0	
Maschio	1	1	1	
Appalti interni	1	0	0	
P.IVA	0	1	1	
MI - Milano	0	0	0	
Femmina	0	0	0	
Appalti interni	0	0	0	
P.IVA	0	0	0	
Maschio	0	0	0	
Appalti interni	0	0	0	
P.IVA	0	0	0	
RE - Reggio Emilia	0	0	0	
Femmina	0	0	0	
Appalti interni	0	0	0	
P.IVA	0	0	0	
Maschio	0	0	0	
Appalti interni	0	0	0	
P.IVA	0	0	0	
Totale complessivo	1	1	1	

GRI 2-25 n° reclami/segnalazioni sociali ricevute				
	2022	2023	2024	
WEBRANKING	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	
GRI 2-25 n° NC aperte per reclami/segnalazioni sociali				
	2022	2023	2024	
WEBRANKING	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	
GRI 2-25 n° AC/AP attuate per reclami/segnalazioni sociali				
	2022	2023	2024	
WEBRANKING	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	
GRI 2-25 n° AC/AP attuate e concluse per reclami/segnalazioni sociali				
	2022	2023	2024	
WEBRANKING	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	
GRI 2-30 n° dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva				
	2022	2023	2024	
WEBRANKING	202	204	222	
Totale complessivo	202	204	222	
GRI 2-31 n° dipendenti coperti da rappresentanti sindacali				
	2022	2023	2024	
WEBRANKING	202	204	222	
Totale complessivo	202	204	222	

GRI 401-1 Nuove assunzioni per società				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	4	0	2	
HQ - Correggio	16	7	9	
MI - Milano	29	13	16	
RE - Reggio Emilia	5	5	9	
Totale complessivo	54	25	36	

GRI 401-1 Nuove assunzioni per società, genere e età				
SEDE	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	4		2	
Maschio	4		2	
<= 29 ANNI	2		2	
>= 51 anni	1			
30 – 50 anni	1			
HQ - Correggio	16	7	9	
Femmina	8	3	5	
<= 29 anni	6	3	4	
30 – 50 anni	2		1	
Maschio	8	4	4	
<= 29 anni	7	4	4	
30 – 50 anni	1			
MI - Milano	29	13	16	
Femmina	15	6	12	
<= 29 anni	9	4	10	
30 – 50 anni	6	2	2	
Maschio	14	7	4	
<= 29 anni	7	5	2	
30 – 50 anni	7	2	2	
RE - Reggio Emilia	5	5	9	
Femmina	4	5	5	
<= 29 anni	2	3	5	
30 – 50 anni	2	2		
Maschio	1		4	
<= 29 anni	1		2	
30 – 50 anni			2	
Totale complessivo	54	25	36	

GRI 401-1 Usciti totali per società				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	0	2	0	
HQ - Correggio	5	4	5	
MI - Milano	11	20	3	
RE - Reggio Emilia	0	4	6	
Totale complessivo	16	30	14	

GRI 401-1 Usciti per società, genere e età				
SEDE	2022	2023	2024	
HQ - Correggio	5	4	5	
Femmina	2	2	4	
<= 29 ANNI			3	
30 – 50 anni	2	2	1	
Maschio	3	2	1	
<= 29 anni	1	1		
30 – 50 anni	2	1	1	
MI - Milano	11	20	3	
Femmina	4	9	2	
<= 29 anni	1	4	1	
30 – 50 anni	3	5	1	
Maschio	7	11	1	
<= 29 anni	3			
>= 51 anni		3		
30 – 50 anni	4	8	1	
RE - Reggio Emilia		4	6	
Femmina		2	3	
30 – 50 anni		2	3	
Maschio		2	3	
<= 29 anni		2	1	
30 – 50 anni			2	
Totale complessivo	16	28	14	

GRI 401-1				
	2022	2023	2024	
Tasso di turnover in entrata	0%	0%	0%	
Tasso di turnover in uscita	8%	8%	7%	

GRI 401-2 n° tot benefit per dipendenti (no PT, no tempo determinato)			
	2022	2023	2024
Webranking	12	12	12

GRI 401-3 n° potenziali dipendenti che hanno diritto al congedo parentale per genere			
SEDE	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
Femmina	0	0	0
Maschio	0	0	0
HQ - Correggio	13	3	17
Femmina	5	3	6
Maschio	8	0	11
MI - Milano	10	4	14
Femmina	5	4	9
Maschio	5	0	5
RE - Reggio Emilia	4	3	8
Femmina	1	2	3
Maschio	3	1	5
Totale complessivo	27	10	39

GRI 401-3 n° dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale per genere			
SEDE	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
Femmina	0	0	0
Maschio	0	0	0
HQ - Correggio	3	3	3
Femmina	2	3	3
Maschio	1	0	0
MI - Milano	5	4	4
Femmina	5	4	4
Maschio	0	0	0
RE - Reggio Emilia	1	3	4
Femmina	0	2	3
Maschio	1	1	1
Totale complessivo	9	10	11

GRI 403-1 numero totale dei dipendenti che sono ritornati al lavoro dopo il congedo parentale per genere			
SEDE	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
Femmina	0	0	0
Maschio	0	0	0
HQ - Correggio	3	3	3
Femmina	2	3	3
Maschio	1	0	0
MI - Milano	5	4	4
Femmina	5	4	4
Maschio	0	0	0
RE - Reggio Emilia	1	3	4
Femmina	0	2	3
Maschio	1	1	1
Totale complessivo	9	10	11

GRI 403-1 Numero totale dei dipendenti che sono ritornati al lavoro dopo il congedo parentale e che erano ancora dipendenti dopo 12 mesi, per genere			
SEDE	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
Femmina	0	0	0
Maschio	0	0	0
HQ - Correggio	3	3	3
Femmina	2	3	3
Maschio	1	0	0
MI - Milano	5	4	4
Femmina	5	4	4
Maschio	0	0	0
RE - Reggio Emilia	1	3	4
Femmina	0	2	3
Maschio	1	1	1
Totale complessivo	9	10	11

GRI 403-1 Tasso di rientro al lavoro			
	2022	2023	2024
Tasso di rientro al lavoro	100%	100%	100%
Tasso di fidelizzazione	100%	100%	100%

GRI 403-1 N Dipendenti coperti da assistenza sanitaria integrativa			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	6	5	6
HQ - Correggio	83	83	84
MI - Milano	83	84	94
RE - Reggio Emilia	30	32	38
Totale complessivo	202	204	222

GRI 403-5 ore formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	8	0	38
HQ - Correggio	116	114	136
MI - Milano	170	134	196
RE - Reggio Emilia	46	48	64
Totale complessivo	340	296	434

GRI 403-9 Infortuni su lavoro Dipendenti			
	2022	2023	2024
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	0	0	0
Infortunio in itinere	0	0	0
Infortunio sul lavoro	0	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi)	0	0	0
Infortunio in itinere	0	0	0
Infortunio sul lavoro	0	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	0	0	0
Infortunio in itinere	0	0	0
Infortunio sul lavoro	0	0	0
Totale complessivo	0	0	0

GRI 403-9 n ore di assenza per infortunio totali			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
HQ - Correggio	0	0	0
MI - Milano	0	0	0
RE - Reggio Emilia	0	0	0
Totale complessivo	0	0	0

GRI 403-9 n. giorni persi per infortuni dipendenti			
	2022	2023	2024
WEBRANKING	0	0	0
Totale complessivo	0	0	0

GRI 403-9 n. giorni persi per infortuni dipendenti			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
HQ - Correggio	0	0	0
MI - Milano	0	0	0
RE - Reggio Emilia	0	0	0
Totale complessivo	0	0	0

GRI 403-10 Malattie professionali lavoratori dipendenti			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
Decessi derivanti da malattie	0	0	0
N. casi di malattie professionali registrabili	0	0	0
HQ - Correggio	0	0	0
Decessi derivanti da malattie	0	0	0
N. casi di malattie professionali registrabili	0	0	0
MI - Milano	0	0	0
Decessi derivanti da malattie	0	0	0
N. casi di malattie professionali registrabili	0	0	0
RE - Reggio Emilia	0	0	0
Decessi derivanti da malattie	0	0	0
N. casi di malattie professionali registrabili	0	0	0
Totale complessivo	0	0	0

GRI 403-9 LAVORATORI DIPENDENTI			
	2022	2023	2024
Tasso di decessi per infortuni sul lavoro	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0	0	0

GRI 403-9 LAVORATORI NON DIPENDENTI			
	2022	2023	2024
Tasso di decessi per infortuni sul lavoro	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0	0	0

GRI 404-1 Ore di formazione per genere e qualifica			
	2022	2023	2024
Femmina	10180	9680	8473
Apprendisti	4794	3989	3086
Dirigenti	0	0	0
Impiegati	4877	5691	5234
Quadri	0	0	0
Stagisti	509	0	153
Maschio	8314	8943	6355
Apprendisti	2797	1676	1652
Dirigenti	0	0	0
Impiegati	5423	7208	4663
Quadri	0	0	0
Stagisti	94	59	40
Totale complessivo	18494	18623	14828

GRI 404-1 ore di formazione per tipologia corso			
	2022	2023	2024
Apprendisti	7590	5665	4738
Formazione obbligata	80	160	68
Formazione volontaria (autoformazione)	7510	5505	4670
Dirigenti	0	0	0
Formazione obbligata	0	0	0
Formazione volontaria (autoformazione)	0	0	0
Impiegati	10301	12893	9897
Formazione obbligata	252	130	364
Formazione volontaria (autoformazione)	10049	12763	9533
Quadri	0	6	0
Formazione obbligata	0	6	0
Formazione volontaria (autoformazione)	0	0	0
Stagisti	603	59	193
Formazione obbligata	0	0	0
Formazione volontaria (autoformazione)	603	59	193
Totale complessivo	18494	18623	14828

404-3 n casi di reclutamento interno			
	2022	2023	2024
Femmina	0	0	0
Apprendisti	0	0	0
Dirigenti	0	0	0
Impiegati	0	0	0
Quadri	0	0	0
Stagisti	0	0	0
Maschio	2	0	0
Apprendisti	2	0	0
Dirigenti	0	0	0
Impiegati	0	0	0
Quadri	0	0	0
Stagisti	0	0	0
Totale complessivo	2	0	0

n° addetti ufficio acquisti sottoposti a formazione su acquisti sostenibili			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
HQ - Correggio	1	1	1
MI - Milano	0	0	0
RE - Reggio Emilia	0	0	0
Totale complessivo	1	1	1

Ore medie per sviluppo competenze per genere e qualifica			
	2022	2023	2024
Femmina	224	158	139
Apprendisti	116	99	71
Dirigenti	0	0	0
Impiegati	44	59	52
Quadri	0	0	0
Stagisti	64	0	16
Maschio	204	148	129
Apprendisti	131	58	69
Dirigenti	0	0	0
Impiegati	61	75	51
Quadri	0	0	0
Stagisti	12	15	9
Totale complessivo	428	306	268

404-3 n dipendenti totali che ricevono valutazione delle performance			
	2022	2023	2024
Femmina	106	111	122
Apprendisti	24	22	23
Dirigenti	0	0	0
Impiegati	78	83	96
Quadri	2	2	1
Stagisti	2	4	2
Maschio	101	97	107
Apprendisti	23	23	20
Dirigenti	0	1	1
Impiegati	72	70	78
Quadri	2	2	2
Stagisti	4	1	6
Totale complessivo	207	208	229

N° dipendenti con passaggi di livello nell'anno di riferimento			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	1
Femmina	0	0	0
Maschio	0	0	1
HQ - Correggio	26	15	16
Femmina	10	6	6
Maschio	16	9	10
MI - Milano	7	20	15
Femmina	4	12	8
Maschio	3	8	7
RE - Reggio Emilia	9	8	2
Femmina	6	5	0
Maschio	3	3	2
Totale complessivo	42	43	34

N° casi di mobilità interna			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
Femmina	0	0	0
Maschio	0	0	0
HQ - Correggio	2	0	0
Femmina	0	0	0
Maschio	2	0	0
MI - Milano	1	0	1
Femmina	1	0	0
Maschio	0	0	1
RE - Reggio Emilia	0	0	0
Femmina	0	0	0
Maschio	0	0	0
Totale complessivo	3	0	1

GRI 405-1 Diversità negli organi di governo				
	2022	2023	2024	
Italiana	8	9	14	
Femmina	3	3	4	
<= 29 anni	0	0	0	
>= 51 anni	0	0	0	
30 – 50 anni	3	3	4	
Maschio	5	6	10	
<= 29 anni	0	0	0	
>= 51 anni	0	3	3	
30 – 50 anni	5	3	7	
Non italiana	0	0	0	
Femmina	0	0	0	
<= 29 anni	0	0	0	
>= 51 anni	0	0	0	
30 – 50 anni	0	0	0	
Maschio	0	0	0	
<= 29 anni	0	0	0	
>= 51 anni	0	0	0	
30 – 50 anni	0	0	0	
Totale complessivo	8	9	14	

GRI 405-1 totale componenti organi di governance				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	0	0	0	
HQ - Correggio	6	6	9	
MI - Milano	0	1	4	
RE - Reggio Emilia	2	2	1	
Totale complessivo	8	9	14	

GRI 405-1 % di diversità nella governance				
	2022	2023	2024	
% di donne	38%	33%	29%	
% di persone sotto i 30 anni	0%	0		

2-7 n° lavoratori appartenenti a gruppi minoritari e/o vulnerabili (DIRIGENTI)				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	0	0	0	
HQ - Correggio	0	0	0	
MI - Milano	0	0	0	
RE - Reggio Emilia	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	

GRI 405-1 tipologia dipendenti per società, genere e cittadinanza				
	2022	2023	2024	
Femmina	104	107	121	
Italiana	102	105	118	
Non italiana	2	2	3	
Maschio	98	97	100	
Italiana	97	96	98	
Non italiana	1	1	2	
Totale complessivo	202	204	221	

GRI 405-1 n° lavoratori appartenenti a gruppi minoritari e/o vulnerabili (NO DIRIGENTI)				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	1	1	2	
HQ - Correggio	2	2	2	
MI - Milano	2	2	2	
RE - Reggio Emilia	0	0	0	
Totale complessivo	5	5	6	

GRI 405-1 lavoratori vulnerabili per genere, tipologia contrattuale, età				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	1	1	1	
Maschio	1	1	1	
Apprendisti			1	
<= 29 anni			1	
Impiegati	1	1		
>= 51 anni	1	1		
HQ - Correggio	2	2	2	
Femmina	1	1	1	
Impiegati	1	1	1	
30 – 50 anni	1	1	1	
Maschio	1	1	1	
Apprendisti	1	1		
<= 29 anni	1	1		
Impiegati			1	
<= 29 anni			1	
MI - Milano	2	2	2	
Maschio	2	2	2	
Impiegati	2	2	2	
<= 29 anni	1			
30 – 50 anni	1	2	2	
RE - Reggio Emilia			1	
Femmina			1	
Impiegati			1	
30 – 50 anni			1	
Totale complessivo	5	5	6	

		2022	2023	2024
% lavoratori vulnerabili sul totale		2%	2%	3%
GRI 406-1 n° totale di incidenti di discriminazione identificati				
		2022	2023	2024
WEBRANKING		0	0	0
Totale complessivo		0	0	0
GRI 406-1 n° azioni correttive intraprese per affrontare incidenti di discriminazione e molestie				
		2022	2023	2024
WEBRANKING		0	0	0
Totale complessivo		0	0	0
GRI 201-1 Valore economico generato e distribuito				
		2022	2023	2024
Totale Valore Economico Generato		41.529.652 €	44.095.201 €	51.196.738 €
Totale Valore Economico Distribuito		39.631.256 €	42.134.510 €	47.862.639 €
Totale Valore Economico Non distribuito		1.898.396 €	1.960.691 €	3.334.099 €
Valore economico distribuito				
		2022	2023	2024
Valore distribuito ai fornitori (costi operativi)		29.075.976 €	31.514.677 €	35.711.256 €
Valore distribuito ai dipendenti		8.463.583 €	9.348.465 €	10.319.220 €
Valore distribuito ai finanziatori/investitori		956.926 €	519.597 €	513.627 €
Valore distribuito alla P.A.		1.062.377 €	700.804 €	1.278.947 €
Valore distribuito alla comunità		72.394 €	50.967 €	39.589 €
TOTALE		39.631.256 €	42.134.510 €	47.862.639 €
GRI 205-1 n. totale di operazioni valutate per rischi legati alla corruzione				
		2022	2023	2024
WEBRANKING		0	23	23

GRI 205-2 n° dipendenti a cui sono state comunicate politiche/procedure in materia di anticorruzione				
	2022	2023	2024	
Apprendisti	0	0	35	
Dirigenti	0	0	2	
Impiegati	0	0	151	
Quadri	0	0	2	
Stagisti	0	0	4	
Totale complessivo	0	0	194	

GRI 205-2 n° partner comm.li a cui sono state comunicate politiche/procedure in materia di anticorruzione				
	2022	2023	2024	
Clienti	0	0	0	
Fornitori	0	0	0	
Istituzioni finanziari	0	0	0	
Outsourcing/subappalti	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	

GRI 205-2 n° partner comm.li a cui sono state comunicate politiche/procedure in materia di anticorr.				
	2022	2023	2024	
Clienti	0	0	0	
Fornitori	0	0	0	
Istituzioni finanziari	0	0	0	
Outsourcing/subappalti	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	

205-2 n° membri organi di governo a cui sono state comunicate politiche/procedure in materia di anticorruzione				
	2022	2023	2024	
WEBRANKING	0	0	5	

GRI 205-2 n° dipendenti sottoposti a formazione anticorruzione				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	0	0	4	
Apprendisti	0	0	1	
Dirigenti	0	0	0	
Impiegati	0	0	3	
Quadri	0	0	0	
Stagisti	0	0	0	
HQ - Correggio	0	0	78	
Apprendisti	0	0	12	
Dirigenti	0	0	1	
Impiegati	0	0	62	
Quadri	0	0	2	
Stagisti	0	0	1	
MI - Milano	0	0	79	
Apprendisti	0	0	14	
Dirigenti	0	0	0	
Impiegati	0	0	64	
Quadri	0	0	0	
Stagisti	0	0	1	
RE - Reggio Emilia	0	0	32	
Apprendisti	0	0	8	
Dirigenti	0	0	0	
Impiegati	0	0	22	
Quadri	0	0	0	
Stagisti	0	0	2	
Totale complessivo	0	0	193	

GRI 205-2 n° membri organo di governo sottoposti a formazione anticorruzione				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	0	0	0	
HQ - Correggio	0	0	3	
MI - Milano	0	0	1	
RE - Reggio Emilia	0	0	1	
Totale complessivo	0	0	5	

GRI 205-3 n° incidenti/azioni legali per corruzione/concussione				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	0	0	0	
HQ - Correggio	0	0	0	
MI - Milano	0	0	0	
RE - Reggio Emilia	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	

GRI 205-3 205-3 n° tot episodi di corr. nei quali i dipendenti sono stati licenziati o hanno ricevuto provvedimenti disciplinari				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	0	0	0	
HQ - Correggio	0	0	0	
MI - Milano	0	0	0	
RE - Reggio Emilia	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	

GRI 205-3 n. episodi di corruzione accertati di partner commerciali				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	0	0	0	
Clienti	0	0	0	
Fornitori	0	0	0	
Istituzioni finanziari	0	0	0	
Outsourcing/subappalti	0	0	0	
HQ - Correggio	0	0	0	
Clienti	0	0	0	
Fornitori	0	0	0	
Istituzioni finanziari	0	0	0	
Outsourcing/subappalti	0	0	0	
MI - Milano	0	0	0	
Clienti	0	0	0	
Fornitori	0	0	0	
Istituzioni finanziari	0	0	0	
Outsourcing/subappalti	0	0	0	
RE - Reggio Emilia	0	0	0	
Clienti	0	0	0	
Fornitori	0	0	0	
Istituzioni finanziari	0	0	0	
Outsourcing/subappalti	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	

GRI 205-3 n° totale e natura episodi di corruzione accertati				
	2022	2023	2024	
CA - Cagliari	0	0	0	
HQ - Correggio	0	0	0	
MI - Milano	0	0	0	
RE - Reggio Emilia	0	0	0	
Totale complessivo	0	0	0	

GRI 205-3 n° di segnalazioni riguardanti la procedura di whistleblowing			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
HQ - Correggio	0	0	0
MI - Milano	0	0	0
RE - Reggio Emilia	0	0	0
Totale complessivo	0	0	0

GRI 206-1 n di azioni legali in corso riguardanti comportamenti anticoncorrenziale o violazioni di leggi			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
HQ - Correggio	0	0	0
MI - Milano	0	0	0
RE - Reggio Emilia	0	0	0
Totale complessivo	0	0	0

GRI 417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing			
	2022	2023	2024
WEBRANKING	0	0	0

GRI 418-1 Denunce per la violazione della privacy dei clienti			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
Denunce comprovate da enti regolatori	0	0	0
Denunce comprovate ricevute da parti esterne	0	0	0
N. totale di fughe, furti o perdite di dati	0	0	0
HQ - Correggio	0	0	0
Denunce comprovate da enti regolatori	0	0	0
Denunce comprovate ricevute da parti esterne	0	0	0
N. totale di fughe, furti o perdite di dati	0	0	0
MI - Milano	0	0	0
Denunce comprovate da enti regolatori	0	0	0
Denunce comprovate ricevute da parti esterne	0	0	0
N. totale di fughe, furti o perdite di dati	0	0	0
RE - Reggio Emilia	0	0	0
Denunce comprovate da enti regolatori	0	0	0
Denunce comprovate ricevute da parti esterne	0	0	0
N. totale di fughe, furti o perdite di dati	0	0	0
Totale complessivo	0	0	0

GRI 418-1 n° incidenti relativi alla sicurezza informatica			
	2022	2023	2024
CA - Cagliari	0	0	0
HQ - Correggio	0	0	0
MI - Milano	0	0	0
RE - Reggio Emilia	0	0	0
Totale complessivo	0	0	0

