

2023

Bilancio di sostenibilità Webranking



PREMESSA



Benvenute e benvenuti nel nostro **primo bilancio di sostenibilità**.

Abbiamo deciso di realizzare questo documento con uno sfondo nero e un formato orizzontale per le pagine... e non è solo una scelta estetica.

Il nostro obiettivo è che questo bilancio venga **letto e condiviso solo in formato digitale**, evitando così la stampa su carta. Lo sfondo nero è una scelta **energy saving** che riduce il consumo energetico degli schermi contribuendo così a un utilizzo più consapevole delle risorse. Il formato landscape ne migliora la visualizzazione.

Speriamo tu possa trovare utile e interessante il nostro bilancio e grazie per essere parte del nostro impegno verso un **futuro più sostenibile**.

Lettera agli stakeholder

Executive Summary
Highlights ESG 2023

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Cari Amici, Collaboratori e Stakeholder, sono contento di introdurre questa prima edizione del **Bilancio di Sostenibilità di Webranking**.

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. Questo bilancio non presenta solo l'impegno del 2023, ma è il primo momento in cui raccontiamo ciò in cui abbiamo sempre creduto 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**.

Crediamo che le aziende abbiano una responsabilità sociale allargata e abbiamo agito sulla base di questo assunto nelle tante decisioni prese nel corso dei **26 anni** di vita dell'azienda. Col tempo, questa sensibilità è cresciuta nell'opinione pubblica e tra i regolatori, trasformando queste attenzioni in obiettivi e buone prassi da comunicare, realizzare o perseguire nel tempo.

Siamo convinti che il modo più efficace per intervenire nelle famiglie e nelle comunità che fanno i territori in cui viviamo, sia prima di tutto attraverso le **persone** che costituiscono Webranking. Creare un **benessere organizzativo** distintivo e

favorire al massimo un bilancio fra lavoro e vita personale sono le chiavi per generare motivazione, raggiungere soddisfazioni personali e generare effetti positivi per tutti: l'azienda, le persone che ne fanno parte - e che rendono tutto questo possibile - e i tanti clienti che hanno scelto di incrociare il nostro percorso.

In questo bilancio proviamo a raccontare le nostre idee attraverso **azioni concrete**, nella speranza che possano essere un esempio di come tutti possano raggiungere i loro obiettivi, insieme e senza rinunciare a nulla. Anzi, costruendo un **valore** ancora maggiore, che riesce a ridefinire quello che il mercato si può aspettare da un'agenzia.

Grazie per l'attenzione che ci vorrai dare... 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 150 milioni di euro di pubblicità. Ha un fatturato 2023 di **44 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.

Indicatori economici

HIGHLIGHTS ESG 2023

44
mln €
di **fatturato**



26
bilanci

**in area di profitto su
26 presentati** negli
altrettanti anni di
attività dell'azienda

150 mln €

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



Persone

HIGHLIGHTS ESG 2023

16.900

ore di formazione

per i collaboratori, pari a **11 giorni** per persona nel corso dell'anno.

Più di

500.000 €

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



Certificazioni tra i Best Workplaces in Italia overall e fra i Best Workplaces per i Millennials e per la nostra gestione della **Diversity, Equity & Inclusion**.

92%

Overall Satisfaction

90%

Trust Index

che i collaboratori ci hanno dato nel culture audit realizzato da **Great Place To Work** che ci colloca fra i **migliori 15 posti di lavoro in Italia** fra i 150 e di 499 collaboratori.

Parità di genere

HIGHLIGHTS ESG 2023



50%

Donne in prima linea
(director)

<10%

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



Certificati per la Parità di Genere

54%

Donne

46%

Uomini



Origini e modello d'impresa

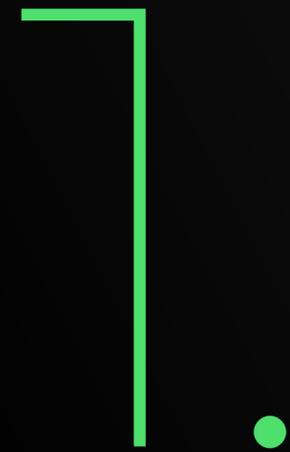
La storia ed il percorso del Gruppo

Cronistoria e traguardi di sostenibilità

Vision e Value

Presenza sul mercato

Struttura produttiva



Origini e modello d'impresa

Origini e modello d'impresa

La storia ed il percorso di Webranking

Percorso di sostenibilità

Soci e Consiglio di Amministrazione

Manifesto, Purpose, Vision, Mission

Presenza sul mercato

Stakeholder & Partners

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 fra i migliori 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 e tutte le realtà che oggi fanno il digitale mondiale. Nel corso degli anni Webranking 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** e più in generale alla **martech**, cioè la tecnologia applicata a marketing e comunicazione. La **crescita** è stata su tutti i fondamentali di questo settore: da zero a...220 consulenti, 44 milioni di fatturato, 150 milioni di euro di investimenti pubblicitari amministrati per

i propri clienti in tutti i mercati del mondo. Dati, come quest'ultimo, che la posizionano oggi come una delle **big absolute** 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 quattro anni fra le **Best Managed Companies** secondo la classifica stilata da **Deloitte**, **Campione della Crescita** e presente per anni fra le **FT1000** cioè le aziende a più alta crescita in Europa secondo il 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

Soci e Consiglio di Amministrazione

Manifesto, Purpose, Vision, Mission

Presenza sul mercato

Stakeholder & Partners

Percorso di sostenibilità

Il nostro **percorso di sostenibilità ambientale** parte da molto lontano, a riprova dell'attenzione verso questi temi che ci contraddistingue da sempre. 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.

Due iniziative molto rilevanti hanno riguardato la realizzazione di due **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.

L'azienda ha 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 **single 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. 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 rispetto alla stazione ferroviaria centrale.



Origini e modello d'impresa

La storia ed il percorso di Webranking
Percorso di sostenibilità

Soci e Consiglio di Amministrazione

Manifesto, Purpose, Vision, Mission
Presenza sul mercato
Stakeholder & Partners

Soci e Consiglio di Amministrazione

Webranking ha un capitale sociale di 20.000 euro suddiviso tra tre partner e detenuto per il **40%** dal presidente del **Consiglio di Amministrazione Nereo Sciutto**, per il **30%** da **Andrea Storchi** e per il restante **30%** da **Stefano Caffagni**, tutti co-fondatori dell'agenzia nel 1998.

L'agenzia è quindi ancora interamente **privately owned** e quindi totalmente indipendente. Questo è un valore importante perché consente due elementi differenzianti che possiamo portare sul mercato:

1. la capacità di essere estremamente veloci

nel reagire e adattarsi ai cambiamenti grazie a una struttura societaria snella e non inserita in governance internazionali;

2. la capacità di essere indipendenti

da ogni vincolo finanziario imposto da holding o gruppi controllanti e dagli accordi internazionali che ne guidano le scelte sui clienti, coi mezzi e con il mercato. Direttamente dalla nostra mission:

Un nostro elemento chiave è **l'indipendenza**, che leggiamo come una reattività maggiore al cambiamento e la **libertà** di dare sempre la risposta migliore ai nostri clienti.

Capitale sociale

€ 20.000,00



40%

Sciutto Nereo



30%

Caffagni Stefano



30%

Storchi Andrea

Origini e modello d'impresa

La storia ed il percorso di Webranking

Percorso di sostenibilità

Soci e Consiglio di Amministrazione

Manifesto, Purpose, Vision, Mission

Presenza sul mercato

Stakeholder & Partners

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 e 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

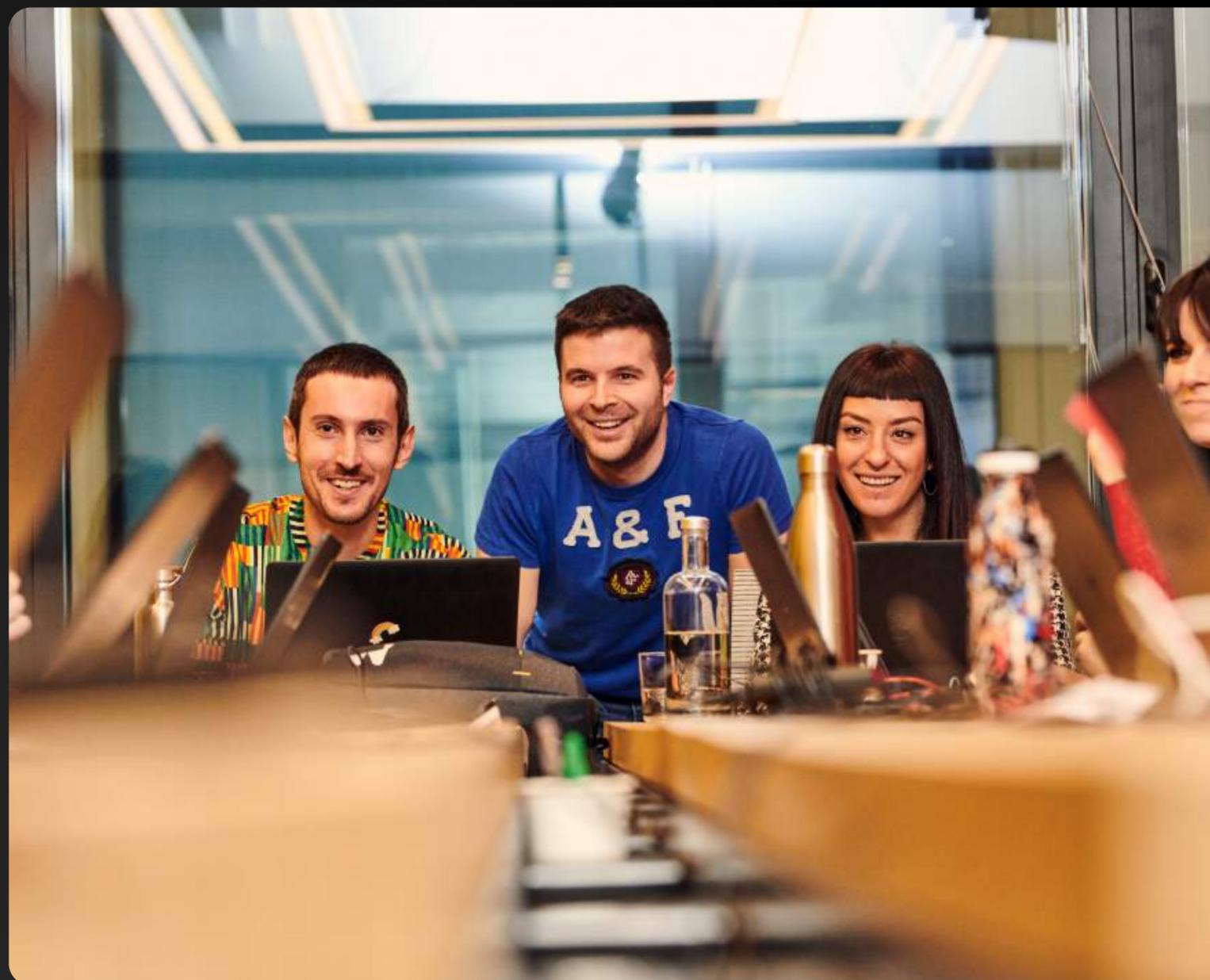
Soci e Consiglio di Amministrazione

Manifesto, Purpose, Vision, Mission

Presenza sul mercato

Stakeholder & Partners

Manifesto, Purpose, Vision, Mission



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

Soci e Consiglio di Amministrazione

Manifesto, Purpose, Vision, Mission

Presenza sul mercato

Stakeholder & Partners



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 faticheranno 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.

Origini e modello d'impresa

La storia ed il percorso di Webranking
 Percorso di sostenibilità
 Soci e Consiglio di Amministrazione
 Manifesto, Purpose, Vision, Mission

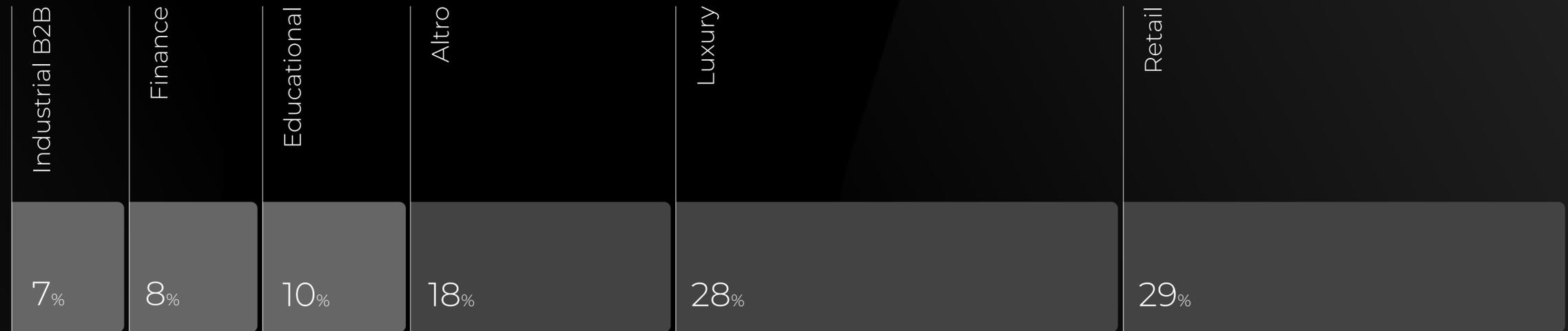
Presenza sul mercato

Stakeholder & Partners

Presenza sul mercato

Webranking è **l'agenzia digitale indipendente più certificata in Italia** dai mezzi e dai vendor per le sue competenze nei campi della pianificazione pubblicitaria, creatività e tecnologia a supporto di marketing, comunicazione e vendite.

Grazie a un mix unico di competenze e a una esperienza più che ventennale, aiutiamo i più grandi brand italiani e internazionali a crescere, a promuoversi, a comunicare e a innovare, sui mercati di tutto il mondo.



Origini e modello d'impresa

La storia ed il percorso di Webranking
 Percorso di sostenibilità
 Soci e Consiglio di Amministrazione
 Manifesto, Purpose, Vision, Mission

Presenza sul mercato

Stakeholder & Partners

“Abbiamo raggiunto una **leadership solida e distintiva**. Siamo stati in grado di unire competenze high-end - che i mezzi e i vendor ci riconoscono - con la nostra qualità umana che fa la differenza per i team con i quali lavoriamo.

Portiamo sul mercato un **valore** costruito coi nostri talenti che è riuscito a ridefinire gli standard di quello che ti puoi aspettare da un'agenzia.”

L'offerta è organizzata in quattro macro-categorie:

1. **I servizi di consulenza**
2. **L'attività di centro media per il planning e acquisto di pubblicità su tutti i mezzi, in tutto il mondo**
3. **La martech cioè la tecnologia necessaria a supporto di marketing, comunicazione e vendite**
4. **La creatività e il contenuto per i nuovi mezzi, grazie anche alla AI generativa**

Fra i servizi di consulenza spiccano la **SEO** su cui Webranking è leader per quanto riguarda i siti più complessi, i settori maggiormente competitivi e la gestione della complessità multinazionale e la **Digital Analytics** per la quale è fra le pochissime agenzie con certificazioni su tutte le piattaforme enterprise più utilizzate. Completano i servizi la **UX/UI** (progettazione delle User Interface e lavoro sulla User Experience) e la **CRO** che lavora sull'incremento dei tassi di conversione di **eCommerce** e siti di **lead generation**.

Con un amministrato di più di 150 milioni di euro di pubblicità per i propri clienti, Webranking è in Top5 fra i più grandi centri media digitali nel nostro paese.

La nostra specializzazione è sul segmento di clientela di **grande dimensione**, con complessità

elevata e gestione di mercati internazionali. I nostri clienti sono alcune delle realtà più conosciute tra cui **Allianz, Ikea, Esselunga, Ferrero, BPER, Technogym, Johnson & Johnson e Prada**. Il settore più rappresentato è quello **Luxury (30% della clientela)** - dove vantiamo una esperienza e lo spettro di referenze più ampio in Italia nel settore - seguito da **Retail (30%)** mentre il restante **40%**

è distribuito fra **Finance e Insurance, Industrial e B2B, Pharma e Beauty, FMCG, Servizi e Travel**. Oggi Webranking rappresenta uno dei maggiori player presenti sul mercato italiano nel proprio settore, con un posizionamento confermato anche dalla considerazione che i mezzi più importanti le riservano, da Google e Meta (Facebook e Instagram) a Tiktok per citare i principali.

Abbiamo la fiducia di



Origini e modello d'impresa

La storia ed il percorso di Webranking

Percorso di sostenibilità

Soci e Consiglio di Amministrazione

Manifesto, Purpose, Vision, Mission

Presenza sul mercato

Stakeholder & Partners

Stakeholder & Partners



I nostri principali stakeholder sono:

- **I nostri collaboratori**
- **Le università e Business School**
- **I clienti attuali e potenziali**
- **I fornitori**
- **I partner, in particolar modo i mezzi/media e i vendor di tecnologia**

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.

Pertanto, consideriamo come stakeholder esterni anche:

- **I nostri concorrenti e il loro personale**
- **I decisori presenti nelle altre aziende del nostro settore più allargato**
- **I decisori nelle aziende italiane in tutti i settori**

Governance

Modello di Governance

Strumenti a supporto della Corporate Governance

Performance e risultati economici

Politiche e impegni in ambito di sostenibilità

2.

Governance

Governance

Modello di Governance

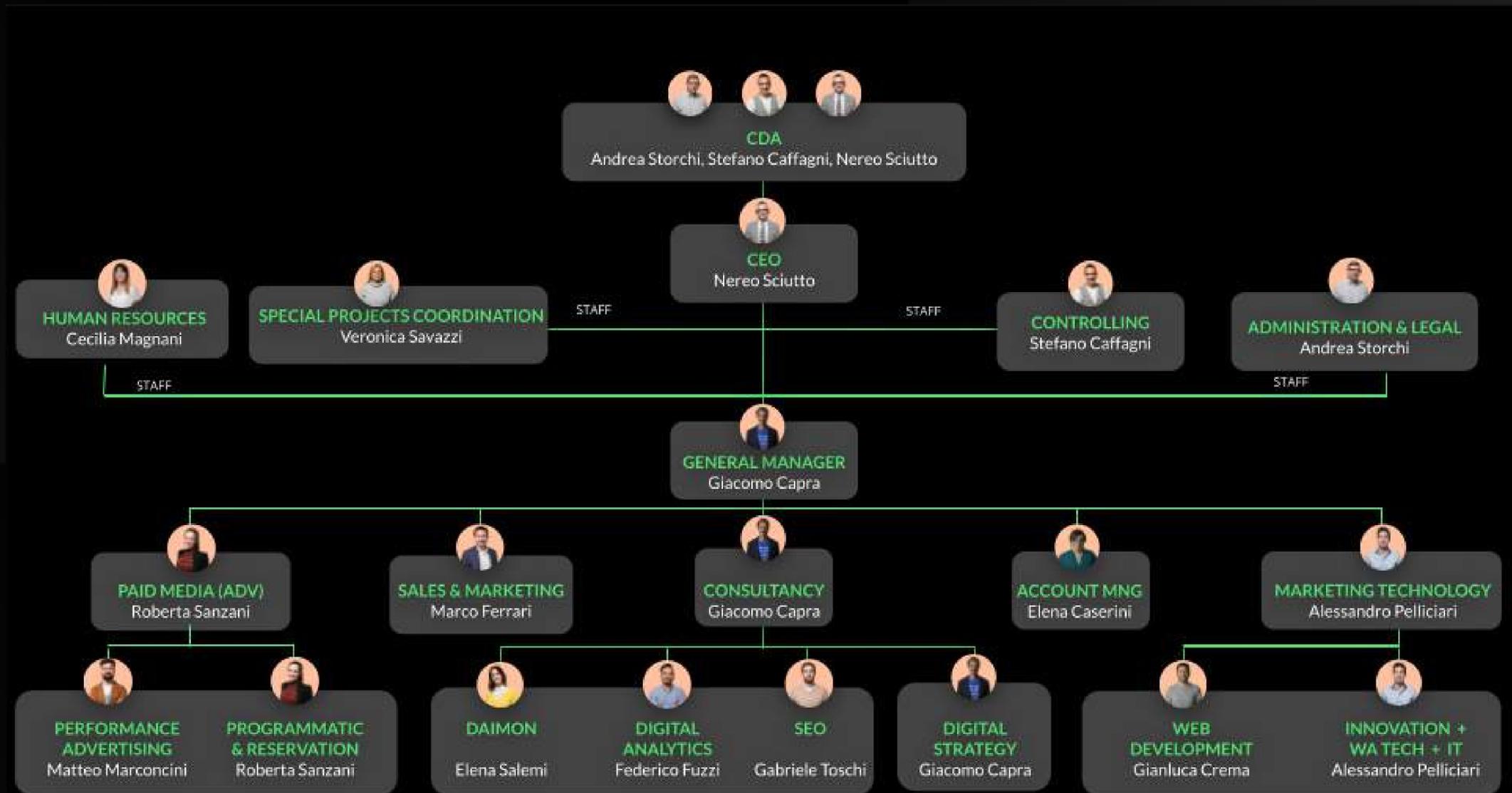
Strumenti a supporto della Corporate Governance
 Performance e risultati economici
 Politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Modello di Governance

La **governance** di **Webranking** parte dai co-fondatori che sono ancora membri del **Consiglio d'Amministrazione**. L'agenzia è ancora interamente privately owned e quindi totalmente indipendente. La sottostante struttura manageriale è stata strutturata e adattata nel tempo ed è cambiata per rispondere alle esigenze dei clienti e del mercato, con in testa l'obiettivo di perseguire la più alta qualità nei servizi erogati e di conseguenza, la maggior soddisfazione dei clienti più esigenti.

La **struttura** si è anche ispirata ai **modelli organizzativi** delle più grandi agenzie indipendenti che sono riuscite a scalare in **mercati** più ampi e challenging come **UK e US**. Le scelte organizzative più peculiari riguardano le funzioni consulenziali e produttive che sono centrali per raggiungere il posizionamento di **alta/altissima** qualità che l'agenzia ha scelto.

L'organigramma illustrato nel seguente grafico rappresenta le prime e seconde linee a dicembre 2023:



Governance

Modello di Governance

Strumenti a supporto della Corporate Governance

Performance e risultati economici

Politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Nel 2023, Webranking si è riconfermata per il quarto anno consecutivo tra le “**Best Managed Companies**” in Italia fra tutti i settori, secondo un’indagine realizzata da Deloitte attraverso una giuria indipendente che comprende esponenti della business community, del mondo accademico e istituzionale.

Strategia, competenza, innovazione, cultura aziendale, corporate social responsibility e governance sono solo alcuni dei parametri su cui siamo stati valutati come best in class in questa classifica. Questo riconoscimento ha confermato la **qualità del lavoro** portato avanti da tutto il management dell’azienda ed è stato condiviso con tutti i manager che ci hanno consentito di essere inseriti fra le aziende meglio gestite e amministrare.

Webranking Srl	
ORGANO	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

Modello di Governance

Strumenti a supporto della Corporate Governance

Performance e risultati economici

Politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Strumenti a supporto della Corporate 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 **bilancio** di Webranking è **revisionato da Deloitte**. 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:

Un Codice Etico che illustra i **valori** in cui crediamo e introduce **regole** utili a mantenere l'integrità commerciale e personale dell'azienda, superando i consueti obblighi di legge e compliance individuali;

Un Protocollo di Whistleblowing che prevede una **procedura** per la segnalazione tutelata di condotte illecite o irregolarità di cui al D.Lgs 24/23, commesse da soggetti apicali o dipendenti nello svolgimento delle proprie mansioni, con al suo interno un meccanismo di protezione dei segnalanti da rischi di potenziali ritorsioni. Il canale di segnalazione è raggiungibile attraverso il sito web aziendale, anche ai terzi interessati, ed è stato comunicato a tutti i collaboratori.

Queste **due iniziative** concorrono a un più ampio progetto di compliance aziendale che si completerà nel primo semestre 2024 e che comprenderà l'adozione del **modello organizzativo 231/01**.

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.

Webranking, per le peculiarità del proprio settore, ha sempre operato sulla frontiera dell'innovazione perché si è confrontata costantemente con uno scenario in continua evoluzione, caratterizzato dalla mancanza di risposte consolidate, di soluzioni standard tradizionalmente adottate. I servizi, le strutture organizzative, i principali fornitori e le caratteristiche stesse del mercato sono cambiate in tutti gli anni di vita dell'azienda e hanno richiesto un approccio molto dinamico. Siamo stati in grado di raggiungere la posizione che occupiamo oggi solo grazie a questa estrema **dinamicità** e alla gestione **positiva** di un cambiamento che è diventato un elemento importante del nostro successo.

I servizi che abbiamo portato progressivamente sul mercato si sono rivelati estremamente efficaci per rispondere a una domanda in continuo cambiamento. Questo è stato reso possibile da un **processo che favorisce l'innovazione**, partendo da un ascolto dei dati provenienti dalla domanda e dalle proposte

dell'offerta proveniente dalle piattaforme, dai mezzi e dai vendor.

Webranking ha al suo interno un **Comitato Tecnico Scientifico (CTS)** formato da rappresentanti di tutte le funzioni legate alla **consulenza**, alla gestione della **tecnologia**, ai **processi creativi** e alle attività di **pianificazione pubblicitaria**, che raccoglie, analizza e organizza la priorità di tutte le novità provenienti dal mercato - ma anche dal nostro interno - e si occupa di testare, prototipare e valutare i risultati in tempi molto veloci e con output utili sia alla direzione aziendale che alle aree più a contatto con i clienti.

I nostri **processi di R&D** - organizzati tipicamente all'interno di aree specifiche o come collaborazione fra due o più aree con un obiettivo comune - sono governati dal CTS. Questa modalità è peculiare e si allontana dai tipici processi di R&D tradizionalmente presenti in azienda, anche nel nostro settore.

Governance

Modello di Governance

Strumenti a supporto della Corporate Governance

Performance e risultati economici

Politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Performance e risultati economici

Negli anni Webranking è emersa come una significativa **storia di successo** ed è stata in grado di dimostrare una grande resilienza di fronte alle crisi che si sono presentate a partire da quella pandemica. A dimostrazione di ciò,

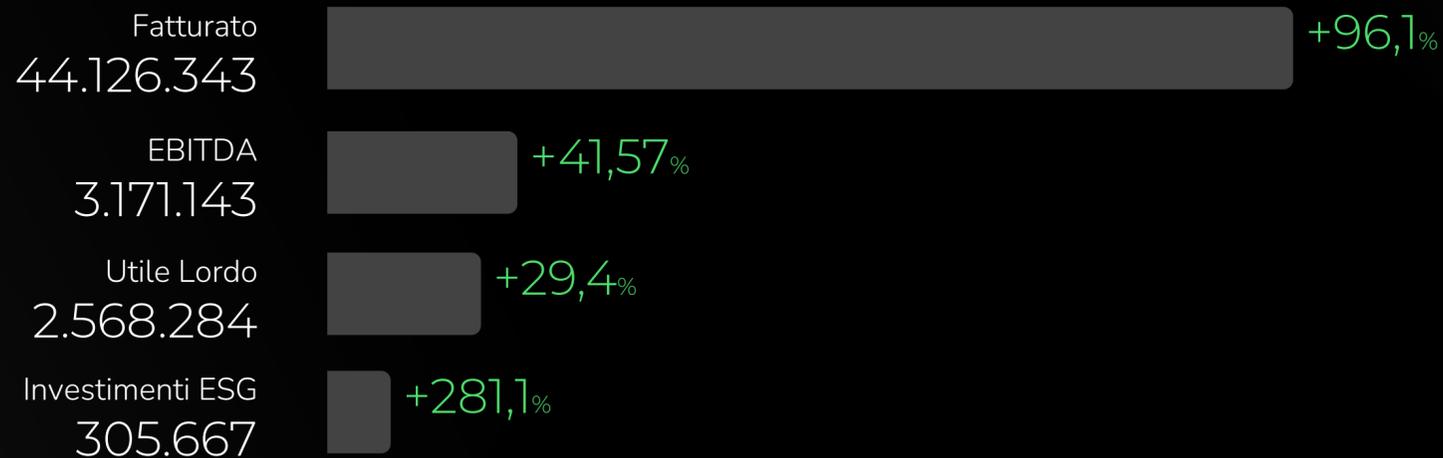
nel periodo compreso tra il 2019 e oggi, l'azienda ha più che raddoppiato l'organico e ha registrato un corrispondente **incremento del fatturato**,

con un importante effetto sui margini, consolidando la propria posizione distintiva nel settore, rafforzando la propria immagine e reputazione. Grazie ai numerosi rapporti commerciali con brand nazionali e internazionali, nel **2023** Webranking ha raggiunto un fatturato che ha superato i **44 milioni di euro**, confermando i trend di crescita degli ultimi anni. Di seguito i **dati economici più significativi** relativi all'anno 2023, con un confronto rispetto al 2020.

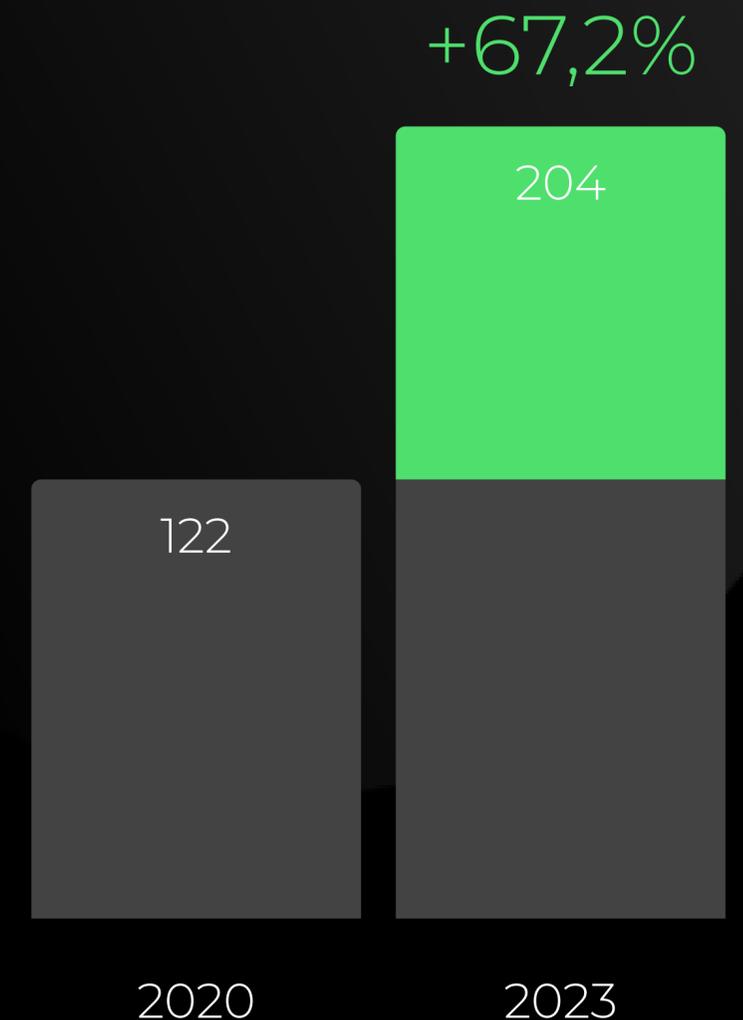
2020



2023



N° dipendenti al 31/12



Governance

Modello di Governance

Strumenti a supporto della Corporate Governance

Performance e risultati economici

Politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Con grande sensibilità e attenzione alle tematiche di sostenibilità, realizziamo da tanti anni attività che promuovono **impatti sociali e ambientali**.

“È la nostra filosofia: ci teniamo, ci prendiamo cura, ci interessa”.

Sostenibilità sociale

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”**.

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.

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



Governance

Modello di Governance

Strumenti a supporto della Corporate Governance

Performance e risultati economici

Politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Per quanto riguarda il 2023 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.



Health Care: è un piano di **check-up**, primariamente focalizzato sulla **prevenzione oncologica** ed è stato pensato per ampliare l'offerta dei servizi a tutela della salute già presenti a oggi nelle assicurazioni sanitarie attive per i nostri collaboratori. Il programma include check-up specialistici per la prevenzione e indennità in caso di intervento. Questi **controlli specialistici** sono differenziati per fascia di età e genere e consentono a ogni collaboratore di scegliere quali esami/visite effettuare ogni anno in base alle proprie necessità.

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 alta velocità.

L'ultima aggiunta al programma **We Move** è stata l'installazione di un pool di bike elettriche in condivisione, presso la sede di Reggio Emilia. Queste sono a disposizione per gli spostamenti durante l'orario lavorativo e possono essere utilizzate dai collaboratori per il tragitto casa-lavoro.

Governance

Modello di Governance

Strumenti a supporto della Corporate Governance

Performance e risultati economici

Politiche e impegni in ambito di sostenibilità

Un elemento centrale della nostra cultura è quello di **favorire i bisogni e le aspirazioni individuali**, lasciando quanta più libertà di scelta possibile, nel rispetto delle diverse esigenze.

Siamo contrari agli approcci one size fits all e quando possibile perseguiamo un approccio opposto. Un esempio è la gestione dello smart working in periodo pandemico: mentre tutte le aziende chiudevano gli uffici e costringevano tutti i collaboratori a lunghi periodi di mesi o addirittura anni di lavoro da casa, abbiamo lasciato la libertà ai collaboratori di scegliere dove lavorare, mantenendo aperti e a loro disposizione tutti gli uffici e lasciando allo stesso tempo la possibilità di lavorare da remoto per il 100% del tempo, senza vincoli di presenza.

Questo ha generato una possibilità in più: quella di partecipare al lavoro in presenza nei giorni in cui se ne sentisse il bisogno. L'azienda ha dovuto mantenere presidi in loco, gestire una maggiore complessità, organizzare screening periodici per monitorare la situazione e garantire la salute dei collaboratori. Al termine degli anni pandemici,

non è stato riscontrato nessun caso di Covid-19 dovuto all'esposizione lavorativa e le persone hanno attraversato questo periodo di alto stress in modo più sereno, sentendosi liberi di scegliere dove e con chi lavorare. Imporre la chiusura degli uffici - scelta più facile e immediata - non è stata quella giusta per noi perché sarebbe andata contro il nostro desiderio di favorire bisogni e aspettative personali. La libertà di scelta è stata la più ampia possibile e ha portato risultati eccezionali.

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 mangiare 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 2022** che ci vede fra i migliori posti di lavoro non solo nel nostro paese ma fra quelli europei secondo Great Place to Work.

Non solo. I riconoscimenti di cui andiamo più fieri sono l'essere stati valutati come Best Workplace (fra i migliori 20 in Italia) for **Millennials e for Diversity, Equity & Inclusion (DE&I)**. Oltre all'attenzione verso l'interno, Webranking interviene anche all'esterno, con particolare attenzione ai territori in cui opera e alla risposta alle emergenze: Covid-19 nel 2020, guerra in Ucraina (2021) e alluvione in Romagna

(2022). Siamo da sempre al fianco di **associazioni che tutelano i soggetti più vulnerabili, lottano contro le nuove povertà, incentivano lo sviluppo del territorio e promuovono la cultura**. Nel 2023 Webranking ha sostenuto numerose realtà tra le quali: DORA Emporio Solidale a Reggio Emilia, il Banco Alimentare di Milano e Cagliari, la Fondazione GRADE Onlus, la Caritas, l'Associazione AUSER. Sotto il profilo culturale, Webranking è stato sponsor unico dell'evento Correggio Jazz che ci ha consentito anche di organizzare un particolarissimo concerto- lezione di Jazz nel parco dei nostri HQ.



Governance

Modello di Governance

Strumenti a supporto della Corporate Governance

Performance e risultati economici

Politiche e impegni in ambito di sostenibilità



L'impegno verso il sociale e le comunità, passa anche attraverso un coinvolgimento dei nostri collaboratori: Webranking offre a ognuno di loro la possibilità di dedicare una **giornata lavorativa retribuita per effettuare volontariato** nelle associazioni che vogliono scegliere.

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 del 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.

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 una 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.

Governance

Modello di Governance

Strumenti a supporto della Corporate Governance

Performance e risultati economici

Politiche e impegni in ambito di sostenibilità



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.

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.

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.

Governance

Modello di Governance
Strumenti a supporto della Corporate Governance
Performance e risultati economici
Politiche e impegni in ambito di sostenibilità



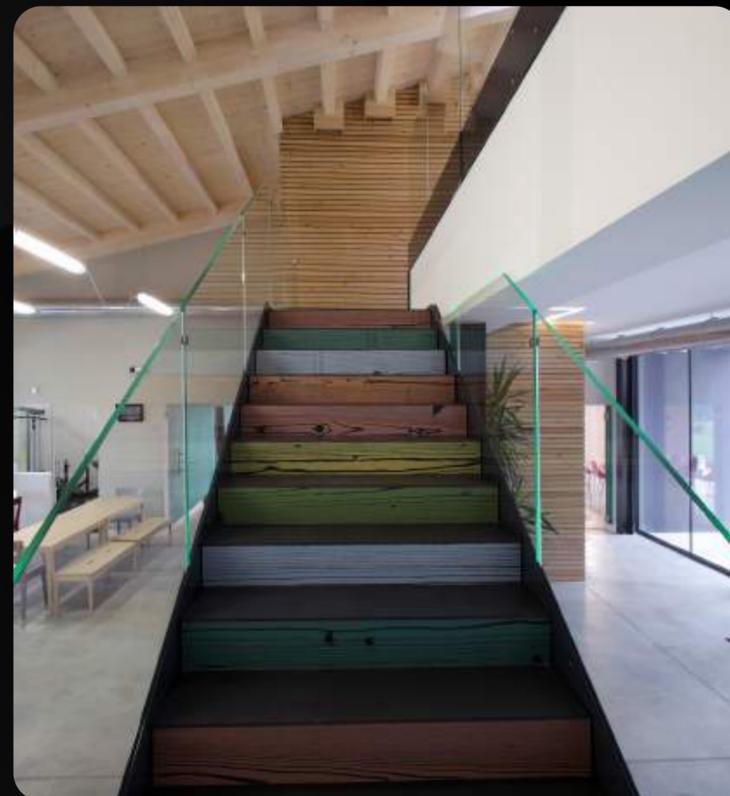
Sostenibilità sociale

L'attenzione di Webranking per la sostenibilità non si esprime solo in iniziative a carattere sociale, sicuramente preponderanti in una società come la nostra che presenta bassi impatti ambientali. Le sedi aziendali sono state progettate per ridurre l'impatto ambientale e produrre energia pulita e rinnovabile. **L'HQ di Correggio** è certificato **CasaClima A** e dotato di un sistema domotico per l'illuminazione che consente una riduzione delle inefficienze energetiche. La sede di Reggio Emilia è in classe A+, condivide con le aziende del parco innovazione un impianto fotovoltaico solare di grandi dimensioni e utilizza il teleriscaldamento comunale.

Nel 2023 Webranking ha acquistato 200 crediti di sostenibilità della riserva di Biosfera dell'Appennino Tosco-emiliano, equivalenti a **200 tonnellate di CO2**. I crediti derivano da foreste gestite in maniera sostenibile e responsabile certificate secondo gli standard FSC e PEFC. L'obiettivo che ci siamo dati è quello di utilizzare questi crediti in compensazione per arrivare ad **azzerare il nostro carbon footprint**. La finalizzazione di questa procedura avverrà nel corso del 2024.

Per promuovere la circolarità dei prodotti, estendiamo l'approccio sostenibile agli oggetti di utilizzo quotidiano all'interno delle nostre sedi, prediligendo materiali rinnovabili, naturali o riciclati.

Inoltre, rinforziamo il nostro impegno con iniziative responsabili che abbiamo creato, come l'asta del riuso, attraverso la quale viene data nuova vita al materiale aziendale in dismissione, che viene offerto ai collaboratori per l'acquisto. Il ricavato di queste vendite viene devoluto ad attività benefiche e condiviso internamente come importo e destinatari.



Sicurezza

Nel 2023, Webranking si è riconfermata per il quarto anno consecutivo tra le **“Best Managed Companies”** in Italia fra tutti i settori, secondo un'indagine realizzata da Deloitte attraverso una giuria indipendente che comprende esponenti della business community, del mondo accademico e istituzionale. Strategia, competenza, innovazione, cultura aziendale, corporate social responsibility e governance sono solo alcuni dei parametri su cui siamo stati valutati come best in class in questa classifica. Per Webranking la sicurezza e la gestione dei dati, sensibili e non, è imprescindibile per garantire la maggior affidabilità possibile e per scongiurare rischi connessi al furto di informazioni strategiche di una qualsiasi azienda cliente. Con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la sicurezza dei dati aziendali, Webranking ha iniziato il processo di certificazione secondo lo **standard ISO/IEC 27001:2022**. Questa certificazione non solo evidenzia l'adesione a standard globali di sicurezza informatica, ma apporta benefici tangibili, migliorando la gestione dei dati, rafforzando la protezione delle informazioni strategiche e consolidando la fiducia dei clienti.

Per tutelare i propri clienti e collaboratori, Webranking ha incluso all'interno dei contratti, clausole relative al rispetto più assoluto delle normative sulla privacy e per la riservatezza delle

informazioni, richiedendo e garantendo la totale riservatezza e segretezza rispetto al materiale fornito e/o ricevuto dal cliente o dai collaboratori.

Tutte le attività fin qui descritte rispondono a una strategia di sostenibilità in cui Webranking crede e investe 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 negli ultimi anni. A questo si unisce la volontà di comunicare queste 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 un'ottica di miglioramento continuo.

Infine, tra le attività di promozione della sostenibilità aziendale, Webranking dal 2022, si sottopone anche al rating di sostenibilità EcoVadis, piattaforma internazionale tra le più attendibili sul mercato, ottenendo nel **2022 un punteggio di 54/100**, con classificazione Bronze. Tale risultato è dimostrazione dell'affidabilità, della qualità, e della sostenibilità dei servizi che offriamo. Al momento della pubblicazione di questo bilancio, stiamo completando l'assessment per il rinnovo della certificazione EcoVadis per il 2024.

Analisi di doppia materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

I temi rilevanti per Webranking e i suoi stakeholder

3.

Analisi di doppia materialità

Analisi di doppia materialità
Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità
 I temi rilevanti per Webranking e i suoi stakeholder

Coinvolgimento degli stakeholder

L'analisi di doppia materialità segue le indicazioni predisposte dai nuovi standard europei ESRS (in particolare ESRS 1 e 2), i quali hanno introdotto questo nuovo metodo di analisi per permettere alle imprese di definire gli impatti non solo da un punto di vista esterno, ma anche interno grazie alla materialità finanziaria, tradotta in termini di rischi e opportunità. A questa metodologia si ricollega l'approccio definito dal GRI 3-Temi materiali, che prende a riferimento i requisiti degli standard del Global Reporting Initiative per la rendicontazione di sostenibilità. Il **Global Reporting Initiative (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 sono costituiti da tre serie: Standard universali, Standard di settore e Standard specifici.

Seguendo le indicazioni relative al procedimento di individuazione dei temi materiali come descritto nel GRI 3, è stato possibile definire una serie di impatti, positivi e negativi, che l'azienda ha o potrebbe avere sull'economia, sull'ambiente e sulle persone. 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 interagisce con il contesto in cui opera: organizzativo, economico, ambientale, sociale. Le interazioni con i portatori di interesse - interni ed esterni - devono essere quindi continue e frequenti.

Lo **scopo dell'analisi** è quello di esaminare l'impatto potenziale ed effettivo dell'azienda, positivo e negativo, sulle dimensioni ambientale, sociale e di governance, coinvolgendo e creando un engagement con gli stakeholder. Questo processo di coinvolgimento ha reso partecipi sia portatori di interesse interni a Webranking, sia portatori di interesse esterni rilevanti per l'attività aziendale sui temi di sostenibilità. I principali stakeholder interni ed esterni coinvolti nel processo sono stati: clienti, collaboratori, fornitori, associazioni e principali mezzi di comunicazione.

Le **modalità di coinvolgimento** sono state un mix di interviste, survey e incontri tecnici. Le interviste alla direzione aziendale sono state effettuate al fine di indagare i principali elementi dell'attività manageriale. Da questo è stato possibile stabilire gli impatti relativi a varie categorie di temi di sostenibilità e identificare progetti e iniziative rilevanti. Lo scopo è stato quello di definire anche come realizzare una rendicontazione specifica di tali impatti. Inoltre, sono stati predisposti questionari agli stakeholder interni ed esterni per stabilire la percezione delle attività aziendali e comprendere l'interesse sui temi di sostenibilità.



Analisi di doppia materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

I temi rilevanti per Webranking e i suoi stakeholder

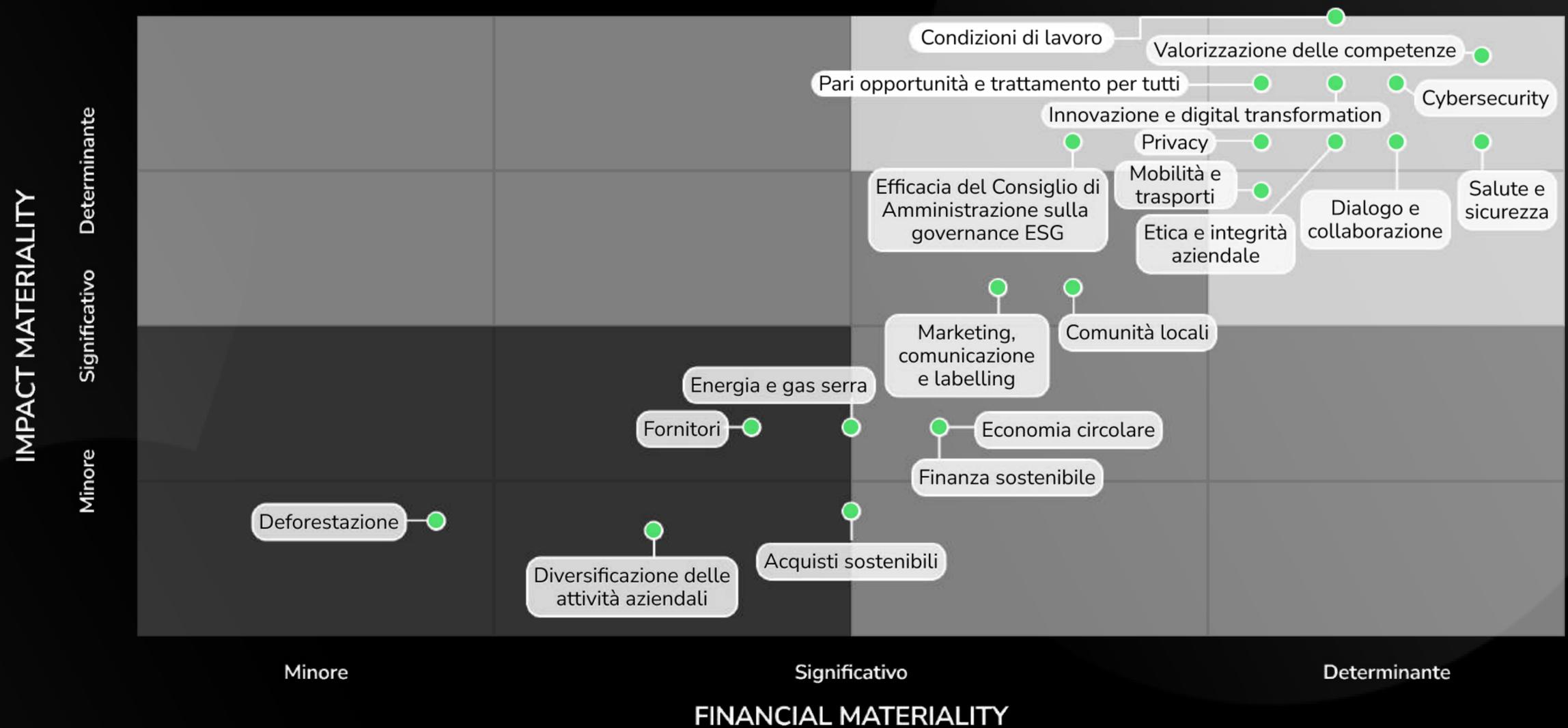
La matrice di doppia materialità complessiva

La **matrice di doppia materialità** mostra i temi rilevanti determinati da Webranking e dai suoi stakeholder, a seguito di un'analisi globale di identificazione degli impatti, positivi e negativi, rispetto al settore di appartenenza. In questo senso la doppia rilevanza si determina in riferimento agli impatti di sostenibilità e ai rischi e opportunità di carattere finanziario.

La valutazione e la consultazione di tematiche ESG sono definite sulla base di una lista di temi adeguati alle attività di Webranking che garantiscono la copertura di tutti gli aspetti di sostenibilità.

La seguente rappresentazione grafica è l'esito di un percorso di analisi di significatività dei temi materiali risultati maggiormente impattanti sia per Webranking sia per i suoi stakeholder, e quindi adatti ad essere rendicontati.

La seguente tabella indica la relazione tra gli impatti ed i temi rilevanti:



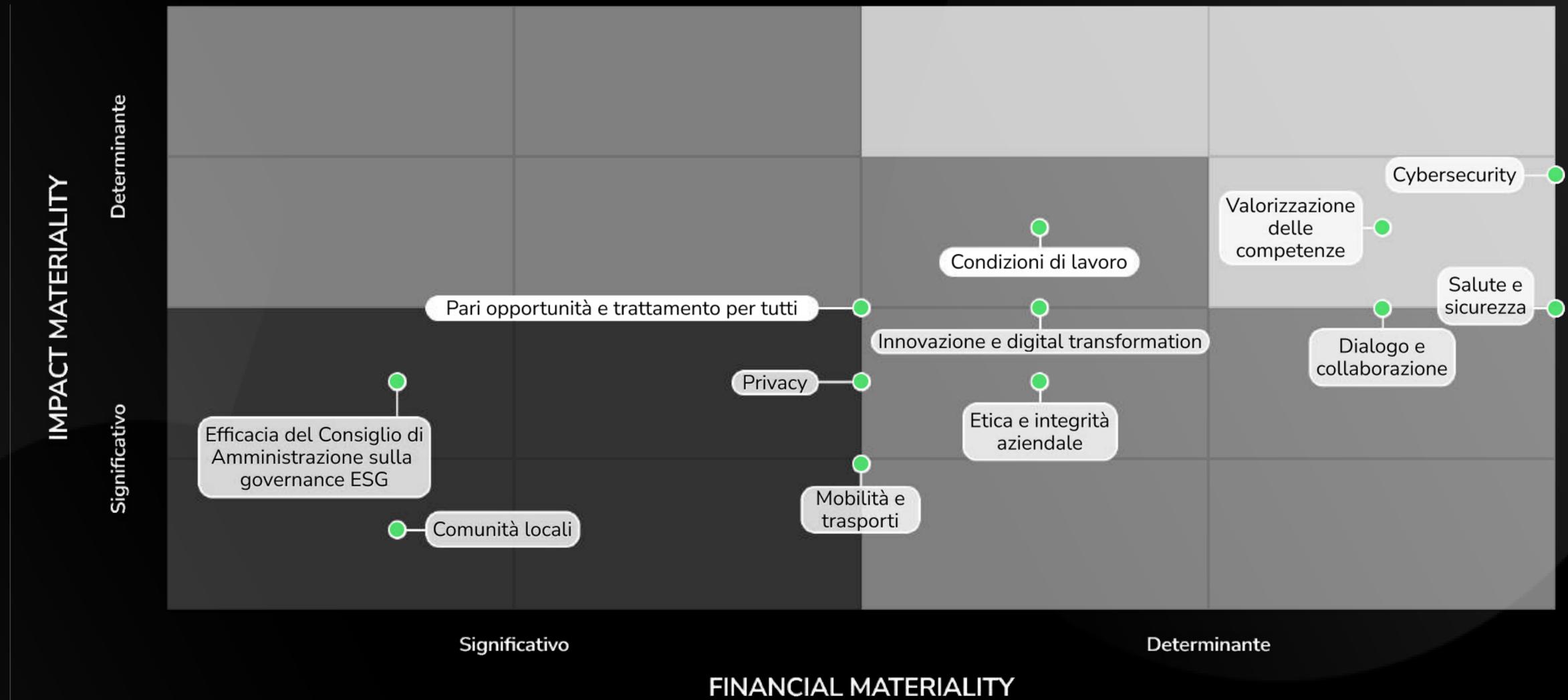
Analisi di doppia materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

I temi rilevanti per Webranking e i suoi stakeholder

La matrice di doppia materialità focus



Analisi di doppia materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

I temi rilevanti per Webranking e i suoi stakeholder

La matrice di doppia materialità ^{1/2}

Significatività	IMPATTO ESTERNO POSITIVO/NEGATIVO	TEMA RILEVANTE	RISCHIO/OPPORTUNITÀ AZIENDALE	Significatività
...	+ Aumento del benessere psico-fisico dei collaboratori	Salute e sicurezza	Aumento della produttività dei dipendenti e riduzione dell'assenteismo	+ ..
...	- Verificarsi di situazioni pericolose o malattie professionali (es. burnout) che compromettono la salute dei collaboratori		Verificarsi di situazioni pericolose o malattie professionali (es. burnout) che potrebbero portare l'azienda a dover gestire accuse da parte dei collaboratori;	- ...
...	+ Contribuire all'aumento delle conoscenze sociali ed alla crescita economica	Valorizzazione delle competenze	Aumento dell'innovazione e del vantaggio competitivo	+ ...
...	- Rischio di skill mismatch all'interno dell'azienda e di maggiore tasso di turnover		Aumento delle spese per la formazione e lo sviluppo del personale	- ...
...	+ Promozione di pratiche digitali sicure	Cybersecurity	Protezione della proprietà intellettuale e dei dati dei clienti	+ ...
...	- Rischi informatici e perdita di dati		Aumento dei costi per potenziare l'infrastruttura di cybersecurity	- ...
...	+ Aumento dell'uguaglianza sociale e del benessere dei dipendenti	Dialogo e collaborazione	Miglioramento delle relazioni con i collaboratori e riduzione dei conflitti	+ ..
..	- Potenziali scioperi o azioni sociali che interrompono i servizi dell'azienda		Aumento dei costi operativi dovuti alla negoziazione di accordi sindacali	- ..
...	+ Predisporre adeguati strumenti di conciliazione vita-lavoro tra cui smart working, orario flessibile, part-time etc.;	Condizioni di lavoro	Forte senso di appartenenza e collaborazione, mantenendo elevati i livelli di soddisfazione tra i dipendenti;	+ ...
..	- Difficoltà nel gestire e conciliare il lavoro con gli impegni personali a causa di una eccessiva pressione da parte dell'impresa;		Possibile difficoltà nel conciliare le richieste del personale con le necessità aziendali; possibile incremento delle spese IT legate alla messa in sicurezza della rete per la navigazione da remoto	- ..
...	+ Diffusione di una cultura orientata ad etica, integrità, onestà, imparzialità e trasparenza;	Etica e integrità aziendale	Aumento della reputazione aziendale e della fiducia degli stakeholder	+ ...
..	- Possibili violazioni etiche e danni alla reputazione derivanti da condotte illecite dei fornitori.		Rischio di sanzioni finanziarie, multe e danno d'immagine per l'Azienda	- ..
...	+ Aumento delle competenze dei collaboratori e delle relative possibilità di carriera	Innovazione e digital transformation	Miglioramento della redditività e consolidamento della leadership di mercato mediante innovazione.	+ ...
...	- Aumento del rischio di skills' mismatch legate all'introduzione di nuove tecnologie		Iniziale aumento dei costi derivante dagli investimenti in tecnologia e talento.	- ...

Analisi di doppia materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

I temi rilevanti per Webranking e i suoi stakeholder

La matrice di doppia materialità ^{2/2}

Significatività	IMPATTO ESTERNO POSITIVO/NEGATIVO	TEMA RILEVANTE	RISCHIO/OPPORTUNITÀ AZIENDALE	Significatività		
•••	+	Struttura finanziaria e patrimoniale dell'azienda solida;	Performance economica e solidità finanziaria	Aumento della credibilità verso istituzioni e portatori di interesse finanziari;	+	••
••	-	Rischio di insolvenza;		Non far fronte alle obbligazioni assunte e/o non pagare un debito contratto;	-	••
•••		Utilizzo di mezzi di trasporto pubblici, bici o veicoli a basse emissioni con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale;	Mobilità e trasporti	Minore spesa per carburante e riduzione delle situazioni di congestione stradale;	+	••
••		Emissioni generate dal trasporto di merci e prodotti;		Spese per la transizione ad una mobilità più sostenibile	-	•
•••	+	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 attractivness, 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;	+	•
••	-	Potenziati 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	-	••

Analisi di doppia materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

I temi rilevanti per Webranking e i suoi stakeholder

I temi rilevanti per Webranking e i suoi stakeholder

Di seguito la lista dei temi emersi come **rilevanti** dai questionari sottoposti agli stakeholder e dal confronto con la direzione aziendale in relazione agli aspetti materiali GRI Standard.

TEMA RILEVANTE	GRI DI RIFERIMENTO	CONTENUTO	RISULTATI RAGGIUNTI O ATTESI
SALUTE E SICUREZZA	GRI 403	<p>L'Azienda si è dotata di un DVR (Documento Valutazione Rischi) che viene aggiornato ogni anno con i possibili rischi presenti sul luogo di lavoro e le relative misure di prevenzione.</p> <p>Inoltre, l'Azienda dal 2022, implementa un piano dedicato alla tutela della salute che integra i servizi delle assicurazioni sanitarie già previste dal CCNL, con un programma di prevenzione oncologica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ RR: aggiornamento DVR annuale e previsione di consulenze psicologiche gratuite per i dipendenti; copertura sanitaria integrativa per la prevenzione oncologica ✓ RR: Nei primi mesi del 2024 è stata effettuata anche una Valutazione specifica sul rischio stress lavoro-correlato, valutazione che viene svolta periodicamente ogni due anni e che ha riportato a rischi rilevanti. ✗ RA: Ciò nonostante Webranking ha deciso di introdurre un programma che prevede la possibilità di usufruire di consulenze psicologiche online gratuite, al fine di tutelare anche il benessere mentale di tutti i collaboratori.
PARI OPPORTUNITÀ E TRATTAMENTO PER TUTTI	GRI 405	<p>Dal 2023 l'Azienda è impegnata nell'inserimento di obiettivi sociali ed etici all'interno della propria politica aziendale. A tal proposito, Webranking si è impegnata nella strutturazione e implementazione del sistema di gestione secondo lo schema di certificazione UNI PdR 125 che ha comportato l'aggiornamento e l'adozione di procedure relative alla gestione del personale in ottica di pari opportunità di accesso e permanenza sul lavoro. Per il 2024 l'Azienda si prefigge di certificare il sistema di gestione da parte di Ente Terzo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ RR: Aggiornamento politica aziendale con principi sociali ed etici ✗ RA: Ottenimento Certificazione UNI PdR 125/2022

Analisi di doppia materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

I temi rilevanti per Webranking e i suoi stakeholder

TEMA RILEVANTE	GRI DI RIFERIMENTO	CONTENUTO	RISULTATI RAGGIUNTI O ATTESI
VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE CONDIZIONI DI LAVORO DIALOGO E COLLABORAZIONE	GRI 201-3 GRI 401 GRI 403 GRI 404 GRI 407	<p>Webranking attribuisce notevole importanza allo sviluppo professionale e delle competenze dei propri collaboratori ed è per questo che dal 2021 è attivo UpSkill, un portale interno per la formazione continua, dove vengono pubblicati periodicamente contributi per l'aggiornamento professionale, fruibili on demand da tutti i collaboratori.</p> <p>Da sempre Webranking si impegna a sostenere e promuovere la salute e il benessere dei propri collaboratori, consapevole che il valore di un'azienda di consulenza e la qualità del suo servizio dipendono fortemente dalla competenza delle persone e dalla loro motivazione. Dal 2021, Webranking è diventata una smart organization, fondata su tre pillar fondamentali: Flessibilità, Fiducia e Responsabilità. Questo approccio si è tradotto nell'introduzione della flessibilità oraria e nell'adozione del progetto "Smart Like You" che permette ai dipendenti di scegliere dove lavorare senza vincoli su numero di giorni da remoto o in ufficio. Nel 2022, è stato introdotto il programma di Corporate Well-being "We Care", pensato come un progetto per il miglioramento della qualità della vita delle persone e delle loro famiglie.</p> <p>La comunicazione, sia quella verso l'interno che quella verso l'esterno, a tutti i livelli, riveste un ruolo centrale in Webranking ed è fondamentale per garantire il coinvolgimento e l'ascolto dei collaboratori così come dei clienti. A tal proposito, l'Azienda ha implementato numerosi strumenti come Workplace, la riunione plenaria mensile denominata "Thank God It's Webranking", e la somministrazione della survey da parte di Great Place To Work, per valutare, tra gli altri elementi, il clima aziendale. Infine, l'azienda si è dotata di un sistema di performance management dinamico immediato e collaborativo, denominato Growspace, che utilizza un tool digitale per la gestione delle valutazioni. Esse comprendono un continuous feedback, e due volte all'anno, la valutazione e l'autovalutazione di competenze soft e tech di ciascun collaboratore.</p>	<p>✔ RR: offerta formativa costante con piattaforma UpSkill, implementazione della Policy "Smart Like You" e Programma Welfare "We Care".</p> <p>⌘ RA: ulteriore incremento nell'offerta di corsi presenti sulla piattaforma Upskill e sempre maggiore utilizzo dei servizi presenti sulla piattaforma Welfare.</p>
CYBERSECURITY PRIVACY	GRI 201-3 GRI 401 GRI 403 GRI 404 GRI 407	<p>Per tutelare i propri clienti e dipendenti ed essere compliant alla Direttiva (UE) 2016/680, il Regolamento Europeo sulla Privacy, Webranking ha incluso all'interno dei contratti, clausole relative al rispetto della privacy e della riservatezza delle informazioni e si è dotato di un PIA (Privacy Impact Assessment).</p> <p>Per Webranking la sicurezza e la gestione dei dati, sensibili e non, sono imprescindibili per garantire affidabilità e scongiurare pericoli connessi al furto di informazioni strategiche di una qualsiasi azienda cliente. Con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la sicurezza dei dati aziendali, l'azienda sta implementando un sistema di gestione secondo lo standard ISO/IEC 27001:2022. Questa certificazione contribuirà al miglioramento nella gestione dei dati, rafforzando la protezione delle informazioni strategiche e consolidando la fiducia dei clienti.</p>	<p>✔ RR: compliant alla Direttiva UE 2016/680.</p> <p>⌘ RA: Ottenimento certificazione ISO/IEC 27001:2022.</p>
PERFORMANCE ECONOMICA E SOLIDITÀ FINANZIARIA	GRI 201 GRI 203	<p>Per Webranking l'aspetto economico-finanziario è interconnesso al benessere dei propri dipendenti ed alla soddisfazione dei clienti. L'ambiente lavorativo deve essere stimolante e accogliente permettendo ai team di dare spazio alla loro massima fantasia e creatività. Il benessere dei dipendenti si ripercuote direttamente sulla qualità del lavoro e sulla loro produttività, riscontrando incrementi di fatturato e feedback positivi del cliente.</p> <p>GRI 201-1 / GRI 203-1</p>	<p>✔ RR: Raggiungimento obiettivi di fatturato</p> <p>⌘ RA: Si attende una crescita del fatturato come ogni anno, visto il buon andamento delle commesse in arrivo e i risultati raggiunti dai collaboratori.</p>

Analisi di doppia materialità

Coinvolgimento degli stakeholder

La matrice di doppia materialità

I temi rilevanti per Webranking e i suoi stakeholder

TEMA RILEVANTE	GRI DI RIFERIMENTO	CONTENUTO	RISULTATI RAGGIUNTI O ATTESI
<p>EFFICACIA DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE SULLA GOVERNANCE ESG</p> <p>ETICA E INTEGRITÀ AZIENDALE</p>	<p>GRI 2.12 GRI 2.14 GRI 205</p>	<p>Per Webranking l'impegno e l'efficacia del CDA nell'adottare efficaci strumenti di Governance in materia ESG è fondamentale per garantire l'integrità aziendale. L'approccio adottato, oltre ad essere rivolto in modo specifico ai temi ambientali e sociali, include anche i temi legati agli aspetti etici e di compliance normativa, dimostrando cura ed attenzione nei confronti dei numerosi temi legati al concetto di responsabilità sociale di impresa.</p> <p>Nel 2023, Webranking ha deciso di trasformare il proprio Bilancio Sociale in un report di sostenibilità, entrando maggiormente nel dettaglio della rendicontazione delle tre dimensioni della sostenibilità: economica, sociale e ambientale e utilizzando per la rendicontazione, un framework di riferimento internazionale (GRI standard).</p> <p>Da anni, Webranking si è dotata di un un codice etico che illustra i valori e le regole utili a mantenere l'integrità commerciale e personale dell'azienda. A dicembre 2023, l'Azienda si è resa compliant al D.lgs. 24/23, adottando il Protocollo Whistleblowing, che prevede una procedura per la segnalazione tutelata di condotte illecite o irregolarità di cui al D.Lgs 24/23. Inoltre, nel corso del 2023, gli amministratori hanno iniziato i lavori per l'implementazione del Modello Organizzativo 231/01, uno strumento utile a salvaguardare la società da possibili atti illeciti compiuti dai propri dipendenti e da ripercussioni in caso di contenzioso.</p>	<p>✔ RR: oRiconoscimento al CDA di pieni poteri di gestione e monitoraggio degli aspetti di Sostenibilità ESG di un'azienda e adozione del Protocollo Whistleblowing con implementazione della piattaforma di segnalazione informatica.</p> <p>⌘ RA: Pubblicazione del primo report di sostenibilità nel 2024 e adozione del Modello Organizzativo 231 e revisione del codice etico aziendale.</p>
<p>INNOVAZIONE E DIGITAL TRANSFORMATION</p>	<p>GRI 203</p>	<p>Per la gestione delle operazioni organizzative interne e per la realizzazione di servizi sempre efficaci e innovativi, legati alle richieste dei propri clienti, Webranking si è dotata di un processo interno di innovazione continua guidato dal CTS (Comitato Tecnico Scientifico) e ha attivato un processo costante di recepimento delle novità dal mercato, attraverso la costruzione di un rapporto privilegiato con i maggiori attori, in primis gli OTT (over the top) del digitale mondiale.</p>	<p>⌘ RA: Implementazione di processi interni rivolti all'innovazione continua, sia tecnica che organizzativa. Attivazione di nuove modalità di ascolto del mercato sia lato domanda che lato offerta, costituita dai principali mezzi e vendor mondiali. Questi processi devono essere in grado di valutare l'innovazione in modo critico, a beneficio dei clienti dell'agenzia.</p>

Sustainable Development Goals
L'impegno di Webranking per gli SDGs



Sustainable Development Goals

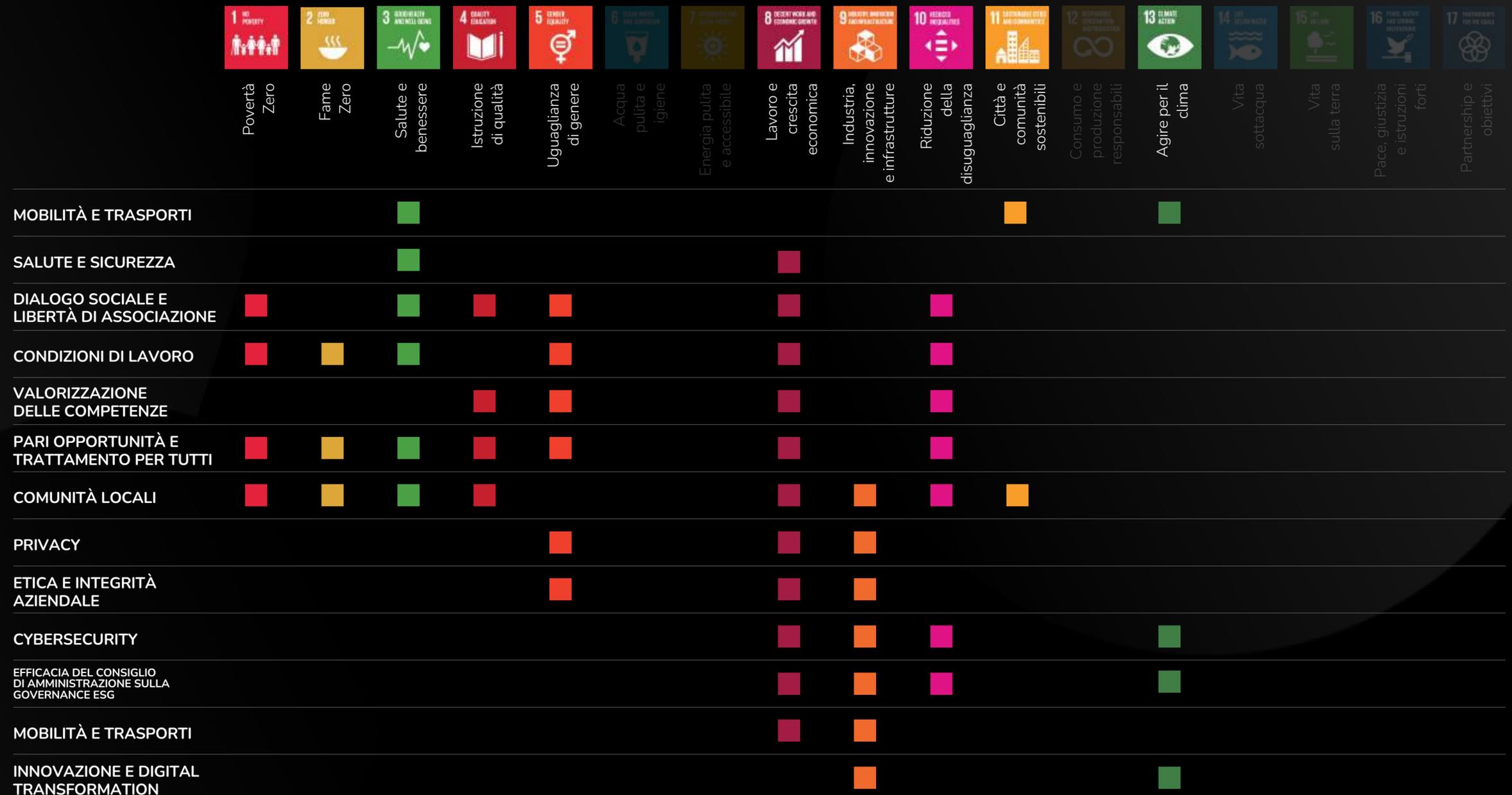
Sustainable Development Goals
L'impegno di Webranking per gli SDGs

L'impegno di Webranking per gli SDGs

A livello globale, le sfide sempre più stringenti derivanti dagli effetti del cambiamento climatico e della tutela del benessere fisico e mentale della popolazione, hanno creato una più diffusa consapevolezza dei temi sociali e ambientali, incidendo fortemente sugli aspetti decisionali delle realtà aziendali del nostro tempo.

Le Nazioni Unite nel 2015 hanno approvato l'Agenda Globale per lo Sviluppo Sostenibile e i relativi **17 Obiettivi (Sustainable Development Goals – SDGs)** nell'acronimo inglese), articolati in 169 Target da raggiungere entro il 2030.

Tra gli obiettivi dell'Agenda 2030 emerge la necessità di investire sul principio dello sviluppo sostenibile, elemento fondante dell'economia base di un Paese all'avanguardia come il nostro. Per tale ragione, Webranking ha deciso di investire e impegnarsi su tematiche sostenibili relative alla responsabilità sociale di impresa, alla cultura del lavoro e al benessere dei dipendenti, **attivandosi ad oggi, su 10 dei 17 obiettivi promossi dall'ONU e impegnandosi mediante azioni specifiche volte alla creazione di un nuovo valore condiviso.**



L'offerta di Webranking

Il know-how distintivo di Webranking

I nostri servizi

Le tecnologie

I clienti

I progetti, le certificazioni e le iniziative innovative

5.

L'offerta di Webranking

L'offerta di Webranking

Il know-how distintivo di Webranking

I nostri servizi

Le tecnologie

I clienti

I progetti, le certificazioni e le iniziative innovative

Il know-how distintivo di Webranking

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

Siamo nati nel **1998** e 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, Webranking ha collaborato con una vasta gamma di clienti in tutti i settori. L'esperienza che ha raccolto e consolidato è un elemento rilevante alla base della qualità dei servizi che propone. 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.

Flessibilità e personalizzazione

Considerata la tipologia di clientela a cui si rivolge - costituita da grandi o grandissime aziende con complessità elevate - Webranking si è specializzata nell'adattare le sue soluzioni alle esigenze e situazioni specifiche di ogni cliente e non presenta quindi un'offerta di soluzione 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 team di Webranking è composto da professionisti estremamente competenti 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.

L'offerta di Webranking

Il know-how distintivo di Webranking

I nostri servizi

Le tecnologie

I clienti

I progetti, le certificazioni e le iniziative innovative

I nostri servizi

I principali servizi per cui Webranking è riconosciuta sono questi:

Media planning & buying

Webranking è uno dei centri media più rilevanti in Italia per volumi amministrati. Oggi è il principale attore indipendente sul mercato e l'unico centro media con una specializzazione verticale sui canali digitali. Operiamo su tutto il funnel con una specializzazione unica sul performance advertising. Integriamo alle pianificazioni online anche i mezzi offline più tradizionali.

Le strategie di advertising, supportate dalla sinergia con il **reparto Martech**, permettono di muoversi efficacemente nel panorama cookieless e di integrare tecnologie avanzate come l'intelligenza artificiale, garantendo così l'ottimizzazione delle performance e dei costi del media. Webranking è partner chiave di **Google, Meta e Tiktok** e vanta una collaborazione internazionale con i team di ricerca dei mezzi che fanno il digitale mondiale.

SEO (Search Engine Optimization)

La **SEO** consente una maggiore visibilità e un miglior posizionamento sui motori di ricerca. Webranking vanta un posizionamento unico su questa disciplina che è stata il core business della sua attività per quasi 20 anni. L'agenzia è la 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, integrando strumenti di intelligence e machine learning con competenze tecniche e di user experience, Webranking offre una consulenza SEO con un approccio che abbiamo definito "user first". Nel 2017 è stato pubblicato da Hoepli "L'arte della SEO, User First" i cui autori sono consulenti dell'agenzia. Questa pubblicazione è stata la prima in assoluto a esplorare i legami - oggi più conosciuti - fra SEO e UX (User Experience), dimostrando ancora una volta la capacità di visione che portiamo sul mercato, a beneficio dei clienti più esigenti.

Digital Analytics

Webranking si posiziona 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 scalabili su più marchi e paesi, creando sistemi di misurazione avanzati che supportano il successo a lungo termine dei clienti. Insieme a tutto questo, integriamo con successo business intelligence e data visualization.

Consulenza strategica

Webranking offre una **consulenza di più alto livello**, mirata a fornire ai brand un approccio integrato per gestire in modo sinergico le attività di digital marketing. Oltre alla **disponibilità di competenze approfondite**, l'azienda si distingue per il valore aggiunto di mettere a disposizione 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 alla sua esperienza consolidata e alla capacità di adattarsi rapidamente ai cambiamenti, Webranking si posiziona come un partner affidabile in grado di rendere **"future proof"** - a prova di futuro - i clienti con i quali collabora.

L'offerta di Webranking

Il know-how distintivo di Webranking

I nostri servizi

Le tecnologie

I clienti

I progetti, le certificazioni e le iniziative innovative

UX/UI: User Experience e User Interface

Webranking riesce a **porre sempre l'utente al centro**, riconoscendo l'importanza cruciale di progettare interfacce e strutture web che siano intuitive, facili da usare e immediate nella navigazione. 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

Webranking è specializzata nella **realizzazione di grandi piattaforme e-commerce** e siti 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 o Martech

La **Martech è la tecnologia abilitante a servizio del marketing**. Utilizziamo la tecnologia in modo strategico e tattico, mirando a creare nuove opportunità che prima non esistevano, colleghiamo sistemi conflittuali e basi dati eterogenee, potenziamo 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.

Formazione

Nel contesto digitale in continua evoluzione, Webranking riconosce 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.



L'offerta di Webranking

Il know-how distintivo di Webranking

I nostri servizi

Le tecnologie e i clienti

I progetti, le certificazioni e le iniziative innovative

Le tecnologie e i clienti

Webranking utilizza **avanzate tecnologie** e piattaforme per migliorare l'analisi, l'organizzazione e l'attivazione dei dati.

È **certificata per la vendita e la consulenza sulle piattaforme Google Marketing e Google Cloud**, offrendo infrastrutture sicure e scalabili. Ha sviluppato strumenti come **DataKojak** per la gestione dei tracciamenti online sui siti, **Amplisite** per la generazione di pagine di categoria prodotto a supporto del posizionamento organico e per potenziare le iniziative in ambito SEO. Per finire, **ADAM - acronimo di Advanced Data Analytics Modeling** - per l'efficientamento nella gestione, accesso e storage dei dati provenienti dalle piattaforme.

I clienti di Webranking si possono classificare in due macro-gruppi:

1. i brand - principalmente del Made in Italy ma non solo - per i quali seguiamo la promozione su tutti i mercati mondiali con un approccio "hub" come è il caso di Prada, Tod's e Technogym;

2. le subsidiary di alcuni dei più importanti brand conosciuti a livello globale, per i quali siamo stati scelti per seguire le attività sul mercato del nostro paese come è il caso di Ikea, Allianz o Danone.

Webranking si rivolge ad aziende di grandi e grandissime dimensioni organizzative.

Ha sviluppato negli anni un'esperienza solida e comprovata nella gestione della complessità - sia tecnica che relazionale - per riuscire a far parte di gruppi di lavoro con obiettivi sfidanti e nella gestione di ambiti altamente concorrenziali, su tutti i mercati mondiali.



L'offerta di Webranking

Il know-how distintivo di Webranking

I nostri servizi

Le tecnologie e i clienti

I progetti, le certificazioni e le iniziative innovative

I progetti, le certificazioni e le iniziative innovative

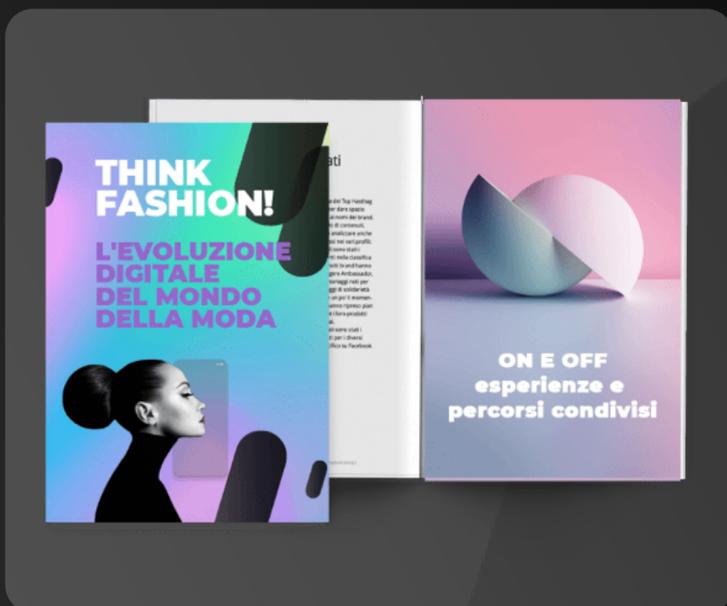
I nostri osservatori

Webranking mantiene da anni diversi **osservatori sui mercati più esposti al cambiamento** e soggetti quindi a un maggior bisogno di raccogliere e analizzare i nuovi trends. A partire dal giugno del 2020 - in piena emergenza pandemica - il più importante di questi è l'osservatorio sul fashion & luxury, con un importante focus sul lusso. Dal nostro osservatorio viene estratto e pubblicato ogni anno Think Fashion!, il nostro paper periodico che mostra la fotografia del mercato di moda e lusso, a livello mondiale, analizzandone trend e fenomeni. I nostri paper sono tutti disponibili per il download seguendo [questo link](#).

Le nostre certificazioni

Le nostre certificazioni ci posizionano come uno dei player più referenziati in Europa. La qualità del lavoro di Webranking è riconosciuta dai suoi partner, ancor più perché ci stiamo riferendo ad alcune delle aziende più rilevanti ed esigenti del panorama mondiale. Siamo tra le agenzie più certificate nella regione europea, con la possibilità di accedere in anteprima alle beta dei prodotti, portando vantaggi competitivi ai nostri clienti.

Certificazioni e partner



L'offerta di Webranking

Il know-how distintivo di Webranking

I nostri servizi

Le tecnologie e i clienti

I progetti, le certificazioni e le iniziative innovative

I progetti, le certificazioni e le iniziative innovative

Partnership

Una partnership importante per spiegare quello in cui crediamo e quella con la **Fondazione ASPHI**. Per noi è sempre stato importante realizzare siti e applicativi digitali che raggiungessero una piena conformità alle norme indicate come WCAG - acronimo di **Web Content Accessibility Guidelines** - emanate dal W3C cioè il World Wide Web Consortium, il più rilevante ente mondiale che definisce gli standard per il web, fondato dall'inventore del web stesso: Tim Berners-Lee.

A questo si sono aggiunti i requisiti di accessibilità richiesti anche nel nostro paese da AgID - l'Agenzia per l'Italia Digitale.

Per noi che abbiamo investito e che crediamo nell'inclusività e nelle pari opportunità, è doppiamente importante prestare attenzione a come rendere le interfacce il più accessibili e utilizzabili possibile per chi soffre di qualche disabilità.

Per realizzare applicativi coerenti con i migliori standard richiesti ma anche per effettuare semplici audit sui siti, Webranking ha stabilito una partnership significativa con la Fondazione ASPHI, un'organizzazione che da quasi 40 anni promuove l'uso delle tecnologie digitali per supportare le persone con disabilità. Fino allo scorso anno, ultimo della sua pubblicazione, ASPHI rientrava nell'elenco AgID dei "Valutatori

dell'Accessibilità" abilitati ad attestare la conformità ai requisiti di accessibilità di siti web e applicazioni mobili.

Questa collaborazione è stata fondamentale nello sviluppo del nuovo sito di Crédit Agricole Italia, un progetto in cui Webranking ha implementato soluzioni all'avanguardia per garantire non solo un'elevata interattività e un'architettura delle informazioni ottimizzata, ma anche un'attenzione particolare all'accessibilità digitale.

La partnership con ASPHI riflette **l'impegno di Webranking nell'assicurare che i nostri progetti digitali siano realmente accessibili a tutti**, includendo utenti con esigenze diverse fra di loro. Questa collaborazione ci permette di realizzare piattaforme online sicure, stabili e accessibili, dimostrando il continuo investimento nelle tecnologie più inclusive.



Responsabilità sociale

Webranking e i suoi collaboratori
Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
Sistema di Corporate Well-being e Welfare aziendale
Formazione e sviluppo del personale
Sostenibilità aziendale e Smart Working
Sostegno allo sviluppo della collettività

6.

Responsabilità sociale

Responsabilità sociale

Webranking e i suoi collaboratori

- Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
- Sistema di Corporate Well-being e Welfare aziendale
- Formazione e sviluppo del personale
- Sostenibilità aziendale e Smart Working
- Sostegno allo sviluppo della collettività

Webranking e i suoi collaboratori

L'attenzione ai **bisogni** ma anche aspetti che riguardano la **tutela** dell'ambiente, la relazione con il territorio e le comunità nelle quali sono presenti i nostri collaboratori, sono centrali in una politica di gestione della responsabilità sociale che vediamo e vogliamo prenderci.

La prima responsabilità di un'impresa si valuta dal rispetto per le proprie persone. Solo così si crea un valore per l'azienda stessa.

Crediamo di essere riusciti a creare un esempio stimolante 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 molto eterogenee.

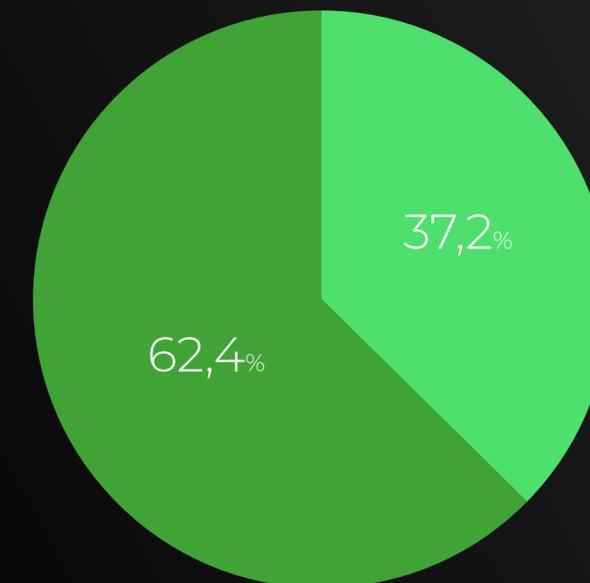
La nostra squadra è composta da più di 200 professionisti motivati, con un'età media di 33,5 anni che, nonostante le apparenze, è una delle più alte in assoluto nel panorama delle agenzie digitali nel nostro settore.

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 l'obiettivo di ricevere nel

2024 la certificazione per la parità di genere, e mantenere il riconoscimento, ottenuto nel 23 di **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**.

I contratti stipulati con i dipendenti risultano per la quasi totalità a tempo indeterminato a conferma dell'impegno di Webranking nel garantire sicurezza e stabilità economica ai propri collaboratori. Nell'ottica di un company Well-being generale, ai collaboratori è offerto un pacchetto di servizi, opportunità e tutele che compongono il più generale piano We Care.

Età media dipendenti



- **N° dipendenti <30 anni**
84
- **N° dipendenti tra 30 e 50 anni**
141
- **N° dipendenti >50 anni**
2

198,67 N° dipendenti totale medio annuo

Responsabilità sociale

Webranking e i suoi collaboratori

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

Sistema di Corporate Well-being e Welfare aziendale

Formazione e sviluppo del personale

Sostenibilità aziendale e Smart Working

Sostegno allo sviluppo della collettività

Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori

La **salute e la sicurezza dei dipendenti** costituiscono un valore fondante per Webranking. Al di là di quanto ci si aspetti, la sicurezza sul lavoro non è solamente quella fisica. Negli ambienti di lavoro - ancor più per le realtà come Webranking in cui il fattore umano è preponderante - è sempre più presente un bisogno di sicurezza psicologica che faccia sentire **“al sicuro”** le persone. Su questa definizione allargata di sicurezza abbiamo lavorato, investendo sull’ambiente positivo che siamo riusciti a costruire e mantenere nel tempo.

Dedichiamo attenzione, risorse, supporto e abbiamo definito procedure per monitorare la sicurezza percepita in azienda, allargando l’analisi ad aspetti collaterali ma altrettanto rilevanti come l’eccessiva politica interna, l’equità di trattamento e così via. Nel culture audit che realizziamo da sette anni a questa parte, tutti questi aspetti sono analizzati in dettaglio. Il **culture audit** è molto articolato e viene somministrato da un soggetto esterno a tutti i collaboratori, le cui risposte sono anonime e protette. **Webranking non ha mai riscontrato alcun infortunio grave sul lavoro, né alcuna malattia professionale.**



Corporate Well-being e Welfare aziendale

Webranking dedica da sempre una grande attenzione al **benessere dei collaboratori** e - più in generale - per la costruzione e il mantenimento di un ambiente organizzativo d’eccellenza, grazie a un company Well-being positivo, frutto di tante iniziative e di una cultura differenziante rispetto al mercato e anche al settore di appartenenza.

Tutte le iniziative - come raccontato nel Manifesto di Webranking e nel suo Purpose - sono guidate dal cercare di **rispondere ai bisogni individuali delle persone che sono molto differenziati fra di loro**. Questo è ancor più vero quando si tratta delle esigenze di bilanciamento fra vita e lavoro, così come le dinamiche famigliari o tutto quanto impatti sulla vita delle persone al di fuori dal lavoro.

Numerose iniziative realizzate, confermate e rafforzate anche nel corso del 2023, sono state pensate per migliorare la qualità del tempo che i collaboratori passano in ufficio o al lavoro da casa e al rapporto con spazi e tempi della vita personale extralavorativa di ognuno. In questo perimetro rientra ad esempio la flessibilità entro un range di due ore in ingresso e uscita, la possibilità di lavorare da casa o da uno qualsiasi dei nostri uffici senza nessun limite oppure il supporto economico che mettiamo a disposizione di tutti i neoassunti per attrezzare la loro postazione di lavoro domestica.

Sul tema flessibilità nel supportare esigenze individuali così eterogenee lo strumento più flessibile è certamente quello del welfare che abbiamo messo in piedi.

Nel 2022 è stato introdotto per la prima volta il **piano di welfare aziendale** per tutti i collaboratori che rientra nel più generale contenitore che abbiamo chiamato **“We Care”**.

Si configura come un **budget** messo annualmente a disposizione dei collaboratori che può essere speso su una serie molto ampia di servizi e attività - acquistabili per sé o per i propri familiari - con una forma che favorisce quindi la flessibilità di utilizzo. Gli ambiti sono: **istruzione, formazione, sanità, trasporto pubblico, viaggi, sport, cultura e tempo libero, mutui, assistenza ai familiari, previdenza integrativa e buoni acquisto.**

Responsabilità sociale

Webranking e i suoi collaboratori
 Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
 Sistema di Corporate Well-being e Welfare aziendale
Formazione e sviluppo del personale
 Sostenibilità aziendale e Smart Working
 Sostegno allo sviluppo della collettività

Formazione e sviluppo del personale



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, una 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. 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.

Dedichiamo da sempre una grande attenzione a seguire la crescita professionale dei nostri collaboratori, cercando di intervenire positivamente sulla motivazione, stimolando la curiosità naturale e rispondendo positivamente alle aspirazioni dei singoli. Per aiutare sia i manager che i collaboratori, abbiamo lanciato nel 2022 un progetto che abbiamo chiamato **GrowSpace**. GrowSpace è basato su una piattaforma abilitante a disposizione di ogni

collaboratore e manager e aiuta nel processo di valutazione, auto-valutazione e condivisione degli obiettivi individuali di crescita. La piattaforma abilita anche gli **smart feedback**, un sistema per inviare un riscontro diretto a chiunque in azienda, ad es. a seguito di un progetto ben riuscito realizzato insieme, di un aiuto ricevuto o semplicemente un riconoscimento delle competenze. Almeno due volte all'anno, ogni manager incontra i propri collaboratori e svolge un'attività strutturata in cui entrambi si confrontano sul raggiungimento degli obiettivi, sullo scambio di feedback, arrivando a una valutazione condivisa e al setting di una serie di obiettivi di crescita da valutare in itinere e alla milestone successiva.

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 ma anche esternamente, in collaborazione con i principali partner che abbiamo - fra cui 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 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 riguardassero il lavoro e le mansioni che sta svolgendo oggi.

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.

Responsabilità sociale

Webranking e i suoi collaboratori
 Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
 Sistema di Corporate Well-being e Welfare aziendale
Formazione e sviluppo del personale
 Sostenibilità aziendale e Smart Working
 Sostegno allo sviluppo della collettività

Nel 2023, Webranking ha deciso di potenziare l'investimento fatto in Upskill portando al suo interno **corsi realizzati da docenti esterni** che sono stati acquisiti e contribuiti che sono stati segnalati dai propri collaboratori. Solo in quest'ultimo anno, sono stati aggiunti 31 nuovi contenuti tra corsi e webinar realizzati internamente, insieme a corsi di fornitori esterni che sono stati selezionati in azienda. In particolare, tra questi ultimi, segnaliamo il corso di Project Management dell'Università del Maryland e un percorso sull'AI Generativa costruito da Google.

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 scarcity 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.

GRI	DATI	2021	2022	2023
404-1	Ore medie di formazione erogate ai dipendenti uomo	188	222	261
404-1	Ore medie di formazione erogate ai dipendenti donna	155	209	236
404-3	Tot. dipendenti che ricevono valutazione professionale periodica	158	200	199
404-3	Tot. Dipendenti che hanno partecipato a corsi di formazioni per lo sviluppo professionale e/o personale	158	200	199

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 Business School 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.

Il ruolo della comunicazione interna

Fra le cose che vengono considerate maggiormente motivanti, c'è **l'apertura alla comunicazione e alla condivisione verso tutti i collaboratori delle strategie aziendali**, delle cose che stanno accadendo in azienda - ma anche una lettura di cosa accade sul mercato - così come un generale avvicinamento del top management a tutti quelli che lavorano in azienda.

Responsabilità sociale

Webranking e i suoi collaboratori
Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
Sistema di Corporate Well-being e Welfare aziendale

Formazione e sviluppo del personale

Sostenibilità aziendale e Smart Working
Sostegno allo sviluppo della collettività

Il nostro social network interno: Workplace by Meta

Per **migliorare la comunicazione interna**, renderla più puntuale, più interattiva e partecipata, abbiamo scelto da anni di costruire un **social network interno**, privato ed accessibile quindi solo ai collaboratori. La scelta di **Workplace** come piattaforma di base è stata facilitata da una più veloce rampa di apprendimento, considerata la somiglianza con Facebook che tutti conoscono.

In questo social network si scambiano informazioni, si fanno comunicazioni, si favorisce la collaborazione e ci si confronta. La principale differenza rispetto a Facebook è la presenza di gruppi tematici, dedicati a singole iniziative, a comunicazioni o alla condivisione di news. Ogni collaboratore può iscriversi ai gruppi che più gli interessano mentre alcuni canali sono dedicati alle comunicazioni più importanti e sono quindi visti da ognuno. Alcuni esempi: un gruppo nel quale le HR presentano tutti i nuovi ingressi in azienda, il gruppo Celebration dove ognuno di noi può scrivere un post per celebrare un progetto ben fatto, un team che l'ha seguito, un momento importante, citando i colleghi e celebrando chi ha reso tutto questo possibile.

Ogni mese organizziamo **Thank God It's Webranking (TGIW)** sulla falsariga del più famoso Thank God It's Friday di Google. È un momento in cui **il CEO racconta a tutti i dipendenti su cosa stiamo**

lavorando, spiega i cambiamenti che accadono in azienda e offre un punto di riferimento su cose che ci riguardano tutti. Il meet viene organizzato in presenza in una sede e inviato in streaming video in diretta su tutte le altre sedi e alle persone in smart working attraverso il social network interno - Workplace - dove rimane disponibile anche per una visione differita. Questi momenti fanno sì che tutti possano comprendere meglio le motivazioni delle scelte aziendali o conoscere le novità ...e allo stesso tempo abbiano l'opportunità di fare domande.

I momenti chiave di condivisione sono la grande Reunion di fine anno e la plenaria di inizio anno. La **Reunion** di fine anno vede tutti i collaboratori incontrarsi in presenza da tutte le sedi di Webranking. È una giornata dedicata al consuntivo dell'anno che si sta concludendo, con numeri, esperienze, analisi di cosa abbia funzionato o meno rispetto ai piani. Culmina con una grandissima festa dove celebrare l'anno e consolidare i legami personali. La plenaria di inizio anno, solitamente organizzata al termine di Q1, si concentra invece sulla condivisione della strategia e delle tattiche su cui stiamo investendo nell'anno in corso. Si focalizza maggiormente sull'analisi del mercato e sui perché delle decisioni verso la direzione che si è scelta, in modo che sia tutto più condiviso, a ogni livello.

L'efficacia di queste iniziative è dimostrata dalla survey realizzata alla fine del 2022 da **Great Place to Work**, dove il 93% dei dipendenti ha dichiarato di poter fare domande ai responsabili ottenendo risposte franche, un aumento di due punti percentuali rispetto all'anno precedente.

Responsabilità sociale

Webranking e i suoi collaboratori
Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
Sistema di Corporate Well-being e Welfare aziendale
Formazione e sviluppo del personale

Sostenibilità aziendale e Smart Working

Sostegno allo sviluppo della collettività

Sostenibilità aziendale e Smart Working

Il progetto di **Smart Working** e la flessibilità oraria vengono introdotti per la prima volta nel 2018, con l'obiettivo di promuovere il work-life balance.

Fin dagli esordi, lo smart working è stato pensato come un cambiamento organizzativo e un nuovo modo di lavorare. Il progetto ha richiesto almeno un anno di preparazione perché gli elementi abilitanti sono stati tanti, a partire dallo spostamento di tutti i sistemi informativi in cloud e la progressiva dismissione di tutti i computer desktop per passare a laptop per abilitare il lavoro anche da casa.

La successiva pandemia, che ha forzato tutto il mondo verso l'adozione repentina - e spesso dolorosa - di modelli di lavoro da remoto, ci ha trovato preparati e pronti a cogliere l'occasione di migliorare ulteriormente il nostro modello. Al termine del periodo pandemico, le modalità di lavoro scelte sono diventate normalità, apportando enormi benefici e risultati in termini di produttività e soddisfazione dei collaboratori. Per permettere ad ogni collaboratore di allestire una postazione pratica e funzionale anche a casa, nel 2018 abbiamo attivato un servizio, rilanciato durante il lock-down e

che oggi è parte integrante del welcome kit per tutti i neo-assunti. L'iniziativa prevede quindi un contributo economico a tutte le persone per allestire la propria smart station domestica, scegliendo a propria discrezione qualunque strumento possa essere utile per lavorare al meglio come ad esempio un monitor, una sedia ergonomica, una webcam. Webranking si occupa dell'acquisto e della spedizione direttamente a casa del collaboratore.

La posizione delle sedi che abbiamo aperto nel tempo, la flessibilità in ingresso e uscita e la completa libertà nello scegliere da dove svolgere il proprio lavoro ogni giorno e senza limiti, hanno impattato anche sugli aspetti di sostenibilità ambientale, **riducendo in modo sensibile le nostre emissioni scope 3**.

Nel 2022, l'Azienda ha deciso di compiere un ulteriore passo e presentare il **progetto Smart Like You**, che racchiude in sé sia **l'Activity-Based Workplace (ABW)** sia **il lavoro da remoto**. Ciò ci ha portato a diventare ancora di più una Smart Organization fondata su tre pilastri: **flessibilità, fiducia e responsabilità**.

Webranking ha contestualmente continuato a investire nella **qualità** degli ambienti di lavoro. Ogni sede è pensata per offrire ambienti e servizi in grado di essere utili alle persone, favorendo anche spazi di incontro e scambio, con una grande funzionalità e la presenza di numerosi spazi di

aggregazione non necessariamente lavorativi (cucine, palestra, piscina, library, terrazze arredate).

Non sono le persone al servizio degli spazi di lavoro e degli uffici ma questi ultimi devono essere al servizio delle persone. Con questo mantra, nonostante la possibilità di lavorare da casa senza limiti, gli uffici di Webranking sono sempre partecipati con medie di presenza molto elevate. Inoltre, diamo la possibilità a tutti di lavorare in paesi esteri - all'interno di un range di fuso orario di +/- due ore rispetto a quello delle sedi italiane - fino a un mese all'anno. La scelta del fuso orario è funzionale a consentire la collaborazione coi colleghi senza forzare il lavoro in orari difficili da gestire dall'estero. In altre parole, non volevamo che le persone fossero costrette a lavorare ad orari scomodi (ad es. di sera o di notte pur di rimanere in contatto coi colleghi).

Per Webranking, il lavoro agile o smart working è una scelta e non un rimedio. È una spinta a essere professionisti responsabili, consapevoli e liberi, parte integrante e attiva di un'impresa evoluta e contemporanea. L'approccio smart è una manifestazione concreta della fiducia che c'è tra manager e collaboratori e che il digitale può e deve essere una competenza trasversale in grado di aiutare a gestire il bilanciamento tra gli impegni di vita professionale e la propria sfera personale. Per presentare la Policy "Smart Like You", il CEO ha inviato a tutti i collaboratori una lettera intitolata "Ti

racconto Smart Like You" in cui ha spiegato come è nato questo progetto in Webranking e quali sono state le direttrici e i valori che hanno portato a questa scelta. La lettera viene inviata a tutti i nuovi colleghi già dal primo giorno, per condividere fin da subito come e perché Webranking abbia deciso di diventare una smart organization e che vantaggi ognuno di noi può avere.

Questa iniziativa ha riscosso un notevole successo e ha dimostrato quanto Smart Like You **ha impattato positivamente sulla sostenibilità**, non solo in termini ambientali, ma anche e soprattutto in termini sociali e organizzativi.

L'introduzione del **lavoro agile** con le soluzioni che Webranking ha messo in piedi per potenziarne i risultati, si è allineata perfettamente a tutti gli obiettivi ESG, riducendo gli sprechi, le emissioni, i consumi e i costi, sia in termini di tempo che di denaro. **I nostri collaboratori riescono a percorrere molti meno km di strada ogni anno, riducendo l'emissione di CO2** e possono sostituire il tempo trascorso nel tragitto casa-lavoro, con il tempo da dedicare a sé, alla famiglia o al proprio benessere e, allo stesso tempo, contribuiscono in modo attivo al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità che ci siamo dati.

Responsabilità sociale

- Webranking e i suoi collaboratori
- Tutela della salute e sicurezza dei lavoratori
- Sistema di Corporate Well-being e Welfare aziendale
- Formazione e sviluppo del personale
- Sostenibilità aziendale e Smart Working
- Sostegno allo sviluppo della collettività**

Sostegno allo sviluppo della collettività sui temi della salute e della riduzione della povertà

Anche nel 2023, Webranking ha continuato a supportare enti, fondazioni e associazioni che si mettono in ascolto delle necessità delle persone e delle comunità locali. A questo uniamo un impegno più generale anche verso la **cultura** e la **formazione**. Gli interventi sono stati diversi e ammontano a un importo complessivo di **43.500 euro**.

43.500€

Totale investimenti in charity, sponsorship, formazione, cultura e sport

CHARITY	28.000€
Emergenza alluvione Emilia Romagna	10.000€
Lotta alla povertà (Dora, Banco Alimentare Milano e Cagliari)	10.000€
Salute (Grade, Caritas, Auser, Associazione Tumori, Croce Rossa)	8.000€
SPONSORSHIP - FORMAZIONE, CULTURA E SPORT	15.500€
Correggio Jazz	5.000€
Associazioni dilettantistiche sportive	1.000€
Eventi culturali per la cittadinanza	1.500€
Supporto a ricerche e studi di mercato (associazioni e business school)	8.000€
TOTALE COMPLESSIVO	43.500€

È stato rinnovato l'impegno verso alcune realtà presenti sui territori delle sedi dove opera Webranking, al fine di migliorare la qualità della vita nelle comunità in cui vivono i nostri collaboratori. Sono stati donati in totale **10.000 €** tra **DORA Emporio solidale** - associazione di Reggio Emilia che offre cibo, servizi e corsi di formazione a chi si trova in condizioni di povertà temporanea - all'associazione Banco Alimentare di Milano e di Cagliari - che promuovono politiche a favore della lotta allo spreco alimentare e a sostegno della povertà ed esclusione sociale.

Per continuare a **favorire l'inclusione sociale** e la **partecipazione attiva** a progetti dedicati al volontariato, da anni rinnoviamo la possibilità, per ognuno di noi, di trascorrere una giornata lavorativa retribuita, lasciando la possibilità di scegliere dove proporsi come volontario. Nel 2023, le giornate di volontariato sono state influenzate da un evento catastrofico che ha colpito il territorio attiguo a quello dove Webranking è nata e ha i suoi HQ: l'alluvione in Romagna. Questo ha spinto diversi di noi a recarsi nelle zone colpite per dare il proprio contributo in prima persona come è successo per l'area Martech che, avendo organizzato il suo team building proprio in Romagna, ha deciso di dedicare un giorno ad aiutare le popolazioni alluvionate. Webranking si è mossa in autonomia per fare una donazione di

10.000 € alla Protezione Civile per l'emergenza alluvionale.

Siamo attenti a sostenere e promuovere anche gli aspetti legati alla salute e alla prevenzione, un principio che va oltre le tutele offerte ai collaboratori e si estende anche al territorio in cui vivono. Per questo motivo nel 2023 è stato deciso di rinnovare il supporto ad alcune associazioni locali che aiutiamo da anni: sono stati donati un totale di **4.000 € a favore della Fondazione GRADE Onlus** presente a Reggio Emilia che sostiene e promuove l'attività ospedaliera del reparto di ematologia dell'AUSL di Reggio Emilia, la Croce Rossa di Correggio, l'Associazione **"Siamo con te"** che sostiene i pazienti oncologici con numerose attività di accompagnamento e di supporto e AUSER, associazione di volontariato e promozione sociale impegnata a valorizzare il ruolo degli anziani nella società.

7.

Responsabilità ambientale

Responsabilità ambientale

Gestione degli uffici, dei consumi e dell'efficiamento energetico

Acqua e gestione dei rifiuti

Gestione degli uffici, dei consumi e dell'efficiamento energetico

Webranking organizza la propria attività fin dall'inizio con una particolare **attenzione all'ambiente e al territorio**, prestando particolare attenzione alla sostenibilità e al risparmio energetico delle proprie infrastrutture.

Le politiche in materia ambientale sono coerenti con quanto effettuato nei precedenti esercizi e proseguono nella sempre maggior diffusione e attenzione ai concetti di rispetto e tutela dell'ambiente tra i collaboratori.

Gli Headquarters di Correggio comprendono una struttura direzionale progettata e realizzata interamente in bioedilizia, **certificata CasaClima "A"** per la sua altissima efficienza energetica. Un altro aspetto molto rilevante è che la struttura è stata realizzata seguendo le tecnologie più avanzate che - grazie a una architettura in legno - la rendono anti-sismica al 100%, contribuendo alla sicurezza fisica di tutti i collaboratori.

La nuova sede a Reggio Emilia, al centro del nuovo Parco Innovazione, è costruita in classe A+, antisismica e anch'essa in bioedilizia, con impianto fotovoltaico e solare termico. Il suo sistema di riscaldamento è alimentato tramite teleriscaldamento, una soluzione efficiente ed ecologicamente sostenibile. L'energia elettrica necessaria viene parzialmente acquistata dal Comune, che la produce attraverso un termovalorizzatore, un impianto che recupera energia dai rifiuti. Questo metodo consente di ridurre l'impatto ambientale attraverso la valorizzazione dei rifiuti non riciclabili. Per un'azienda di servizi, solitamente legata a spazi già disponibili in affitto, la decisione di realizzare due importanti e consistenti investimenti immobiliari è una decisione non scontata.

Queste scelte sono frutto dell'impossibilità di ritrovare nel territorio soluzioni direzionali che avessero le caratteristiche che cercavamo, sia in termini di efficienza energetica ma anche e soprattutto per la qualità degli spazi lavorativi che - per un'agenzia - sono una parte che può abilitare una cultura interna più ambiziosa. Anche i tempi sono tutt'altro che scontati: la decisione di progettare e costruire il direzionale dove oggi ha sede l'azienda, è del 2013, in un periodo storico dove questo tipo di scelte non avevano lo stesso livello di importanza per l'opinione pubblica e le imprese.



CONSUMI	UNITÀ DI MISURA	2021	2022	2023
Consumo metano	mc/anno	45746,9	19891,9	39000
Consumo teleriscaldamento per riscaldamento/raffreddamento locali	kwh/anno	76391,4	25438,26	33537
Consumo energia elettrica	kwh/anno	211825,5238	181874,3568	122109,578
Energia elettrica prodotta dal fotovoltaico	kwh/anno	9784	4071	9355
Energia elettrica green acquistata	kwh/anno	0	0	58793,5

Basti pensare che l'Agenda 2030 dell'ONU è successiva.

Webranking si è impegnata ad acquistare la componente di energia elettrica da **CVA (Valle d'Aosta)**, una **società che genera circa il 65% della propria energia utilizzando fonti rinnovabili** con un'ampia quota di idroelettrico. L'approvvigionamento energetico ci permette di ridurre significativamente le emissioni di CO2 e di contribuire attivamente agli obiettivi di sostenibilità ambientale. **Nel 2023, Webranking ha evitato l'emissione di circa 29,52 tonnellate di CO2.**

La sede di Correggio è attrezzata di un sistema domotico per l'illuminazione che consente una riduzione delle inefficienze energetiche. Il sistema

prevede l'illuminazione degli ambienti in modo automatico, attraverso lampade a led, sulla base del livello di luce già presente, senza alcuno spreco. Il tutto accade in modo automatico senza nessun intervento umano. Le luci reagiscono alla presenza delle persone negli ambienti e si disattivano in assenza di movimento.

In tutte le sedi dell'azienda sono preferite lampadine a led (il 98% del totale) e tutte quelle rimanenti a incandescenza vengono sempre progressivamente sostituite.

Tutte le sedi sono caratterizzate da ampie vetrate che garantiscono luce naturale per la maggior parte della giornata, riducendo il consumo di luce artificiale e, di conseguenza, il consumo energetico.

L'approccio sostenibile si estende poi agli oggetti di utilizzo quotidiano all'interno di tutte le sedi, scelti tenendo conto del ciclo di vita dei materiali: rinnovabili, naturali o riciclati in modo da poter essere riutilizzati più volte. Sono stati **eliminati tutti gli oggetti monouso** in plastica, sostituiti da alternative più sostenibili come carta e bioplastica. Non essendo una realtà aziendale industriale o produttiva, Webranking incide in maniera molto limitata sull'inquinamento ambientale e sulla produzione di CO2 confermandosi un'azienda a basso impatto ambientale. Ciò non toglie che i nostri sforzi siano stati comunque diretti a ridurre al minimo l'impatto che possiamo generare.

Come azienda rientrante nella classificazione delle "meno impattanti", Webranking si adopera sempre e comunque a **mantenere basso anche il livello di consumo e spreco delle materie prime** utilizzate o dei rifiuti prodotti, rispettando le disposizioni normative e comunali in tema di gestione rifiuti, raccolta differenziata e gestione delle risorse idriche.

29,52t

Emissioni di CO2
evitate fra tutte le sedi

Acqua e gestione dei rifiuti

In Webranking il consumo di acqua è limitato all'utilizzo dei **servizi igienici** e di **ristoro**. A tal proposito vengono sollecitati i dipendenti a fare buon uso delle risorse, evitando di lasciar scorrere acqua se non necessario e prestando attenzione alla presenza di eventuali perdite.

Non si impiegano bottiglie e per bere, favoriamo l'utilizzo di acqua dalla rete pubblica, appositamente filtrata e messa a disposizione dei dipendenti, attraverso **numerosi dispenser** dislocati nelle varie sedi. Inoltre, durante i meeting con clienti - o per qualsiasi ospite che si trovi nelle sedi - viene messa a disposizione acqua filtrata, in bottiglie di vetro.

Il consumo relativo all'anno 2023 fra tutte le sedi è stato di 4,59 m³ di acqua pro-capite.

I rifiuti generati dalle attività svolte presso le sedi di Webranking sono classificati come urbani e assimilati secondo quanto previsto dal D.lgs 152/06 e dal Regolamento per la gestione dei rifiuti dei Comuni di Milano, Reggio e Correggio.

La raccolta viene effettuata seguendo le modalità comunali, prevedendo la separazione del vetro, plastica, carta e cartone, organico e frazione indifferenziata. Le quantità di rifiuto prodotto non vengono registrate e il loro costo viene sostenuto direttamente con il pagamento della Tasse Rifiuti dei Comuni dove sono dislocate le sedi, calcolato in base ai mq occupati e al loro utilizzo.

Il costo prevede la copertura del servizio di raccolta, del trasporto e dello smaltimento e/o recupero dei rifiuti prodotti in sede.

Per quanto riguarda i rifiuti derivanti dalle strumentazioni digitali di cui si fa utilizzo, Webranking si avvale dei fornitori esterni come ad es. quelli che garantiscono il ritiro e la rigenerazione dei toner di tutte le stampanti in uso. Per i servizi di manutenzione elettrica ed impiantistica, ci affidiamo allo stesso modo a fornitori esterni che provvedono al ritiro dei rifiuti generati dalle attività secondo quanto previsto dalla legge di riferimento.



APPENDICE

Questa edizione del Bilancio di Sostenibilità 2023 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 da Webranking, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto generato.

Questo documento rappresenta la prima edizione del Report di Sostenibilità di Webranking redatto in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" secondo l'opzione "with reference to the GRI Standards" e in appendice al documento è riportata la tabella dei contenuti GRI rendicontati (GRI Content Index).

I contenuti e gli indicatori oggetto della rendicontazione di questo bilancio sono stati definiti a partire dai risultati dell'analisi di doppia materialità svolta nel 2024, su indicazione dei nuovi standard europei ESRS (European Sustainability Reporting Standard), per i quali è necessario non solo rendicontare i propri temi rilevanti in un'ottica esterna e unidirezionale, ma considerando anche la rilevanza finanziaria degli stessi per l'azienda e verificando gli impatti non solo positivi ma anche negativi, effettivi e potenziali.

A partire da questo documento, il perimetro di rendicontazione si riferisce alla performance di Webranking con sede a 1. Correggio (HQ) via Oratorio 12A, 42015 (RE), 2. Reggio Emilia, viale Ramazzini 39/C 42124, (□ Parco Innovazione,

Capannone 18), 3. Milano, piazza IV Novembre 1, 20100 e 4. Cagliari, Località Sa Illetta, S.S. 195 km. 2,3 09123, presentando i risultati raggiunti nell'esercizio 2023 (dal 1 gennaio al 31 dicembre). Il documento, redatto con periodicità annuale, ha l'obiettivo di illustrare le strategie di sostenibilità dell'azienda finalizzate a dimostrare la sensibilità nei confronti di tematiche non puramente economiche.

Il presente documento è stato presentato al Consiglio di Amministrazione di Webranking e non è stato sottoposto a revisione ("assurance"). Il Bilancio di Sostenibilità è pubblicato nel sito istituzionale di Webranking all'indirizzo <https://webranking.it/chi-siamo/bilancio-sostenibilita-2023>

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.

ATTESTAZIONE ESTERNA DA PARTE DELL'ENTE DI CERTIFICAZIONE

La presente edizione del Bilancio di Sostenibilità 2023 di Webranking non è stata sottoposta a verifica da parte di enti terzi.

Il Bilancio è formalmente approvato e firmato dal Consiglio di Amministrazione attraverso la lettera iniziale di comunicazione agli stakeholder.

In ottica di miglioramento continuo, in vista delle prossime edizioni, la società si impegna a fornire dati sempre più precisi per quanto riguarda il periodo di rendicontazione scelto.

GRI CONTENT INDEX

GRI STANDARD	ASPETTI MATERIALI GENERALI	LOCATION	
GRI 2: Informativa generale 2021	2.1 Dettagli organizzativi	Cap. 2	
	2.2 Entità incluse nel reporting di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica	
	2.3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica	
	2.4 Riformulazione delle informazioni	Nota metodologica	
	2.7 Dipendenti	Cap. 2	
	2.9 Struttura e composizione della governance	Cap. 2	
	2.11 Presidente del massimo organo di governo	Cap. 2	
	2.12 Ruolo del più alto orgao di governo nel presidio della gestione degli impatti	Cap. 2	
	2.14 Ruolo del più alto organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Nota metodologica	
	2.29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Cap. 3	
GRI 3: Temi materiali 2021	2.30 Accordi di contrattazione collettiva	Cap. 6	
	3.1 Processo per determinare i temi materiali	Cap. 3, 3.1, 3.2, 3.3	
	3.2 Elenco degli argomenti materiali	Cap. 3, 3.1, 3.2, 3.3	
ASPETTI ECONOMICI SERIE 200	3.3 Gestione dei temi rilevanti	Cap. 3, 3.1, 3.2, 3.3	
	GRI 201: Performance economiche	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	Cap. 2
		201-3 Piani di welfare/benefit e altri piani di pensionamento	Cap. 2
ASPETTI AMBIENTALI SERIE 300	GRI 302: Energia	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Cap. 7
		303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Cap. 7
	GRI 303: Acqua e scarichi idrici	303-5 Consumo di acqua	Cap. 7

GRI STANDARD	ASPETTI MATERIALI GENERALI	LOCATION
ASPETTI AMBIENTALI SERIE 300		
GRI 305: Emissioni	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Nota metodologica - Gri Content Index
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Nota metodologica - Gri Content Index
	305-5 Riduzione delle emissioni di GHG	Cap. 7
GRI 306: Rifiuti	306-3 Generazione rifiuti	Cap. 7
	306-5 Rifiuti diretti allo smaltimento in discarica	Cap. 7
ASPETTI SOCIALI SERIE 400		
GRI 401: Occupazione	401- 1 Nuove assunzioni e turnover	Nota metodologica - Gri Content Index
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	Cap. 6
	401-3 Congedo parentale	Cap. 6
GRI 403: Salute e sicurezza lavoro	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Cap. 6
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 6
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Cap. 6
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 6
	403-9 Infortuni sul lavoro	Nota metodologica - Gri Content Index
	403-10 Malattie professionali	Nota metodologica - Gri Content Index
GRI 404: Formazione e istruzione	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Cap. 6
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Cap. 6
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance dello sviluppo professionale	Nota metodologica - Gri Content Index
GRI 405: Diversità e pari opportunità	405-2 Rapporto tra stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Cap. 6
GRI 413: Comunità locali	413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Cap. 6
GRI 418: Privacy dei clienti	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni delle privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Nota metodologica - Gri Content Index

TABELLE DATI E INDICATORI

GRI SOCIALI				
GRI STANDARD	DATI	2021	2022	2023
2.7	n° tot lavoratori tempo indeterminato	153	197	198
2.7	n° lavoratori tempo indeterminato uomo	76	95	92
2.7	n° lavoratori tempo indeterminato donna	77	102	106
2.7	n° tot lavoratori tempo determinato	5	3	1
2.7	n° lavoratori tempo determinato uomo	2	2	1
2.7	n° lavoratori tempo determinato donna	3	1	0
2.7	*se presenti più aree geografiche, specificare per ogni area	ITA	ITA	ITA
2.7	n° tot lavoratori full time	146	188	186
2.7	n° tot lavoratori full time uomo	75	95	91
2.7	n° tot lavoratori full time donna	71	93	95
2.7	n° tot lavoratori part-time	12	11	12
2.7	n° tot lavoratori part-time uomo	3	1	1
2.7	n° tot lavoratori part-time donna (Report periodico ML)	9	10	11
2.8	n° lavoratori esterni (somministrati, p.iva, etc)			
401-2	n° tot benefit per dipendenti a tempo pieno (no PT, no tempo determinato)			
405-2	stipendio medio - uomini	2.365€	2.377€	2.459€
405-2	stipendio medio - donne	2.206€	2.230€	2.289€
202-1	stipendio medio neoassunto uomo	1.924€	1.990€	2.305€
202-1	stipendio medio neoassunto donna	1.963€	1.921€	2.002€
2.30	n° dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva	153	197	198

412-3	n° contratti che includono clausole relative a diritti umani	0	0	0
2.7	n° dipendenti totale/medio annuo (ULA)	143,8	186	198,67
401-1	n° dipendenti entrati all'anno uomo	22	28	12
401-1	n° dipendenti entrati all'anno uomo < 30 anni	16	18	10
401-1	n° dipendenti entrati all'anno uomo tra 30 e 50 anni	6	9	2
401-1	n° dipendenti entrati all'anno uomo > 50 anni	0	1	0
401-1	n° dipendenti entrati all'anno donna	26	29	15
401-1	n° dipendenti entrati all'anno donna < 30 anni	17	21	10
401-1	n° dipendenti entrati all'anno donna tra 30 e 50 anni	9	8	5
401-1	n° dipendenti entrati all'anno donna > 50 anni	0	0	0
401-1	n° dipendenti usciti all'anno uomo	6	9	16
401-1	n° dipendenti usciti all'anno uomo < 30 anni	3	4	8
401-1	n° dipendenti usciti all'anno uomo tra 30 e 50 anni	3	5	8
401-1	n° dipendenti usciti all'anno uomo > 50 anni	0	0	0
401-1	n° dipendenti usciti all'anno donna	6	6	12
401-1	n° dipendenti usciti all'anno donna < 30 anni	3	1	5
401-1	n° dipendenti usciti all'anno donna tra 30 e 50 anni	3	5	7
401-1	n° dipendenti usciti all'anno donna > 50 anni	0	0	0
401-1	n° dipendenti all'inizio dell'anno uomo	62	78	97
401-1	n° dipendenti all'inizio dell'anno donna	60	80	103
2.7	n° tot dipendenti apprendisti	30	47	45
2.7	n° dipendenti apprendisti uomo	18	23	23
2.7	n° dipendenti apprendisti donna	12	24	22

GRI SOCIALI				
GRI STANDARD	DATI	2021	2022	2023
2.8	n° tot lavoratori somministrati	0	0	0
2.8	n° lavoratori somministrati uomo	0	0	0
2.8	n° lavoratori somministrati donna	0	0	0
2.7	n° tot lavoratori extracomunitari	0	0	0
2.7	n° lavoratori extracomunitari uomo	0	0	0
2.7	n° lavoratori extracomunitari donna	0	0	0
2.7	n° dirigenti donna < 30 anni	0	0	0
2.7	n° dirigenti donna tra 30 e 50 anni	0	0	0
2.7	n° dirigenti donna > 50 anni	0	0	0
2.7	n° dirigenti uomo < 30 anni	0	0	0
2.7	n° dirigenti uomo tra 30 e 50 anni	0	0	1
2.7	n° dirigenti uomo > 50 anni	0	0	0
2.7	n° dirigenti totali (uomo e donna)	0	0	1
2.7	n° dipendenti donna (no posizioni dirigenziali) < 30 anni	29	36	40
2.7	n° dipendenti donna (no posizioni dirigenziali) tra 30 e 50 anni	57	73	78
2.7	n° dipendenti donna (no posizioni dirigenziali) > 50 anni	0	0	0
2.7	n° dipendenti uomo (no posizioni dirigenziali) < 30 anni	30	42	44
2.7	n° dipendenti uomo (no posizioni dirigenziali) tra 30 e 50 anni	54	62	62
2.7	n° dipendenti uomo (no posizioni dirigenziali) > 50 anni	0	2	2

401-3	n° totale dipendenti a cui è concesso per congedo parentale (report ML tab 2.3)	153	197	198
401-3	n° tot dipendenti uomo che dopo il congedo sono tornati nello stesso periodo di rendicontazione	8	7	12
401-3	n° totale dipendenti donna che dopo il congedo sono ancora dipendenti entro 12 mesi	4	7	2
401-3	tasso di rientro dei dipendenti che hanno usufruito del congedo	100%	100%	100%
406-1	n° episodi discriminazione	0	0	0
401-1	tasso turnover neg. uomo	0,1	0,12	0,16
401-1	tasso turnover neg. donna	0,1	0,08	0,12
2.25	n° reclami/segnalazioni sociali ricevute	0	0	0
2.25	n° NC aperte per reclami/segnalazioni sociali	0	0	0
2.25	n° AC/AP attuate per reclami/segnalazioni sociali	0	0	0
2.25	n° AC/AP attuate e concluse per reclami/segnalazioni sociali	0	0	0
205-3	n° azioni/provvedimenti disciplinari applicati	0	0	0

ISTRUZIONE					
GRI STANDARD	DATI	2021	2022	2023	
308-1	n° fornitori che hanno sottoscritto codice di condotta fornitori	0	0	0	
308-1 / 414-1	n° fornitori sottoposti a valutazione RSI - questionario	0	0	0	
404-1	n° addetti ufficio acquisti sottoposti a formazione su acquisti sostenibili	0	0	0	
308-1	n° fornitori locali	51	70	65	
/	n° totale fornitori	458	596	599	
/	n° addetti ufficio acquisti	0	0	0	

EMISSIONI GHG						
GRI STANDARD	DATI	[unità di misura]	2021	2022	2023	
305-1	Emissioni - SCOPE 1					
	consumo gasolio veicoli	l/anno	496	3757,03	6377,97	
	fattore di conversione per gasolio		2,61	2,61	2,61	
	Consumo metano per riscaldamento locali	mc/anno	45746,9	19891,9	39000	
	fattore di conversione per metano		1,8	1,8	1,8	
	consumo teleriscaldamento per riscaldamento locali	kwh/anno	82.31.00	25438,26	33537	
	fattore di conversione per teleriscaldamento		0,12	0,12	0,12	
	tonnellate di CO2eq/anno - veicoli	ton CO2eq/anno	1	9,8058483	16,6465017	
	tonnellate di CO2eq/anno - metano riscaldamento	ton CO2eq/anno	82,34442	45,788868	60,3666	
	tonnellate di CO2eq/anno - teleriscaldamento		9	3,0525912	4,02444	
	tot fatturato	M€	€31	€42	44,1	
	Totale Emissioni SCOPE 1 annuali	ton CO2eq/anno	93	58,6473075	81,0375417	
	Emissioni SCOPE 1 - fatturato	ton CO2eq/fatt	3,032871559	1,413188133	1,83758598	
305-2	Emissioni - SCOPE 2					
302-2	consumo energia elettrica	kwh/anno	224.46.00	181874,36	122109,58	
	tonnellate di CO2eq/anno - energia elettrica	ton CO2eq/anno	91,76	78,79	52,9	
	Totale Emissioni SCOPE 2 - annuali	ton CO2eq/anno	91,76	78,79	52,9	
	Emissioni SCOPE 2 - fatturato	ton CO2eq/fatt	2,998784866	1,898505334	1,2	

RISORSE ENERGETICHE SEDE DI CORREGGIO

GRI STANDARD	DATI	[unità di misura]	2021	2022	2023
302-1	Consumi metano	mc	0	0	0
302-1	Consumi energia elettrica (fonti fossili)	kwh	147.20.00	139.41.00	58.32.00
302-1	Consumi energia elettrica green	kwh	0	0	34665,8
302-1	Consumo energia elettrica da fotovoltaico	kwh	22.04	5.11	14.55
	Fatturato	M€	30,60€	41,50€	44,10€
INDICATORI			2021	2022	2023
	Consumi metano/fatturato	mc/M€	0	0	0
	Consumi energia elettrica/fatturato	kwh/M€	4773,9	3169,2	1209,3
	Consumi energia elettrica (green)/fatturato	kwh/M€	0	0	786,0725624
	Consumo energia elettrica (fotovolt)/fatturato	kwh/M€	319,7385621	98,09638554	212,1315193

RISORSE ENERGETICHE SEDE DI REGGIO

302-1	Consumi metano	mc	0	0	0
302-1	Consumi teleriscaldamento	kwh	76391,4	25438,2	33537
302-1	Consumi energia elettrica (fonti fossili)	kwh	51214	40529,14	32464,5
302-1	Consumi energia elettrica green		0	0	21101,93
	Consumo energia elettrica da fotovoltaico	kwh	0	0	0
	Fatturato	M€	30,60€	41,50€	44,10€
INDICATORI			2021	2022	2023
	Consumi metano/fatturato	mc/M€	0	0	0
	Consumi energia elettrica/fatturato	kwh/M€	1673,7	976,6	736,2
	Consumi energia elettrica (green)/fatturato	kwh/M€	0	0	478,5017007

RISORSE ENERGETICHE SEDE DI MILANO

302-1	Consumi metano	mc	45747	19891,9	41786,76
302-1	Consumi energia elettrica (fonti fossili)	kwh	32614,95	43035,86	7597,1
302-1	Consumi energia elettrica green	kwh	0	0	14108,9
302-1	Consumo energia elettrica da fotovoltaico	kwh	0	0	0
	Fatturato	M€	30,60€	41,50€	44,10€
INDICATORI			2021	2022	2023
	Consumi metano/fatturato	mc/M€	1495	479,3	947,5
	Consumi energia elettrica/fatturato	kwh/M€	1065,8	1037	172,3
	Consumi energia elettrica (green)/fatturato	kwh/M€	0,00€	0,00€	319,93€

RISORSE IDRICHE SEDE DI CORREGGIO

GRI STANDARD	DATI	[unità di misura]	2021	2022	2023
303-3	Totale acqua prelevata da pozzo	mc	3.419,29	3.081,25	1.294,90
303-3	Totale acqua prelevata da acquedotto	mc	-	271	472
	Fatturato	M€	30,60€	41,50€	44,10€
INDICATORI			2021	2022	2023
	Consumi acqua/fatturato	mc/M	111,7415033	80,77710843	40,06575964
	Consumi metano/fatturato	mc/M€	0	0	0
	Consumi energia elettrica/fatturato	kwh/M€	4773,9	3169,2	1209,3
	Consumi energia elettrica (green)/fatturato	kwh/M€	0	0	786,0725624
	Consumo energia elettrica (fotovoltaico)/fatturato	kwh/M€	319,7385621	98,09638554	212,1315193

RISORSE IDRICHE SEDE DI REGGIO

DATI	[unità di misura]	2021	2022	2023	
Totale acqua prelevata da pozzo	mc	-	0	0	
Totale acqua prelevata da acquedotto	mc	-	141,41	246,31	
Fatturato	M€	€31	€42	€44	
INDICATORI		2021	2022	2023	
	Consumi acqua/fatturato	mc/M	-	3,40746988	5,585260771

RISORSE IDRICHE SEDE DI MILANO

Totale acqua prelevata da pozzo	mc	-	0	0	
Totale acqua prelevata da acquedotto	mc	-	111,36	193,96	
Fatturato	M€	€31	€42	€44	
INDICATORI		2021	2022	2023	
	Consumi acqua/fatturato	mc/M	-	18,15732759	10,42998556

RIFIUTI SEDE DI CORREGGIO

GRI STANDARD	DATI	[unità di misura]	2021	2022	2023
306-2	Totale rifiuti non pericolosi	kg	522	505	498
306-2	Totale rifiuti pericolosi	kg	0	0	0
306-2	Totale rifiuti	kg	522	505	498
	Fatturato	M€	€31	€42	44,1
INDICATORI			2021	2022	2023
306-4	% rifiuti non pericolosi		1	1	1
306-4	% rifiuti pericolosi		0	0	0
	Rifiuti totali/fatturato		17,05882353	12,1686747	11,29251701

RIFIUTI SEDE DI REGGIO

306-2	Totale rifiuti non pericolosi	kg	194	190	185
306-2	Totale rifiuti pericolosi	kg	0	0	0
306-2	Totale rifiuti	kg	194	190	185
	Fatturato	M€	€31	€42	44,1
INDICATORI			2021	2022	2023
306-4	% rifiuti non pericolosi		1	1	1
306-4	% rifiuti pericolosi		0	0	0
	Rifiuti totali/fatturato		6,339869281	4,56626506	4,183673469

RIFIUTI SEDE DI MILANO

306-2	Totale rifiuti non pericolosi	kg	293	283	282
306-2	Totale rifiuti pericolosi	kg	0	0	0
306-2	Totale rifiuti	kg	293	283	282
	Fatturato	M€	€31	€42	44,1
INDICATORI			2021	2022	2023
306-4	% rifiuti non pericolosi		1	1	1
306-4	% rifiuti pericolosi		0	0	0
	Rifiuti totali/fatturato		9,575163399	6,807228916	6,394557823



WEBRANKING

Bilancio di Sostenibilità 2023
Webranking
Via Oratorio, 12A
Correggio (RE) – Italy